CATÁLOGO FORMATIVO

Cámara Oviedo

Principado de Asturias

Consejería de Presidencia,
Reto Demográfico,
Igualdad y Turismo

Cursos de este catálogo formativo

1. Marketing Digital Turístico desde cero: SEO, Contenidos, Redes Sociales y Publicidad 4
2. Motores de Reserva: cómo maximizar reservas sin necesidad de intermediarios ..7
3. Publicidad Rentable: Campañas SEM y Social Ads para Resultados Inmediatos (Google y Meta Ads) 10
4. Cómo Usar un CRM en Turismo: Automatización, Gestión Comercial y Rentabilidad 12
5. Marketing Turístico de Alto Impacto: Estrategias de Branding y Posicionamiento 15
6. Tarifas que maximizan ingresos: Revenue Management y pricing dinámico 18
7. Inteligencia Predictiva: IA y Machine Learning para la Optimización de la Demanda Turística 21
8. PMS para la Gestión Hotelera: Reservas, Clientes, Cobros y Operaciones en una Sola Plataforma 23
9. Herramientas CRM Open Source para hostelería: Automatización de Procesos y Optimización de Venta o cómo automatizar procesos y flujos de trabajo, detectar tendencias de consumo y oportunidades de Upselling 26
10. Gestión Hotelera y Sistema de Reservas con OfiHotel 29
11. Gestión de Negocios Online 2.0 34
12. Diseño con Canva 41
13. Mailchimp. Experto en Email Marketing 45

Marketing Digital Turístico desde cero: SEO, Contenidos, Redes Sociales y Publicidad

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Comprender los principios básicos del marketing digital aplicado al sector turismo.
- **Contenido:** Fundamentos de SEO, introducción a redes sociales, marketing de contenidos.
- **Herramientas:** Google Analytics, Hootsuite, Mailchimp, redes sociales, etc.

Contenidos

Módulo 1: Fundamentos del Marketing Digital

Introducción al Marketing Digital

- Definición y conceptos básicos.
- Importancia del marketing digital en el sector turístico.

Plan de Estrategia Digitales

- Contenido
- Seguimiento del plan

Módulo 2: Fundamentos de SEO (Optimización de Motores de Búsqueda)

Conceptos Básicos de SEO

- Definición y objetivos.
- Factores de clasificación y algoritmos de búsqueda.

Investigación de Palabras Clave

- Identificación de palabras clave relevantes para el negocio turístico.
- Herramientas de investigación de palabras clave.

Módulo 3: Introducción a Redes Sociales

Importancia de las Redes Sociales para Negocios Turísticos

- Beneficios de estar presente en redes sociales.
- Principales plataformas sociales para el sector turístico.

Estrategias de Social Media Marketing

- Creación de perfiles de empresa en redes sociales.
- Estrategias de contenido y publicación.

Módulo 4: Marketing de Contenidos

Conceptos Básicos de Marketing de Contenidos

- Definición y objetivos.
- Tipos de contenido efectivos para negocios turísticos.

Creación de Contenido Atractivo

- Desarrollo de contenido relevante y atractivo para el público objetivo.
- Uso de imágenes, videos y texto en la estrategia de contenido.

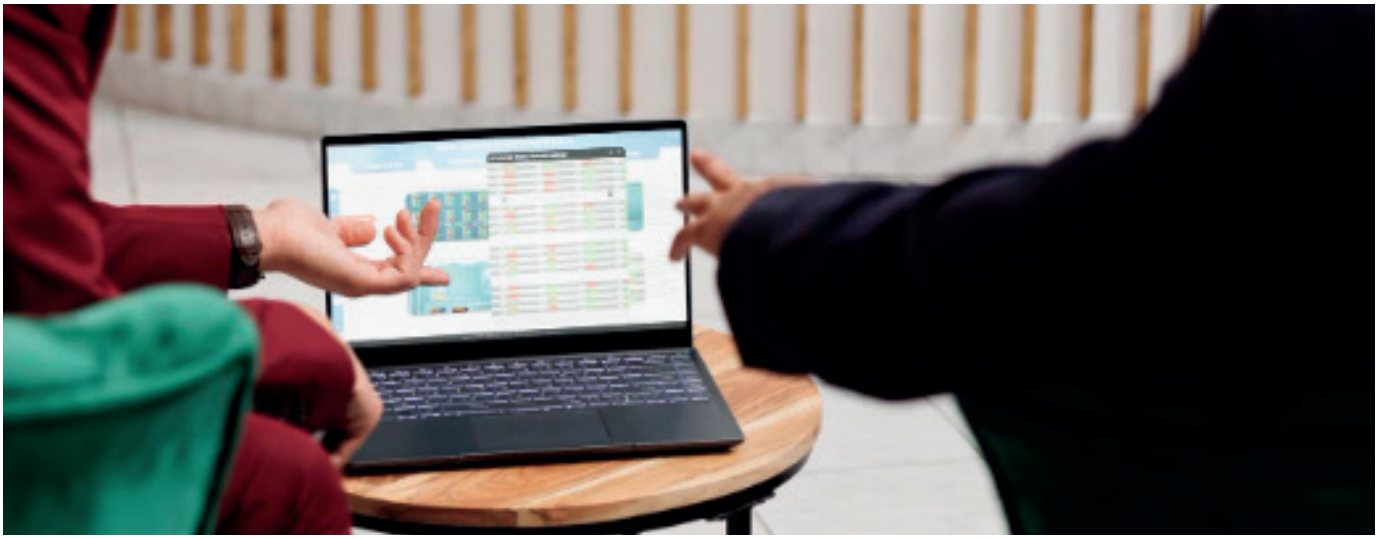
Módulo 5: Estrategias Integradas de Marketing Digital

Integración de SEO, Redes Sociales y Marketing de Contenidos

- Cómo combinar estrategias para obtener resultados óptimos.
- Ejemplos de campañas exitosas en el sector turístico.

Módulo 6: Aspectos Legales y Éticos Cumplimiento Legal y Ético

- Consideraciones legales y éticas en el marketing digital.
- Protección de datos y privacidad del usuario.



