



Guía docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Técnicas de Comunicación y de Promoción Turísticas		Código	662G01005
Titulación	Grao en Turismo			
Descriptorios				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Primero	Formación básica	6
Idioma	CastellanoGallegoInglés			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento				
Coordinador/a	León Sanjuán, María Victoria de	Correo electrónico	victoria.de.leon@udc.es	
Profesorado	León Sanjuán, María Victoria de	Correo electrónico	victoria.de.leon@udc.es	
Web	cenpcoruna.es/			
Descripción general	<p>Interpretar y adaptar los diferentes códigos y canales comunicativos, así como entender sus diferentes aplicaciones y funciones específicas.</p> <p>Conocer los usos habituales de la comunicación y promoción turística en el campo del diseño de contenidos, tanto impresos como audiovisuales o multimedia.</p> <p>Crear, dirigir y remodelar proyectos para la comunicación, publicidad y promoción turística.</p>			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A6	Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
A8	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.
A13	Manejar técnicas de comunicación.
A24	Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.
A28	Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación.
A33	Creatividad.
B1	Capacidad de análisis y síntesis.
B2	Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razonamiento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaje autónomo.
B7	Adaptación a nuevas situaciones.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje
---------------------------



Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Coñecer as nocións 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 A8 A13 A33	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7	C1 C2 C3 C4 C5 C6 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		

Contenidos	
Tema	Subtema
1- Introducción.	1.1. Información y comunicación. 1.2. Códigos y canales.
2- Comunicación turística.	2.1. Planificación de la comunicación turística. 2.2. Estrategias de comunicación turística. 2.3. Tendencias y creatividad.
3- Comunicación impresa.	3.1. Origen y evolución. 3.2. Tipografía, composición y retículas. 3.3. Gestión de gráficos, tintas y papel.
4- Comunicación audiovisual.	4.1. Lenguaje audiovisual. 4.2. Preproducción: guion, storyboard y dirección artística. 4.3. Producción: realización de vídeo. 4.4. Postproducción: edición, efectos, grafismos.
5- Comunicación digital.	5.1. Lenguaje multimedia. 5.2. Diseño e interactividad. 5.3. Redes sociales y nuevos medios. 5.4. Proyectos online-offline.
6- Presentaciones de proyectos.	6.1. Comunicación oral y escrita 6.2. Proyectos online-offline.

Planificación				
Metodoloxías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / traballo autónomo	Horas totales
Trabajos tutelados	A13 A24 A33 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	7	77	84
Seminario	A6 A8 A13 A24 A28 B4	10	10	20
Sesión magistral	A13 A24 A28 C4 C5 C6 C7 C8	21	0	21
Prueba objetiva	A13 B1 B2 B3 B4 B7 C1	3	21	24
Atención personalizada		1	0	1



(\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Elaboración y presentación de una propuesta de un nuevo concepto de producto turístico para un tipo de usuario definido. Elaboración de un flyer y un spot promocional para dicho producto turístico. Presentación del trabajo por grupos (15 minutos) el último día de clase.
Seminario	Prácticas aplicadas como desarrollo de la materia teórica
Sesión magistral	Parte teórica de la asignatura
Prueba objetiva	Examen teórico tipo test o de respuestas cortas Prueba objetiva de conocimientos sobre la parte general de la asignatura.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados Seminario Sesión magistral	Se ruega pedir tutorías previa cita, al mail de la profesora.

Evaluación			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	A13 A24 A33 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	70% Parte práctica Se realizará un trabajo final con exposición oral el último día de curso. Se valorará la originalidad, la viabilidad y el ajuste de los objetivos del proyecto al público perseguido. Cada grupo de trabajo tendrá 15 minutos para presentar su proyecto.	70
Prueba objetiva	A13 B1 B2 B3 B4 B7 C1	30% Examen teórico tipo test y de respuestas cortas Prueba objetiva de conocimientos sobre la parte general de la asignatura.	30

Observaciones evaluación
Los alumnos con dispensa de asistencia y dedicación a tiempo parcial, deberán hablar con la profesora.

Fuentes de información	
Básica	· Campo, Sara y Yagüe, M. Jesús: Publicidad y promoción en las empresas turísticas. Madrid, Editorial Síntesis, 2011. · Bergström, Bo: Tengo algo en el ojo. Técnicas esenciales de comunicación visual. Barcelona, Promopress, 2009. · Leslie, Jeremy: Nuevo diseño de revistas. Barcelona, Gustavo Gili, 2000. · Bordwell, David y Thompson, Kirstin: El arte cinematográfico. Una introducción. Barcelona, Paidós, 1995. · Millerson, Gerald: Técnicas de realización y producción en TV. Madrid, IORTV, 2001. · Nielsen, Jakob: Usabilidad, diseño de sitios web. Madrid, Prentice Hall, 2000. · Pring, Roger: www.tipografía: 300 diseños tipográficos para sitios web. Barcelona, Gustavo Gili, 2000. · Linch, Patrick J. y Horton, Sarah: Principios de diseño básicos para la creación de sitios web. Barcelona, GG, 2000.
Complementaria	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente



Asignaturas que continúan el temario
Márketing Turístico/662G01016 Comercialización de Productos Turísticos/662G01031 La Imagen de los Productos y Destinos Turísticos en los Medios de Comunicación/662G01046
Otros comentarios

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías