



# Facultad de Economía, Empresa y Turismo

## Grado en Turismo

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Inglés para la Comunicación Turística IV  
(2017 - 2018)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Inglés para la Comunicación Turística IV

Código: 169023103

- Centro: **Facultad de Economía, Empresa y Turismo**
- Lugar de impartición:
- Titulación: **Grado en Turismo**
- Plan de Estudios: **2009 (Publicado en 2009-11-25)**
- Rama de conocimiento: **Ciencias Sociales y Jurídicas**
- Itinerario / Intensificación:
- Departamento/s:

### **Filología Inglesa y Alemana**

- Área/s de conocimiento:  
**Filología Inglesa**
- Curso: **3**
- Carácter: **Obligatoria**
- Duración: **Primer cuatrimestre**
- Créditos ECTS: **6,0**
- Modalidad de impartición:
- Horario: **Enlace al horario**
- Dirección web de la asignatura: <http://www.ull.es/view/centros/euce/Inicio/es>
- Idioma: **Inglés**

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

(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 A2/B1 del Marco de Referencia Europeo de Lenguas.

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: **ISAIAS LEOPOLDO NARANJO ACOSTA**

- Grupo: **1 Teórico + 2 Prácticas específicas + 1 Prácticas de aula**
- Departamento: **Filología Inglesa y Alemana**
- Área de conocimiento: **Filología Inglesa**

Tutorías Primer cuatrimestre:

**Horario:**

Lunes, de 11.00 a 14.00 y martes, de 14.00 a 17.00

**Lugar:**

Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Depto. de Filología Inglesa y Alemana, Nivel 2, Despacho 6

Tutorías Segundo cuatrimestre:

**Horario:**

Lunes, de 11.00 a 14.00 y martes, de 14.00 a 17.00

- Teléfono (despacho/tutoría): **922-317170**
- Correo electrónico: **inaranjo@ull.es**
- Web docente: **<http://www.campusvirtual.ull.es>**

**Lugar:**

Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Depto. de Filología Inglesa y Alemana, Nivel 2, Despacho 6

**Profesor/a: ANNA FRANCES FAGAN VASTA**

- Grupo: **1 Teórico + 2 Prácticas específicas + 1 Prácticas de aula**
- Departamento: **Filología Inglesa y Alemana**
- Área de conocimiento: **Filología Inglesa**

Tutorías Primer cuatrimestre:

**Horario:**

1er cuatrimestre miércoles de 11h a 11h30, 13h45 a 14h30;  
jueves de 11h a 12h45, 14h a 17h

**Lugar:**

Sala de Profesores, Cámpus del Sur (Adeje), Centro Cultural de la Villa de Adeje, Calle Príncipe Pelinor, 18, 38670 Adeje Casco, Santa Cruz de Tenerife - Tfno: 922316502 ext 5936

Tutorías Segundo cuatrimestre:

**Horario:**

1er cuatrimestre miércoles de 11h a 11h30, 13h45 a 14h30;  
jueves de 11h a 12h45, 14h a 17h

**Lugar:**

Sala de Profesores, Cámpus del Sur (Adeje), Centro Cultural de la Villa de Adeje, Calle Príncipe Pelinor, 18, 38670 Adeje Casco, Santa Cruz de Tenerife - Tfno: 922316502 ext 5936

- Teléfono (despacho/tutoría): **922845025**
- Correo electrónico: **afagan@ull.es**
- Web docente: **<http://www.campusvirtual.ull.es>**

**4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio**

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **IDIOMAS**

Perfil profesional: **Formar a profesionales que sepan manejar la lengua inglesa de manera solvente en cualquiera de las áreas de la industria turística, entre ellas las siguientes:** - Alojamiento – Restauración – Intermediación - Transportes y logística - Planificación y gestión pública de destinos - Productos y actividades - Formación, investigación y consultoría.<br/>

**5. Competencias****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 horarias, gastronómicas, fiestas y manifestaciones de carácter social y
- 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

#### 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

## 6. Contenidos de la asignatura

### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- Profesor: Isaías Naranjo Acosta, Anna Frances Fagan Vasta

- 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: una introducción genérica a las características del sector turístico, los sectores que se engloban dentro de esta actividad y los perfiles profesionales, las tendencias actuales del mercado turístico y, por último, estrategias para manejar de forma satisfactoria y eficiente las relaciones con el cliente.

