

Grado en Xestión de Empresas Hostaleiras

G3211322- Comunicación Hoteleira e Gastronómica (3º curso)

INFORMACIÓN (datos descriptivos)

- **Créditos ECTS**
 - Créditos ECTS: 4
- **Horas ECTS Criterios/Memorias:**
 - Traballo do Alumno/a: 64
 - Horas de Titorías: 6
 - Clase Expositiva: 35
 - Clase Interactiva: 15
 - Total: 120 horas
- **Linguas de uso:**
 - Castelán, Galego
- **Tipo:**
 - Materia Ordinaria (Obrigatoria)
- **Departamento:**
 - CSHG
- **Área:**
 - CSHG
- **Centro:**
 - Centro Superior de Hostaleira de Galicia (CSHG)
- **Convocatoria:**
 - Primeiro semestre
- **Docencia:**
 - Con docencia
- **Matrícula:**
 - Matriculable

PROGRAMA

Obxectivos da materia:

O propósito é, que, o alumno/a que participase activamente nas clases, nos traballos e en xeral en todas as actividades programadas, adquirise os coñecementos necesarios para saber detectar as necesidades de comunicación dun hotel/cadea e que ferramentas de comunicación son as máis adecuadas para cubrilas.

- Definir obxectivos, estratexias e políticas de comunicación comercial
- Integrar coherentemente a variable comunicación no conxunto da estratexia de Marketing da organización
- Establecer os criterios xerais de contido e deseño das pezas de comunicación.
- Xustificar as decisións tomadas na elaboración das distintas estratexias de comunicación.
- Desenvolver a capacidade para integrar os distintos obxectivos de comunicación nun único plan.
- Establecer un proceso de comunicación cos distintos públicos e segmentos

Contido:

1. O proceso de comunicación
2. Os medios de comunicación
3. As relacións públicas
4. A publicidade
5. O márketing directo
6. A forza de vendas
7. As promocións de vendas

Bibliografía básica e complementaria:

○ Bibliografía básica

- González, C. M. de (2007). Marketing móvil. Una nueva herramienta de comunicación. Netbiblo. <https://bit.ly/3WZDfy9>
- Conde Lobato, M. (2007). Target: manual de instrucciones. Netbiblo.
- Guardiola, J. Markarina. <http://www.markarina.com/>.
- Hosteltur. <http://www.hosteltur.com>.
- Kotler, P. e Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing. Pearson Educación.
- Makens, J. C., Kotler, P. e Bowen, J. (2008). Marketing para turismo. Pearson Educación.
- McLuhan, M. (2009). Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. <https://bit.ly/45SRtoM> (Link edición 1996).
- Marketing directo. <http://www.marketingdirecto.com>.
- Puromarketing. <http://www.puromarketing.com>.
- Rodríguez, S. (2009). Creatividad en Marketing Directo. Deusto.
- Rufín Moreno, R. (1998). Marketing (conceptos, instrumentos y estrategias). Madrid.
- Segovia López, C. e Estrella Ramón, A. M. (2016). Comunicación integrada de marketing. ESIC Editorial.

(Gramática e ortografía)

- Real academia de la lengua española. www.rae.es.
- Word Reference sinónimos. <https://www.wordreference.com/sinonimos/>.
- Fundación Español Urgente (FUNDEU). <http://www.fundeu.es/>.
- Casado Velarde, M. (2017). El castellano actual: usos y normas. EUNSA.
- FUNDEU (2018). El español más vivo: 300 recomendaciones para hablar y escribir bien. Editorial Espasa Libros.

Competencias

○ Básicas e Xerais

B1. ► Que os estudantes demostrasen posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral e adóitase atopar a un nivel que, aínda que se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo (a xestión e dirección de empresas hostaleiras).

B2. ► Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo (ámbito das empresas hostaleiras).

B3. ► Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes, de índole social, científica ou ética (normalmente no seu campo de estudo).

B4. ► Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, metodoloxías, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado, tanto mediante comunicación oral como escrita no seu ámbito de estudo.

B5. ► Que os estudantes desenvolvesen aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía en todo tipo de contextos.

