

**Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz
de Tenerife**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA:
Inglés para la Comunicación Turística IV**

Curso Académico 2019/2020

Fecha: 21 de junio de 2019



1. Datos Descriptivos de la Asignatura

Asignatura: **Inglés para la Comunicación Turística IV**

Código: **519453103**

- Centro: ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO DE TENERIFE
- Titulación: GRADO DE TURISMO
- Plan de Estudios: G045
- Rama de conocimiento: Ciencias sociales y jurídicas
- Área de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas
- Curso: Tercero
- Carácter: Obligatoria
- Duración: 1^{er} cuatrimestre
- Créditos ECTS (teóricos/prácticos): 6
- Modalidad de impartición: Presencial
- Horario: <http://eutur.es/estudios/titulaciones-universitarias/>
- Dirección Web de la asignatura (aula virtual): <http://aulavirtual.eatur.es/>
- Idioma: Inglés

2. Requisitos

(Esencial) Poseer un nivel de inglés correspondiente a la Prueba de Acceso a la universidad y la prueba para Mayores de 25 años.

(Recomendable) Nivel B1 del Marco de Referencia Europeo de Lenguas.

(Recomendable) Haber aprobado las siguientes asignaturas: Inglés para la Comunicación Turística I, II y III.

3. Profesorado que imparte la asignatura

Coordinación / Profesor/a: **Carlos van Arkel Simón**

- Lugar Tutoría⁽¹⁾: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife. Aula 3.
- Horario Tutoría⁽¹⁾: martes de 11:30 a 12:30 horas.
- Teléfono (despacho/tutoría): 922 22 50 06
- Correo electrónico: csimon79@icloud.com
- Dirección web: <http://eutur.es/>

4. Contextualización de la asignatura en el Plan de Estudios

- Bloque Formativo al que pertenece la asignatura: Módulo 6 Idiomas

- Perfil Profesional:

- Alojamiento
- Restauración
- Intermediación
- Transportes y logística
- Planificación y gestión pública de destinos
- Productos y actividades
- Formación, investigación y consultoría

5. Competencias

BÁSICAS

[CB1] Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

- [CB2] Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- [CB3] Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión.
- [CB4] Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- [CB5] Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- ESPECÍFICAS**
- [6—1] Conocer las particularidades del servicio turístico.
- [6—2] Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.
- [6—3] Conocer los diferentes aspectos y técnicas de comunicación externa (captación, atención y fidelización).
- [13—1] Conocer los elementos y flujos del proceso de comunicación.
- [13—3] Conocer las principales técnicas de comunicación aplicables a las organizaciones turísticas.
- [13—4] Conocer los principios básicos del protocolo y de las relaciones públicas.
- [15—1] Conocer las estructuras gramaticales de la lengua a nivel medio-alto.
- [15—2] Conocer el vocabulario específico relacionado con el sector turístico.
- [15—3] Conocer los distintos tipos de pronunciación.
- [15—4] Conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, para adquirir una mayor comprensión del idioma.
- [23—2] Conocer las tecnologías aplicadas a la promoción y comercialización turística (Bases de datos, DMS, Análisis y Diseño de Sistemas).
- [28—1] Conocer diferentes comportamientos, costumbres, gastronomías, fiestas y manifestaciones de carácter social y cultural.
- [28—2] Conocer la riqueza de la diversidad racial, social y cultural.
- GENERALES**
- [6] Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
- [13] Manejar técnicas de comunicación.
- [15] Trabajar en inglés como lengua extranjera.
- [23] Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.
- [28] Trabajar en medios socioculturales diferentes.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- Profesor/a: Carlos van Arkel Simón

-Temas: La asignatura se distribuye en 4 módulos teórico-prácticos que se basan en el desarrollo de estrategias comunicativas en lengua inglesa aplicadas a los siguientes campos:

Module 1: Tourist Marketing and Its Aims

Module 2: Promotion and Marketing in Tourism

Module 3: New Trends and Possible Evolution of Tourism

Module 4: Business Travel

Actividades a desarrollar

Módulo I Tourist Marketing and Its Aims:

a) Contenidos conceptuales:

- Nociones y vocabulario específicos en inglés necesarios para la expresión; los contenidos gramaticales se enmarcan dentro del nivel B2, pudiendo tomar eventualmente elementos de la gramática y la sintaxis del C1 bajo, y dejando margen para incluir elementos previos a fin de fijar una base lingüística sólida.
- Características básicas del marketing turístico y objetivos que persigue.

b) Contenidos procedimentales:

- Análisis de definiciones del marketing turístico.
- Análisis de las fases del producto turístico.
- Análisis de tipos de consumidores.
- Análisis de tipos de clientes.
- Análisis de tipos de acciones publicitarias.
- Análisis de tipos de campañas publicitarias.
- Análisis de tipos de anuncios.

c) Método de trabajo aconsejado:

- Sesiones de brainstorming.
- Trabajo en grupos pequeños.
- Exposiciones orales.
- Pequeñas búsquedas terminológicas.

d) Actividades:

- Listening comprehension.
- Reading comprehension.
- Speaking.
- Writing and Use of English.

Módulo II Promotion and Marketing in Tourism

a) Contenidos conceptuales:

- Estrategias y ejemplos de información y promoción de productos turísticos.

b) Contenidos procedimentales:

- Petición y dación de información sobre un producto/destino turístico.
- Análisis y comentario de anuncios de productos turísticos en formatos diversos.
- Preparación de anuncios de productos turísticos en formatos diversos.
- Preparación de una campaña promocional de un acontecimiento con impacto turístico / de un parque temático / de un pabellón promocional.

c) Método de trabajo aconsejado:

- Sesiones de brainstorming.
- Trabajo en grupos pequeños.
- Exposiciones orales.
- Pequeñas búsquedas terminológicas.

d) Actividades:

- Listening comprehension.
- Reading comprehension.
- Speaking.
- Writing and Use of English.



Módulo III New Trends and Possible Evolution of Tourism

a) Contenidos conceptuales:

- Nuevas tendencias del turismo (turista postmoderno) y posibles cambios a medio plazo, con especial interés en el turismo cultural y la sostenibilidad.

b) Contenidos procedimentales:

- Debate sobre el impacto cultural del turismo.
- Presentación de propuestas para minimizar el impacto del turismo.

c) Método de trabajo aconsejado:

- Sesiones de brainstorming.
- Trabajo en grupos pequeños.
- Exposiciones orales.
- Pequeñas búsquedas terminológicas.

d) Actividades:

- Listening comprehension.
- Reading comprehension.
- Speaking.
- Writing and Use of English.

Módulo IV Business Travel:

a) Contenidos conceptuales:

- Características del segmento de viajes de negocios.

b) Contenidos procedimentales:

- Análisis sobre el valor y el interés potencial del sector.
- Presentación de una campaña de promoción de un destino como punto de interés para el viajero de negocios.

c) Método de trabajo aconsejado:

- Sesiones de brainstorming.
- Trabajo en grupos pequeños.
- Exposiciones orales.
- Pequeñas búsquedas terminológicas.

d) Actividades:

- Listening comprehension.
- Reading comprehension.
- Speaking.
- Writing and Use of English.

7. Metodología y Volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La metodología empleada en esta asignatura será eminentemente práctica. Se combinarán clases teóricas y prácticas en las que, primeramente, se expondrán conceptos básicos a través de ejercicios de comprensión escrita o auditiva. Estos bloques se enriquecerán con el estudio y trabajo de la gramática inglesa, siempre supeditada a fines prácticos y operativos.

El alumnado realizará ejercicios por medio de libros de texto, artículos, grabaciones y clips de video de diversa naturaleza, haciendo especial énfasis en la terminología específica para trabajar los contenidos adquiridos. Se harán puestas en común de los resultados y se resolverán dudas. Se continuarán realizando ejercicios de vocabulario y orales que servirán al docente como medio para comprobar si el alumnado ha adquirido el contenido específico del módulo.