Module 1: Tourist Marketing and Its Aims

a) Contenidos conceptuales (principalmente nociones y vocabulario específico en inglés necesario para expresarlas; los contenidos gramaticales no se pre-especifican, sino que se van repasando a medida que surgen necesidades comunicativas):

- 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.

Método de trabajo aconsejado

Sesiones de brainstorming; Trabajo en grupos pequeños; Pequeñas búsquedas terminológicas

Actividades a desarrollar

Reading comprehension; Writing; Debates

Module 2: Promotion and Amrketing 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

Método de trabajo aconsejado

Sesiones de brainstorming; Trabajo en grupos pequeños; Exposiciones orales; Búsquedas terminológicas

Actividades a desarrollar

Listening comprehension; Reading comprehension; Speaking (role-plays, presentations); Writing

Module 3: 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.

Método de trabajo aconsejado

Sesiones de brainstorming; Trabajo en grupos pequeños; Exposiciones orales; Búsquedas terminológicas

Actividades a desarrollar

Listening comprehension; Reading comprehension; Speaking (role-plays, presentations); Writing; Debates; Translations

Module 4: 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.

Método de trabajo aconsejado

Sesiones de brainstorming; Trabajo en grupos pequeños; Exposiciones orales; Búsquedas terminológicas

Actividades a desarrollar

Listening comprehension; Reading comprehension; Speaking (role-plays, presentations); Writing

**Actividades a desarrollar en otro idioma**

Todas las actividades de clase se desarrollan en lengua inglesa

**7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante**

**Descripción**

Se combinan dos tipos de sesiones:

Clases teóricas magistrales, en las que se exponen conceptos básicos y se revisan, cuando es necesario, contenidos lingüísticos de mayor dificultad o que sean causa frecuente de error o confusión para los alumnos. Además, se abordan tareas de lectura comprensiva.

Clases prácticas:

Cada uno de los tres Módulos se trabaja siguiendo el mismo guión:

- Los alumnos realizan ejercicios de producción escrita haciendo especial énfasis en la terminología específica, además de tenerse en cuenta elementos de corrección sintáctica y gramatical y de coherencia.
- Se corigen de manera participativa en clase dichos ejercicios.
- Se realizan actividades de comprensión auditiva bien mediante grabaciones de libros de texto bien mediante vídeos de Internet.
- Se realizan ejercicios de vocabulario para comprobar si han adquirido el léxico específico del módulo.

**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	15,00	0,00	15,0	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	37,50	0,00	37,5	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	4,50	0,00	4,5	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]

Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	33,00	33,0	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	15,00	15,0	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	18,00	18,0	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]
Preparación de exámenes	0,00	24,00	24,0	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]
Total horas	60,0	90,0	150,0	

Total ECTS	6,00
------------	------

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

Al comienzo del cuatrimestre los alumnos tendrán acceso a un dossier elaborado a partir de diversos materiales. Al contrario que en el caso de las asignaturas de lengua inglesa previas en el Grado, no habrá libro de texto, si bien para apartados específicos de la asignatura se les indicará a los alumnos con la debida antelación la necesidad o conveniencia de usar libros de texto que han estado en uso a lo largo de los últimos años y que los alumnos ya tendrán o a los que podrán acceder a través de la Biblioteca del Centro. Igualmente, cualquier otro material de trabajo que hiciera falta usar para las sesiones de clase se pondrá a disposición del alumno en el Aula Virtual.

### Bibliografía Complementaria

#### OTROS LIBROS DE TEXTO

- Bait, Miriam & Laura Vergallo. 2003. Focus on Business Tourism. Milan: Modern Languages.
- Bait, Miriam & Laura Vergallo. 2006. Focus on Travels and Holidays. Milan: Modern Languages.
- Dignen, bob. 2007. Fifty Ways to Improve Your Presentation Skills in English. Oxford: Summertown Publishing.
- Harding, K. 1998. Going International. English for Tourism. Oxford: OUP.
- Horner, Susan & John Swarbrooke. 2016. Consumer Behaviour in Tourism. London: Routledge.
- Jacob, M. & Strutt, P. 1997. English for International Tourism (Upper-Intermediate). Harlow, Essex: Longman.
- Lindstrom, Martin. 2008. Buy-ology. Truth and Lies about Why We Buy. New York: Broadway Books.
- Lindstrom, Martin. 2011. Brandwashed. Tricks Companies Use to Manipulate Our Minds and Persuade Us to Buy. New York: Crown Business.
- Lindstrom, Martin. 2016. Small Data. The Tiny Clues That Uncover Huge Trends. New York: St. Martin's Press.
- Mol, Hans. 2008. English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies. Reading: Garnet Education.
- Strutt, P. 2013. English for International Tourism (New edition) (Upper Intermediate / B1+ - B2). Harlow, Essex: Pearson.
- Varela, Raquel & Elena Bárcena. 2004. English in the Tourist Industry. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Walker, Robin & Keith Harding. 2010. Oxford English for Careers: Tourism 1. Oxford: OUP.
- Walker, Robin & Keith Harding. 2011. Oxford English for Careers: Tourism 2. Oxford: OUP.

