

## **Habilidades Directivas y de Comunicación**

Código: 101191

Créditos ECTS: 6

**2025/2026**

Titulación	Tipo	Curso
Turismo	OB	3

### **Contacto**

Nombre: Maria Jose Aguar Martinez

Correo electrónico: mariajose.aguar@uab.cat

### **Equipo docente**

Raquel Herrera Ferrer

### **Idiomas de los grupos**

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

### **Prerrequisitos**

No hay prerequisitos

### **Objetivos y contextualización**

A final de la asignatura el alumnado será capaz de:

- Identificar los puntos fuertes y puntos débiles como comunicador/a
- Estructurar la información: síntesis, orden y jerarquía
- Analizar la influencia de las redes sociales en el sector para impulsar un proyecto de comunicación
- Desarrollar la capacidad de análisis, de reflexión y de síntesis: el currículum y la entrevista de trabajo
- Aprender a practicar la empatía, la escucha activa y la assertividad
- Conocer y aplicar las estrategias del trabajo en equipo
- Aplicar las cualidades del buen liderazgo

### **Competencias**

- Argumentar de forma crítica desde las diferentes perspectivas teóricas, ideológicas y de buenas prácticas, la realidad que rodea al sector turístico.
- Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
- Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
- Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.

- Manejar técnicas de comunicación de empresas de las organizaciones turísticas: interna, externa y corporativa.
- Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
- Trabajo en grupo.

## Resultados de aprendizaje

1. Demostrar un comportamiento ético y de adaptación a distintos contextos interculturales.
2. Desarrollar una capacidad de aprendizaje de forma autónoma.
3. Manejar las técnicas de comunicación a todos los niveles.
4. Ser capaz de autoevaluarse los conocimientos adquiridos.
5. Trabajo en grupo.
6. Utilizar las técnicas de comunicación aplicables a las entidades turísticas.
7. Utilizar las técnicas de comunicación para comunicar las argumentaciones sobre la realidad del sector turístico.

## Contenido

### I La exposición oral

- Presentación de la información: puntos principales, información secundaria, ejemplos y anécdotas
- El guión para la exposición oral
- La utilización correcta de las TIC
- La comunicación no verbal

### II Comunicación de empresas y medios de comunicación

- Los 5 interrogantes de la comunicación: Qué, quién, dónde, cuándo y cómo
- Qué queremos comunicar y para qué público
- Análisis de los medios de comunicación y adaptación del discurso según el medio

### III Currículum, entrevistas, debates y reuniones.

- Tipología de currículos. Preparación y redacción de un buen currículum
- El vídeo-currículum
- Elementos y aspectos relevantes para preparar una entrevista de trabajo
- La reunión de trabajo

### IV El buen directivo

- Empatía y asertividad
- El trabajo en equipo y la dirección de equipos
- Liderazgo y tipología de liderazgo

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	40	1,6	1, 3, 6, 7

Tipo: Supervisadas

Resolución de casos	6	0,24	2, 4
Trabajos en el aula	14	0,56	1, 2, 3, 7
Tutorías	16	0,64	1, 2, 3
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	56	2,24	1, 2, 5, 7

**a) Metodología de la parte teórica de la asignatura:**

Explicaciones presenciales de tipo clase-magistral con respecto a los diferentes temas del programa. Utilización de audios y vídeos para ilustrar algunos bloques temáticos de la asignatura.

**b) Metodología de la parte práctica de la asignatura:**

Realización y exposición en clase de ejercicios prácticos (individuales y en equipo) para evaluar los progresos del alumnado como personas involucradas en el proceso comunicativo y directivo. Se combinan las prácticas de carácter oral y escrito relacionadas con las explicaciones teóricas.

Idioma en el que se impartirá la asignatura: español (Grado de Turismo) e Inglés (Grado de Turismo en Inglés).

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Debates-Fórum	20%	2	0,08	1, 3, 5
Exámenes	40%	4	0,16	2, 3, 4
Presentaciones orales	40%	12	0,48	1, 2, 3, 5, 6, 7

Evaluación continua de esta asignatura:

- Un examen teórico sobre temas de actualidad, así como de los temas del ámbito comunicativo y directivo desarrollados en clase: 40% de la nota final.
- La realización de trabajos prácticos propuestos a lo largo del curso y entregados dentro del plazo fijado: 40% de la nota final.
- Actitud y participación activa en las dinámicas, foros y sesiones : 20%.