También se realizarán escritos sobre temas que se vayan abordando en clase, abundantes simulaciones de role-play y presentaciones orales. Se hará hincapié en el trabajo autónomo por parte del alumnado usando como apoyo el aula virtual de la asignatura.

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total Horas	Relación con competencias
Clases teóricas	15		15	Todas
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	37		37	Todas
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	2		2	Todas
Realización de trabajos (individual/grupal)		30	30	Todas
Estudio/preparación clases teóricas		20	20	Todas
Estudio/preparación clases prácticas		20	20	Todas
Preparación de exámenes		20	20	Todas
Realización de exámenes	3		3	Todas
Asistencia a tutorías	3		3	Todas
Total horas	60	90	150	
		Total ECTS	6	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

- Strutt, Peter. *English for International Tourism*. Intermediate Coursebook. Pearson Education Limited. 2013.

Bibliografía Complementaria

OTROS LIBROS DE TEXTO

- Mascull, Bill. *Business Vocabulary in Use*. Intermediate. Cambridge University Press. 2010.
- Walker, Robin & Keith Harding. *Oxford English for Careers: Tourism 1*. Oxford: OUP. 2010.
- Walker, Robin & Keith Harding. *Oxford English for Careers: Tourism 2*. Oxford: OUP. 2011.

GRAMÁTICA

Foley, M. & Hall, D. *My Grammar Lab*. Intermediate B1/B2. Pearson Education Limited. 2012.

DICCIONARIOS

GENERALES

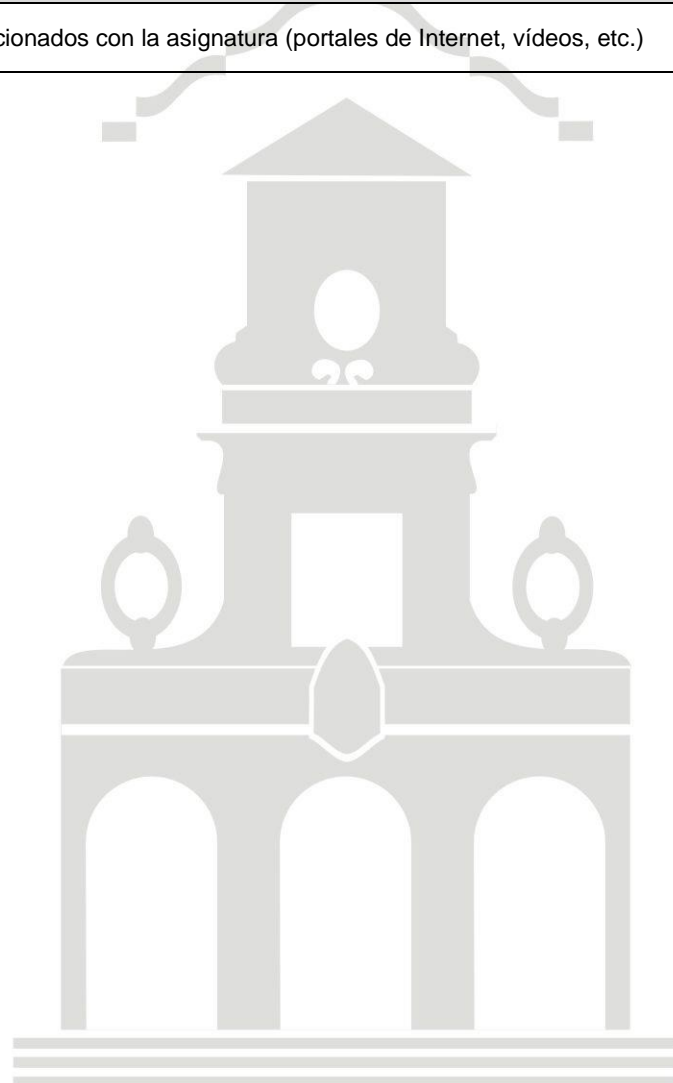
- Gran Diccionario Larousse (Español-Inglés, Inglés-Español). Barcelona: Larousse. 2004.
- Collins Cobuild English Dictionary. London: HarperCollins Publishers, 2001.
- Collins Cobuild Advanced Dictionary. London: HarperCollins Publishers, 2009.
- Oxford Wordpower Dictionary. Oxford: Oxford University Press. 2001 (2nd ed).
- <http://www.wordreference.com/>
- <http://www.collinsdictionary.com/>
- <http://www.macmillandictionary.com/>
- <http://www.oxforddictionaries.com/es>