#### GRAMÁTICA

- Collins Cobuild English Grammar. 2011. Glasgow: HarperCollins Publishers.
- Duckworth, M. 2003. Business Grammar and Practice. Oxford: Oxford University Press.
- Willis, Dave. 2011. Collisn Cobuild Intermediate English Grammar & Practice. Glasgow: HarperCollins Publishers.

#### DICCIONARIOS

##### GENERALES

- Gran Diccionario Larousse (Español-Inglés, Inglés-Español). Barcelona: Larousse. 2004.
- The Oxford Dictionary of Abbreviations. Oxford: Oxford University Press. 1993.
- Collins Cobuild English Dictionary. London: HarperCollins Publishers, 2001.
- Collins Cobuild Advanced Dictionary. London: HarperCollins Publishers, 2009.
- Collins Dictionary of English. Glasgow: Collins. 1994.
- The Concise Oxford Dictionary. Oxford: Oxford University Press. 1995.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary. 2000.
- Oxford Wordpower Dictionary. Oxford: Oxford University Press. 2001 (2nd edn).

##### ESPECÍFICOS

- Alcaraz, E. & B. Hughes. 1997. Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales. Inglés-Español. Spanish-English. Barcelona: Ariel.
- Alcaraz, E. et al. 1999. Diccionario de términos de marketing, publicidad y medios de comunicación. Inglés-Español. Spanish-English. Barcelona: Ariel.
- Alcaraz, E. et al. 2006. Diccionario de términos de turismo y ocio. Inglés-Español. Spanish-English. Barcelona: Ariel.
- Key Words for Hospitality. Glasgow: HarperCollins Publishers, 2013.
- Spanish Dictionary of Business, Commerce and Finance. Diccionario inglés de negocios, comercio y finanzas. Spanish-English. English-Spanish. London & New York: Routledge. 1988.
- Oxford Dictionary of Business English for Learners of English. Oxford: Oxford University Press. 1994.
- Dictionary of Hotels, Tourism & Catering Management. Middlesex: Peter Collin. 1997.

#### Otros Recursos

A medida que se desarrollan las actividades de clase se recomienda a los alumnos que entren en las páginas de medios de comunicación en lengua inglesa por ser fuente de información y datos, así como elemento básico de práctica lingüística. Por citar sólo algunos ejemplos:

- <http://www.bbc.co.uk/radio1/>
- <http://www.economist.com/>
- <http://www.independent.co.uk/>
- <http://www.nytimes.com/>
- <http://www.cnn.com/>
- <http://www.time.com/>

También se recomienda a los alumnos que usen la red como fuente de recursos propiamente lingüísticos, como es la consulta de diccionarios on-line y páginas con explicaciones y ejercicios gramaticales y sintácticos. Las posibilidades son innumerables y, por supuesto, se deja completa libertad al alumno para que use las páginas que prefiera. A modo simplemente de muestra, éstas son algunas páginas de consulta útiles:

- <http://www.askoxford.com/>
- <http://dictionary.cambridge.org/>
- <http://www.wordreference.com/>
- <http://www.collinslanguage.com/>
- <http://www.englishleap.com/>
- <http://www.thefreedictionary.com>
- <http://www.esl-lab.com/>
- <http://www.academicenglishcafe.com/>
- <https://english.stackexchange.com/>
- <http://fullspate.digitalcounterrevolution.co.uk/english-articles-advanced/>

Por último, otra fuente de la que poder usar programas que conecten con la materia que se esté viendo es, sin duda, YouTube o cualquier otra plataforma similar.

#### 9. Sistema de evaluación y calificación

##### Descripción

Como norma, para aprobar la asignatura, los alumnos deben acogerse tanto a la evaluación continua como al examen final, sea en el llamamiento correspondiente al cuatrimestre de cada asignatura o en un llamamiento posterior. Existe, no obstante, la posibilidad de evaluarse únicamente a través del examen de convocatoria; las características de este sistema se explican más adelante.

