DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA

CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
62360019	MARKETING DIGITAL PARA PRODUCTOS TURISTICOS
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: COMERCIO
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 25/01/2024 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	48 horas

JUSTIFICACIÓN:

En la actualidad, el turismo ha demostrado ser una de las industrias más dinámicas y resilientes del mundo. Según el barómetro de la OMT (Organización Mundial del Turismo), la recuperación del sector turístico prosigue su rápida evolución en 2023. Los ingresos del turismo internacional volvieron a superar la barrera del billón de dólares en 2022, con un crecimiento del 50 % en términos reales en comparación con 2021, propiciado por el notable repunte de los viajes internacionales.

A pesar de los desafíos que ha superado el sector, en la mayoría de los países latinoamericanos se mantienen algunos factores como la inflación y los altos precios del petróleo, los cuales se traducen en un aumento de los costos logísticos del transporte y el alojamiento. Colombia es referente para el turismo de América Latina y el Caribe, que según el Financial Times fDi Intelligence, es un claro ejemplo de cómo liderar la recuperación al ocupar el segundo lugar en número de proyectos turísticos de inversión extranjera directa (IED) de nueva planta, detrás de México.

En este orden de ideas, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA no puede ser ajeno a esta realidad y por lo tanto se hace relevante, la coherencia y la pertinencia de la oferta académica con las políticas gubernamentales del turismo en armonía con la vida (Plan sectorial de turismo 2022 2026). En consecuencia, se presenta el programa de formación complementaria: Marketing digital para productos turísticos, como una respuesta a las necesidades de promoción y divulgación de las empresas turísticas, que, a través del posicionamiento digital, busca incrementar las posibilidades de expansión en nuevos segmentos del mercado nacional e internacional.

Referencias bibliográficas

- World Tourism Organization. (2023, junio 17). El turismo va camino de recuperar los niveles prepandémicos en algunas regiones en 2023. https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-va-camino-de-recuperar-los-niveles-prepandemicos-en-algunas-regiones-en-2023
- World Tourism Organization. (2023, mayo 9). Nuevos datos apuntan a una recuperación total del turismo con un vigoroso arranque en 2023. https://www.unwto.org/es/news/nuevos-datos-apuntan-a-una-recuperacion-total-del-turismo-con-un-vigoroso-arranque-en-2023
- Ministerio de comercio, industria y turismo MinCIT (2022), Plan sectorial de turismo 2022- 2026 Turismo en armonía con la vida. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/05022023_Plan_Sectorial_Turismo.pdf

Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

REQUISITOS DE INGRESO:	Aquellos que defina el Centro de Formación
ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias, el aprendizaje por proyectos y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El Instructor - Tutor El entorno Las TIC El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
260101074	Gestionar comunidades virtuales de acuerdo con técnicas de relaciones públicas y tipo de negocio

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Tratar publicaciones
Manejar contenidos
Interactuar con audiencia
Validar factores

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE
DESCRIPCIÓN
RA1: CONFIGURAR PLATAFORMAS DEL ECOSISTEMA TURÍSTICO DIGITAL DE ACUERDO CON NECESIDADES DEL SECTOR.
RA3: PAUTAR CONTENIDOS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN PLATAFORMAS DE PUBLICIDAD DIGITAL DE ACUERDO CON EL PRESUPUESTO DE MERCADEO DE LA EMPRESA.
RA2: PRODUCIR CONTENIDOS CREATIVOS MULTIFORMATO SEGÚN PLAN DE MARKETING DE LA ORGANIZACIÓN TURÍSTICA.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RA1:
BUYER PERSONA: CONCEPTO, SEGMENTACIÓN, ENTORNO, TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO, PSICOLOGÍA DEL CONSUMIDOR, TENDENCIAS DE COMPORTAMIENTO TURÍSTICO, SEO, COMUNIDADES DIGITALES, NICHOS, TRIBUS, MAPA DE EMPATÍA.
BENCHMARKING: CONCEPTO, ELEMENTOS, ASPECTOS, CLASIFICACIÓN, PLATAFORMAS PARA ANÁLISIS Y BENCHMARKING DIGITAL.
ECOSISTEMA DIGITAL TURÍSTICO: CONCEPTO, ELEMENTOS, PLATAFORMAS DE SOCIAL MEDIA, ANUNCIOS DIGITALES, E-COMMERCE, MARKETPLACE, CRM, INTELIGENCIA ARTIFICIAL, EMAIL MARKETING, GDS, DE MAPAS Y GEOMARKETING, ENTRE OTRAS.