G1. ► Formar profesionais que sexan capaces de desempeñar tarefas de xestión e dirección nas organizacións empresariais hostaleiras, desenvolvendo habilidades de liderado, cunha clara orientación de servizo ao cliente, alta capacidade de adaptación permanente e innovación e orientación a resultados nas diferentes áreas do sector, favorecendo o desenvolvemento sostible e respectando a diversidade e multiculturalidade: *Organizar e analizar a información, identificar oportunidades, definir obxectivos e estratexias, planificar, deseñar e asignar recursos, dirixir e motivar persoas, resolver problemas e tomar decisións, alcanzar obxectivos e avaliar resultados.*

○ Transversais

T1- Capacidade de xestión da información, análise e síntese

T2- Capacidade de organización e planificación

T3- Comunicación oral e escrita no ámbito empresarial

T5- Resolución de problemas e toma de decisións

T6- Traballo en equipo

T15- Deseño e xestión de proxectos.

T17- Capacidade para poñer en práctica los coñecementos con perspectiva social e de crecemento

AV1- Vocación de servicio e espírito de colaboración

AV3- Respetto, tolerancia e responsabilidade persoal e profesional

○ **Específicas**

E1. ► Comprender os principios do Turismo e analizar a súa dimensión económica, así como o seu carácter dinámico e evolutivo: Comprender os distintos aspectos da actividade turística, en especial as relacións do sector coa súa contorna, as condutas do turista e as interrelacións no destino a nivel económico e socio-cultural. Identificar e valorar a dimensión macroeconómica e microeconómica do turismo e os axentes económicos, utilizando as diferentes fontes de información. Comprender a complexidade e diversificación do turismo, e especificamente do ámbito hostaleiro e gastronómico.

E7. ► Definir obxectivos, estratexias e políticas de comercialización das empresas do sector hostaleiro: Saber definir os obxectivos comerciais da empresa, desenvolver e tomar decisións sobre as estratexias para seguir e establecer unhas adecuadas políticas de comercialización, manexando a información necesaria, achegando valor ao longo da cadea produtiva.

E9. ► Manexar técnicas de comunicación: Adquirir habilidades comunicativas orientadas cara ao ámbito interno e externo das organizacións turísticas en diferentes ámbitos.

E14. ► Analizar e utilizar as tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) no sector hostaleiro: Coñecer as TIC como ferramentas esenciais na xestión das empresas do sector aloxativo e gastronómico, tanto a nivel interno como a nivel externo.

Metodoloxía de ensinanza

Para o desenvolvemento da materia utilizaranse os seguintes métodos de ensino-aprendizaxe:

- *A lección maxistral participativa* (a través da cal o profesor/para presentará os soportes teóricos da materia e explicará a resolución de todo tipo de exercicios)
- O *traballo autónomo* (no que o alumno aprenderá os coñecementos básicos da materia e dominará a resolución de problemas a través do desenvolvemento intelectual e da toma de decisións).
- O *traballo cooperativo* (polo que se potenciará o traballo en equipo e consolidaranse os obxectivos do traballo autónomo, desenvolvendo cinco dos seis casos prácticos expostos en equipo, catro en parellas e un en trío, coa condición ineludible de que un alumno/a non pode realizar máis dun traballo co mesmo compañeiro).
- *Aprendizaxe baseada en problemas*: A aprendizaxe establécese pola formulación dun problema sobre o cal o estudante non recibiu formación particular algunha. A aprendizaxe dos conceptos adquirese coa procura das solucións ao problema exposto.

Sistema de avaliación

O sistema de avaliación terá en conta todas as actividades realizadas polo alumnado que se indiquen a continuación, en cada unha das oportunidades para superar a materia. O alumnado que non supere a materia na primeira oportunidade terá dereito a unha segunda oportunidade, que será a que figure no expediente académico no caso de que a cualificación alcanzada fose superior.

○ Primeira oportunidade ordinaria:

O principal obxectivo que se persegue coa avaliación é dar a oportunidade ao alumno de demostrar que adquiriu os coñecementos e as habilidades necesarias para desenvolver as competencias programadas para a materia. Os métodos que se utilizarán serán:

Avaliación continua:

Os estudantes serán avaliados de forma continua mediante unha serie de probas teóricas e prácticas:

- A parte teórica avaliarase mediante un ou varios exames cuxo peso na nota final da avaliación será dun 50%.
- A parte práctica avaliarase mediante traballos e casos; tendo así mesmo un peso na nota da avaliación continua do 50%.