Motores de Reserva: cómo maximizar reservas sin necesidad de intermediarios

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Mejorar la eficacia de los motores de reserva para maximizar la ocupación y las ventas.
- **Contenido:** Técnicas de optimización de motores de reserva, análisis de rendimiento, integración.
- **Herramientas:** BookingSuite, SiteMinder, ResNexus, otras

Contenidos

Módulo 1: Fundamentos de Optimización de Motores de Reserva

Repaso de Conceptos Básicos de Motores de Reserva

- Breve recordatorio sobre el funcionamiento de los motores de reserva en la hostelería.
- Importancia de la optimización para mejorar la visibilidad y las reservas.

Principales Factores de Optimización

- Análisis de tarifas y disponibilidad.
- Estrategias de marketing y promoción.

Tipos de Motores de Reserva y Plataformas

- Evaluación de diferentes opciones de motores de reserva disponibles en el mercado.
- Comparativa de funcionalidades y características clave.

Módulo 2: Configuración del Motor de Reserva

Personalización

- Configuración detallada de tarifas
- Restricciones y políticas de cancelación.

Integración con Sistemas Externos

- Integración con sistemas de gestión hotelera (PMS) y canales de distribución.
- Automatización de procesos y sincronización de datos en tiempo real.

Módulo 3: Análisis de Datos y Optimización

Análisis básico de Datos de Reservas

- Utilización de herramientas para el seguimiento del rendimiento.
- Análisis básico de la información

Optimización Continua del Motor de Reserva

- Introducción a las tarifas dinámicas

Módulo 4: Estrategias de Marketing Integradas

Marketing Directo a Través del Motor de Reserva

- Desarrollo e implementación de campañas básicas de marketing personalizadas dentro del proceso de reserva.
- Introducción a la segmentación y targeting.

Gestión de Relaciones con Clientes (CRM)

- Integración de sistemas CRM para la gestión integral de las relaciones con los clientes.
- Introducción de datos y seguimiento

Módulo 5: Cumplimiento Normativo y Mejora Continua

Cumplimiento Normativo y Protección de Datos

- Actualización sobre las últimas regulaciones y normativas en materia de protección de datos y privacidad.
- Seguimiento de medidas de seguridad y procedimientos para garantizar el cumplimiento.

Publicidad Rentable: Campañas SEM y Social Ads para Resultados Inmediatos (Google y Meta Ads)

Datos generales del curso

- **Objetivo:** crear campañas básicas en varios canales
- **Contenido:** Marketing en buscadores (SEM), publicidad en redes sociales, campañas de email marketing.
- **Herramientas:** Google Ads, Facebook Ads Manager, MailChimp

Contenidos

Módulo 1: Marketing en Motores de Búsqueda (SEM) Introducción al SEM

- Conceptos básicos de SEM y su importancia en el turismo.
- Diferencias entre SEO y SEM.

Creación de Campañas SEM

- Selección de palabras clave relevantes para el sector turístico.
- Configuración de anuncios en plataformas como Google Ads.

Optimización de Campañas

- Análisis de métricas clave como CTR (Click-Through Rate) y ROI (Return on Investment).
- Estrategias para mejorar el rendimiento de las campañas SEM.

Módulo 2: Publicidad en Redes Sociales

Fundamentos de Publicidad en Redes Sociales

- Importancia de la presencia en redes sociales para el turismo.
- Introducción a plataformas publicitarias como Facebook Ads e Instagram Ads.

Creación de Anuncios en Redes Sociales

- Diseño de anuncios atractivos y relevantes para el público objetivo.
- Segmentación demográfica y por intereses para maximizar el alcance.

Optimización y Seguimiento de Campañas

- Evaluación del rendimiento de los anuncios en redes sociales.
- Ajuste de estrategias y presupuestos según los resultados obtenidos.

Módulo 3: Campañas de Email Marketing

Conceptos Básicos de Email Marketing

- Beneficios del email marketing en el sector turístico.
- Principales componentes de una campaña de email marketing efectiva.

Diseño y Creación de Campañas

- Creación de listas de correo segmentadas según intereses y comportamientos.
- Diseño de correos electrónicos atractivos y con llamados a la acción claros.

Cómo Usar un CRM en Turismo: Automatización, Gestión Comercial y Rentabilidad

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Utilizar funcionalidades de CRM para mejorar la relación con los clientes.
- **Contenido:** Segmentación de clientes, automatización de marketing, análisis de datos de clientes.
- **Herramientas:** Salesforce Marketing Cloud, HubSpot CRM, Pipedrive, otras

Contenidos

Módulo 1: Introducción al CRM en el Turismo

Conceptos Básicos de CRM

- Repaso de los fundamentos del CRM y su importancia en el sector turístico.
- Beneficios del uso de CRM para la gestión de relaciones con los clientes.

Configuración de un CRM

- Configurar aspectos básicos del CRM para una empresa turística.

Módulo 2: Operativa del CRM

Gestión de Contactos y Clientes

- Captura, almacenamiento y actualización de información de clientes en el CRM.
- Organización de contactos en listas y segmentos para una gestión eficiente.

Seguimiento de Interacciones

- Registro y seguimiento de todas las interacciones con los clientes a lo largo del tiempo.
- Gestión de actividades como llamadas, correos electrónicos y reuniones.

Módulo 3: Segmentación y Personalización

Segmentación de Clientes

- Segmentación
- Utilización de criterios para segmentar la base de datos de clientes.
- Segmentación basada en comportamientos, preferencias y datos demográficos.

Personalización de la Experiencia del Cliente

- Estrategias para ofrecer experiencias personalizadas a los clientes a lo largo de su ciclo de vida.
- Uso de datos del cliente para adaptar mensajes y ofertas.

Módulo 4: Automatización básica de Procesos

Automatización de Marketing

- Implementación de flujos de trabajo automatizados para campañas de marketing.
- Automatización de correos electrónicos, mensajes de texto y notificaciones.

Automatización de Servicio al Cliente

- Configuración de respuestas automáticas y workflows para la atención al cliente.

Módulo 5: Análisis de Datos y Métricas

Análisis de Datos del Cliente

- Utilización de herramientas de análisis para comprender el comportamiento y las preferencias del cliente.
- Identificación de tendencias y patrones a través de análisis de datos.

