

Gestión de la información y documentación turística local

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Permite adquirir las competencias profesionales necesarias para la gestión de la información y documentación turística local.

Contenidos:

1. Las fuentes de información turística 1.1. Tipos de información a obtener y procesar 1.2. Identificación, valoración y clasificación de las fuentes de información turística 1.3. Técnicas de registro, archivo y actualización de información turística 1.4. Sistemas y medios para la localización y obtención de la información turística. 1.5. Metodologías para el análisis, contraste y archivo de la información 1.6. Soportes de la información: papel, electrónico 1.7. Sistemas de archivo: bancos y bases de datos 1.8. Metodología para la actualización permanente: procedimientos y costes 1.9. El centro de información turística como fuente de información del destino 1.10. Intercambio de información entre centros y redes de información: retroalimentación 1.11. Circulación y distribución de la información dentro del Centro de información y otros sistemas de información no formales en el destino. 1.12. Informática y tecnologías de la información aplicadas a los centros de información turística: 1.12.1. Búsqueda, almacenaje y difusión de la información. 1.12.2. Procesado y adaptación de la información para los diferentes soportes y las diferente vías de difusión de la información: atención personal, telefónica, webs ?webs

2.0-, descargas a móviles, puntos de auto-información. 2. Información e interpretación del patrimonio cultural y natural del entorno local 2.1. Análisis de los recursos y servicios del destino turístico. 2.1.1. Necesidades y expectativas de los distintos segmentos de mercado 2.1.2. Posibles segmentaciones del



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



destino para responder al mercado. 2.2. Principios y objetivos de la interpretación del patrimonio. 2.3. Medios interpretativos personales y no personales 2.3.1. Medios personales: visitas guiadas 2.3.2. Medios no-personales: Ediciones, material expositivo, exposiciones? 2.4. Adaptación de la información a los distintos soportes y vías de distribución de la información: 2.4.1. Atención personal, atención telefónica y electrónica 2.4.2. Puntos de auto-información en el centro 2.4.3. Páginas web (estáticas, webs 2.0?) 2.4.4. Ediciones turísticas 2.4.5. Otras posibilidades ofrecidas por las tecnologías de la información 2.5. Adaptación de la información en función de tipos de grupos o turistas destinatarios. 2.5.1. Traducción de la información turística a diferentes idiomas. 2.5.2. Tematización de la información en función de los nichos de mercado. 2.5.3. Accesibilidad de la información para los clientes con necesidades especiales 2.6. Integración e interrelación de información.