



# Catálogo de Especialidades Formativas

## PROGRAMA FORMATIVO

### MARKETING DE DESTINOS TURÍSTICOS EN INTERNET

**Versión 1**

Agosto 2025

## IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

|                                            |                                              |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>Denominación de la especialidad:</b>    | MARKETING DE DESTINOS TURÍSTICOS EN INTERNET |
| <b>Familia Profesional:</b>                | COMERCIO Y MARKETING                         |
| <b>Área Profesional:</b>                   | MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS              |
| <b>Código:</b>                             | COMM0104                                     |
| <b>Nivel de cualificación profesional:</b> | 2                                            |

### Objetivo general

Aplicar herramientas y recursos para la gestión de páginas web en los motores de búsqueda de destinos turísticos.

### Relación de módulos de formación

|                 |                                                                |          |
|-----------------|----------------------------------------------------------------|----------|
| <b>Módulo 1</b> | Marketing digital y su influencia en la promoción turística    | 15 horas |
| <b>Módulo 2</b> | Usos del Marketing en buscadores de destinos turísticos        | 15 horas |
| <b>Módulo 3</b> | Recursos y herramientas de diseño web de buscadores turísticos | 20 horas |

### Modalidades de impartición

**Presencial**

**Teleformación**

### Duración de la formación

|                                                             |          |
|-------------------------------------------------------------|----------|
| <b>Duración total en cualquier modalidad de impartición</b> | 50 horas |
|-------------------------------------------------------------|----------|

|                      |                                                      |
|----------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Teleformación</b> | Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas |
|----------------------|------------------------------------------------------|

### Requisitos de acceso del alumnado

|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Acreditaciones / titulaciones</b> | Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"><li>-Certificado de profesionalidad de nivel 1</li><li>-Título Profesional Básico (FP Básica)</li><li>-Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente</li><li>-Título de Técnico (FP Grado medio) o equivalente</li><li>-Certificado de profesionalidad de nivel 2</li><li>-Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Medio</li><li>-Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad</li></ul> |
| <b>Experiencia profesional</b>       | No se requiere                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                   |                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Modalidad de teleformación</b> | Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa. |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Prescripciones de formadores y tutores

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Acreditación requerida</b>                   | <p>Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo.</li> <li>- Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo.</li> <li>- Técnico Superior, preferiblemente de la familia profesional de Comercio y marketing.</li> <li>- Certificados de profesionalidad de nivel 3, preferiblemente de la familia profesional de Comercio y marketing.</li> </ul> |
| <b>Experiencia profesional mínima requerida</b> | Se requiere 1 año en el ámbito de Marketing y Relaciones Públicas, en caso de disponer de formación. Se requieren 3 años en el ámbito de Marketing y Relaciones Públicas, en caso de no disponer de formación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Competencia docente</b>                      | <p>Se requiere cumplir como mínimo con alguno de los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia docente acreditable de, al menos, 150 horas, en los últimos 2 años, relacionada con la Familia Profesional de Comercio y Marketing.</li> <li>- Seis meses de experiencia docente en el sector o en su defecto, aportar una de las siguientes titulaciones: Máster del profesorado, Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Certificado Profesional de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo SSCE0110.</li> <li>- Titulaciones universitarias de Psicología/Pedagogía o Psicopedagogía, Máster universitario de Formación de formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.</li> </ul>                                                                                                                                                 |
| <b>Modalidad de teleformación</b>               | Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

### Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

| <b>Espacios formativos</b> | <b>Superficie m<sup>2</sup> para 15 participantes</b> | <b>Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)</b> |
|----------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Aula de gestión            | 45.0 m <sup>2</sup>                                   | 2.4 m <sup>2</sup> / participante                                    |

| <b>Espacio formativo</b> | <b>Equipamiento</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aula de gestión          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesa y silla para el formador</li> <li>- Mesas y sillas para el alumnado</li> <li>- Material de aula</li> <li>- Pizarra</li> <li>- PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador</li> <li>- PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes</li> <li>- Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa.</li> <li>- Herramienta SEO y SEM (Google Search Console, SEMrush...)- Herramientas de analítica web (Google Analytics, Google Optimizer y Adobe Analytics)- Aplicaciones de diseño gráfico (Photoshop, Illustrator, Canva,...)- Herramientas de prototipado y wireframing (Sketch, Figma, Adobe XD,...)- Plataformas CMS (WordPress, Joomla, Wix,...)- Software de inteligencia artificial y chatbots (ChatGPT,...)- Herramientas de gestión integral (HubSpot Social Media Tools,...)- Herramientas de monitorización integral: Talkwalker, Socialbakers- Herramientas de análisis de rendimiento: Google PageSpeed Insights, GTMetrix</li> </ul> |

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 m<sup>2</sup>/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.

### Características

- La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones.
- Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

### Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

#### • Infraestructura:

Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

- a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
- b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.

Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

#### • Software:

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.

- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

#### • **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:

- Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
- Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).

- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

### **Material virtual de aprendizaje:**

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

### **Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados**

- 26301011 AGENTES DE DESARROLLO TURÍSTICO
- 26301039 TÉCNICOS EN EMPRESAS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS
- 44211026 EMPLEADOS DE AGENCIAS DE VIAJES, EN GENERAL
- 44211053 TÉCNICOS DE PRODUCTO EN AGENCIAS DE VIAJE
- 44211062 TÉCNICOS DE PROMOCIÓN AGENCIAS DE VIAJE

### **Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación**

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

### **Centro Móvil**

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

### OBJETIVO

Identificar las estrategias efectivas de marketing online y el uso de medios sociales para la promoción de marca en los entornos turísticos.

### DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

15 horas

**Teleformación:**

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Definición del Marketing online
  - Bases del Social Media Marketing
  - Fomento de campañas turísticas sostenibles
  - Definición de la nueva persona consumidora
  - Marketing 3.0
  - Detección de tendencias
  - Nuevo escenario publicitario
  - Medición de acciones online
- Enumeración de herramientas de marketing digital
  - Email Marketing
  - Redes sociales y comunidades virtuales
  - Medición y analítica web
  - Medición del impacto ambiental de las acciones de marketing
- Situación del Marketing en buscadores de destinos turísticos
  - Definición del marketing en buscadores (SEM y SEO)
  - Importancia del marketing en buscadores para la promoción turística
  - Principales buscadores y su relevancia para el sector turístico

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Reflexión sobre el impacto de las acciones en medios sociales para optimizar las campañas de marketing online.
- Predisposición al manejo de herramientas de Social Media Optimization (SMO).
- Rigor para gestionar el posicionamiento web tanto en factores "on the page" como "off the page".

## OBJETIVO

Identificar estrategias efectivas de Marketing en buscadores, tanto SEO (Search Engine Optimization) como SEM (Search Engine Marketing), con el fin de posicionar y promocionar destinos turísticos.

## DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

15 horas

### Teleformación:

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Indicación de la optimización en motores de búsqueda para destinos turísticos (SEO)
  - Definición del SEO
  - Estrategias SEO para promocionar destinos turísticos
  - Optimización de contenidos y descripciones de atracciones turísticas
  - Adaptación de contenidos con un enfoque en prácticas responsables y sostenibilidad local
  - Herramientas para análisis SEO en destinos turísticos: Google Search Console, SEMrush
  - Herramientas SEO de fomento a las iniciativas ecológicas
  - Herramientas de gestión integral: HubSpot Social Media Tools
  - Herramientas de monitorización integral: Talkwalker, Socialbakers
- Análisis del uso de la publicidad en buscadores aplicada a destinos turísticos (SEM)
  - Definición y diferencias entre SEO y SEM
  - Introducción a Google Ads: campañas de búsqueda para destinos turísticos
  - Segmentación geográfica y de intereses para captar personas viajeras potenciales
  - Presupuesto y gestión de campañas pagadas para destinos
  - Medición de resultados: CTR, Conversiones, ROI en campañas SEM
- Aplicación del Marketing de contenidos y posicionamiento en buscadores
  - Creación de contenido relevante para personas viajeras
  - Optimización de blogs, guías y artículos de viajes para buscadores
  - Estrategias de storytelling y blogging para atraer tráfico turístico
  - Colaboraciones con influencers de viajes y SEO
  - Video marketing y su impacto
- Identificación de tendencias actuales en Marketing de buscadores para el turismo
  - La búsqueda por voz en la promoción de destinos turísticos
  - Posicionamiento en Google Maps
  - SEO local para destinos turísticos
  - El papel de la Inteligencia Artificial y las búsquedas personalizadas
  - Uso de la realidad aumentada en buscadores turístico