Aqueles alumnos/as que non cumpran os seguintes requisitos terán que presentarse ao exame final:

- 1) A nota media das probas teóricas non deberá de ser inferior a 4.
- 2) A nota de media dos exercicios prácticos non deberá de ser inferior a 4.
- 3) En ningunha proba, xa sexa teórica ou práctica, admítase unha nota inferior a 3.
- 4) Non se poderán superar o total de 11 faltas de asistencia.

Exame final:

No caso de que o/a alumno/a non cumpra os obxectivos e condicións previamente sinalados na avaliación continua, o estudante deberá realizar un exame final.

Cualificación final:

- 1) Alumnado que cumpra os requisitos da avaliación continua: A nota lla avaliación continua calcúlase mediante a media da parte teórica e práctica.
- 2) Alumnado que tivese que acudir ao exame final: Aqueles alumnos cuxa nota do exame final sexa igual ou superior a 4, a súa cualificación final da materia compoñerase da avaliación continua (60%) e a cualificación obtida no exame final (40%). Se a nota do exame final é inferior a 4, a cualificación final non considerará a

avaliación continua e será a nota obtida no devandito exame final. Ás cualificacións finais aplicaráselles as posibles penalizacións por ausencias.

No CSHG a asistencia a clase é obrigatoria e parte importante da formación do alumno/a, polo que as ausencias repetidas ás actividades presenciais consideraranse unha falta de rendemento e por tanto afectarán á cualificación da materia do seguinte modo:

- Cómputo total de horas presenciais (56 horas): 30% de ausencias e penalización de -1 punto (17 horas); 60% de ausencias e penalización de -2 puntos (34 horas).
 - Se o alumno/para alcanza un 80% de ausencias sobre o total das horas presenciais, a materia considerárase suspensa cunha cualificación de 0.
- Segunda oportunidade extraordinaria:

Nesta oportunidade, o alumno/para deberá presentarse a unha proba presencial teórica sobre a totalidade dos contidos do curso.

A cualificación final da segunda oportunidade compoñeráse, sempre que o resultado da proba presencial sexa maior ou igual a 4, da cualificación da parte práctica da avaliación continua (50%), sempre que se superou, e os resultados da proba presencial (50%).

Se o resultado da proba presencial é inferior a 4, na cualificación final da segunda oportunidade extraordinaria non se terá en conta a parte práctica da avaliación continua e a nota será a nota da proba.

Aquel alumnado que non superase a parte práctica da avaliación continua pódela recuperar entregando na data do exame os exercicios prácticos que estipule a docente; se a cualificación é superior á do primeiro intento, esta virá substituíla e en todo caso aplicaranse igualmente as penalizacións por faltas.

⇨ Segunda e posteriores convocatorias

No caso de non superar a materia, avaliarase ao alumnado de igual maneira que na segunda oportunidade extraordinaria, en cada unha das dúas oportunidades.

Plaxio

O plaxio ou uso indebido das tecnoloxías na realización de tarefas e ou probas será penalizado na avaliación. Calquera fraude ou intento de fraude que sexa detectado en exames ou traballos será penalizado cunha cualificación de 0 na devandita proba, en caso de observarse por segunda vez a nota global da oportunidade será un 0. No

caso de que a fraude cométase no exame final a cualificación de 0 puntos será a definitiva global da oportunidade.

Considerarase plaxio a utilización de materiais/fontes, entre elas a intelixencia artificial, non citadas en calquera proporción.

Tempo de estudo e traballo persoal

As actividades formativas e a súa dedicación en horas serán as seguintes:

- Clase maxistrais-expositivas (35), talleres (15), titorías e exames (6), estudo autónomo individual ou en grupo (30) e traballo individual (34).

Recomendacións para o estudo da materia

A materia de Comunicación Hostaleira e Gastronómica é unha materia que se apoia nos coñecementos e habilidades xa desenvolto na materia de Marketing Hostaleiro e Gastronómico de segundo curso.

É necesario que o alumnado coñeza de forma exhaustiva os axentes que interveñen no mercado turístico, as súas funcións, a súa organización e intereses e estratexias máis frecuentes; tamén han de comprender as distintas ferramentas de comunicación, que aspectos diferencian e que problemas e obxectivos alcanzan cada unha.

PROFESORADO

Paula Neira Placer

Centro Superior de Hostalería de Galicia

Teléfono: 981542519

pneira@cshg.es