

MESTRADO EM TURISMO E COMUNICAÇÃO

Ficha de Unidade Curricular

1. Designação da Unidade Curricular | Name of the Curricular Unit

[PT] Comunicação Digital em Turismo

[IN] Digital Communication in Tourism

2. Docente responsável (e respetiva carga letiva) | Responsible teaching staff (and lecturing load)

Ricardo Pereira Rodrigues – 10h

3. Outros docentes (e respetivas cargas letivas) | Other teaching staff (and lecturing load)

Joana Frias Costa - 10h

4. Objetivos de Aprendizagem | Learning outcomes

(max. 1000 caracteres)

[PT]

- Compreender o papel do profissional de comunicação no setor
- Compreender, identificar e distinguir os diferentes tipos de públicos no setor
- Conhecer as diferentes especialidades da comunicação no setor do Turismo e a sua aplicação em contextos digitais
- Definir uma estratégia de comunicação digital no setor do Turismo
- Reforçar a compreensão e o olhar crítico do contexto digital
- Compreender as especificações das principais plataformas de comunicação digital, a sua linguagem e possíveis desenvolvimentos.
- Introdução aos instrumentos teóricos e técnicos para a produção e publicação de conteúdos digitais multimédia.

[IN]

- Understand the role of the communication professional in the sector
- Understand, identify and distinguish the different types of publics within the tourism sector
- Know the different communication areas in the sector and its application in digital contexts
- Create a digital communication strategy in the tourism sector
- Consolidate the understanding and critical reflection of the digital context.
- Understand the specifications of the main digital communication platforms, their functional specifications and possibilities in content development.
- Introduction to theoretical and technical instruments for the production and publication of multimedia digital content.

5. Conteúdos Programáticos | Syllabus

(max. 1000 caracteres)

[PT]

1. O papel do profissional de comunicação no setor do Turismo
2. Públicos e *stakeholders*
3. As especialidades da comunicação no setor do Turismo
 - 3.1 Relações com os *media*
 - 3.2 Comunicação interna
 - 3.3 Relações com a comunidade
 - 3.4 Relação com clientes
 - 3.5 Comunicação de crise
4. Comunicação planeada: processo em 4 etapas
5. Instrumentos de comunicação
6. O Papel da Comunicação na construção de marcas turísticas
 - 6.1 Identidade da marca: imagem, reputação e identidade
7. Case-studies
8. Introdução às linguagens digitais
 - 8.1 Internet e WWW
 - 8.2 Hipertexto e Hipermedia
 - 8.3 Multimodalidade, interface e interatividade
 - 8.4 O vídeo e a fotografia digital
9. Tipologias de recursos multimédia
 - 9.1 Texto
 - 9.2 Fotografia (*bitmap*)
 - 9.3 Imagens (*bitmap*)
 - 9.4 Gráficos (vetores),
 - 9.5 Vídeo e animação
 - 9.6 Áudio
10. Introdução ao design multimédia
 - 10.1 Estrutura de navegação e guião multimédia;
 - 10.2 Pesquisa visual (mood boards, wireframes e storyboards)
 - 10.3 Princípios do desenho visual, sistemas de grelha e construção de layout
 - 10.4 Cor, tipografia e símbolos
11. A produção de conteúdos e as especificações funcionais dos meios sociais digitais.

[IN]

1. The role of the communication professional in the sector
2. Publics and stakeholders
3. The different communication specialization areas within the sector.
 - 3.1. Media relations
 - 3.2. Internal communications
 - 3.3. Community communication
 - 3.4. Customer communication
 - 3.5. Crisis communication
4. Planned communication: 4-stage model
5. Communication tools

6. The role of communication in building touristic brands
 - 6.1. Brand identity: image, reputation and identity
7. Case studies
8. Introduction to digital languages
 - 8.1. Internet and World Wide Web
 - 8.2. Hypertext and Hypermedia
 - 8.3. Multimodality, interface and interactivity
 - 8.4. Video and digital photography
9. Types of multimedia resources
 - 9.1. Text
 - 9.2. Photography and bitmaps
 - 9.3. Vectors
 - 9.4. Video and animation
 - 9.5. Audio
10. Introduction to multimedia design
 - 10.1. Navigation structure and multimedia script;
 - 10.2. Visual research (mood boards, wireframes and storyboards)
 - 10.3. Principles of visual design, grid systems and layout composition
 - 10.4. Color, typography and symbols
11. Content production and functional specifications for social media platforms.

6. Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos | Syllabus coherence with the learning outcomes

(max. 1000 caracteres)

[PT]

Os conteúdos programáticos orientados para a contextualização e enquadramento do papel da Comunicação, dos seus profissionais e dos contextos digitais, procuram fomentar o conhecimento e a prática destas dimensões no setor do Turismo.

A introdução às linguagens digitais, ao design multimédia e à produção de conteúdos para meios sociais digitais, orientados para exemplos e exercícios práticos, desenvolverão as competências técnicas e a dimensão crítica valorizadas nas especificidades deste setor.

[IN]

The syllabus, oriented towards the contextualization and framework of the communication role, its professionals and digital contexts, seeks to foster the knowledge and practice of all these dimensions within the tourism sector.

The introduction to digital languages, multimedia design and content production for digital social media, oriented towards examples and practical exercises, will develop the technical skills and critical dimension valued in the specificities of this sector.

