



Cursos para empresas adheridas al SICTED

<https://formacion.calidadendestino.org/topics/cursos-para-empresas-adheridas-al-sicted/>

En este apartado encontrarás aquellos cursos que conforman el catálogo formativo SICTED.

Módulo 14: Primeros pasos para la creación de una página web

El papel de Internet en los cambios de las relaciones comerciales y en los hábitos de compra de los clientes resulta hoy en día incuestionable. Crear su propia página web corporativa constituye el primer paso que debe dar una empresa para adaptarse al nuevo entorno en el que se mueve su potencial público objetivo.

En este módulo abordaremos la importancia que tiene la página web de un establecimiento turístico como escaparate del negocio en Internet y qué requisitos básicos se deben tener en cuenta a la hora de definir su diseño, estructura y contenido.

Módulo 16: Creación de producto turístico

El desarrollo del turismo viene determinado por la demanda de productos turísticos. En ese sentido, se hace necesario estructurar y poner en valor los recursos de un territorio para convertirlos en productos susceptibles de ser consumidos por los turistas. En este módulo se abordará el proceso de transformación de un recurso en producto turístico, atendiendo a la identificación de los recursos y de la demanda (público objetivo), así como a la definición del producto y su comercialización. En ese proceso es clave analizar la propuesta de valor del producto turístico, donde las sugerencias disruptivas, experienciales y originales determinarán en última instancia el éxito del producto.

Módulo 15: Gestión de redes sociales

Si bien la mayoría de las redes sociales no surgieron con una finalidad empresarial, los negocios actualmente pueden aprovechar toda la potencialidad que éstas ofrecen. Debido a este cambio de comportamiento las propias redes sociales también han adaptado sus herramientas y sus funcionalidades para hacerlas más accesibles y atractivas a las empresas. En este módulo se analizan las redes sociales más frecuentes e importantes para la actividad de una empresa, dando consejos y ejemplos de buenas prácticas, así como mostrando todas las posibilidades actuales, entre las que cabe destacar la



monitorización de los datos que generan millones de usuarios de los entornos online.

Módulo 13: Estrategia digital

Hoy en día es incuestionable que las empresas necesitan adaptarse y participar en los entornos digitales. En España los indicadores asociados al uso de Internet, comercio electrónico y al sector de las TIC no dejan lugar a dudas, existe un avance continuado de la digitalización en la sociedad. En el caso de los negocios hay que tener en cuenta que los cambios llegan tanto por el lado del cliente, sus hábitos han cambiado y se ha convertido en un cliente digital, como por las tecnologías utilizadas, los nuevos modelos de negocio y la velocidad de los cambios en el entorno empresarial. En resumen, se hace necesaria la transformación de la cultura empresarial en su conjunto.

Módulo 12: Guía para la gestión del negocio

En este módulo se presentan las principales fases que debe tener en cuenta una empresa para gestionar su actividad de la manera más racional posible. Tras una primera fase de reflexión sobre el estado actual del negocio, que facilitará la realización de un diagnóstico de la situación, se podrá pasar a planificar las líneas de actuación de la actividad de cara al futuro, teniendo en cuenta plazos temporales y previsiones económicas. Sin olvidar la fase de control y seguimiento de la actividad, que será indispensable para detectar cualquier posible problema a tiempo y poder solucionarlo o reorientar la estrategia de la empresa.

Módulo 11: Marketing turístico en la era digital

El desarrollo de una estrategia de marketing es vital para las empresas y los destinos turísticos si quieren conocer en qué punto se encuentran y hacia dónde quieren dirigirse en relación a la comercialización de sus productos y servicios. En el proceso de desarrollo de la estrategia las nuevas tecnologías tienen un papel protagonista en comparación al que representaban hace unos años.

Igualmente es importante conocer las bases principales de la actividad de una empresa: Producto, precio, distribución y comunicación. El estudio conjunto de estos elementos es lo que se denomina marketing mix.



Módulo 10: Claves de la atención al cliente. Atención no presencial

La atención al cliente no siempre se realiza en persona, sino que cada vez más atendemos a nuestros clientes a través de sistemas telemáticos como el teléfono o el correo electrónico. Este módulo nos permitirá conocer mejor estos dos sistemas de comunicación y cómo debe tratarse a un cliente a través de ellos, para conseguir la mejora de su satisfacción al recibir una atención telefónica y/o vía correo electrónico adecuada.

