INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

| | | | |
|---|---|---|---|
| Designação | Comunicação em Hotelaria e Turismo | Área Científica | - |
| Classificação | Unidade/Projeto Extracurricular | Escola | Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela |
| Ano Letivo | 2023/2024 | Ano Curricular | 1 |
| Nível | - | Créditos ECTS | 3.0 |
| Tipo | Modular | Semestre | - |
| Código | 9930-950-1002-00-23 | | |

| Horas totais de trabalho | 81 | Horas de Contacto | T - | TP 18 | PL - | TC - | S - | E - | OT - | O - |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s): Elsa da Encarnaçao Gonçalves Tavares Esteves

## Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
1. Esclarecer as especificidades da comunicação em turismo;
2. Identificar e analisar os diversos canais de comunicação;
3. Identificar e analisar os diversos elementos da política de comunicação para produtos e destinos turísticos;
4. Perceber os processos formais de comunicação empresarial normalmente utilizados no local de trabalho na hotelaria e turismo;
5. Colocar em prática a arte da comunicação empresarial eficaz no local de trabalho na hotelaria e turismo;
6. Compreender os meios verbais e não verbais de comunicação empresarial;
7. Adotar estratégias efetivas de comunicação para resolver situações de conflito;
8. Fornecer informações rápidas, exatas e eficientes através de várias ferramentas de comunicação empresarial, nomeadamente as tecnológicas.

## Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável.

## Conteúdo da unidade curricular

1. A comunicação em turismo; 2. A comunicação para produtos e destinos turísticos; 3. A comunicação em Hotelaria; 4. As novas tecnologias de comunicação na hotelaria e turismo.

## Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. A comunicação em Turismo
   - Os objetivos da comunicação
   - Os públicos-alvo da comunicação
   - Os canais de comunicação
   - O Mix da comunicação
2. A comunicação para produtos e destinos turísticos
   - Os objetivos da comunicação
   - Os principais meios de comunicação
   - Desenvolvimento de programas de comunicação
3. A comunicação em Hotelaria
   - Canais de comunicação
   - Elementos de comunicação: verbal e não verbal
   - Comunicação escrita
   - Técnicas de negociação e resolução de conflitos
4. As novas tecnologias de comunicação na hotelaria e turismo
   - Aplicações e tendências

## Bibliografia recomendada


1. McCabe, S., & Zhang, C. (2019). Marketing Communications in Tourism and Hospitality. Taylor & Francis Group.
2. Mckay, M., Davis, M., & Fanning, P. (2018). Messages: The Communication Skills Book (4th ed.). New Harbinger Publications.
3. Koc, E. (2020). Cross-Cultural Aspects of Tourism and Hospitality: A Services Marketing and Management Perspective. Routledge.
4. Sundar, S. (2015). The Handbook of the Psychology of Communication Technology. Wiley-Blackwell.
5. Wörndl, W., Koo, C., & Stienmetz, J.L. (Eds.). (2021). Information and Communication Technologies in Tourism. Springer Nature.


## Métodos de ensino e de aprendizagem

Cada aula terá componentes teóricas e práticas, com aplicação de metodologias ativas de ensino-aprendizagem, que permitirão ao estudante identificar e solucionar problemas organizacionais, à medida de cada setor de atividade. Pretende-se fomentar as dinâmicas de grupo, com exposições orais e debates.

## Alternativas de avaliação

- Avaliação contínua - (Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Apresentações - 50%
  - Trabalhos Práticos - 50%

## Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

## Validação Eletrónica

| Elsa da Encarnaçao Gonçalves Tavares Esteves | Catarina Alexandra Alves Fernandes | Sonia Paula da Silva Nogueira |
|---|---|---|
| 20-06-2024 | 20-06-2024 | 20-06-2024 |

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.