



FHCE
Facultad de Humanidades
y Ciencias de la Educación

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Carrera: Licenciatura en Turismo – Cenur Litoral Norte

Unidad curricular: Habilidades de Comunicación para el Turismo

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.	Victoria Lagaxio	Departamento de Turismo Historia y Comunicación - Cenur Litoral Norte
Encargado del curso	Prof. Adj.	Victoria Lagaxio	Departamento de Turismo Historia y Comunicación - Cenur Litoral Norte
Otros participantes del curso	Asistente	Mónica Cabrera	Departamento de Turismo Historia y Comunicación - Cenur Litoral Norte

El total de Créditos corresponde a:

Carga horaria presencial	32 horas
Trabajos domiciliarios	22 horas
Plataforma EVA	10 horas
Trabajos de campo	NO
Monografía	NO
Otros (describir)	
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	Cupos, servicios y condiciones: 10 Departamento de Ciencias Sociales
---	-----------	---

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

El estudiante deberá contar con el 75% de asistencia a las clases dictadas y haber completado al menos el 50% de los trabajos requeridos durante el curso. Al finalizar el curso, deberá entregar un trabajo final grupal con presentación oral, el cual será requisito para su aprobación.

Trabajos de curso:
Seguimiento de lecturas y su aplicación en trabajos prácticos.

Trabajo final de curso:
Proyecto final donde los estudiantes diseñen y presenten una experiencia turística.

Conocimientos previos requeridos/recomendables (si corresponde):

Objetivos

Generales:

- Desarrollar habilidades de comunicación esenciales para el sector turístico.
- Aplicar técnicas de comunicación oral y visual en la presentación de experiencias turísticas.

Específicos:

- Comprender los fundamentos básicos de la comunicación y su aplicación en turismo.
- Mejorar la expresión oral y el lenguaje no verbal en la mediación y promoción turística.
- Adquirir nociones básicas de diseño visual para comunicar experiencias turísticas.
- Desarrollar presentaciones orales, combinando narrativas, imágenes y estructura.

Contenidos

Unidad I – Fundamentos de la Comunicación en Turismo

- Conceptos clave de la comunicación.
- Elementos del proceso comunicativo.
- Barreras y facilitadores de la comunicación en turismo.

Unidad II – Expresión Oral y Presentaciones en Turismo

- Habilidades de expresión oral y lenguaje no verbal.
- Técnicas para hablar en público en contextos turísticos.
- Estrategias para estructurar presentaciones orales.

Unidad III – Introducción a la Comunicación Visual en Turismo

- Principios básicos del diseño visual (uso de colores, tipografías e imágenes).
- Creación de materiales simples para promoción turística.
- Uso de herramientas digitales básicas para mejorar la presentación visual de contenidos.

Unidad IV – Narrativas y Storytelling en Turismo

- Construcción de relatos turísticos atractivos.
- Storytelling aplicado a la promoción de destinos y experiencias.
- Integración de narrativas en presentaciones orales y digitales.

Bibliografía básica: (incluir únicamente diez entradas)

El resto de la bibliografía se indicará en clase.

1. Van-der Hofstadt, C. J. (1999). *Habilidades de comunicación aplicadas: Guía para la mejora de las habilidades de comunicación personal*. Promolibro. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Van-Der-Hofstadt-Roman/publication/281593347_Como_mejorar_tus_habilidades_de_comunicacion_personal/links/55ef4a6608aedecb68fda6af/Como-mejorar-tus-habilidades-de-comunicacion-personal.pdf
2. Petit, C., & Graglia, S. (2004). *Introducción a la psicología social para estudios de turismo*. Editorial Brujas. Disponible en : <https://books.google.com.ec/books?id=jTGnDH1hRU4C&printsec=frontcover&hl=e#v=onepage&q&f=false>
3. Badia, F., & Carrió, M. (2021). *El storytelling en la marca de destinos turísticos: el caso de Girona*. *Cuadernos de Turismo*, 47, 77-96. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/451841>
4. Universidad Estatal de Milagro. (2023). *Comunicación efectiva en el turismo*. Recuperado de

https://sga.unemi.edu.ec/media/archivocompendio/2023/08/07/archivocompendio_202387221631.pdf

5. Tutor Formación. (s.f.). *La comunicación aplicada a la hostelería y al turismo*. Recuperado de <https://corporativa.tutorformacion.es/ElementosWeb/Ejemplo%20UF0042.pdf>
6. PIGLIA, M. (2008). El “despertar del turismo”: primeros ensayos de una política turística en la Argentina (1930- 1943). Disponible en: <https://historiapolitica.com/datos/biblioteca/piglia2.pdf>
7. QUEVEDO, C. y GIORDANO, M. (2021): “La producción turística del Impenetrable chaqueño: avanzadas capitalistas, naturaleza y territorio”. *Revista Colombiana de Sociología*, Vol. 44(2), pp. 189-215. Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/85666/77879>
8. Capriotti Peri, P. (2009). *Branding Corporativo*. Ed. Libros de la Empresa. Disponible en : <https://www.cespi.unlp.edu.ar/wp-content/uploads/2023/06/Branding-corporativo-Capriotti.pdf>
9. Castell, M. (1997). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Vol 1. Disponible https://amsafe.org.ar/wp-content/uploads/Castells-LA_SOCIEDAD_RED.pdf
10. Ojeda, M. Á. N., & Pére, M. D. M. G. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales: usuarios, aplicaciones y contenidos*. Gedisa Editorial. Disponible en: [https://books.google.com.uy/books?hl=es&lr=&id=STUIBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1959&dq=Nicol%C3%A1s+Ojeda,+M.+%26+Grand%C3%ADo+P%C3%A9rez,+M.+\(2012\).+Estrategias+de+comunicaci%C3%B3n+en+redes+sociales.+Gedisa&ots=OCim9wK0rG&sig=sEfltWNxFtY4Ixf6YS9IU1fms#v=onepage&q=Nicol%C3%A1s%20Ojeda%2C%20M.%20%26%20Grand%C3%ADo%20P%C3%A9rez%2C%20M.%20\(2012\).%20Estrategias%20de%20comunicaci%C3%B3n%20en%20redes%20sociales.%20Gedisa&f=false](https://books.google.com.uy/books?hl=es&lr=&id=STUIBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1959&dq=Nicol%C3%A1s+Ojeda,+M.+%26+Grand%C3%ADo+P%C3%A9rez,+M.+(2012).+Estrategias+de+comunicaci%C3%B3n+en+redes+sociales.+Gedisa&ots=OCim9wK0rG&sig=sEfltWNxFtY4Ixf6YS9IU1fms#v=onepage&q=Nicol%C3%A1s%20Ojeda%2C%20M.%20%26%20Grand%C3%ADo%20P%C3%A9rez%2C%20M.%20(2012).%20Estrategias%20de%20comunicaci%C3%B3n%20en%20redes%20sociales.%20Gedisa&f=false)

Año 2025