RA2:
MARKETING DE CONTENIDOS: CONCEPTO, ESTRATEGIA, CLASIFICACIÓN, OBJETIVOS, RECOMENDACIONES, NORMATIVAS, PARRILLA Y CALENDARIO DE CONTENIDOS, PILARES DE CONTENIDOS, FUNNEL DE VENTAS O CONVERSIÓN.
COPYWRITING: REDACCIÓN CREATIVA, ORTOGRAFÍA, ESTRUCTURAS DE REDACCIÓN CREATIVA, TÉCNICAS DE PERSUASIÓN, STORYTELLING, GANCHOS, LLAMADOS A LA ACCIÓN (CTA), GUIONES, CONTENIDOS, TÍTULOS, DESCRIPCIONES, MENSAJES PERSONALIZADOS, PREGUNTAS FRECUENTES, GUIONES, NARRATIVA DE LA MARCA, PRISMA DE LA MARCA,
CREATIVIDAD: CONCEPTO, TÉCNICAS DE CREATIVIDAD, INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA IDEAS CREATIVAS, BRAINSTORMING.
CREACIÓN DE CONTENIDOS TURÍSTICOS: CONCEPTOS, FORMATOS, CLASIFICACIÓN, DISEÑO DE PIEZAS, ELABORACIÓN DE VIDEOS Y AUDIOS, PLATAFORMAS DE DISEÑO CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL.
E-COMMERCE: CONCEPTO, FUNNEL DE VENTAS DEL TURISMO, LEAD MAGNET, VENTAS DIGITALES, MÉTRICAS COMERCIALES, MÉTRICAS DE MARKETING DIGITAL,
MÉTRICAS TURÍSTICAS, MÉTRICAS CRM, MÉTRICAS DE SOCIAL MEDIA, LANDING PAGE, AGENDAMIENTO WEB.

RA3:
PUBLICIDAD DIGITAL: CONCEPTO, ELEMENTOS, CLASIFICACIÓN, PRESUPUESTO, MÉTRICAS, KPI´S, OBJETIVOS DE CAMPAÑAS, TESTEO DE CAMPAÑAS, ESCALAMIENTO DE CAMPAÑAS, ESTRUCTURA DE CAMPAÑAS Y ANUNCIOS, CAMPAÑAS DE DESTINOS TURÍSTICOS, PLATAFORMAS SOCIALES Y MARKETPLACE DE PAUTA DIGITAL.
MARKETING DE AFILIADOS: CONCEPTO, CLASIFICACIÓN, ELEMENTOS, INFLUENCERS, UGC, AFILIADOS,

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1:
EMPATIZAR CON EL BUYER PERSONA TURÍSTICO DE LA EMPRESA.
RECONOCER BENCHMARKING DIGITAL DE REFERENTES DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA.
ALISTAR LAS PLATAFORMAS DIGITALES DEL ECOSISTEMA TURÍSTICO DIGITAL.

RA2:
ELABORAR CALENDARIO DE CONTENIDOS TURÍSTICOS
REDACTAR GUIONES DE CONTENIDOS
REDACTAR COPYS DE CONTENIDOS
REDACTAR CORREOS ELECTRÓNICOS
ELABORAR PIEZAS BÁSICAS DE VIDEO
ELABORAR PIEZAS GRAFICAS
ELABORAR PIEZAS DE AUDIO
ESTRUCTURAR ELEMENTOS WEB COMO LANDING PAGE Y PÁGINAS DE AGENDAMIENTO.
PUBLICAR CONTENIDOS EN PLATAFORMAS DIGITALES.
RESPONDER REQUERIMIENTOS, COMENTARIOS, MENSAJES Y RESEÑAS DE LOS USUARIOS.

ANALIZAR MÉTRICAS DE RENDIMIENTO DEL ECOSISTEMA DIGITAL

RA3:
ELABORAR PRESUPUESTO Y OBJETIVOS DE PAUTA DIGITAL
REVISAR TEXTOS Y CREATIVOS PARA CAMPAÑAS DIGITALES
ESTRUCTURAR CAMPAÑA CON GRUPOS DE ANUNCIOS Y ANUNCIOS.
UBICAR CAMPAÑAS TURÍSTICAS EN PLATAFORMAS PAGADAS DIGITALES.
DESARROLLAR ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DIGITAL UGC, AFILIADOS Y DE MARKETING CON INFLUENCIA.
EVALUAR CAMPAÑAS DIGITALES

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1:
ENLISTA ELEMENTOS DEL BUYER PERSONA SEGÚN PRODUCTO TURÍSTICO Y TIPO DE CLIENTE.
ESTRUCTURA ECOSISTEMA DE LA MARCA TURÍSTICA SEGÚN OBJETIVOS DE MARKETING DIGITAL.

