



Teaching Guide

Identifying Data					2019/20
Subject (*)	Tourism Promotion and Communication Skills		Code	662G01005	
Study programme	Grao en Turismo				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Graduate	2nd four-month period	First	Basic training	6	
Language	SpanishGalicianEnglish				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department					
Coordinador	León Sanjuán, María Victoria de	E-mail	victoria.de.leon@udc.es		
Lecturers	León Sanjuán, María Victoria de	E-mail	victoria.de.leon@udc.es		
Web	cenpcoruna.es/				
General description	<p>Interpretar e adaptar os diferentes códigos e canais comunicativos, así como entender a súas diferentes aplicacións e funcións específicas.</p> <p>Coñecer os usos habituais da comunicación e promoción turística no eido do deseño de contidos, tanto impresos como audiovisuais ou multimedia.</p> <p>Crear, dirixir e remodelar proxectos para a comunicación, publicidade e promoción turística.</p>				

Study programme competences

Code	Study programme competences
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.

Learning outcomes



Learning outcomes	Study programme competences		
Coñocer 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
Coñocer os obxectivos, a estratexia e as ferramentas públicas da planificación.	A28		

Contents	
Topic	Sub-topic
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.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	A13 A24 A33 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	7	77	84
Seminar	A6 A8 A13 A24 A28 B4	10	10	20
Guest lecture / keynote speech	A13 A24 A28 C4 C5 C6 C7 C8	21	0	21
Objective test	A13 B1 B2 B3 B4 B7 C1	3	21	24
Personalized attention		1	0	1



(*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Supervised projects	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.
Seminar	Prácticas aplicadas como desenrolo da materia teórica
Guest lecture / keynote speech	Parte teórica da asignatura.
Objective test	Examen teórico tipo test ou de respostas curtas Proba obxectiva de coñecementos sobre a parte xeral da asignatura.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects Seminar Guest lecture / keynote speech	Rógase pedir tutorías previa cita, ao mail da profesora.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Supervised projects	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
Objective test	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

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

Sources of information	
Basic	· 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.
Complementary	

Recommendations
Subjects that it is recommended to have taken before
Subjects that are recommended to be taken simultaneously
Subjects that continue the syllabus



Tourism Marketing/662G01016

Tourist Product Commercialisation/662G01031

The Image of Tourist Products and Destinations in the Media /662G01046

Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.