

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Turismo

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Inglés para la Comunicación Turística IV
(2024 - 2025)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Inglés para la Comunicación Turística IV	Código: 169023103
<ul style="list-style-type: none">- Centro: Facultad de Economía, Empresa y Turismo- Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo- 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: https://www.ull.es/grados/turismo/- Idioma: Inglés	

2. Requisitos de matrícula y calificación

(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 (La Laguna) + 1 Teórico Adeje (videoconferencia)
General <ul style="list-style-type: none">- Nombre: ISAIAS LEOPOLDO- Apellido: NARANJO ACOSTA- Departamento: Filología Inglesa y Alemana- Área de conocimiento: Filología Inglesa

Contacto

- Teléfono 1: **922317170**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **inaranjo@ull.es**
- Correo alternativo: **inaranjo@ull.edu.es**
- Web: **<http://www.campusvirtual.ull.es>**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:00	17:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	6, FEET, Departamento de Filología Inglesa y Alemana
Todo el cuatrimestre		Martes	14:00	17:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	6, FEET, Departamento de Filología Inglesa y Alemana

Observaciones: Las tutorías son siempre presenciales. El correo electrónico de contacto es inaranjo@ull.edu.es

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	14:00	17:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	6, FEET, Departamento de Filología Inglesa y Alemana
Todo el cuatrimestre		Jueves	14:00	17:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	6, FEET, Departamento de Filología Inglesa y Alemana

Observaciones: Las tutorías son siempre presenciales. El correo electrónico de contacto es inaranjo@ull.edu.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.

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

- Profesores: Isaías Naranjo Acosta y M^a Elena Sánchez Hernández

- 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: dos módulos dedicados al marketing turístico y la promoción. Un tercer módulo sobre el impacto actual y las posibles vías de evolución del turismo. Y un cuarto y último módulo en torno a los viajes de incentivos y al turismo de lujo.

Dado que cada profesor imparte docencia todo el cuatrimestre y que tiene asignados el grupo de Teoría y los dos de Práctica, sea en el centro de La Laguna, más el grupo de Teoría de Adeje (online) (Prof. Naranjo Acosta), sea en el de Adeje (Prof. Sánchez Hdez. Práctico), la distribución de la docencia no es por temas o contenidos sino por tipo de actividad, de modo que el grupo de Teoría se centra en contenidos conceptuales y en actividades de reading comprehension, en tanto que los grupos de Prácticas se centran en actividades de listening comprehension y speaking, siempre dentro del paraguas temático de cada módulo.

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 & Incentive Travel

a) Contenidos conceptuales:

- Características del segmento de viajes de negocios.
- Características y valor del incentive travel

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 cuatro 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.

Los alumnos no podrán hacer un uso de la Inteligencia Artificial que pueda impedir su crecimiento académico personal o impedirle comprender los conceptos de esta asignatura. El uso de internet como fuente de información y conocimientos se sobreentiende y se aconseja, pero el uso de Inteligencia Artificial para la realización de tareas de redacción elimina por completo la mejora del alumno en competencias no sólo de sintaxis, gramática y vocabulario, sino que también corta toda posibilidad de análisis sobre los temas que se puedan proponer en las tareas.

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	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]

Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	37,50	0,00	37,5	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	4,50	0,00	4,5	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	33,00	33,0	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	15,00	15,0	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	18,00	18,0	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]

Preparación de exámenes	0,00	24,00	24,0	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
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. Se mantiene el libro de texto que se ha venido usando para las otras tres asignaturas de lengua inglesa del Grado, si bien se usará en menor medida, dándosele mayor uso al dossier arriba mencionado:

Strutt, P. (2013) English for International Tourism (New edition) (Upper Intermediate / B1+ - B2). Harlow, Essex: Pearson. 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

Aramberri, Julio. 2011. Turismo de masas y modernidad. Un enfoque sociológico. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Horner, Susan & John Swarbroke. 2016. Consumer Behaviour in Tourism. London: Routledge.

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.

MacCannell, Dean. 2011. The Ethics of Sightseeing. Berkeley: University of California Press.

Trentmann, Frank. 2016. The Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First. London: Penguin Books.