Métricas Clave de CRM

- Evaluación de métricas clave como la tasa de conversión, el valor del cliente y la retención.
- Interpretación de informes y paneles de control para tomar decisiones informadas.

Módulo 6: Integración con Otros Sistemas

Integración con Sistemas Externos

- Introducción a la integración del CRM con otros sistemas de gestión hotelera y turística.
- Sincronización de datos entre el CRM, el PMS y los motores de reserva.

Marketing Turístico de Alto Impacto: Estrategias de Branding y Posicionamiento

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Crear y gestionar estrategias de marketing integrales para maximizar el retorno de inversión.
- **Contenido:** Planificación de marketing omnicanal, campañas publicitarias avanzadas, medición y análisis de resultados.
- **Herramientas:** Hootsuite Enterprise, Google Analytics 360, Sprout Social, otros

Contenidos

Módulo 1: Planificación de Marketing Omnicanal

Conceptos Básicos de Marketing Omnicanal

- Introducción a la estrategia de marketing omnicanal y su importancia en el turismo.
- Beneficios de la integración de múltiples canales de comunicación para alcanzar a los clientes.

Desarrollo de un Plan de Marketing Integral

- Definición de objetivos de marketing claros y alcanzables.
- Identificación de audiencias objetivo y segmentación efectiva.

Selección de Canales y Plataformas

- Evaluación de canales y plataformas de marketing disponibles, como redes sociales, email, publicidad en línea y más.
- Estrategias para elegir los canales más adecuados según el público objetivo y los objetivos de marketing.

Módulo 2: Campañas Publicitarias Avanzadas

Creación de Mensajes y Contenidos Impactantes

- Desarrollo de contenido publicitario creativo y persuasivo.
- Personalización de mensajes para diferentes segmentos de audiencia.

Implementación de Estrategias Publicitarias Avanzadas

- Utilización de técnicas de segmentación avanzada para llegar a audiencias específicas.
- Configuración de campañas publicitarias en plataformas como Google Ads, Facebook Ads, etc.

Optimización Continua de Campañas

- Monitoreo regular del rendimiento de las campañas publicitarias.
- Ajuste de estrategias y presupuestos según los resultados obtenidos.

Módulo 3: Medición y Análisis de Resultados

Definición de KPIs y Métricas de Éxito

- Identificación de los indicadores clave de rendimiento (KPIs) para cada canal y campaña.
- Establecimiento de objetivos medibles y realistas.

Herramientas de Analítica y Seguimiento

- Uso de herramientas de análisis web y seguimiento de conversiones para medir el rendimiento.
- Interpretación de datos y generación de informes para identificar tendencias y áreas de mejora.

Módulo 4: Optimización y Estrategias Continuas

Análisis de Retorno de Inversión (ROI)

- Cálculo y evaluación del retorno de inversión de las campañas de marketing.
- Implementación de estrategias para mejorar el ROI a lo largo del tiempo.

Estrategias de Marketing Continuas

- Desarrollo de un enfoque de marketing iterativo y basado en datos.
- Experimentación con nuevas ideas y tácticas para mantener la relevancia y la efectividad.

Tarifas que maximizan ingresos: Revenue Management y pricing dinámico

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Optimizar los ingresos mediante estrategias avanzadas de revenue management.
- **Contenido:** Análisis de datos de mercado, técnicas de fijación de precios dinámicos, herramientas de revenue management.
- **Herramientas:** IDeaS, Duetto, RateGain, otras

Contenidos

Módulo 1: Fundamentos de Revenue Management

Introducción al Revenue Management

- Definición de revenue management y su importancia en la industria hotelera.
- Principios básicos de optimización de ingresos y capacidad.

Conceptos Clave en Revenue Management

- Análisis de demanda y oferta en el contexto hotelero.
- Comprensión de la elasticidad de precios y la segmentación de mercado.

Módulo 2: Estrategias de Precios Dinámicos

Pricing Dinámico

- Implementación de estrategias de precios dinámicos basadas en la demanda y la disponibilidad.
- Utilización de herramientas de software para ajustar automáticamente los precios según las condiciones del mercado.

Optimización de Tarifas

- Técnicas para establecer tarifas óptimas en función de la demanda prevista y los objetivos de ingresos.
- Análisis de competidores y benchmarking de precios.

Módulo 3: Gestión de Canales de Distribución

Distribución Multicanal

- Maximización de la distribución de habitaciones a través de diferentes canales, como OTA, GDS y canales directos.
- Implementación de estrategias de distribución para optimizar la visibilidad y la rentabilidad.

Control de Inventario y Overbooking

- Gestión eficaz del inventario de habitaciones para evitar la pérdida de ingresos.
- Estrategias de overbooking y mitigación de riesgos.

Módulo 4: Análisis de Datos y Métricas de Desempeño

Análisis Predictivo en Revenue Management

- Uso de análisis predictivo para pronosticar la demanda y optimizar la disponibilidad de habitaciones.
- Aplicación de modelos estadísticos y algoritmos de machine learning.

Métricas de Desempeño y Reporting

- Identificación y seguimiento de métricas clave de revenue management, como RevPAR, ADR y Occupancy.
- Elaboración de informes y dashboards para evaluar el rendimiento y tomar decisiones informadas.

Inteligencia Predictiva: IA y Machine Learning para la Optimización de la Demanda Turística

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Implementar soluciones de IA y machine learning para optimizar operaciones y servicios.
- **Contenido:** Técnicas de machine learning, conceptos fundamentales de la predicción de la demanda y cómo aplicar algoritmos básicos de IA para realizar estas predicciones.
- **Herramientas:** TensorFlow, PyTorch, Amazon SageMaker, otras

Contenidos

Módulo 1: Introducción a la Predicción de la Demanda

Conceptos Básicos de Predicción de la Demanda

- Definición de predicción de la demanda y su importancia en la planificación y gestión en el sector turístico.
- Ejemplos de aplicaciones de predicción de la demanda en hoteles, aerolíneas y agencias de viajes.

Tipos de Modelos de Predicción

- Visión general de los diferentes tipos de modelos de predicción utilizados en el turismo, como modelos de series temporales, regresión y redes neuronales.

Módulo 2: Preparación de Datos

Selección y Preprocesamiento de Datos

- Identificación de las variables relevantes para la predicción de la demanda.
- Técnicas básicas de preprocesamiento de datos, como limpieza y transformación de datos.

División de Datos

- Técnicas para dividir los datos en conjuntos de entrenamiento, validación y prueba.
- Importancia de la validación cruzada en la evaluación de modelos de predicción.

Módulo 3: Modelado de Predicción de la Demanda

Regresión Lineal y No Lineal

- Introducción a los modelos de regresión y su aplicación en la predicción de la demanda.
- Implementación de regresión lineal y no lineal utilizando bibliotecas de IA como Scikit-learn en Python.

Modelos de Series Temporales

- Conceptos básicos de modelos de series temporales y su aplicación en la predicción de la demanda.
- Implementación de modelos ARIMA y suavizamiento exponencial en Python.

Módulo 4: Evaluación y Mejora de Modelos

Métricas de Evaluación de Modelos

- Métricas comunes utilizadas para evaluar modelos de predicción, como RMSE, MAE y MAPE.
- Interpretación de resultados y selección del mejor modelo.

Mejora de la Precisión de la Predicción

- Técnicas para mejorar la precisión de los modelos de predicción, como la ingeniería de características y el ajuste de hiperparámetros.
- Importancia del monitoreo continuo y la actualización de modelos.

PMS para la Gestión Hotelera: Reservas, Clientes, Cobros y Operaciones en una Sola Plataforma

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Implementar y gestionar un PMS utilizando herramientas de código abierto.
- **Contenido:** Instalación, configuración y uso de un PMS open source, personalización y mantenimiento.
- **Herramientas:** HotelDruid, OpenHotel, otras

Contenidos

Módulo 1: Introducción a los Sistemas de Gestión de Propiedades (PMS)

Conceptos Básicos de PMS

- Definición de sistemas de gestión de propiedades y su importancia en la industria turística.
- Funcionalidades comunes de un PMS y su impacto en la eficiencia operativa.

Ventajas de las Herramientas Open Source

- Beneficios de utilizar herramientas de código abierto en comparación con soluciones propietarias.
- Visión general de las principales herramientas open source para PMS.

Módulo 2: Instalación y Configuración de Herramientas Open Source

Selección de Herramientas Open Source

- Evaluación de diferentes herramientas open source disponibles para PMS.
- Consideraciones para la selección de la herramienta adecuada según las necesidades específicas del negocio.

Instalación y Configuración Básica

- Pasos para instalar y configurar la herramienta seleccionada en un entorno local o en la nube.
- Configuración de parámetros básicos, como tipos de habitaciones, tarifas y políticas de reserva.

Módulo 3: Gestión de Reservas y Clientes

Procesamiento de Reservas

- Gestión de reservas entrantes, incluyendo la creación, modificación y cancelación de reservas.
- Uso de funciones automatizadas para confirmaciones de reserva y recordatorios de pago.

Gestión de Clientes y Estadísticas

- Creación y mantenimiento de perfiles de clientes, incluyendo información de contacto y preferencias.
- Generación de informes y estadísticas sobre la ocupación, los ingresos y otros indicadores clave de rendimiento.

Módulo 4: Integración y Personalización Avanzada

Integración con Otros Sistemas

- Integración del PMS con otros sistemas y herramientas, como sistemas de gestión de ingresos, canales de distribución y sistemas de contabilidad.
- Uso de APIs y herramientas de integración para facilitar la comunicación entre sistemas.

Personalización Avanzada y Desarrollo de Funcionalidades Adicionales

- Exploración de opciones para personalizar y extender las funcionalidades del PMS según las necesidades específicas del negocio.
- Plugins y módulos adicionales

Herramientas CRM Open Source para hostelería: Automatización de Procesos y Optimización de Venta o cómo automatizar procesos y flujos de trabajo, detectar tendencias de consumo y oportunidades de Upselling

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Utilizar un CRM open source para mejorar la gestión de clientes en hostelería.
- **Contenido:** Intalación, configuración inicial, gestión de contactos, automatización y análisis de datos.
- **Herramientas:** Open CRM, Odoo, otras

Contenidos

Módulo 1: Introducción al CRM en Hostelería

Conceptos Básicos de CRM

- Definición de CRM y su importancia en la industria de la hostelería.
- Beneficios de utilizar un CRM para la gestión de clientes y la fidelización.
- Ventajas de los CRM Open Source
- Exploración de las ventajas de utilizar un CRM open source en comparación con soluciones propietarias.
- Visión general de los principales CRM open source disponibles para el sector de la hostelería.

Módulo 2: Instalación y Configuración Inicial

Selección y Preparación del CRM

- Evaluación de diferentes opciones de CRM open source y selección del más adecuado para las necesidades del negocio.
- Preparación del entorno y requisitos para la instalación del CRM.

Instalación y Configuración Básica

- Pasos para instalar el CRM seleccionado en un entorno local o en la nube.
- Configuración inicial del CRM, incluyendo la creación de usuarios y la configuración de roles y permisos.

Módulo 3: Gestión de Contactos y Clientes

Captura y Gestión de Contactos

- Importación de contactos existentes en el CRM y captura de nuevos contactos.
- Organización y segmentación de contactos según criterios relevantes para la hostelería.

Interacciones con los Clientes

- Registro de interacciones con los clientes, incluyendo llamadas, correos electrónicos y reuniones.
- Seguimiento de actividades y recordatorios para un seguimiento efectivo de los clientes.

