



Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

INFORMADOR/A TURÍSTICO 4.0

Septiembre 2022

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	INFORMADOR/A TURÍSTICO 4.0
Familia Profesional:	HOSTELERÍA Y TURISMO
Área Profesional:	TURISMO
Código:	HOTT0002
Nivel de cualificación profesional:	2

Objetivo general

Dar respuesta a los desafíos de la revolución digital en el ámbito de la información turística y asistencia a los turistas en destino.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	LA DIGITALIZACIÓN EN LAS OFICINAS DE TURISMO	20 horas
Módulo 2	MARKETING DIGITAL Y STORYTELLING	20 horas

Modalidad de impartición

Presencial

Duración de la formación

Duración total 40 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones / titulaciones	No se requieren acreditaciones/titulaciones. No obstante, se han de poseer las habilidades de comunicación lingüística suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.
Experiencia profesional	No se requiere

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none">• Ciclo de Grado Superior u otros títulos equivalentes.• Diplomado o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes o superiores.• Licenciado o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes o superiores.
-------------------------------	---

Acreditación requerida	<ul style="list-style-type: none"> • Título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con la familia profesional y el certificado de profesionalidad de nivel 2 o 3 de la familia profesional correspondiente.
Experiencia profesional mínima requerida	Deberá acreditar al menos 6 meses de experiencia profesional en puestos directivos de organizaciones dedicadas a la comercialización de productos y servicios turísticos.
Competencia docente	Certificado de adaptación pedagógica o equivalente, o experiencia de al menos 300 horas.

Justificación de las prescripciones de formadores y tutores

Deberán acreditar certificación académica de su capacitación y certificación de la empresa o empresas que acrediten al menos 3 años de experiencia profesional en puestos relacionados con el sector turístico desde el ámbito de la gestión del destino con experiencia en estrategia digital.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m² para 15 participantes	Incremento Superficie/participante (Máximo 30 participantes)
Aula polivalente	30 m ²	2 m ² / participante

Espacio formativo	Equipamiento
Aula polivalente	<ul style="list-style-type: none"> - Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador.

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

26301020 TÉCNICOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

26301011 AGENTES DE DESARROLLO TURÍSTICO

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

OBJETIVO

Las oficinas de información turística son el primer punto de contacto del turista con el destino, pero su trabajo abarca todo el ciclo del viaje. En este contexto, con el fin de mejorar el servicio y la atención que ofrecen, tienden a convertirse en auténticos centros de experiencias para los visitantes. Una de sus tareas principales es ofrecer información y orientación al visitante que quiere descubrir el destino, tanto a distancia como in situ. Por todo ello este módulo tiene como principal objetivo conocer la nueva realidad turística, así como comprender el comportamiento del nuevo turista. Finalmente se aprenderán técnicas para identificar, manejar, interpretar y evaluar los datos aportados por las tecnologías.

DURACIÓN TOTAL:

20 horas

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- La oficina de turismo del S. XXI como centros de experiencia
- Funciones y usos de la oficina de turismo en un escenario 4.0
- Identificación, uso y manejo de los soportes digitales informativos (Totem interactivos, monitores, holografías...)
- La realidad virtual y la realidad aumentada: herramientas digitales de inmersión en el destino
- Identificación, caracterización y atención al e-turista hiperconectado
 - ¿Qué le interesa al visitante? Segmentación de la oferta por tipo de viajero
 - ¿Cuánto tiempo va a estar en el destino?: Técnicas de captación de interés para alargar la estancia
 - La atención personalizada e información del destino a través del mundo digital
- Digitalización del material turístico
 - Diseño de cartelería digital
 - Uso, manejo y programación de códigos QR/NFC
 - Difusión y promoción turística a través de una plataforma integral e inteligente
- Análisis y gestión de flujos turísticos
 - Uso de programa de gestión de estadísticas
 - Recopilación y análisis de datos turísticos en tiempo real
 - Gestión de aforos y esperas en los principales recursos de la ciudad
 - Diseño, uso y análisis de las encuestas de satisfacción

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Digitalización hacia los cambios que se están produciendo en los procesos de atención al turista.
- Sensibilidad hacia la importancia del dato en los procesos de gestión de atención de servicios y productos turísticos.
- Desarrollo de la capacidad de análisis y habilidades en la implantación de soluciones de análisis de datos en la gestión del destino.
- Adquirir competencias que permitan la adaptación a la transformación digital de

la organización.

- Fomentar las capacidades resolutorias.
- Conocer los fundamentos, organización y estructura del tratamiento masivo de datos y su análisis.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: MARKETING DIGITAL Y STORYTELLING

OBJETIVO

Si bien es cierto que la tecnología tendrá un papel relevante en el acompañamiento al turista durante su experiencia del viaje es necesario que en las oficinas de turismo se reconozcan e implementen técnicas de comunicación creativas para realizar un uso óptimo de las herramientas digitales. Por ello en este módulo tiene como objetivos dar a conocer, definir y comparar las herramientas digitales disponibles para aplicar una estrategia de comunicación online omnicanal eficaz tanto desde el punto de vista técnico como de conexión emocional con el visitante. Para ello, también se presenta el storytelling como herramienta efectiva para aplicar en la comunicación digital.

DURACIÓN TOTAL:

20 horas

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Estrategia de marketing omnicanal
 - Identificación y clasificación del público objetivo en el escenario online
 - Las redes sociales como herramienta de promoción, comunicación y venta
- Diseño de la estrategia de comunicación online
 - Estudio de mercado
 - Definición de los objetivos
 - Diseño de la estrategia de contenido adaptado al tipo de canal
 - Gestión de idiomas
 - Imagen corporativa
 - Publicación del contenido
 - Promoción del contenido
 - Estadísticas
- Del turismo experiencial al turismo emocional
 - El marketing de conversación
 - La conectividad significativa
- El arte de contar historias
 - ¿Qué es el storytelling?
 - El mensaje como herramienta clave en la promoción
 - El storytelling en redes sociales
 - Recursos para crear storytelling en redes sociales

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Adquisición de los conocimientos necesarios que permitan una adecuada elaboración de una estrategia de comunicación online.

- Sensibilización hacia la importancia del mensaje y de la conexión emocional con el cliente.
- Desarrollo de habilidades personales que permitan conectar con el cliente a través de las herramientas digitales.
- Desarrollo de la capacidad de diseñar una estrategia de comunicación omnicanal y aplicar el storytelling.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.

Para la evaluación de los casos prácticos, se elaborarán unas hojas de puntuación que servirán para que los demás participantes puntúen la presencia o no de los comportamientos efectivos que muestren a la aplicación de las técnicas aprendidas.