



Guía docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Técnicas de Comunicación y de Promoción Turísticas		Código	662G01005
Titulación	Grao en Turismo			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Primero	Formación básica	6
Idioma	CastellanoGallegoInglés			
Modalidad docente	Híbrida			
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				
Descripción general	Interpretar y adaptar los diferentes códigos y canales comunicativos, así como entender sus diferentes aplicaciones y funciones específicas. Conocer los usos habituales de la comunicación y promoción turística en el campo del diseño de contenidos, tanto impresos como audiovisuales o multimedia. Crear, dirigir y remodelar proyectos para la comunicación, publicidad y promoción turística.			
Plan de contingencia	MODALIDAD HÍBRIDA 1. Contenidos teóricos que se modifican. Se suprime la parte de creatividad dentro del Tema 2.3 y el Tema 6 en su totalidad. 2. Metodologías *Metodologías docentes que se mantienen: Comunicación de cualquier aspecto de la asignatura vía Moodle. *Metodologías docentes que se modifican: clases magistrales teóricas vía telemática (Teams o similar). La clases prácticas se realizarán vía telemática (Teams o similar). 3. Mecanismos de atención personalizada al alumnado: correo electrónico, Moodle y Teams. 4. Modificaciones en la evaluación: No se realizará la presentación oral final del trabajo práctico. *Observaciones de evaluación: en caso de no poder hacerse el examen vía presencial o telemática, se valorará solamente la parte práctica, siendo esta el 100% de la nota final. 5. Modificaciones de la bibliografía o webgrafía: ninguna. Los apuntes se colgarán en el Moodle. MODALIDAD DOCENTE ONLINE 40% evaluación a través del trabajo online 60% evaluación con examen final (modo online)			

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	
Conocer las nociones básicas sobre la comunicación y su papel en la promoción turística, de forma que pueda afrontar los retos profesionales que se le presenten con una perspectiva más amplia y completa.	A6	B1	C1
	A8	B2	C2
	A13	B3	C3
	A33	B4	C4
		B5	C5
		B6	C6
		B7	C7
			C8
Utilizar las tecnologías de la comunicación en los distintos ámbitos del sector turístico.	A24		C3
Manejar el lenguaje y las herramientas básicas de la comunicación.	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.
6- Presentaciones de proyectos.	6.1. Comunicación oral y escrita 6.2. Proyectos online-offline.

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo 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
Taller	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, spot promocional y página web para dicho producto turístico. Presentación del trabajo por grupos (15 minutos) el último día de clase. Modalidad Online: El trabajo se realizará igualmente por grupos que se organizarán de manera telemática. La presentación también será mediante plataforma Teams en la fecha marcada en el documento Programa de Curso, colgado en el Moodle de la asignatura.
Taller	Prácticas aplicadas como desarrollo de la materia teórica y del trabajo final. Modalidad Online: Prácticas organizadas desde la plataforma Teams.
Sesión magistral	Exposición de la parte teórica de la asignatura con Power Point y material audiovisual. Modalidad Online: Desde la plataforma Teams.
Prueba objetiva	Examen teórico tipo test o de respuestas cortas Prueba objetiva de conocimientos sobre la parte general de la asignatura. Modalidad Online: Desde la plataforma Moodle.



Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Tutorías personalizadas (previa cita al mail de la profesora: victoria.de.leon@udc.es)
Taller	
Sesión magistral	Trabajo en el aula para elaborar los ejercicios propuestos
	Explicaciones con Power Point y material audiovisual de la parte teórica de la asignatura

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

Modalidad Docente Online

40% evaluación a través del trabajo online

60% evaluación con examen final (modo presencial)

Plan de Contingencia en caso de Confinamiento (Modalidad Docente Online)

40% evaluación a través del trabajo online

60% evaluación con examen final (modo online)

En todos los casos, es necesario aprobar ambas partes (examen teórico y práctica) para aprobar la totalidad de la asignatura. Las partes aprobadas se guardan en las sucesivas convocatorias.

Las faltas ortográficas pueden ser motivo de suspenso.

Toda la información más detallada sobre la asignatura (materia teórica, pliego de condiciones de los trabajos, fechas de entrega, tutorías personalizadas, etc) se colgará en documentos PDFs en el Moodle de la asignatura.

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