ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Contenidos y Redes Sociales para Destinos Turísticos: Calendario Editorial, Campañas y Comunidad

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con el Curso de Formación Permanente en Contenidos y Redes Sociales para Destinos Turísticos: Calendario Editorial, Campañas y Comunidad, una formación diseñada para profesionales que buscan liderar la comunicación digital en el sector turístico. En ICUFOR entendemos que la promoción de destinos requiere estrategias específicas que van más allá del marketing tradicional, combinando narrativa territorial, gestión de comunidades y análisis de datos para conectar con viajeros de todo el mundo.

A lo largo de este programa, profundizarás en el ecosistema digital turístico actual, aprenderás a diseñar estrategias de contenido basadas en storytelling y pilares temáticos diferenciadores, y dominarás la planificación de calendarios editoriales adaptados a la estacionalidad del sector.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender el ecosistema digital turístico y el comportamiento del viajero, identificando las plataformas sociales más relevantes y su función estratégica en la promoción de destinos.

Elaborar calendarios editoriales estructurados para destinos turísticos, integrando variables de estacionalidad, eventos, frecuencias de publicación y protocolos de flexibilidad ante imprevistos.

Planificar y ejecutar campañas en redes sociales —orgánicas y de pago—, implementando acciones de publicidad digital, marketing de influencia y co-creación con la comunidad local y los viajeros.

Aplicar herramientas y metodologías de analítica digital a la medición del rendimiento en redes sociales, interpretando datos e indicadores clave para fundamentar la toma de decisiones estratégicas.

Diseñar estrategias de contenidos alineadas con la identidad del destino, definiendo pilares temáticos, tono de comunicación y técnicas de storytelling territorial adaptadas a cada plataforma social.

Dominar las técnicas de creación y producción de contenidos visuales, audiovisuales y textuales para redes sociales, aplicando criterios de calidad, accesibilidad y coherencia con la marca destino.

Gestionar la comunidad digital del destino turístico de forma profesional, desarrollando protocolos de atención, dinamización de la audiencia y manejo de comentarios negativos o situaciones de crisis reputacional.

Incorporar un ciclo de mejora continua en la comunicación digital del destino, utilizando pruebas A/B, análisis comparativos y seguimiento de tendencias emergentes para optimizar de forma sostenida la estrategia en redes sociales.

Temario

01 Fundamentos del marketing digital y las redes sociales aplicados a la promoción de destinos turísticos

1.1. El ecosistema digital en el sector turístico: evolución y estado actual
1.2. Principales plataformas sociales y su relevancia estratégica para destinos turísticos
1.3. Diferencias entre la comunicación de marcas comerciales y la promoción institucional de destinos
1.4. Identificación y segmentación de públicos objetivo en el marketing de destinos turísticos
1.5. Marco estratégico inicial: objetivos, posicionamiento y análisis competitivo del destino en redes sociales

Temario

02 Diseño de la estrategia de contenidos para la comunicación digital del destino turístico

2.1. Conceptualización de la estrategia de contenidos como eje vertebrador de la presencia digital del destino
2.2. Definición de los pilares de contenido alineados con la identidad y los atributos del destino
2.3. Arquitectura de mensajes y tono de comunicación para cada plataforma social
2.4. Storytelling territorial: técnicas narrativas para construir el relato del destino
2.5. Contenido generado por el usuario (UGC) como recurso estratégico para la autenticidad del destino
2.6. Integración de la estrategia de contenidos con el plan de marketing turístico general del destino
2.7. Definición de indicadores clave de rendimiento (KPIs) vinculados a la estrategia de contenidos

Temario

03 Planificación, diseño y gestión del calendario editorial para destinos turísticos

3.1. Concepto, funciones y beneficios del calendario editorial en la gestión de redes sociales de un destino
3.2. Variables estratégicas para la construcción del calendario editorial turístico
3.3. Estructura y componentes del calendario editorial: formatos, frecuencias y distribución por plataformas
3.4. Herramientas digitales para la planificación, programación y gestión colaborativa del calendario
3.5. Diseño de calendarios editoriales adaptados a diferentes horizontes temporales y niveles de detalle
3.6. Casos prácticos de calendarios editoriales de organismos de promoción turística de referencia

Temario

04 Creación y producción de contenidos para redes sociales de destinos turísticos

4.1. Principios de la creación de contenidos de alto impacto visual y emocional en el ámbito turístico
4.2. Fotografía turística para redes sociales: técnicas, estilos y optimización
4.3. Producción de vídeo y formatos audiovisuales para plataformas sociales
4.4. Diseño gráfico y elementos visuales complementarios para publicaciones del destino
4.5. Redacción de textos persuasivos (copywriting) adaptados al contexto turístico y a cada plataforma
4.6. Herramientas de inteligencia artificial generativa aplicadas a la creación de contenidos turísticos
4.7. Accesibilidad e inclusión en los contenidos digitales del destino turístico
4.8. Organización de los flujos de producción de contenidos: roles, plazos y control de calidad

Temario

05 Diseño, ejecución y gestión de campañas en redes sociales para destinos turísticos

5.1. Tipología de campañas en redes sociales aplicables a la promoción de destinos turísticos
5.2. Proceso metodológico para el diseño estratégico de una campaña: del briefing a la ejecución
5.3. Publicidad en redes sociales (Social Ads) para destinos turísticos
5.4. Marketing de influencia y colaboraciones con creadores de contenido en el sector turístico
5.5. Campañas de co-creación y participación ciudadana en la narrativa digital del destino
5.6. Coordinación interinstitucional de campañas entre el organismo promotor y los agentes turísticos del destino
5.7. Evaluación integral de resultados de campaña y elaboración de informes de rendimiento

Temario

06 Gestión de la comunidad digital, reputación online y comunicación de crisis del destino turístico

6.1. Fundamentos y funciones del community management en organismos de promoción turística
6.2. Estrategias para la construcción, crecimiento y fidelización de la comunidad digital del destino
6.3. Protocolos de atención, respuesta y conversación en redes sociales del destino turístico
6.4. Monitorización de la reputación online del destino turístico
6.5. Comunicación de crisis del destino turístico en el entorno digital
6.6. Aspectos legales y éticos en la gestión de redes sociales de destinos turísticos

Temario

07 Analítica digital, medición de resultados y optimización continua de la estrategia en redes sociales del destino turístico

7.1. Importancia de la cultura analítica en la gestión profesional de redes sociales de destinos turísticos
7.2. Definición del cuadro de mando de indicadores (KPIs) para la medición del rendimiento en redes sociales
7.3. Herramientas de analítica nativa y plataformas avanzadas de medición para redes sociales
7.4. Análisis, interpretación de datos y elaboración de informes para la toma de decisiones
7.5. Optimización continua y prospectiva de la comunicación digital de destinos turísticos

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

