



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--------------------------|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2016/17 |
| Asignatura (*) | Técnicas de Comunicación e de Promoción Turísticas | Código | 662G01005 | |
| Titulación | | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Grao | 2º cuatrimestre | Primeiro | Formación básica | 6 |
| Idioma | CastelánGalegoInglés | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Humanidades | | | |
| Coordinación | García Abad, Lito | Correo electrónico | lito.garcia.abad1@udc.es | |
| Profesorado | Fernández Leal, Ángel | Correo electrónico | angel.fleal@udc.es | |
| | García Abad, Lito | | lito.garcia.abad1@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | O obxectivo desta materia é aportarlle ao alumno noções básicas sobre a comunicación e o seu papel na promoción turística, de xeito que poda afrontar os retos profesionais que se lle presenten cunha perspectiva máis ampla e completa. | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Código | Competencias / Resultados do título |

| Resultados da aprendizaxe | | | |
|---|-----|----|-------------------------------------|
| Resultados de aprendizaxe | | | Competencias / Resultados do título |
| Coñecer as noções básicas sobre a comunicación e o seu papel na promoción turística, de xeito que poda afrontar os retos profesionais que se lle presenten cunha perspectiva máis ampla e completa. | A6 | B1 | C1 |
| | A8 | B2 | C2 |
| | A13 | B3 | C3 |
| | A33 | B4 | C4 |
| | | B5 | C5 |
| | | B6 | C6 |
| | | B7 | C7 |
| | | | C8 |
| Utilizar as tecnoloxías da comunicación nos distintos ámbitos do sector turístico | A24 | | C3 |
| Coñecer os obxectivos, a estratexia e as ferramentas públicas da planificación. | A28 | | |

| Contidos | |
|---|--|
| Temas | Subtemas |
| 1. A COMUNICACIÓN | <ul style="list-style-type: none"> - Definición. - Comunicación vs. Información. - Obxectivos. - Elementos que interveñen no proceso de comunicación. - Modelos de comunicación. Aportacións de outras ciencias. - Dereito á información |
| 2. COMUNICACIÓN CORPORATIVA EXTERNA E INTERNA | <ul style="list-style-type: none"> - A comunicación corporativa: áreas de comunicación. O dircom - A comunicación externa: definición, elementos do proceso - Os axentes do proceso de comunicación externa - A comunicación interna - Responsabilidade Social Corporativa - Relacións institucionais: o lobbying - As relacións públicas e o protocolo |



| | |
|--|---|
| 3. A COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E A IDENTIDADE CORPORATIVA | <ul style="list-style-type: none"> - A comunicación comercial e institucional - Evolución do modelo de comunicación empresarial - Comunicación de crise - A importancia da comunicación como intanxible organizacional - Comunicación e Marketing. Comunicación integral - Identidade corporativa. Marca. Imaxen e reputación |
| 4. A COMUNICACIÓN TURÍSTICA | <ul style="list-style-type: none"> - O produto e servizo turístico e as súas peculiaridades - Dirección, planificación e control da comunicación turística |
| 5. ESTRATEXIAS DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA | <ul style="list-style-type: none"> - Estratexias de publicidade - Estratexias de promoción e patrocinio - Estratexias dixitais |
| 6. O PLAN DE COMUNICACIÓN | <ul style="list-style-type: none"> - Concepto - Para que serve - Deseño e implementación |

| Planificación | | | | |
|------------------------|---|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Traballos tutelados | A13 A24 A33 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 | 7 | 84 | 91 |
| Seminario | A6 A8 A13 A24 A28 B4 | 10 | 20 | 30 |
| Sesión maxistral | A13 A24 A28 C4 C5 C6 C7 C8 | 21 | 0 | 21 |
| Proba obxectiva | A13 B1 B2 B3 B4 B7 C1 | 1 | 6 | 7 |
| Atención personalizada | | 1 | 0 | 1 |