En cualquier caso y de conformidad con lo estipulado en la RESOLUCIÓN de 8 de enero de 2016, relativa al Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna, publicada en el BOC-A con fecha de 19 de enero de 2016, se considera que aquel alumno que no haya realizado la prueba final de la asignatura, aun habiéndose acogido al sistema de evaluación continua, tendrá como calificación No Presentado.

Teniendo en cuenta que el nivel normal de trabajo de la asignatura será B1, si un alumno supera la asignatura con una calificación de Notable (7.5) o superior, se considera que acredita con ello el citado nivel B1 de competencia según el Marco Europeo de Lenguas. Se ha de tener en cuenta, no obstante, que dicha acreditación sólo tiene validez para aquellos alumnos de la ULL que quieran acogerse al Programa de Intercambio Erasmus dentro de la UE. Para cualquier otra acreditación de idioma que el alumno precise deberá tenerse en cuenta siempre y necesariamente lo establecido por la CRUE (<http://www.crue.org/SitePages/Mesas-lingüisticas.aspx>)

Volviendo al sistema de evaluación continua, para poder beneficiarse de la misma los alumnos deben asistir a un mínimo del 80% de las clases, llevándose control de dicha asistencia con la firma del alumno. Es decir, faltar a más de un 20% de las clases sin acreditar la debida justificación comporta automáticamente perder el derecho a evaluación continua. Además de esto, los alumnos deben completar dentro de los plazos marcados al menos un 70% de las tareas encomendadas, tanto trabajos escritos como orales presentados durante el cuatrimestre, incluidas varias pruebas de evaluación hechas en horario de clase y dentro de las llamadas Prácticas de Aula, que en el horario corresponden a las actividades obligatorias, dos por cuatrimestre y de cuyas fechas informa debidamente la Dirección del Centro a comienzos de curso.

Esas pruebas de evaluación son: escucha comprensiva o listening comprehension, lectura comprensiva o reading comprehension, pregunta de desarrollo en formato de 'essay writing' y expresión oral a partir de una serie de pautas de las que se informa a los alumnos al comienzo del cuatrimestre a través del aula virtual. Todas estas pruebas servirán para liberar algunas partes del examen oficial de convocatoria siempre y cuando se superen las mismas de acuerdo a los criterios que se especificarán a los alumnos tanto en el aula como a través del Aula Virtual de la asignatura. En caso de no superar esa prueba eliminatoria, la nota obtenida será tenida en cuenta de todas formas dentro del proceso de evaluación continua y, claro está, el alumno que siga este sistema siempre podrá recuperar las partes no liberadas dentro del examen final. Los alumnos que hubieran liberado partes del examen final pueden volver a contestar esas partes con idea de intentar mejorar nota, teniendo en cuenta que si en dicho examen final la parte liberada le saliera peor que en el momento de hacer el test, siempre se tendría en cuenta la mejor nota, nunca la peor.

A tenor de lo hasta aquí explicado, el alumno debe entender que la mera asistencia a clase no habilita a tener derecho a la evaluación continua, en especial en lo referente a la posibilidad a eliminar partes del examen final.

La evaluación continua representa el 30% de la calificación final, en tanto que el examen de convocatoria representa el 70%, de acuerdo a la distribución arriba especificada.

En el examen final los alumnos deben superar con éxito las dos partes de que consta dicha prueba oficial:

- 1) prueba escrita y de escucha comprensiva (70% de la nota), realizada en la fecha de la convocatoria oficial publicada por la Facultad de Economía, Empresa y Turismo, y
- 2) prueba oral (30% de la nota), cuya fecha se anunciará debidamente por parte de los profesores de grupo práctico por ser éstos los que más contacto tienen con el alumno a lo largo del cuatrimestre y por ser, además, quienes realizarán dichas

pruebas orales en su despacho. Esta prueba oral no se puede realizar sin haber superado previamente la parte escrita. Como no se puede prever qué cantidad de alumnos se va a presentar al examen oficial y como la realización de la prueba oral queda supeditada a aprobar primero la parte escrita, habrá que dejar un plazo razonable para poder corregir primero ese examen. Por lo tanto, la prueba oral se hará como mínimo dos días después del examen escrito. Este extremo se deja claro en el calendario de exámenes del Centro, en el que, para el caso de las asignaturas de idiomas, siempre se deja claro que la fecha oficial señalada es la de la prueba escrita.

