



FHCE
Facultad de Humanidades
y Ciencias de la Educación

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: Licenciatura en Turismo

Unidad curricular: Turismo y Comunicación

Área Temática: Instrumental

Semestre: Par

La unidad curricular corresponde al primer semestre de la carrera según trayectoria sugerida por el plan de estudios: **NO**

	Cargo	Nombre	Departamento/Sección
Responsable del curso	Prof. Adj.	Mauricio Olivera	Departamento de Turismo Historia y Comunicación - Cenur Litoral Norte
Encargado del curso	Prof. Adj.	Mauricio Olivera	Departamento de Turismo Historia y Comunicación - Cenur Litoral Norte
Otros participantes del curso	Asistente	Claudio Quintana	Departamento de Turismo Historia y Comunicación - Cenur Litoral Norte
	Asistente	Mónica Cabrera	Unidad de Difusión y Comunicación Institucional- Sede Paysandú - Departamento de Turismo Historia y Comunicación - Cenur Litoral Norte

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	32 horas
Trabajos domiciliarios	6
Plataforma EVA	10
Trabajos de campo	No
Monografía	NO
Otros (describir)	Trabajo final (plataforma comunicacional)
TOTAL DE CRÉDITOS	6

Permite exoneración	SI
----------------------------	-----------

Propuesta metodológica del curso: (Deje la opción que corresponda)

Teórico - práctico	Asistencia obligatoria	SI
---------------------------	-------------------------------	-----------

Unidad curricular ofertada como electiva para otros servicios universitarios	SI	CIO Área Social
---	-----------	------------------------

Forma de evaluación (describa) y Modalidad (presencial, virtual u otros):

El estudiante deberá contar con el 75 % de la asistencia de las clases virtuales dictadas y con la realización de los trabajos requeridos durante la asignatura. Al finalizar el curso, el estudiante deberá entregar un trabajo final, de carácter obligatorio para su aprobación. La Modalidad de la misma se acordará con los estudiantes en clase.

Las clases se impartirán cada 15 días de forma presencial. Los días que no haya clases presenciales se realizarán clases virtuales de consulta sobre los trabajos prácticos de cara al trabajo final de curso.

Trabajos de curso

Esta modalidad busca realizar un seguimiento de las lecturas y su comprensión en relación al trabajo final de curso.

Trabajo final de curso

Consistirá en la elaboración de un proyecto comunicacional en el área del turismo y de carácter colectivo. Se busca que el estudiante aplique los contenidos, las temáticas desarrolladas durante el curso, en un proyecto concreto. A continuación se detalla el contenido que se evaluará del proyecto:

1) Propuesta técnica, de diseño y originalidad del proyecto teórico/práctico (herramientas IA) (30%)

- Si hay pensado un diseño creativo
- Si hay propuesto recursos técnicos que ayuden a la comprensión del contenido y no a la distracción del mismo.
- Si hay links e hipertextos a las fuentes de los materiales utilizados para comprender el análisis del trabajo presentado.
- Si hay gráficos, ilustraciones, fotos, vídeos y entrevistas propias, etc., que sumen recursos a la presentación del material.
- Si se utilizan recursos multimedia como esencia de la narración y no como un ornamento.
- Si se puede navegar y encontrar los contenidos fácilmente dentro de la plataforma.

-Utilización de redes sociales digitales (interactividad, transparencia e inmediatez) para difundir el proyecto teniendo en cuenta la posibilidad de compartir la información con sus públicos de interés y una relación directa con ellos sin el filtro de los medios de comunicación tradicionales.

2) Calidad de los contenidos del proyecto presentado (70%)

- 2.1. Proyecto de una plataforma de turismo para el litoral (Justificación, propuesta, público, objetivos, aplicación adecuada de los materiales teóricos del curso)
- 2.2. Propuesta del servicio que dará a la comunidad del litoral
- 2.3. Propuesta del contenido de la información/audiovisual que habrá en la plataforma
- 2.4. Propuesta estratégica de la planificación y gestión de la comunicación (Redes sociales digitales)
- 2.5. Propuesta de la imagen corporativa, marca e identidad
- 2.6. Propuesta de promoción, publicidad y RRPP

Conocimientos previos requeridos/recomendables (si corresponde):

Objetivos: Aportar elementos de reflexión, análisis y discusión sobre la conformación de nuevas realidades y estrategias comunicativas (usuarios, aplicaciones y contenidos) en el ámbito del “turismo inteligente” a partir de la intervención de la digitalización de la información (herramientas de Inteligencia Artificial).

Contenidos:

Unidad I Introducción

- La era digital y la convergencia de nuevos medios y contenido. Turismo inteligente: TIC y Big data. Internet de las cosas.
- Desarrollo de las Smart Cities y “Lo Común” como políticas públicas del patrimonio cultural.

Unidad II Comunicación organizacional en Turismo

- Comunicación estratégica
- Técnicas de comunicación. Comunicación turística.

Unidad III **Introducción a los Destinos Turísticos Inteligentes**

- De la planificación y gestión turística tradicional a los destinos turísticos inteligentes. Conceptos, metodologías de evaluación y casos prácticos. Modelos territoriales de DTI (playas, entornos rurales, áreas protegidas, etc)
- Soluciones aplicadas a la gestión y optimización de los destinos: tecnologías aplicadas a la gestión turística, infraestructuras, gestión del conocimiento, marketing online, sostenibilidad y accesibilidad.

Bibliografía básica: (incluir únicamente diez entradas)

El resto de la bibliografía se indicará en clase.

1. Bellucci, Marcelo (2023) El boom de la inteligencia artificial, más allá de ChatGPT: 5 plataformas gratuitas para sacarle provecho. En línea: https://www.clarin.com/tecnologia/boom-inteligencia-artificial-alla-chatgpt-5-plataformas-gratuitas-sacarle-provecho_0_GJ8IFeHXKV.html
2. Capriotti, Paul (2009) Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Santiago, Chile. Colección de Libros de la Empresa.
3. Ivars, J., Celdran, B. Y Femenia, F. (2017). Guía de Implantación. Destinos turísticos inteligentes comunitat Valenciana, agencia Valenciana de Turismo-Invat.tur. Disponible en: <http://invattur.gva.es/estudio/guia-de-implantacion-de-destinos-turisticos-inteligentes-de-la-comunitat-valenciana-2/>
4. Krohling, Margarida (2007) “Comunicação organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades”. En Signo y Pensamiento (Bogotá), Vol. 26, N° 51.
5. Merino, Marcos (2023). Trucos básicos para saber cómo dar órdenes a una inteligencia artificial y así generar mejores imágenes y textos. En línea: <https://www.genbeta.com/a-fondo/trucos-basicos-para-saber-como-dar-ordenes-a-inteligencia-artificial-asi-generar-mejores-imagenes-textos>
6. Rodriguez, Eva (2023) 11 formas de usar ChatGPT en el día a día. En línea: <https://www.genbeta.com/a-fondo/haz-tu-vida-facil-estas-11-formas-usar-chatgpt-dia-a-dia>
7. Sadin, Éric (2020) La inteligencia artificial o el desafío del siglo. Anatomía de un antihumanismo radical. Buenos Aires, Argentina: Caja Negra.
8. Segittur (2022). Catálogo de soluciones tecnológicas para destinos turísticos inteligentes. Disponible en: <https://www.segittur.es/sala-de-prensa/informes/catalogo-de-soluciones-tecnologicas-para-destinos-turisticos-inteligentes-2023/>

Año 2023