

1. Introducción: LA COMUNICACIÓN, VITAL PARA EL SECTOR TURÍSTICO

Lo que no se comunica parece no existir y si no existe no puede conocerse. Esta premisa es de vital importancia para los diferentes actores que componen el sector turístico, que tienen que trabajar para dar a conocer su actividad. Una buena estrategia de comunicación es la base del éxito. Este programa proporciona las herramientas necesarias para saber cómo posicionar proyectos de empresa en los medios de comunicación, mediante esquemas tradicionales y apoyándose en la utilización de las nuevas tecnologías para reforzar el mensaje. Los alumnos, en un contexto más práctico que teórico, tratarán situaciones reales, analizarán dificultades, dilemas, opciones, coyunturas y buscarán argumentos y soluciones.

2. Objetivo:

Conocimiento de las herramientas y posibilidades de la comunicación.

3. Duración:

✚ Duración: 20 horas

4. Programación Formativa:

a) ¿Lo que no se cuenta no existe?

✚ Relación con los medios de comunicación

b) ¿Necesitamos un gabinete de comunicación?

✚ Comunicación especializada

c) Estrategias y herramientas de comunicación:

✚ Lenguaje periodístico

✚ Estilos de redacción, adaptados a cada situación

✚ Promoción turística en medios audiovisuales:

- La noticia
- El reportaje
- El documental
- El Magazine
- Reality show

- ✚ La red, algo más que “otro medio”
 - Lenguaje digital
 - Comunidades on-line de viajeros

- ✚ La figura del portavoz
 - Habilidades comunicativas
 - Lenguaje no verbal
 - Cómo comportarse delante de una cámara de TV
 - Tipos de entrevistas

- ✚ La comunicación en tiempos de crisis
 - Trucos y consejos para que se publique nuestra información