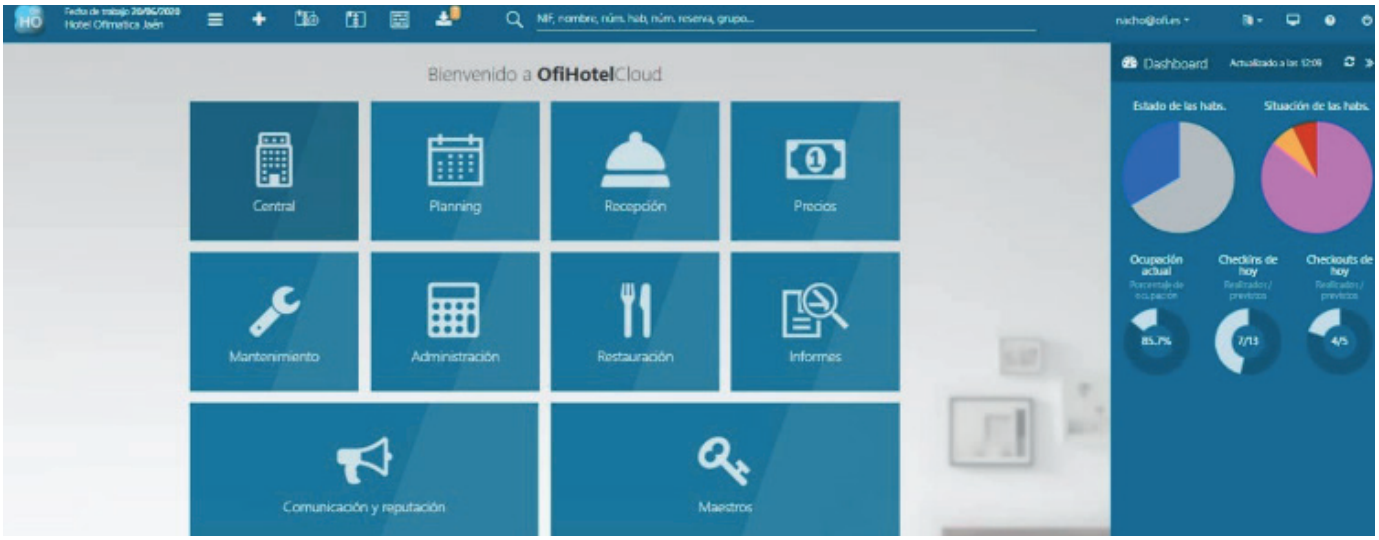
Módulo 4: Automatización y Análisis de Datos

Automatización de Procesos

- Configuración de flujos de trabajo automatizados para tareas repetitivas, como seguimiento de correos electrónicos y recordatorios de seguimiento.
- Uso de reglas de negocio para automatizar acciones basadas en eventos específicos.

Análisis de Datos y Reporting

- Generación de informes y análisis de datos para medir el rendimiento del CRM y la efectividad de las estrategias de gestión de clientes.
- Utilización de herramientas de análisis integradas y personalización de informes según las necesidades del negocio.



Gestión Hotelera y Sistema de Reservas con OfiHotel

Datos generales del curso

- **Objetivo:** Utilizar OFIHOTEL como el software para la gestión y registro de las operaciones y funciones básicas en un hotel.
- **Contenido:** Configuración y uso de OFIHOTEL, software para hoteles especializado para la mecanización total de la actividad administrativa, comercial y gerencial
- **Herramientas:** OfiHotel, WhatsApp Business, otras.

Contenidos

Módulo 1. Introducción

- ¿Qué es un PMS?
- Ventajas de usar un PMS
- ¿Qué es OFIHOTEL?

Módulo 2. Administrar OFIHOTEL

- Facturación
- Producción
- Estadísticas

Módulo 3. Recepción en OFIHOTEL

- Reservas
- Precios
- Cuadro de habitaciones
- Entradas individuales y de grupo
- Entradas de grupo
- Gestionar salidas
- Facturas

Módulo 4. Operaciones periódicas

- Saldo pendientes de clientes alojados
- Gestionar la lista de Entradas/Salidas
- Fin del día
- Hospedería

Módulo 5. Listado de recepción

- Alfabético de clientes alojados, entradas y salidas del día
- Estado habitaciones y habitaciones sin Ocupación
- Facturaciones pendientes de particulares o extras
- Diario de facturas

Módulo 6. Gestiones

- Selección de pagos globales
- Listín telefónico
- Contratos comerciales
- Cuadro de gobernanta

Módulo 7. Otras funciones OFIHOTEL

- Ficha de policía (entradas)
- Ficha de policía (salidas)
- Invitaciones

Módulo 8. Director

- Incidencias
- Producción de cargos
- Estadísticas genéricas
- Anulación de reservas según prepago y cancelación de facturas registradas

Módulo 9. Áreas transversales

UD1. WhatsApp Business para mejorar la comunicación con los clientes

- Identificación de Whatsapp Business
- Especificación de los contenidos de la herramienta y usos
- Descripción de los principios básicos del Whatsapp Business como herramienta de marketing

UD2. Firma electrónica (I)

- Introducción
- Régimen Jurídico Aplicable
- Concepto de Firma electrónica
- Tipos de Firma
- Usos de la Firma Electrónica
- Formatos de la Firma Electrónica

UD3. Firma electrónica (II)

- Dispositivos de Firma Electrónica
- Sistemas de certificación de prestadores de servicios de certificación y dispositivos de creación de firma electrónica
- La firma electrónica como medio de prueba en juicio
- Documentos firmados electrónicamente
- Servicios de certificación
- Concepto de portadores en servicios de certificación sujetos a la Ley
- Infracciones
- Sanciones

UD4. Certificado electronico

- Certificado electrónico
- Entidades emisoras certificadas
- Tipo de certificado electrónico
- Clases de certificado electrónicos
- Procedimientos de obtención de un certificado electrónico de persona física
- Realizar una copia de seguridad del certificado electrónico
- La confidencialidad del certificado electrónico
- Extinción de la vigencia de los certificados electrónicos
- Suspensión de la vigencia de los certificados electrónicos
- Disposiciones comunes a la extinción y suspensión de la vigencia.

UD5. Certificados reconocidos

- Certificados reconocidos
- Obligaciones previas a la expedición de certificados reconocidos
- ¿Cómo comprobamos la identidad?
- Equivalencia internacional de los certificados reconocidos

UD6. Documento Nacional de Identidad Electrónico

- Introducción
- Régimen jurídico aplicable
- Aspectos comunes del DNI y el DNIe
- Documento Nacional de Identidad Electrónico
- Ventajas que nos ofrece el DNIe
- Descripción física del DNIe
- Requisitos para la utilización del DNIe
- Validación del DNIe
- Seguridad del DNIe
- Código PIN

Gestión de Negocios Online 2.0

Datos generales del curso

- **Objetivo:** comprender y aplicar los conocimientos técnicos propios de la actividad de un negocio online relativos a la planificación, logística, marketing, servicio, tecnología y comunicación.
- **Contenido:** Análisis y desarrollo de planes de negocios online, creación una página web con una tienda virtual. Gestión, posicionamiento, marketing, logística y seguridad de una tienda virtual.
- **Herramientas:** Google Adwords, Google Analytics, diversas redes sociales, WhatsApp Business, otras.

Contenidos

Módulo 1. El desarrollo del negocio online

- Cómo iniciar un proyecto de negocios online.
- El análisis de la solidez del futuro del negocio online.
- Objetivos: ¿Tienda virtual, escaparate o canal de comunicación?
- Riesgos antes de comenzar con el negocio online.
- Casos de éxito: Negocios que funcionan en Internet.

Módulo 2. Cómo desarrollar un adecuado plan de negocios online.

- Online Business Plan.
- Resumen ejecutivo.
- Definir el negocio: público objetivo y mercado potencial.
- Especificación del producto o servicio.
- Requerimientos humanos y tecnológicos.
- Organización interna del negocio online.
- Desarrollo del Plan de Marketing Estratégico.
- El Plan económico-financiero.
- Timing de implantación del negocio Online.

Módulo 3. Diseño y usabilidad de la página web del negocio online.

- Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.
- Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida.
- Prácticos: Aplicaciones de software disponibles.
- Caso real: Virtual Shop.
- Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice.
- Cómo realizar el mantenimiento: pedidos, facturas, etc.
- Diseño y usabilidad de la página web.
- Consejos para el diseño web.

Módulo 4. Seguridad en las transacciones de venta online.

- Requerimientos de seguridad en la venta Online.
- Protocolos de seguridad existentes y cómo deben seguirse.
- Cómo garantizar la seguridad en la pasarela de pago.
- Adquirir un certificado de seguridad digital.
- Cumplir con la legislación vigente: protección de datos.

Módulo 5. La logística de un negocio online

- Identificación de las necesidades logísticas del negocio Online.
- La gestión práctica del almacenaje y la distribución del producto.
- Caso real: Elegir un sistema de información logístico.
- La gestión de las relaciones con las empresas de transporte.
- La posibilidad de externalizar los servicios de logística.
- Caso de Éxito: La logística en un negocio Online.

Módulo 6. Posicionamiento seo de la página web.

- Claves para el posicionamiento SEO de la página Web.
- Definición de la estrategia de posicionamiento SEO.
- Cómo elegir un buen profesional analista SEO.
- Aplicación de los principios del SEO al Negocio Online.

Módulo 7. Marketing en buscadores o sem.

- Posicionamiento del negocio Online a través del SEM.
- Cómo realizar una correcta segmentación del target objetivo.
- Aplicación y uso del Google Adwords para el posicionamiento de la web.
- Cómo contratar una campaña SEM con Google Adwords.

Módulo 8. Cómo promocionar el negocio online: atraer tráfico a la web.

- El Plan de Marketing Online.
- Cuánto debemos invertir en promoción online.
- Planificar de forma eficaz las campañas de e-mail Marketing.
- La gestión práctica de una campaña de “banners”.
- Participar en los programas de Afiliados.
- Cuándo recurrir a las Agencias de Publicidad Online.

Módulo 9. Ofrecer el mejor servicio de atención al cliente.

- Conseguir la fidelidad del cliente hacia el Negocio Online.
- Caso real: Sistemas de e-CRM actuales.
- Dar soporte a la Atención al Cliente en el Negocio Online.
- Recuperar al cliente insatisfecho: reclamaciones y quejas.

Módulo 10. Tecnología, comunicación online y redes sociales

- Adaptarse al rápido avance de las tecnologías
- Redes Sociales actuales y tendencias futuras
- Redes Sociales genéricas: FaceBook, Twitter, linkedin, Google Plus, etc.
- Redes Sociales específicas: Flickr, Google Maps, Youtube, etc.
- Nuevos dispositivos de comunicación: Smartphones, Tablets, etc.
- Otras Redes sociales: Foursquare, FaceBook Places, Gowalla, etc.
- El futuro de las tecnologías y de la comunicación online
- Evolución hacia la Web .

Módulo 11. Captación y fidelización de clientes a través de las redes sociales

- Branding en Redes Sociales.
- Orientar una página de Facebook a la captación de seguidores.
- Gestionar un perfil en Twitter y convertirse en referente.
- Aprovechar el potencial de Google Plus.
- Estar en otras redes sociales temáticas: Youtube, Flickr, etc.
- Aplicaciones para aprovechar las ventajas de la Geolocalización.
- Social Shopping: cómo vender a través de redes sociales.

Módulo 12. Gestión de blog corporativo.

- Coste y requerimientos para el desarrollo de un Blog corporativo.
- Técnicas para atraer tráfico de calidad a través del Blog.
- Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente.
- El Blog en la estrategia online del hotel: Facebook Connect, etc.
- Ejercicio práctico : Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso
- Ejercicio práctico : Cómo crear un blog con Wordpress, paso a paso.

Módulo 13. Marketing.

- Value Management: Prepararse para el Marketing ..
- Co-Creation: El cliente como creador del producto.
- Comunidades: Comunicación Cliente-Cliente.
- Creación de campañas de Comunicación en la Web Semántica.
- El impacto del Marketing . en la estrategia de la empresa.
- Sostenibilidad y Responsabilidad Social en el nuevo Marketing.
- Ejemplo Real: Nuestra marca y su ADN social.
- Ejercicio Práctico: Crear una estrategia de Marketing dinámica ..

Módulo 14. Análisis y estadísticas.

- Cómo controlar del negocio online de forma eficaz
- Análisis de los indicadores de información general.
- Caso práctico: Uso de Google Analytics para la medición de la Web.
- Evaluación de la reputación de la marca en Internet.
- El Cuadro de Mando del negocio Online.
- Otras aplicaciones de medición de tráfico
- Ejercicio práctico: Aplicación del Cuadro de Mando.

Módulo 15. Requisitos legales en la actividad de un negocio online.

- La Sociedad y la forma legal más adecuada.
- La gestión de la protección de datos.

- Las condiciones de Contratación.
- Servicios de la sociedad de información y el Comercio Electrónico.
- Ley de Ordenación del comercio minorista.

Módulo 16. Áreas transversales

UD1. WhatsApp Business para mejorar la comunicación con los clientes

- Identificación de Whatsapp Business
- Especificación de los contenidos de la herramienta y usos
- Descripción de los principios básicos del Whatsapp Business como herramienta de marketing

UD2. Firma electrónica (I)

- Introducción
- Régimen Jurídico Aplicable
- Concepto de Firma electrónica
- Tipos de Firma
- Usos de la Firma Electrónica
- Formatos de la Firma Electrónica

UD3. Firma electrónica (II)

- Dispositivos de Firma Electrónica
- Sistemas de certificación de prestadores de servicios de certificación y dispositivos de creación de firma electrónica
- La firma electrónica como medio de prueba en juicio
- Documentos firmados electrónicamente
- Servicios de certificación
- Concepto de portadores en servicios de certificación sujetos a la Ley
- Infracciones
- Sanciones

UD4. Certificado electronico

- Certificado electrónico
- Entidades emisoras certificadas
- Tipo de certificado electrónico
- Clases de certificado electrónicos
- Procedimientos de obtención de un certificado electrónico de persona física
- Realizar una copia de seguridad del certificado electrónico
- La confidencialidad del certificado electrónico
- Extinción de la vigencia de los certificados electrónicos
- Suspensión de la vigencia de los certificados electrónicos
- Disposiciones comunes a la extinción y suspensión de la vigencia.

UD5. Certificados reconocidos

- Certificados reconocidos
- Obligaciones previas a la expedición de certificados reconocidos
- ¿Cómo comprobamos la identidad?
- Equivalencia internacional de los certificados reconocidos

UD6. Documento Nacional de Identidad Electrónico

- Introducción
- Régimen jurídico aplicable
- Aspectos comunes del DNI y el DNIe
- Documento Nacional de Identidad Electrónico
- Ventajas que nos ofrece el DNIe
- Descripción física del DNIe
- Requisitos para la utilización del DNIe
- Validación del DNIe
- Seguridad del DNIe
- Código PIN

Diseño con Canva

Datos generales del curso

- **Objetivo:** adquirir una base sólida de conocimientos que permita crear gráficos profesionales empleando la herramienta Canva**.**
- **Contenido:** Herramientas de Canva, crear y exportar diseños, uso de plantillas y otras opciones de Canva.
- **Herramientas:** Canva, WhatsApp Business, otras.

Contenidos

Módulo 1. Introducción a Canva

- ¿Qué es Canva?
- Abrir tu cuenta
- Exploración de la plataforma online para conocer sus potenciales

Módulo 2. Herramientas básicas de Canva I

- Espacios de trabajo
- Dimensiones de las hojas de trabajo
- Formas y líneas
- Colores y transparencias
- Textos y efectos

Módulo 3. Herramientas básicas de Canva II

- Iconos
- Superponer y agrupar distintos elementos
- Fondos
- Edición y manipulación de fotografías
- Agregar hojas y notas al margen

Módulo 4. Exportación de diseños

- Guardar diseños
- Carpeta personalizada de diseño guardados
- Opciones y formatos de exportación de diseños
- Descargar vídeos

1. Como compartir diseños

Módulo 5. Plantillas de diseño mas utilizadas y como usarlas

- Formatos para las distintas Redes Sociales (Instagram, Facebook, Tiktok...)
- Formatos para negocio (Creación de logos, facturas, CV, presentaciones...)

Módulo 6. Otras opciones de Canva

- Canva para Smartphone
- Canva PRO

Módulo 7. Áreas transversales

UD1. WhatsApp Business para mejorar la comunicación con los clientes

- Identificación de Whatsapp Business
- Especificación de los contenidos de la herramienta y usos
- Descripción de los principios básicos del Whatsapp Business como herramienta de marketing

UD2. Firma electrónica (I)

- Introducción
- Régimen Jurídico Aplicable
- Concepto de Firma electrónica
- Tipos de Firma
- Usos de la Firma Electrónica
- Formatos de la Firma Electrónica

UD3. Firma electrónica (II)

- Dispositivos de Firma Electrónica
- Sistemas de certificación de prestadores de servicios de certificación y dispositivos de creación de firma electrónica
- La firma electrónica como medio de prueba en juicio
- Documentos firmados electrónicamente
- Servicios de certificación
- Concepto de portadores en servicios de certificación sujetos a la Ley
- Infracciones
- Sanciones

UD4. Certificado electronico

- Certificado electrónico
- Entidades emisoras certificadas
- Tipo de certificado electrónico
- Clases de certificado electrónicos

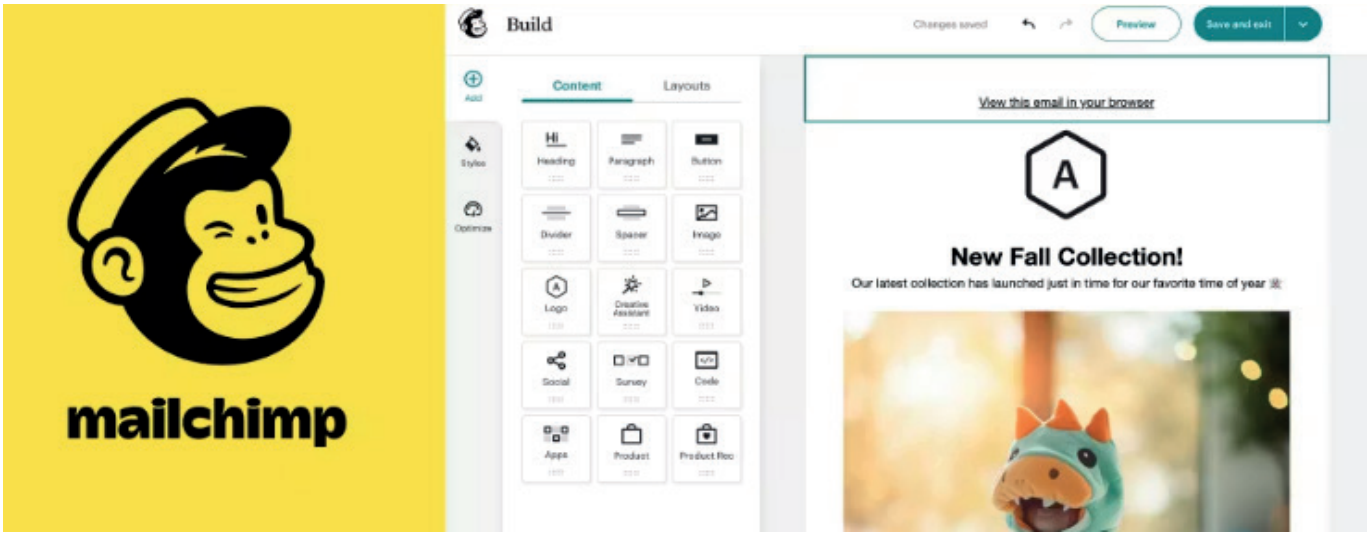
- Procedimientos de obtención de un certificado electrónico de persona física
- Realizar una copia de seguridad del certificado electrónico
- La confidencialidad del certificado electrónico
- Extinción de la vigencia de los certificados electrónicos
- Suspensión de la vigencia de los certificados electrónicos
- Disposiciones comunes a la extinción y suspensión de la vigencia.