Para aprobar la asignatura es obligatorio obtener una nota media mínima de 5 sobre 10

- 1a) Re-evaluación de la evaluación continua

Se prevé una reevaluación para el alumnado que, no habiendo aprobado la asignatura, haya sacado más de un 3,5 en el examen

*La calificación de la asignatura será NO EVALUABLE cuando el/la estudiante se presente a menos de la mitad de las actividades de evaluación y/o no se presente al examen final.*

Evaluación única de esta asignatura:

- a) Un examen teórico oral sobre temas de actualidad, así como de los temas del ámbito comunicativo y directivo: 40% de la nota final
- b) Realización de un proyecto de comunicación: 40% de la nota final
- c) Entrega de las prácticas semanales relacionadas con la actualidad del sector: 20%
- d) Lectura y reseña de tres monografías que la docente indicará en las fechas establecidas: 20%

Para aprobar la asignatura es obligatorio obtener una nota media mínima de 5 sobre 10.

1a) Re-evaluación: "La recuperación de la asignatura por evaluación única será la misma que la del resto de alumnado y para presentarse a la re-evaluación será necesario que éste haya obtenido como mínimo un 3,5 en el conjunto de las evidencias de las que conste la evaluación única"

Nota: el plagio parcial o total en alguna actividad o proyecto implicará la no acreditación de toda la asignatura.

## Bibliografía

### BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

- Anderson, Chris (2016): *TED's secret to great public speaking*
- Aran, Gina. (2015). *Comunicación persuasiva en las entrevistas de trabajo* (Vol. 340). Editorial UOC.
- Baró, Teresa. (2012). *La gran guía del lenguaje no verbal*. Editorial Paidos. Barcelona.
- Bariso, J. (2018) *EQ Applied: the real-world guide to Emotional Intelligence*
- Bengoechea, Mercedes (2010). «La comunicación femenina. Claves, desde la perspectiva de género, para entender qué pasa cuando hablamos» en *Uso del lenguaje en el mundo laboral. La comunicación femenina*. Gobierno Vasco. Fondo Social Europeo
- BERNAL-TRIVIÑO, Ana, *Hacia una comunicación feminista. Como informar e informarse sobre violencia machista*, Barcelona, UOC (2019)
- BERNARDEZ, Asunción (2015) *Mujeres en Medio(s). Propuesta para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*, Fundamentos, Madrid
- Cockcroft, Robert (1992): *Persuading people: an introduction to rhetoric*. Hampshire; Macmillan Press
- Davis, Flora (1976): *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza
- Foster, Clare & McCabe, Scott (2010): "Management Development Skills in the Hospitality and Tourism Sector: Needs and Issues from a Regional Perspective". *Tourism & Hospitality Planning& Development*, vol. 7, is. 4. Taylor & Francis Online
- GALLEGOS, Juana (2014), *De reinas a ciudadanas. Medios de comunicación, ¿motor o rémora para la igualdad?* Barcelona, Icaria (2013) y UOC (2014)
- García, L. R. T. (2019). *INTELIGENCIA EMOCIONAL para que puedas dirigir tu vida*. Lulu. com.
- Illán, J. F. R. (2021). *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. Ediciones de la U.
- James, Judi (1995): *El lenguaje corporal*. Barcelona: Paidós
- Knapp, Mark L. (1980): *La comunicación no verbal*. Barcelona: Paidós
- McCabe, Scott (2008). *Marketing Communications in Tourism and Hospitality*. London:Routledge

- Motion, Judy (2016): Social media and public relations: a guide for professionals. London:Routledge.
- Naisdat, Ivy (2004): *Hablar sin miedo*. Barcelona: Oniro
- Nguyen,Kenny; Murillo, Gus; Killeen, Robert y Jones,Luke(2017) *Presentaciones memorables. Crea experiències úniques que cautiven a tu audiència*. Empresa Activa
- Sebastián, Carmen (2001): *La comunicación emocional*. Madrid: Prentice Hall
- Sherer, Anita & Mössenlechner, Claudia (2009): "Key competencies of tourism graduates: the employer's point of view", Journal of Teaching in Travel & Tourism, vol. 9, iss. 3-4, pp. 266-287.Taylor & Francis Online 4 08.03.001  
Rev.: 02
- TAMARIT VALERO, Amparo (2019 ) Información y comunicación con perspectiva de género: ( Servicios Socioculturales y a la Comunidad) Síntesis. Madrid
- Whetten, David and Cameron, Kim (2015). Developing Management Skills, London: Pearson Education Limited

Selección de textos y artículos elaborado por la profesora

## Software

Los dispositivos móviles estarán guardados y en silencio durante la clase. La docente indicará cuándo podrán utilizarse con fines lectivos.

## Grupos e idiomas de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TE) Teoría	1	Español	primer cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	2	Inglés	primer cuatrimestre	mañana-mixto