

Escuela Universitaria de Turismo Iriarte

Grado en Turismo (IRIARTE)

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 0):

Inglés para la comunicación turística IV
(2021 - 2022)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Inglés para la comunicación turística IV	Código: 509433103
- Centro: Escuela Universitaria de Turismo Iriarte - Lugar de impartición: Escuela Universitaria de Turismo Iriarte - Titulación: Grado en Turismo (IRIARTE) - Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2009-11-25) - Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas - Itinerario / Intensificación: - Departamento/s: Idiomas - Área/s de conocimiento: Idiomas - Curso: 3 - Carácter: Obligatoria - Duración: Primer cuatrimestre - Créditos ECTS: 6,0 - Modalidad de impartición: Presencial - Horario: Enlace al horario - Dirección web de la asignatura: http://www.iriarteuniversidad.es - Idioma: Castellano e Inglés	

2. Requisitos para cursar la asignatura

Se recomienda tenga aprobada la asignatura de Inglés para la Comunicación turística III

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: IGNACIO FERNÁNDEZ CALVERIE
- Grupo:
General - Nombre: IGNACIO - Apellido: FERNÁNDEZ CALVERIE - Departamento: Idiomas - Área de conocimiento: Idiomas
Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: ignaciofernandez@iriarteuniversidad.es - Correo alternativo:

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	15:00	17:00	- - -	1 al 4
Todo el cuatrimestre		Miércoles	15:00	17:00	- - -	1 al 4
Observaciones: En el escenario 1, las tutorías se realizarán en línea vía Google Meet.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	15:00	17:00	- - -	1 al 4
Todo el cuatrimestre		Miércoles	15:00	17:00	- - -	1 al 4
Observaciones: En el escenario 1, las tutorías se realizarán en línea vía Google Meet.						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

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

Perfil profesional: **Administración y gestión de empresas. Viajes, turismo, ocio**

5. Competencias

Competencias específicas

CE28.2 - 28.2 Conocer la riqueza de la diversidad racial, social y cultural

CE28.1 - 28.1 Conocer diferentes comportamientos, costumbres horarias, gastronómicas, fiestas y manifestaciones de carácter social y antropológico, modelos relacionales en el ámbito personal y profesional, etc.

CE23.2 - 23.2 Conocer las tecnologías aplicadas a la promoción y comercialización turística (Bases de datos, DMS, Análisis y Diseño de Sistemas de Información Turística, Diseño y promoción de sitios webs turísticos)

CE15.4 - 15.4 Conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, para adquirir una mayor comprensión del idioma

CE15.3 - 15.3 Conocer los distintos tipos de pronunciación

CE15.2 - 15.2 Conocer el vocabulario específico relacionado con el sector turístico

CE15.1 - 15.1 Conocer las estructuras gramaticales de la lengua a nivel medio-alto

CE13.4 - 13.4 Conocer los principios básicos del protocolo y las relaciones públicas

CE13.3 - 13.3 Conocer las principales técnicas de comunicación aplicables a las organizaciones turísticas

CE13.1 - 13.1 Conocer los elementos y flujos del proceso de comunicación

CE6.3 - 6.3 Conocer los diferentes aspectos y técnicas de comunicación externa (captación, atención y fidelización)

CE6.2 - 6.2 Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades

CE6.1 - 6.1 Conocer las particularidades del servicio turístico

Competencias Generales

CG6 - Tener una marcada orientación de servicio al cliente

CG13 - Manejar técnicas de comunicación

CG15 - Trabajar en inglés como lengua extranjera

CG23 - Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

CG28 - Trabajar en medios socioculturales diferentes

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 general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de textos avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos de la vanguardia de su campo de estudios

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vacación 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 sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

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

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 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

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.

Actividades a desarrollar en otro idioma

Todas las actividades a realizar en clase serán en lengua inglesa.

Sesiones de brainstorming.

Trabajo en grupos pequeños.

Pequeñas búsquedas terminológicas.

Reading comprehension.

Writing.

Debates.

Discusión en grupo.

Presentación de la campaña aplicada a un servicio/producto turístico de nuevo cuño.

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 corrigen 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	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	37,50	0,00	37,5	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	4,50	0,00	4,5	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	33,00	33,0	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]

Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	15,00	15,0	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	18,00	18,0	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Preparación de exámenes	0,00	18,00	18,0	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Realización de exámenes	3,00	6,00	9,0	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
Total ECTS			6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

- Farral, Cate & Marianne Lindsley. 2008. Professional English in Use: Marketing. Cambridge: Cambridge U.P., (upper level).
- Harding, K. 1998. Going International. English for Tourism. Oxford: OUP.
- Strutt, P. 2013. English for International Tourism (new ed.). Harlow (Essex): Pearson (B1/B1+).
- Struut, P. 2013. English for International Tourism (new ed.) Harlow (Essex) Pearson (B2).

