CÓMO COMUNICAR Y COMERCIALIZAR EN TURISMO INCLUSIVO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

PLAN DE FORMACIÓN DE TURISMO DE NAVARRA / NAFARROAKO TURISMOKO FORMAKUNTZA PLANA

PLAN DE FORMACIÓN DE TURISMO DE NAVARRA DE 10.0 NAFARROAKO TURISMOKO FORMAKUNTZA PLANA BIKAIN.O

En este taller aprenderemos a crear mensajes y acciones que generen demanda en el mercado de turismo inclusivo.

Cómo informar de la accesibilidad de mi oferta. Cómo crear un vídeo, un folleto o una web para todas las personas. Cómo gestionar mis redes sociales de modo inclusivo, o qué 10 ideas puedo poner en práctica para vender más mi recurso turístico accesible.

La participación en la formación será tenida en cuenta para las convocatorias de subvención de la Dirección General de Turismo.

MODALIDAD
On line

DURACIÓN
8 h (de 9:30 a 11:30 h)

FECHAS
16, 18, 23 y 25 de abril

DOCENTES

- **Luis Casado:** presidente de la Fundación Iddeas, consultoría en Accesibilidad y Diseño Universal y marketing inclusivo. Formador en marketing, comunicación y turismo inclusivo.

- **Cristina García Aguayo:** responsable de comunicación de la Fundación Iddeas. Formadora en gestión inclusiva del marketing, comunicación y Redes Sociales.

-**Nerea Aguado Alonso,** periodista experta en lenguaje inclusivo con enfoque de género.

+ INFO

turismo.formacion@navarra.es

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU
Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia
GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO
Nafarroako Gobernua Gobierno de Navarra
AGENDA 2030

OBJETIVOS DEL CURSO

Con sesiones teórico-prácticas y trabajos dentro y fuera del aula, las personas asistentes al curso podrán:

- Aprender a gestionar la accesibilidad y la inclusividad como parte de la comunicación turística.
- Saber cómo diseñar acciones y herramientas de comunicación accesibles e inclusivas para todas las personas.
- Conocer, entender y empatizar con las necesidades de accesibilidad que tiene la audiencia diversa.
- Generar ideas eficaces de comercialización y promoción de productos turísticos.
- Pasar un rato divertido, "porque lo diver ha de ser diver".

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Sesión 1:

La comunicación inclusiva: más eficaz también en turismo.

- Claves de la información de calidad en turismo.
- Necesidades en comunicación de la audiencia diversa.
- Las 5 claves de la comunicación accesible e inclusiva:
  - Clave 1: Información veraz, actualizada, completa y accesible.
    Práctica: búsqueda de información.
  - Clave 2: Representativo de la diversidad social.
    Práctica: análisis de nota de prensa.

Sesión 2:

Claves de comunicación desde una perspectiva de género.

Práctica: reescritura con enfoque de género.

- Clave 3: Perceptible para todas las personas.
  - Cómo hacer vídeos accesibles.
  - Cómo diseñar folletos accesibles.
- Clave 4: Comprensible para todas las personas.
  - Cómo redactar de un modo claro.
  - Cómo y cuándo introducir la Lectura Fácil en mi comunicación.

ITINERARIOS Y SUBITINERARIOS FORMATIVO DEL QUE FORMA PARTE

Itinerario 4: Promoción y posicionamiento en el mercado. **Subitinerario 04.01:** Estrategias de posicionamiento turístico en los mercados.

Sesión 3:

Clave 5: Que explote el potencial accesible del canal.

Práctica: análisis con herramienta Decálogo del folleto universal.

Accesibilidad digital y aumento de la visibilidad de mi recurso turístico (1):

- Principales claves y errores de accesibilidad en webs.
- Cómo poner nuestras redes sociales en modo inclusivo y accesible.

Sesión 4:

Accesibilidad digital y aumento de la visibilidad de mi recurso turístico (2):

- Cómo hacer la sección de accesibilidad en nuestra página web.
- Cómo diseñar una página web accesible (ejemplo de buenas prácticas).
- Claves para introducir la información de la accesibilidad en plataformas de reservas: el caso de Equalitas Vitae.

Ideas eficaces de comunicación comercial inclusiva.

METODOLOGÍA

La dinámica docente combina en las sesiones partes teóricas con la realización de prácticas y el análisis de vídeos y de experiencias personales que aportan el equipo formador y las personas expertas invitadas.
El enfoque aplicado es que "lo diver ha de ser diver"; es decir, lo diverso ha de ser divertido. La discapacidad es natural al ser humano, igual que el resto de la diversidad.

DESTINATARIOS/AS

Empresas y profesionales del sector turístico de Navarra.

NÚMERO MÁXIMO DE ASISTENTES

50

ADJUDICACIÓN DE PLAZAS

Es necesario inscribirse previamente en el enlace proporcionado. En el supuesto que existan más solicitudes que plazas, se realizará un sorteo para su asignación.

REQUISITOS PREVIOS PARA PARTICIPAR

No son necesarios requisitos ni conocimientos previos.

ITINERARIOS Y SUBITINERARIOS FORMATIVO DEL QUE FORMA PARTE

Itinerario 4: Promoción y posicionamiento en el mercado. **Subitinerario 04.01:** Estrategias de posicionamiento turístico en los mercados.