



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Técnicas de Comunicación e de Promoción Turísticas		Código	662G01005
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Primeiro	Formación básica	6
Idioma	CastelánGalegoInglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento				
Coordinación	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/			
Descrición xeral	Interpretar e adaptar os diferentes códigos e canais comunicativos, así como entender a súas diferentes aplicacións e funcións específicas. Coñecer os usos habituais da comunicación e promoción turística no eido do deseño de contidos, tanto impresos como audiovisuais ou multimedia. Crear, dirixir e remodelar proxectos para a comunicación, publicidade e promoción turística.			

Competencias do título	
Código	Competencias do título
A6	Ter unha marcada orientación de servizo ao cliente.
A8	Avaliar os potenciais turísticos e a análise prospectivo da súa explotación.
A13	Manexar técnicas de comunicación.
A24	Utilizar e analizar as tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) nos distintos ámbitos do sector turístico.
A28	Coñecer os obxectivos, a estratexia e os instrumentos públicos da planificación.
A33	Creatividade.
B1	Capacidade de análise e síntese.
B2	Comunicación oral e escrita en lingua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razoamento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaxe autónoma.
B7	Adaptación a novas situacións.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Resultados da aprendizaxe



Resultados de aprendizaxe	Competencias do 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		

Contidos	
Temas	Subtemas
1- Introducción.	1.1. Información e comunicación. 1.2. Códigos e canais.
2- Comunicación turística.	2.1. Planificación da comunicación turística. 2.2. Estratexias de comunicación turística. 2.3. Tendencias e creatividade.
3- Comunicación impresa.	3.1. Orixe e evolución. 3.2. Tipografía, composición e retículas. 3.3. Xestión de gráficos, tintas e papel.
4- Comunicación audiovisual.	4.1. Linguaxe audiovisual. 4.2. Preproducción: guion, storyboard e dirección artística. 4.3. Producción: realización de vídeo. 4.4. Postproducción: edición, efectos, grafismos.
5- Comunicación digital.	5.1. Linguaxe multimedia. 5.2. Deseño e interactividade. 5.3. Redes sociais e novos medios.
6- Presentacións de proxectos.	6.1. Comunicación oral e escrita 6.2. Proxectos online-offline.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / 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	77	84
Seminario	A6 A8 A13 A24 A28 B4	10	10	20
Sesión maxistral	A13 A24 A28 C4 C5 C6 C7 C8	21	0	21
Proba obxectiva	A13 B1 B2 B3 B4 B7 C1	3	21	24



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	Elaboración e presentación dunha proposta dun novo concepto de produto turístico para un tipo de usuario definido. Elaboración dun flyer e un spot promocional para dito produto turístico. Presentación do traballo por grupos (15 minutos) o último día de clase.
Seminario	Prácticas aplicadas como desenrolo da materia teórica
Sesión maxistral	Parte teórica da asignatura.
Proba obxectiva	Examen teórico tipo test ou de respostas curtas Proba obxectiva de coñecementos sobre a parte xeral da asignatura.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados Seminario Sesión maxistral	Rógase pedir tutorías previa cita, ao mail da profesora.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Traballos tutelados	A13 A24 A33 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	70% Parte práctica Realizarse un traballo final con exposición oral o último día de curso. Valorarase a orixinalidade, a viabilidade e o axuste dos obxetivos do proxecto ao público perseguido. Cada grupo de trabalo terá 15 minutos para presentar o seu proxecto.	70
Proba obxectiva	A13 B1 B2 B3 B4 B7 C1	Examen teórico tipo test e de respostas curtas Proba obxectiva de coñecementos sobre a parte xeral da asignatura.	30

Observacións avaliación
Os alumnos con dispensa de asistencia e dedicación a tempo parcial, deberán falar coa profesora.

Fontes de información	
Bibliografía 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.
Bibliografía complementaria	

Recomendacións
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Materias que continúan o temario



Márketing Turístico/662G01016

Comercialización de Produtos Turísticos/662G01031

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

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