UD5. Certificados reconocidos

- Certificados reconocidos
- Obligaciones previas a la expedición de certificados reconocidos
- ¿Cómo comprobamos la identidad?
- Equivalencia internacional de los certificados reconocidos

UD6. Documento Nacional de Identidad Electrónico

- Introducción
- Régimen jurídico aplicable
- Aspectos comunes del DNI y el DNIe
- Documento Nacional de Identidad Electrónico
- Ventajas que nos ofrece el DNIe
- Descripción física del DNIe
- Requisitos para la utilización del DNIe
- Validación del DNIe
- Seguridad del DNIe
- Código PIN



Mailchimp. Experto en Email Marketing

Datos generales del curso

- **Objetivo:** adquirir los conocimientos esenciales para crear y gestionar campañas promocionales mediante newsletter con Mailchimp
- **Contenido:** Introducción a las campañas de email marketing y a Mailchimp. Segmentaci´n de mercado y análisis SEO.
- **Herramientas:** Mailchimp, WhatsApp Business, otras.

Contenidos

Módulo 1. Presentación del curso

- Principales definiciones
- La teoría de la búsqueda
- Distinciones entre SEO y SEM

Módulo 2. Elementos principales

- Visión general de los objetivos del email marketing
- Uso de la experiencia para un mejor rendimiento

Módulo 3. Características y funcionalidad de los buscadores

- Caraterísticas
- Pago por click
- Principales buscadores y plataformas Ads

Módulo 4. Medición como factor de éxito en campañas de email marketing

- Logrando resultados con AIDA
- Estrategias del email marketing
- Definiciones de ROI vs. ROAS

Módulo 5. Introducción a Mailchimp

- MailChimp
- Modelo gratuito o modelo de pago
- Creación de una cuenta en MailChimp
- Configuración de la cuenta de MailChimp
- Verificación de dominios emisores de emails

Módulo 6. Papel del marketing en el sistema económico y en la gestión empresarial

- Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
- La función del marketing en el sistema económico.
- El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa. Las tendencias actuales en el marketing.
- Marketing y dirección estratégica.

Módulo 7. La segmentación del mercado

- Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones.
- Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz.
- Las estrategias de cobertura del mercado.
- Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori.

Módulo 8. Analizar el clickstream

- Búsqueda interna de nuestro sitio
- Análisis de la optimización SEO
- Tráfico de la búsqueda orgánica
- Indexar por motores de búsqueda
- Objetivos, ingresos y rentabilidad (ROI)
- Búsquedas de Pago PPC
- Tráfico Directo
- Campañas de Mailing
- Análisis avanzado: flash, vídeo y widgets

Módulo 9. Áreas transversales

UD1. WhatsApp Business para mejorar la comunicación con los clientes

- Identificación de Whatsapp Business
- Especificación de los contenidos de la herramienta y usos
- Descripción de los principios básicos del Whatsapp Business como herramienta de marketing

UD2. Firma electrónica (I)

- Introducción
- Régimen Jurídico Aplicable
- Concepto de Firma electrónica
- Tipos de Firma

- Usos de la Firma Electrónica
- Formatos de la Firma Electrónica

UD3. Firma electrónica (II)

- Dispositivos de Firma Electrónica
- Sistemas de certificación de prestadores de servicios de certificación y dispositivos de creación de firma electrónica
- La firma electrónica como medio de prueba en juicio
- Documentos firmados electrónicamente
- Servicios de certificación
- Concepto de portadores en servicios de certificación sujetos a la Ley
- Infracciones
- Sanciones

UD4. Certificado electronico

- Certificado electrónico
- Entidades emisoras certificadas
- Tipo de certificado electrónico
- Clases de certificado electrónicos
- Procedimientos de obtención de un certificado electrónico de persona física
- Realizar una copia de seguridad del certificado electrónico
- La confidencialidad del certificado electrónico
- Extinción de la vigencia de los certificados electrónicos
- Suspensión de la vigencia de los certificados electrónicos
- Disposiciones comunes a la extinción y suspensión de la vigencia.

UD5. Certificados reconocidos

- Certificados reconocidos
- Obligaciones previas a la expedición de certificados reconocidos
- ¿Cómo comprobamos la identidad?
- Equivalencia internacional de los certificados reconocidos

UD6. Documento Nacional de Identidad Electrónico

- Introducción
- Régimen jurídico aplicable
- Aspectos comunes del DNI y el DNIe
- Documento Nacional de Identidad Electrónico
- Ventajas que nos ofrece el DNIe
- Descripción física del DNIe
- Requisitos para la utilización del DNIe
- Validación del DNIe
- Seguridad del DNIe
- Código PIN

CATÁLOGO FORMATIVO

Cámara Oviedo

Principado de Asturias

Consejería de Presidencia,
Reto Demográfico,
Igualdad y Turismo