Los alumnos que no participen en la evaluación continua se evalúan únicamente a través del examen final. Una vez superado dicho examen, se les avisará del día, hora y lugar para la realización de la prueba oral.

En cualquiera de los casos, los alumnos deben tener claro que han de superar todas las partes del examen. Es decir, si se suspende alguna de las partes considerada fundamental (escucha comprensiva, expresión escrita, prueba oral), la asignatura está suspendida: debe quedar claro que no se hace media entre partes suspendidas y partes aprobadas.

La tabla que figura a continuación detalla los instrumentos de evaluación (con su correspondiente porcentaje de la calificación), las competencias evaluadas y los criterios de evaluación. Debe quedar claro que la tabla recoge la estrategia evaluativa diseñada para la modalidad de evaluación continua.

Por último, el hecho de haber superado las pruebas parciales habilita liberar ese apartado sólo para la convocatoria más inmediata y en ningún caso comporta que esa calificación se deba guardar indefinidamente: por ejemplo, haber liberado tal o cual apartado de cara a la convocatoria de enero no obliga al profesor a seguir dando por liberada esa parte para junio.

Un último elemento que conviene dejar claro en lo referido a la evaluación tiene que ver con errores gramaticales graves que serán motivo de suspensión automática de ese ejercicio o pregunta de examen:

- 3 errores en 3rd Person Singular Present Simple: esa pregunta/ejercicio tendrá como máximo un 0.5
- 1 error en Modal Auxiliary Verbs (\*will can, \*must to do...): ídem
- 1 error en Irregular Verbs (\*maked...): ídem
- 1 error en Verb to Be (\*I don't be, \*you was...): ídem
- Contenido off the topic, es decir, no contestar a lo que se les pregunta: 0

#### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas de desarrollo	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corrección gramatical y sintáctica</li> <li>• Corrección terminológico/léxica</li> <li>• Claridad en la exposición de ideas</li> <li>• Corrección ortográfica</li> </ul>	52.5 %
Trabajos y proyectos	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corrección gramatical y sintáctica</li> <li>• Corrección terminológico/léxica</li> <li>• Claridad en la exposición de ideas</li> <li>• Corrección ortográfica</li> </ul>	17.5 %

Presentación oral de proyectos	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corrección gramatical y sintáctica</li> <li>• Corrección terminológico/léxica</li> <li>• Claridad en la exposición de ideas</li> <li>• Fluidez y corrección en la pronunciación</li> </ul>	15.0 %
Otras presentaciones de tareas orales	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [6], [13], [15], [23], [28], [6—1], [6—2], [6—3], [13—1], [13—3], [13—4], [15—1], [15—2], [15—3], [15—4], [23—2], [28—1], [28—2]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corrección gramatical y sintáctica</li> <li>• Corrección terminológico/léxica</li> <li>• Claridad en la exposición de ideas</li> <li>• Fluidez y corrección en la pronunciación</li> </ul>	15.0 %

## 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 e 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

### Descripción

Cronograma orientativo que se modificará en caso de que el plan de trabajo diseñado de entrada sea excesivo o bien se entienda que hay aspectos en los que convendría hacer más hincapié.

Dentro de las horas de trabajo autónomo del alumno, se incluyen las destinadas semanalmente al repaso de los contenidos explicados durante las clases teóricas y prácticas de esa semana, la preparación de actividades programadas en la asignatura, así como las dedicadas a la preparación del examen final.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	2.50	5.00	7.50
Semana 2:	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	2.50	5.00	7.50
Semana 3:	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 4:	Módulo 2	1ª Actividad	5.75	5.00	10.75
Semana 5:	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 6:	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 7:	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 8:	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 9:	Módulo 3	2ª Actividad	5.00	5.00	10.00
Semana 10:	Módulo 3	Parcial (Essay writing). Que se realice esta semana es orientativo.	3.75	5.00	8.75
Semana 11:	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 12:	Módulo 4	Parcial (Reading comprehension). Que se realice esta semana es orientativo.	3.75	5.00	8.75
Semana 13:	Módulo 4	Parcial (Presentaciones orales). Que se realice esta semana es orientativo.	3.75	5.00	8.75
Semana 14:	Módulo 4	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 15:	Módulo 4	Parcial (Listening comprehension). Que se realice esta semana es orientativo.	3.75	5.00	8.75

Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación...	3.00	15.00	18.00
		Total	60.00	90.00	150.00