RA2:
ORGANIZA CALENDARIO DE CONTENIDOS DE LA MARCA TURÍSTICA SEGÚN ESTACIONALIDAD Y CULTURA LOCAL.
ESCRIBE TEXTOS CREATIVOS SEGÚN PLAN DE CONTENIDOS DE LA MARCA TURÍSTICA.
CREA CONTENIDOS MULTIFORMATO DE LA MARCA TURÍSTICA SEGÚN PLAN DE MARKETING DE LA EMPRESA.

RA3:
LANZA CAMPAÑAS DIGITALES DE LA MARCA TURÍSTICA SEGÚN PRESUPUESTO PROYECTADO.
EVALÚA RENDIMIENTO DE LAS CAMPAÑAS DIGITALES SEGÚN EL ANÁLISIS DIGITAL.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	ALTERNATIVA 1. TÍTULO DE TECNÓLOGO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O ECONOMÍA; O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES; O PUBLICIDAD Y AFINES; O HOTELERÍA Y TURISMO; O INGENIERÍA ADMINISTRATIVA Y AFINES; O DISEÑO; O INGENIERÍA DE SISTEMAS O DESARROLLADORES DE SOFTWARE NBC SIN CLASIFICAR. (VER ANEXO NBC). ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS EN MARKETING DIGITAL, COMERCIO ELECTRÓNICO, COMMUNITY MANAGER, PUBLICIDAD DIGITAL, MARKETING DE CONTENIDOS, GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y/O AFINES. ALTERNATIVA 2. TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: ADMINISTRACIÓN; O ECONOMÍA; O INGENIERÍA INDUSTRIAL Y AFINES; O PUBLICIDAD Y AFINES; O HOTELERÍA Y TURISMO; O INGENIERÍA ADMINISTRATIVA O INGENIERÍA DE SISTEMAS O DESARROLLADORES DE SOFTWARE Y AFINES; O NBC SIN CLASIFICAR. (VER ANEXO NBC). ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS EN MARKETING DIGITAL, COMERCIO ELECTRÓNICO,
Competencias mínimas	COMPETENCIAS COMUNES (RES. 1498 DE 2017): ORIENTACIÓN A RESULTADOS. ORIENTACIÓN AL USUARIO Y AL CIUDADANO. TRANSPARENCIA. COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN. COMPETENCIAS COMPORTAMENTALES NIVEL INSTRUCTOR (RES. 1382 DE 2018 ANEXO 2):

	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA CLIENTE RED TECNOLÓGICA VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN
	PLANEACIÓN PARA LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL. TRABAJO EN EQUIPO Y COLABORACIÓN. APRENDIZAJE CONTINUO. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN. ADAPTABILIDAD AL CAMBIO. LIDERAZGO EN GRUPOS DE TRABAJO. TOMA DE DECISIONES.
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1. VEINTICUATRO MESES DE EXPERIENCIA DE LOS CUALES DIECIOCHO MESES ESTARÁN RELACIONADOS CON EL EJERCICIO CON EL EJERCICIO DE MERCADEO Y VENTAS Y SEIS MESES EN LABORES DE DOCENCIA. ALTERNATIVA 2. VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DE MERCADEO Y VENTAS Y

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	CLAUDIA PATRICIA MUÑOZ GALVIS	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE GESTION TECNOLÓGICA DE SERVICIOS. REGIONAL VALLE	24/01/2024
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	ACTIVAR PROGRAMA	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	25/01/2024
Responsable del diseño	WILBER HERNANDO ABRIL	PAR DINAMIZADOR DE LA RED	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	25/01/2024
Responsable del diseño	OSCAR MAURICIO RINCON	EXPERTO TÉCNICO	CENTRO DE SERVICIOS EMPRESARIALES Y TURÍSTICOS. REGIONAL SANTANDER	25/01/2024
Responsable del diseño	IVAN VELEZ VILLEGAS	APROBAR ANALISIS	CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	25/01/2024

Responsable del diseño	RONALD RAMIRO JIMENEZ	EXPERTO TÉCNICO	CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS. REGIONAL ATLÁNTICO	25/01/2024
Aprobación	IVAN VELEZ VILLEGAS		CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO. REGIONAL QUINDÍO	25/01/2024