Bibliografía Complementaria

- Acklam, Richard y Araminta Crace. 2003.
Going for Gold: Intermediate Level
. Londres: Longman.
- Acklam, Richard y Araminta Crace. 2005.
Total English.
(Pre-Intermediate). Londres: Longman.
- Acklam, Richard y Sally Burgess. 2001.
Advanced Gold
. Londres: Longman.
- Baude, J.
et al
. 2002.
English for Tourism: Ready to Order
. Londres: Longman.
- Bolton, David y Noel Goodey. 2005.
Grammar in Steps
. Londres: Richmond Publishing.
- Burgess, Sally y Richard Acklam. 1996.
First Certificate Gold: Practice Exams.
Londres: Longman.
- Burgess, Sally y Richard Acklam. 2001.
First Certificate Gold
. Londres: Longman.
- Cotton, David, David Falvey y Simon Kent. 2005.
Market Leader.
(Pre-Intermediate, Intermediate & Upper Intermediate). Londres: Longman.
- Dubicka, Iwonna y Margaret O'Keefe.
English for International Tourism.
Londres: Longman
- Emerson, Paul. 2005.
E-mail English
. Londres: Macmillan.
- Evans, David. 2005.
Powerhouse: An Intermediate Business English Course
. Londres: Longman.
- Foley, Mark y Diane Hall. 2005.
Advanced Learner's Grammar

. Londres: Longman.
Foley, Mark y Diane Hall. 2005.
Total English.
(Elementary). Londres: Longman.
Fowler, W. S. 1991 (1982).
Test and Practise Your English
. Surrey: Thomas Nelson & Sons Ltd.
Harding, K. 1998.
Going International. English for Tourism
. Oxford: OUP.

Harding, Keith y Paul Henderson. (2000) 1994.
High Season: English for the Hotel and Tourist Industry
. (Course and Text books). Oxford: Oxford U.P.
Jacob Miriam y Peter Strutt. 2003 (1997).
English for International Tourism
(Upper level, Course & Text Books). Londres: Longman.
Key, Sue
et al
. 2005.
Inside Out
(Elementary-Advanced). Londres: Macmillan / Heinemann ELT.
Mills, Martin. 1990.
Nexus: English for Advanced Learners
. Oxford: Heinemann.
Powell, Mark y Simon Clarke. 2005.
In
Company
(Elementary- Upper Intermediate). Londres: Macmillan / Heinemann ELT.
Revell, Rod
et al
. 1994.
Highly Recommended: English for the Hotel and Catering Industry
. Oxford: Oxford U.P.
Robbins, Sue. 2005.
First Insights into Business
. Londres: Longman.
St. James-Yates, Christopher. 1990.
Check-in
(English in Tourism Series). Londres: Prentice-Hall.
Strutt, Peter. 2003 (1997).
English for International Tourism
(Intermediate level, Course & Text Books). Londres: Longman.
Swan, Michael and C. Walker. 2001.
The Good Grammar Book
. Oxford: Oxford U.P.
Swan, Michael. 1991 (1980).
Practical English Usage

. Oxford: Oxford U.P.
Trappe, Tonya y Graham Tullis. 2005.
Intelligent Business
. Londres: Longman.
Trappe, Tonya y Graham Tullis. 2005.
New Insights into Business
. Londres: Longman.
Otros recursos
(3)

Otros Recursos

BBC Learning English: <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish>
http://occawlonline.pearsoned.com/bookind/pubbooks/lardner_awl/chapter1/custom5/deluxe-content.html
<http://www.uefap.com/>
<http://www.hometravelagency.com/dictionary/ltr.html>
<http://www.ntaonline.com/www2/glossary/index.html>
<http://diccionario.reverso.net>
<http://dictionary.cambridge.org>
<http://wordreference.com>
Online Talking Dictionary of English Pronunciation: <http://www.howjsay.com>

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La evaluación consta de dos itinerarios, evaluación continua y evaluación final única.

La evaluación continua requiere un 80% de asistencia a clase. Los alumnos que por causa justificada y autorizada por la Dirección del Centro no puedan cumplir ese mínimo de asistencia tendrán que elaborar un Trabajo Complementario ■ conforme a los detalles y plazos que indique el profesor en el aula virtual.

La evaluación final única consta de un examen en convocatoria oficial que supone el 100% de la calificación. Este examen estará dividido en dos partes, la prueba oral y la prueba escrita. Se accede a esta vía o bien por elección propia del/ de la estudiante, o bien por no haber superado los mínimos de asistencia o haber suspendido la primera prueba liberatoria de mitad del cuatrimestre.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterio	Bonderación
----------------	--------------	----------	-------------

Pruebas de desarrollo	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2]	- Corrección gramatical y sintáctica - Corrección terminológico/léxica - 60,00 % Claridad en la exposición de ideas - Corrección ortográfica
Trabajos y proyectos	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2]	- Corrección gramatical y sintáctica - Corrección terminológico/léxica - 10,00 % Claridad en la exposición de ideas - Corrección ortográfica
Asistencia y participación	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2]	10,00 %

Pruebas orales	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.1], [CE13.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1], [CE28.2]	20,00 %
----------------	--	---------

10. Resultados de Aprendizaje

- Adquirir y familiarizarse con los aspectos más reseñables de la lengua inglesa en el área del marketing turístico y promoción, adecuando grados de complejidad, calidad y tipo de información al producto promocionado y al mercado objetivo al que se orienta dicho producto.
- Manejar nociones básicas de marketing, publicidad, anuncios y tipos de consumidores.
- Comprender textos extensos y con amplio vocabulario específico de mercadotecnia referidos al momento actual del sector turístico.
- Comprender información detallada procedente de medios audiovisuales y de la red.
- Reflexionar, tanto por escrito como en presentaciones orales, sobre la actualidad del sector turístico y de sus posibles evoluciones futuras en el ámbito local, nacional o internacional, argumentando con claridad las opiniones y propuestas presentadas y usando con soltura las TIC o 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.
- Emplear la lengua inglesa para ofrecer información turística, elaborar anuncios en soportes diversos 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.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

Cronograma orientativo que se modificará en caso necesario.

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	5.50	5.00	10.50
Semana 4:	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
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	5.25	5.00	10.25
Semana 9:	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 10:	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	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	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	5.00	8.75
Semana 13:	Módulo 4	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	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	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	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
--	-------	-------	-------	--------