

## **TECNICATURA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

### **Técnicas de Comunicación**

**Primer año  
Segundo Cuatrimestre  
2011**

---

#### **Objetivos Generales:**

- Adquirir las aptitudes necesarias para conocer las herramientas de la comunicación y utilizarlas en forma efectiva, en su relación con los distintos públicos.
- Lograr los conocimientos de las comunicaciones aplicadas a los distintos tipos de públicos en una empresa turística.
- Obtener los conocimientos necesarios para diseñar y realizar acciones de comunicación específicas en las pequeñas, medianas y grandes empresas turísticas.
- Desarrollar la creatividad en la elaboración y promoción de productos turísticos.
- Aprender a confeccionar y a utilizar distintos tipos de comunicaciones.
- Desarrollar las estrategias de comprensión lectora, producción escrita y oratoria, necesarias para el óptimo desenvolvimiento en el campo profesional.

#### **Normas de Aprobación:**

- 75 % de asistencia a clase, condición de regularidad.
- El modelo evaluatorio será el siguiente: los alumnos serán evaluados de manera continua en su participación, responsabilidad, imagen personal, manejo de lenguaje y respeto. En los trabajos prácticos: oratoria, redacción, presentación, puntualidad y desarrollo.

- Los exámenes parciales serán de manera escrita u oral y serán tenidas en cuenta las características evaluatorias anteriormente nombradas.
- 

## **Contenidos:**

### **Unidad I: La Comunicación en la Empresa**

Los elementos de la comunicación. Los procesos de comunicación. Fases. Medios. Control de comunicación. El plan de comunicación del equipo de ventas.

### **Unidad II: La comunicación oral en la actividad comercial**

La comunicación oral. Técnicas de comunicación oral. Hablar en público. La comunicación gestual o no verbal. La comunicación telefónica. La entrevista de venta. El difícil arte de la persuasión.

### **UNIDAD III: La comunicación escrita: internas y externas**

Significado. La correspondencia comercial. Estructura y clases de carta comercial. Acciones “indoor”: cartas, memos, correo electrónico, intranet, línea abierta, folletos. Acciones “outdoor”: publicidad, marketing, medios masivos de comunicación y relaciones con la comunidad.

### **UNIDAD IV: Aspectos básicos de la venta**

El producto. Concepto. Tipos y ciclo de vida del producto. El consumidor. Sus necesidades. La motivación para consumir. El perfil del consumidor/cliente. El vendedor. Cualidades y tipos de vendedores. La relación con los clientes y el producto.

### **UNIDAD V: La comunicación inteligente. Técnicas de venta.**

Comunicar para vender. Métodos de ventas. Fases de la venta. Venta personal y a distancia. Cierre de la venta. El servicio de atención al cliente. Importancia del Turismo de Incentivo.

## **Bibliografía:**

- AVILIA LAMERTYN, Roberto. Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas de comunicación integradora ( Bs. As. Imagen, 1997)
- LÓPEZ LUENGO, Ma. De los Ángeles y LOBATO GÓMEZ, Francisco. Operaciones de Venta. (Thomson Editores Spain, Parainfo SA, 2006)
- FERNANDEZ COLLADO, Carlos. La comunicación en las organizaciones (México, Trillas, 1991)
- FERNANDEZ DE LA TORRIENTE, G. Cómo escribir correctamente (España, Ed norma, 1996)
- MEJIAS, Cristina. Los Gerentes del 2000 (Bs. As. Planeta, 1999)
- RAMOS PADILLA, Carlos. La Comunicación. Un punto de vista organizacional.

- (México, Trillas, 1991)
- RIBEIRO, Lair. La comunicación inteligente (España, Ed Planeta, 2006)