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

| Metodoloxías | |
|---------------------|---|
| Metodoloxías | Descrición |
| Traballos tutelados | Durante as titorías realizaranse traballos relativos á materia da asignatura. Algúns deles contarán para a nota final. |
| Seminario | Durante os seminarios daráselle ao alumno a materia de índole máis práctica e apegada á realidade profesional co fin de que empregue estes coñecementos nos seus traballos. |
| Sesión maxistral | Parte teórica da asignatura. |
| Proba obxectiva | Proba escrita |

| Atención personalizada | |
|------------------------|------------|
| Metodoloxías | Descrición |



| | |
|--|---|
| Traballos tutelados Seminario Sesión maxistral | <p>Durante o desenvolvemento da materia impartiranse clases maxistrais -nas que se farán aproximacións teóricas á materia-, seminarios -aproximacións prácticas- e titorías personalizadas -nas que o/o profesor/é ofrecerá orientacións periódicas aos grupos de traballo durante o desenvolvemento dos seus proxectos.</p> <p>Os alumnos con dispensa de asistencia o recoñecemento de dedicación a tempo parcial haberán de facer un plan de comunicación sobre un caso proposto que entregarán na data límite do examen final. Na proba de recuperación, caso de non habelo feito previamente, poderá entregarse o plan. Se non fora así, a avaliación de esta proba final de revisión farase solo sobre o porcentaxe correspondente.</p> |
|--|---|

| Avaliación | | | |
|---------------------|---|--|---------------|
| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
| Traballos tutelados | A13 A24 A33 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 | Durante as titorías da materia os alumnos farán traballos. O profesor decidirá cales deles se entregan ata que se entreguen tres: Máximo dous realizados en clase e o resto a entregar nun prazo límite de 15 días. O total: un 40% da nota final. Non entregar un traballo supón perder a porcentaxe correspondente da nota final. | 40 |
| Proba obxectiva | A13 B1 B2 B3 B4 B7 C1 | <p>O exame da materia vale un 60% da nota final e para aprobar a materia en xuño é necesario obter, polo menos, un 4,5/10 nel. Un exame preliminar pode facerse coa metade da materia e a outra metade no final. Neste caso, a media dos dous debería ser 4,5 e ningún dos exames, por illado, ser inferior a 4.</p> <p>O exame de xullo suporá o 80% da nota. Os traballos de clase realizados durante o cuadrimestre puntuaranse cun máximo do 20% na nota de xullo.</p> | 60 |

| Observacións avaliación |
|---|
| Os alumnos con dispensa de asistencia e dedicación a tempo parcial, deberán falar co profesor para expoñer o seu caso concreto. |

| Fontes de información | |
|------------------------------------|--|
| Bibliografía básica | <ul style="list-style-type: none"> - Sánchez Chamizo, R. (2004). ?Introducción a la comunicación turística: el valor de la imagen en la comercialización de productos turísticos?. Universidad de Málaga - Martín Martín, F. (2010). "Comunicación Empresarial e Institucional". Univérsitas - Campo, S. y Yagüe, MJ (2011). "Publicidad y Promoción en las Empresas Turísticas". Síntesis - De Borja, L., Andreu, J. y Bosch, R. (2002). "El consumidor turístico". Esic - Revilla Camacho, Mª Á. (2004). "Fundamentos de marketing turístico". Síntesis - Lacasa, A (2007). "Gestión de la comunicación empresarial". Gestión 2000 - Castillo, A (2011). "Lobby y comunicación". Comunicación Social - Castro López, J, Celeste, P y García Abad, L (2005). ComUnica. Lecturas de comunicación organizacional. NetBiblio - Ortega Martínez, E (1987). La dirección publicitaria. ESIC |
| Bibliografía complementaria | <ul style="list-style-type: none"> - Cassany, D. (1995). "La cocina de la escritura". Anagrama - Bergstrom, B. (2009). "Tengo algo en el ojo: técnicas esenciales de comunicación visual". PROMOPRESS - O'Reilly, T. (2006). "Qué es la web 2.0". - Roca G. y A. Fumero (2007). "Web 2.0". Fundación Orange - ALTÉS MACHÍN, CARMEN (2001). "Márketing y Turismo". Síntesis |

| Recomendacións |
|---|
| Materias que se recomenda ter cursado previamente |



Márketing Turístico/662G01016

Interpretación do Patrimonio/662G01038

A Imaxen dos Produtos e Destinos Turísticos nos Medios de Comunicación/662G01046

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías