Escuela Universitaria de Turismo Iriarte

Grado en Turismo (IRIARTE)

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

Inglés para la comunicación turística IV
(2023 - 2024)

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 de matrícula y calificación

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	14:00	15:00	- - -	
Todo el cuatrimestre		Miércoles	14:00	15:00	- - -	
Observaciones:						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:00	16:00	Escuela Universitaria de Turismo Iriarte - EUTI	
Todo el cuatrimestre		Viernes	09:00	11:00	Escuela Universitaria de Turismo Iriarte - EUTI	
Observaciones: Las tutorías se realizarán preferentemente bajo cita previa concertada por email, y a ser posible por medios electrónicos, o en su caso, presencialmente en el horario siguiente.						

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

Module 2: Promotion and Amrketing in Tourism

Module 3: New Trends and Possible Evolution of Tourism

Module 4: Business Travel

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	[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]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	37,50	0,00	37,5	[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]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	4,50	0,00	4,5	[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]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	33,00	33,0	[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]

Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	15,00	15,0	[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]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	18,00	18,0	[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]
Preparación de exámenes	0,00	18,00	18,0	[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]
Realización de exámenes	3,00	6,00	9,0	[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]
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/ltre.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 70% 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.
Asistencia-10%
Trabajo-prácticas-10%
Prueba liberatoria-40%
Examen final-40%

Todo el alumnado se considera de Evaluación Continua, salvo que antes de superar el 50% de las actividades de la Evaluación Continua, solicite la Evaluación Final Única a través del Aula Virtual de la Asignatura, o salvo causa de fuerza mayor sobrevenida posteriormente, en cuyo caso se requerirá autorización por parte del Centro.

El alumnado que no supere el **70%** de asistencia salvo causa justificada y autorizada por el Centro, perderá la calificación correspondiente a la prueba liberatoria de mitad de cuatrimestre y tendrá que superarla de nuevo en la primera convocatoria junto con el examen final. Dicha prueba liberatoria también deberá repetirse junto con el examen final si no hubiera sido superada.
Se entenderá agotada la convocatoria de Evaluación Continua desde que el alumnado se presente, al menos, al 50% de las actividades de Evaluación Continua.
Se conservarán las partes superadas de la Evaluación Continua en la Segunda Convocatoria de dicho curso académico (Julio)

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.

Alumnado en 5ª, 6ª y 7ª convocatoria
El alumnado que se encuentre en la quinta o posteriores convocatorias y desee ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles del comienzo del periodo de exámenes

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas de respuesta corta	[CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CG6], [CE6.2], [CE6.3], [CE13.4], [CE15.1], [CE15.2], [CE15.3], [CE23.2]	Corrección gramatical y sintáctica - Corrección terminológico/léxica - Claridad en la exposición de ideas - Corrección ortográfica	20,00 %
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 - Claridad en la exposición de ideas - Corrección ortográfica	20,00 %
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 - Claridad en la exposición de ideas - Corrección ortográfica	10,00 %
Asistencia y participación	[CB1], [CG28], [CG23], [CG15], [CG13], [CE13.1], [CE13.4], [CE15.2], [CE15.4], [CE23.2], [CE28.1]	Asistencia a las clases	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]	Expresión oral	40,00 %

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 1	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	10.00	13.75
Semana 13:	Módulo 4	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	4.75	5.00	9.75
Semana 14:	Módulo 4	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	4.75	5.00	9.75
Semana 15:	Semana 15 en adelante	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación...	4.75	15.00	19.75
		Total	60.00	90.00	150.00