Módulo 21: Responsabilidad ambiental en turismo

El turismo, cada día más, atrae segmentos de demanda que priorizan el respeto integral del medio natural. Los profesionales turísticos deben adaptarse a esta nueva demanda para asegurar el equilibrio medioambiental del planeta, pero también porque les va a aportar beneficios tales como aumento de la competitividad internacional, mejora de la imagen y de las relaciones con las comunidades locales, acceso a líneas de crédito, ahorro en el consumo de agua, energía... Los principales instrumentos para hacer nuestra organización más sostenible son el Plan de Mejora Ambiental y la certificación a través de alguna de las herramientas de gestión ambiental

Módulo 20: Trabajo en equipo, motivación del personal y liderazgo

La actitud que los trabajadores adopten respecto tanto al trabajo que van a desarrollar como a la propia organización es fundamental para garantizar el éxito de esta. Aspectos como la calidad en la prestación del servicio o la resolución eficiente de problemas están directamente afectados por el grado de motivación con el que los trabajadores realizarán sus funciones o con la aptitud con que afronten trabajar en equipo. En este sentido, es fundamental la figura del líder de equipo, que debe contar con aptitudes que contribuyan a la buena gestión del equipo, conocer técnicas de coaching y aplicar siempre la inteligencia emocional en cualquier decisión.

Módulo 18: Taller de Benchmarking

El benchmarking puede ser de gran utilidad para la mejora de las empresas y servicios turísticos. Mediante esta técnica, se realiza un estudio comparativo entre nuestra organización y otras organizaciones líderes, con la intención de



detectar buenas prácticas que puedan aplicarse a nuestra organización. Para realizar el proceso de benchmarking debemos tener en cuenta, en primer lugar, qué aspectos queremos mejorar, para centrar el análisis en ellos.

En este módulo veremos cuáles son las principales características de un proceso de benchmarking y qué pasos hay que seguir para conseguir implantarlo de un modo exitoso.

Módulo 23: Responsabilidad Social Corporativa

En este módulo analizaremos qué es la Responsabilidad Social Corporativa, cuál es la influencia de los grupos de interés o stakeholders en nuestra organización y cuáles son los principales sistemas de gestión de RSC (normas SG21, SA 8000 e ISO 26000), que cada vez más empresas aplican en sus políticas de gestión para ser más ética y socialmente responsables.

Módulo 22: Turismo Accesible

Los destinos y empresas del sector turístico cada vez tienen que tener más presente que deben ser capaces de ampliar su oferta a la generalidad de las personas. Para ello es fundamental eliminar o minimizar todos los impedimentos que existan para que las personas con discapacidad funcional puedan llegar a disfrutar de la experiencia turística como cualquier otro visitante.

En este módulo se estudiarán las nociones más básicas sobre turismo accesible, presentando pautas de actuación para la adaptación de la prestación del servicio a personas con cualquier tipo de necesidad especial.

Módulo 9: Claves de la atención al cliente. Atención presencial

Cada cliente es diferente, y tiene unas motivaciones y necesidades diferentes que hacen que sea importante que conozcamos a nuestros clientes y por tanto sus motivaciones, expectativas y necesidades que tienen a la hora de usar o comprar nuestro producto o servicio. Para la atención presencial al cliente es necesario tener en cuenta la imagen, la comunicación no verbal y la comunicación verbal.

Módulo 19: Acceso a otros modelos de gestión de la calidad

Los principales beneficios de implantar un modelo o sistema de gestión de la calidad son el incremento de la satisfacción del cliente y la excelencia empresarial. Existen diversos modelos o sistemas de gestión que nos ayudarán a estandarizar la actividad de nuestra empresa. Se analizarán los principales



modelos aplicables en el sector turístico para determinar las diferencias entre ellos y que cada organización pueda determinar cuál es el más adecuado para su organización.

Módulo 8: Gestión enfocada al cliente

La gestión enfocada al cliente es la forma en la que la empresa o servicio logra impulsar una visión de trabajo hacia la satisfacción del cliente. Esta estrategia debe aunar los esfuerzos de todos los agentes de la organización, consiguiendo la implicación de todo el personal, bajo el liderazgo de la dirección.

Módulo 7: Métodos de encuestación

Durante este módulo se presentarán las técnicas para mejorar nuestro cuestionario de satisfacción a clientes: cómo mejorar su diseño, cómo y dónde conseguir que los clientes los cumplimenten, cómo recoger y analizar los datos de los cuestionarios. Por último, se darán pautas para elaborar el Informe de Satisfacción de los clientes.

Módulo 6: Gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones

Implantar un sistema de gestión de sugerencias, quejas y reclamaciones es fundamental para cualquier organización. Es la herramienta básica para poder recoger y canalizar la opinión de nuestros clientes. En este módulo se plantea cómo recoger y tratar todos los comentarios que los clientes realizan sobre nuestro servicio para, más adelante, analizarlo.

Módulo 5: Legislación aplicable

Durante este módulo se presentará el marco normativo aplicable al sector turístico y sus distintos niveles, se darán pautas para conocer dónde consultar la legislación vigente y cómo mantenerse al día en el cumplimiento de la misma y, por último, se explicarán tres legislaciones importantes en la gestión de cualquier empresa turística: protección de datos personales, prevención de riesgos laborales y mantenimiento e inspecciones de instalaciones eléctricas en locales de pública concurrencia.