ESPECÍFICOS

- Alcaraz, E. & B. Hughes. Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales. Inglés-Español. Spanish-English. Barcelona: Ariel. 2008 (6ª ed.)
- Alcaraz, E. et al. Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español. Spanish-English. Barcelona: Ariel. 2006.

Otros recursos

Se utilizarán diversos materiales relacionados con la asignatura (portales de Internet, vídeos, etc.)



9. Sistema de Evaluación y Calificación

Descripción

El alumnado podrá elegir entre dos modalidades de evaluación.

• Modalidad 1 – Evaluación Continua

En esta modalidad, el alumnado podrá aprobar la asignatura sin tener que presentarse a los exámenes oficiales de convocatoria. Para acogerse a este perfil de evaluación, los alumnos deberán cumplir todas y cada una de las siguientes condiciones:

- Asistir a un mínimo del 80% de clases.
- Realización correcta y entrega estrictamente puntual de, al menos, el 50% de las tareas marcadas.
- Realización satisfactoria de todas las exposiciones orales.
- Realización satisfactoria de pruebas evaluativas periódicas (parciales). Se debe remarcar que para aprobar los parciales se han de aprobar todas las partes que lo constituyen (*Listening, Reading and Use of English* y *Writing*). Se les hará media a aquellos o aquellas que tengan todas las partes aprobadas en el parcial y se atenderá a posibles excepciones siempre y cuando las notas de cada parte no bajen de un 4. Si un alumno o alumna suspende alguno de los parciales, será la nota de dicho suspenso la que figure en la nota del parcial.

Si el alumno o alumna no cumple con todo lo detallado en los puntos a, b, c y d, perderá automáticamente la evaluación continua y deberá ir a examen final sometiéndose a los baremos de la evaluación final.

Para calcular la nota final de un alumno que se acojan a la modalidad 1, se tomarán las calificaciones siguientes:

- Contenidos Actitudinales: 10%
- Trabajos realizados (ejercicios de clase y tareas para casa, readings, writings, exposiciones orales, role play y asistencia participativa en clase): 50%
- Pruebas de desarrollo (pruebas objetivas): 40%

• Modalidad 2 – Alumnado no sujeto a evaluación continua/Evaluación Final

En el marco de esta modalidad, el alumnado tendrá que superar con éxito las dos partes de que consta el examen de convocatoria oficial, es decir, la prueba escrita (60 % de la nota) y la prueba oral (40 % de la nota) realizada con posterioridad a la fecha de la convocatoria, siempre y cuando se apruebe la prueba escrita. Se debe remarcar que para aprobar el examen se han de aprobar todas las partes que lo constituyen (*Listening, Reading and Use of English, Writing* y *Speaking*). La máxima calificación que pueden obtener es un 10 y para ello necesitan obtener 10 puntos sobre 10 en el examen final tanto en la parte escrita como oral.

La tabla que figura a continuación detalla los instrumentos de evaluación con su correspondiente porcentaje de calificación, las competencias evaluadas y los criterios de evaluación.