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Atención a las herramientas de optimización de sitios web turísticos.
- Sentido crítico en relación a las tendencias actuales en la industria turística y su promoción online.
- Responsabilidad por mejorar la visibilidad de los destinos turísticos y aumentar su atractivo para las personas viajeras.

### **MÓDULO DE FORMACIÓN 3: Recursos y herramientas de diseño web de buscadores turísticos**

#### **OBJETIVO**

Aprender recursos y herramientas de diseño web específicas para el sector turístico, con el fin de crear sitios web atractivos, eficientes y optimizados.

#### **DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:**

20 horas

#### **Teleformación:**

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

#### **RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

---

##### **Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas**

- Contextualización del diseño web en el turismo
  - Importancia del diseño web en la industria turística
  - Tendencias actuales en diseño de sitios web turísticos
  - Diseño web con enfoque en la sostenibilidad
  - Relación entre usabilidad y experiencia de la persona usuaria (UX)
  - Uso de elementos interactivos para concienciar sobre turismo responsable
- Desarrollo de las implicaciones de la experiencia de la persona usuaria y conversiones en la web turística
  - Diseño web y experiencia de persona usuaria (UX) aplicada a la promoción turística
  - Optimización de landing pages para captar visitantes
  - Mejora de la navegación y estructura de sitios turísticos para buscadores
  - Importancia de la velocidad de carga y su impacto en SEO
  - Medición de conversiones y mejora de la tasa de conversión en destinos turísticos
- Exposición del diseño centrado en el marketing digital
  - Integración de técnicas SEO en el diseño web
  - Diseño web optimizado para campañas SEM
  - Creación de landing pages para destinos turísticos
- Identificación de recursos y herramientas de diseño web
  - Herramientas básicas de diseño gráfico: Photoshop, Illustrator, Canva
  - Herramientas de prototipado y wireframing: Sketch, Figma, Adobe XD
  - Plataformas CMS (Content Management System): WordPress, Joomla, Wix
  - Plugins y plantillas especializadas para turismo
- Diseño de interfaces para buscadores de destinos turísticos
  - Características de los buscadores turísticos más eficientes

- Interfaz de la persona usuaria (UI): elementos clave en el diseño para búsqueda de destinos
- Diseño de filtros y opciones de búsqueda avanzadas
- Herramientas de análisis de rendimiento: Google PageSpeed Insights, GTMetrix
- Técnicas de optimización de velocidad de páginas
- Medición del rendimiento de la web
  - Introducción a Google Analytics y otras herramientas de medición
  - Métricas clave para sitios web turísticos
  - Evaluación y mejora continua de la web
- Desarrollo de tendencias en el diseño web turístico
  - Webs interactivas con elementos multimedia
  - Realidad aumentada y realidad virtual en la presentación de destinos
  - Aplicación de inteligencia artificial y chatbots en webs turísticas
  - Aplicación de tecnologías verdes en las interacciones digitales

### **Habilidades de gestión, personales y sociales**

- Asimilación de los principios de usabilidad, optimización y marketing digital en el diseño de plataformas web turísticas.
- Interés por las herramientas que potencian una mejora de la experiencia de la persona usuaria en las plataformas web.
- Atención a los recursos y herramientas de diseño web específicas para el sector turístico.

### **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.