7. Metodologias de ensino | Teaching methodologies

(max. 1000 caracteres)

[PT]

O método de ensino usa aulas expositivas e aulas de práticas laboratoriais. As aulas expositivas estão assentes na transmissão de conhecimentos pela equipa docente, apoiada em literatura especializada e materiais pedagógicos. Nas aulas práticas são desenvolvidos exercícios que

permitem aos alunos interligarem os conteúdos teóricos com as metodologias e ferramentas de desenvolvimento de conteúdos multimédia e serão também analisados e discutidos casos práticos.

[IN]

The teaching method uses both expositive and practical laboratory classes. Expositive classes will be based on the transmission of knowledge by the professors, supported by specialized bibliography and teaching materials. The practical laboratory classes will be developed through exercises that allow students to connect theoretical contents with the methodologies and tools for developing multimedia content. It will also be discussed and analysed practical case studies.

8. Coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem | Coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

(max. 3000 caracteres)

[PT]

Nas aulas expositivas serão apresentados e trabalhados os principais conceitos teóricos, para uma compreensão do papel da Comunicação, dos seus profissionais e dos contextos digitais no setor do Turismo. Durante estas aulas serão analisados alguns exemplos práticos, em formato de case-studies, que permitirão aos alunos compreender as etapas que estruturam um projeto neste contexto.

Nas aulas práticas os alunos irão trabalhar em exercícios individuais e em grupo, supervisionados, que permitem a aplicação dos conhecimentos teóricos adquiridos nas aulas expositivas e que simultaneamente lhes permite a aquisição de competências no planeamento, desenho e produção de conteúdos multimédia e no uso das ferramentas de trabalho usadas no desenvolvimento e autoria para os contextos digitais.

[IN]

The expositive classes will present the main theoretical concepts in order to understand the communication role, its professionals and digital contexts within the tourism sector. During these classes it will be analysed some practical examples, in cases-study format, that will allow students to understand the steps that structure a project within this context.

In the practical classes, students will work on supervised individual and group exercises that will allow them to apply the theoretical knowledge acquired in the expositive classes and simultaneously acquire skills of planning, design and production of multimedia content and the usage of tools used in the development of digital contexts.

9. Métodos de avaliação | Assessment methods

(max. 1000 caracteres)

[PT]

A avaliação na unidade curricular segue o modelo de Avaliação Contínua. A nota final consiste na média ponderada de um conjunto de elementos de avaliação que decorrem ao longo do semestre.

Num cenário de aulas à distância em regime remoto, os alunos inscritos nesta UC deverão ter computador com ligação à internet, webcam, microfone e o software de utilização gratuita (browser) Google Chrome instalado.

[IN]

The evaluation of this curricular unit will follow the model of Continuous Evaluation. The final grade consists of a weighted average of the several evaluation methods that will take place throughout the semester.

In a remote setting of this curricular unit, students must have a computer with internet connection, webcam, microphone and Google Chrome software installed (browser).

10. Descrição das diferentes modalidades de avaliação | Description of the various assessment methodologies

(max. 1000 caracteres)

[PT]

[IN]

11. Cálculo da avaliação final | Calculation formula for the final grade

[PT]

Assiduidade e participação relevante (30%) e um projeto individual (70%).

[IN]

Attendance and relevant participation (30%) and an individual project (70%).

12. Bibliografia | Bibliography

- Andrews, P. H., and Herschel, R. T. (1996). Organizational communication: empowerment in a technological society. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Conrad, C., & Poole, M. S. (2002). Strategic Organizational Communication: In a Global Economy. 5ª ed. Australia: Wadsworth Publishing.
- Cunha, L., (2013). Economia e Política do Turismo. 3ªed. Lisboa: Editorial Verbo.
- Cunha, L., (2006). Introdução ao Turismo. 4ªed. Lisboa: Editorial Verbo.
- Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (1985). Effective Public Relations. 6ª ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Eiró-Gomes, M. e Nunes, T., (2013). Relações Públicas / Comunicação Institucional / Comunicação Corporativa: três designações para uma mesma realidade? Actas 8º Congresso da Sopcom, 2013, no prelo.
- Gruning, J. E. & Repper, F. C. (1992). Strategic Management, Publics and Issues , in Excellence in Public Relations and Communication Management . New Jersey: ed. J. E. Grunig, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale.
- Lesly, P. (1997). The Nature and Role of Public Relations . In Lesly, Philip - Lesly's Handbook of Public Relations and Communications. 5ª ed. Chicago: Contemporary Books.
- Lopes, et al . (2005). Reiventando o Turismo em Portugal. Lisboa: Confederação do Turismo Português.
- Marques, J., (2003). Introdução à Hotelaria. Porto: Livraria Civilização Editora.
- Alexander, Bryan (2011) The New Digital Storytelling: creating narratives with new media, USA, Praeger
- Block, Bruce (2013) The Visual Story: creating the visual structure of film, tv, and digital media, 2nd edition, New York, Focal Press

- Brown, D. (2007) Communicating Design. Developing Web Site Documentation for Design and Planning, New Riders.
- Costello, Vic (2012) Multimedia Foundations: core concepts for digital design, London: Focal Press.
- Dabner, D.; Calvert, S. & Casey, A. (2010) Graphic design school: the principles and practice of graphic design, New Jersey: Wiley.
- Fonseca, J. M. et al (2012) Introdução ao design de interfaces, Lisboa: FCA.
- Friedman, Anthony (2010) Writing for visual media, 3rd edition, New York, Focal Press
- Morville, P. & Rosenfeld, L. (2007) Information Architecture for the World Wide Web, O'Reilly.