Estrategia Evaluativa			
TIPO DE PRUEBA	COMPETENCIAS	CRITERIOS	PONDERACIÓN
Pruebas de desarrollo (objetiva)	Todas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Corrección gramatical y sintáctica ▪ Corrección terminológico/léxica ▪ Claridad en la exposición de ideas ▪ Corrección ortográfica 	<p>Evaluación continua: 40% de la nota final</p> <p>Examen de convocatoria oficial: 60 % de la nota de la prueba objetiva.</p>
Pruebas orales (objetiva)	Todas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Corrección gramatical y sintáctica ▪ Corrección 	<p>Examen de convocatoria oficial: 40 % de la</p>

		<ul style="list-style-type: none"> terminológico/léxica ▪ Claridad en la exposición de Ideas ▪ Fluidez y corrección en la pronunciación 	nota de la prueba objetiva.
Trabajos realizados en clase, tareas para casa, proyectos y presentaciones orales	Todas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Corrección gramatical y sintáctica ▪ Corrección terminológico/léxica ▪ Claridad en la exposición de ideas ▪ Corrección ortográfica ▪ Fluidez y corrección en la pronunciación 	Evaluación continua: 50% de la nota de la nota final
Contenidos actitudinales (puntualidad, colaboración, participación en clase, compañerismo)	Todas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Corrección gramatical y sintáctica ▪ Corrección terminológico/léxica ▪ Claridad en la exposición de Ideas ▪ Fluidez y corrección en la pronunciación 	Evaluación continua: 10% de la nota final

10. Resultados de aprendizaje

Familiarizarse con los aspectos más reseñables de la lengua inglesa en el área del marketing turístico y la promoción, adecuando los grados de complejidad y calidad y tipo de información al producto promocionado y al mercado objetivo al que se orienta dicho producto. Manejar nociones básicas de marketing, así como de tipo de publicidad y anuncios y tipos de clientes o consumidores. Ser capaz de comprender textos extensos y con amplio vocabulario específico en lengua inglesa referidos al momento actual del sector turístico.

Ser capaz de comprender información detallada procedente de medios audiovisuales y de la red. Ser capaz, tanto por escrito como en presentaciones orales, de reflexionar sobre la actualidad del sector turístico y de sus posibles evoluciones futuras, tanto en el ámbito local como nacional en internacional, argumentando con claridad las opiniones como las propuestas presentadas, usando con soltura las TIC como cualquier otra fuente de información. Usar la lengua inglesa como herramienta de reflexión acerca de los nuevos productos turísticos, poniendo especial énfasis en todos aquellos aspectos que tengan que ver con la sostenibilidad medioambiental y el respeto a la diversidad cultural. Valernos de la lengua inglesa para: Ofrecer información turística. Elaborar anuncios en soportes diversos (papel, audio, video...) y folletos promocionales e informativos en lengua inglesa de productos o destinos turísticos. Elaborar una página web promocional de un producto o destino turístico.

Poner en práctica estrategias de promoción y publicidad de productos turísticos (destinos reales o imaginarios, eventos musicales, deportivos, culturales, pabellones en exposiciones o ferias internacionales), detallando acciones promocionales y calendario de las mismas.

El objetivo una vez terminadas todas las asignaturas de Inglés del Grado es que el alumno haya adquirido y consolidado un nivel de competencia, dentro del Marco Europeo de Lenguas, de B1/B1+.

11. Cronograma/Calendario de la asignatura

Este cronograma es orientativo y puede estar sujeto a modificaciones.

Primer Cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de contenidos	2,5	5	7,5
Semana 2	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de contenidos	2,5	5	7,5
Semana 3	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de Contenidos (exposición 1)	3,75	5	8,75
Semana 4	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de contenidos	5,5	5	10,5
Semana 5	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de contenidos	3,75	5	8,75
Semana 6	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de contenidos (exposición 2)	3,75	5	8,75
Semana 7	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de contenidos	3,75	5	8,75
Semana 8	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de contenidos (parcial 1)	3,75	5	8,75
Semana 9	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de contenidos	5,25	5	10,25
Semana 10	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de contenidos (exposición 3)	3,75	5	8,75
Semana 11	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de contenidos	3,75	5	
Semana 12	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de contenidos	3,75	5	8,75
Semana 13	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de contenidos	3,75	5	8,75
Semana 14	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de contenidos	3,75	5	8,75
Semana 15	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de contenidos (exposición 4)	3,75	5	8,75
Semana 16 a 18	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de contenidos (parcial 2)	3	15	18
		Total horas	60	90	150