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/>
- <http://www.pbs.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 y de conformidad con lo establecido en el nuevo Reglamento de Evaluación y Calificación de la ULL, en 1ª convocatoria los alumnos se acogen por defecto al sistema de evaluación continua (EC). El citado Reglamento establece tanto los plazos como el procedimiento y los supuestos para que el alumno que así lo desee pueda optar por no seguir la EC y someterse a la evaluación única (EU) dentro de los llamamientos establecidos en el calendario académico. Para poder realizar dicho cambio el alumno debe hacerlo antes de haber completado el 50% de las pruebas evaluativas. En el momento de la presentación de la asignatura se indicarán las fechas de las pruebas evaluativas de modo que el alumno sepa el plazo

máximo para poder realizar el mencionado cambio de EC a EU. Las características de ese examen de EU se explican más adelante.

Se entenderá agotada la convocatoria desde el momento en que el alumno se presente a las actividades cuya ponderación compute, al menos, el 50% de la EC. Esto quiere decir que si el alumno hace al menos el 50% de las pruebas de EC, se considera que ya se ha presentado a la materia y, por tanto, si no completara el 100% de las citadas pruebas de EC ya no aparecería en 1ª convocatoria como No Presentado (NP) sino como Suspendido. La calificación como Suspendido se reflejará como la calificación proporcional a las pruebas que se hubieran realizado. Conviene aclarar, por otro lado, que seguir el sistema de EC no conlleva aprobar automáticamente.

Precisando el sistema de EC, 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. El Reglamento establece que, tratándose de un sistema de EC, el profesorado podrá establecer control de asistencia como uno de los requisitos para que el alumno de EC pueda ser evaluado. Tratándose de una asignatura de idiomas, dicha asistencia es, si cabe, más necesaria. Es decir, faltar a más de un 20% de las clases sin acreditar la debida justificación comporta automáticamente perder el derecho a evaluación continua. Si el alumno ya hubiera realizado alguna de las pruebas parciales de evaluación hasta llegar al menos al 50% de dichos parciales, en el Acta se reflejará la calificación proporcional correspondiente a la/s prueba/s realizadas, que será un Suspenso; caso de no haber realizado parcial alguno, No Presentado.

Además del trabajo en clase y tareas voluntarias, la evaluación continua comporta realizar una serie de pruebas, que son:

- escucha comprensiva o listening comprehension (nota de corte, 8.0),
- lectura comprensiva o reading comprehension (nota de corte, 8.0),
- essay writing (nota de corte, 8.0)
- incentive travel (nota de corte, 8.0),
- expresión oral (nota de corte, 8.0), por medio de una presentación cuyas bases se publican en el Aula Virtual de la asignatura.

El 50% de pruebas parciales (essay + reading + oral) se estima que se alcance en la semana 12.

Como norma, las calificaciones obtenidas durante la EC sólo son válidas dentro de dicha EC. Si concurren circunstancias excepcionales o si el alumno ha mostrado un rendimiento satisfactorio a lo largo del cuatrimestre, y siempre a criterio del profesor de la asignatura, se permitirá que dentro del examen de EU que corresponda al cuatrimestre de la asignatura (en el caso de Inglés IV, llamamiento de enero) el alumno pueda hacer o recuperar alguna de las partes que no hubiera podido hacer o superar como parte de la EC. Para los llamamientos de junio y julio el alumno se presenta al examen completo, sin que haya que tomar como referencia parciales hechos en su momento como parte de la EC.

Las 5 pruebas arriba señaladas representan el 90% de la EC, a razón de 30% para el listening, 30% para la expresión oral, 10% para el reading, 10% para essay writing y 10% para incentive travel. El 10% restante se obtendrá de la participación en clase y la realización de tareas voluntarias. Todas estas pruebas se realizarán dentro del calendario lectivo normal y siempre antes de la finalización de las clases, de modo que al finalizar dicho periodo lectivo el alumno ya sabrá tanto si ha suspendido o aprobado la materia o si, llegado el caso, puede recuperar/completar alguna de las partes pendientes dentro del examen de EU.

Debe quedar claro que suspender listening, presentación oral o el conjunto de pruebas de expresión escrita conlleva el suspenso de la asignatura. Es decir, si se ha suspendido listening, no se hace media con el resto, igual que ocurre si se ha suspendido la presentación oral o la expresión escrita.

A tenor de lo hasta aquí explicado, el alumno debe entender que, además de que se lleve control de asistencia, el profesor

también llevará un control de participación activa en las sesiones de clase. Dicha participación activa se refiere no sólo a la realización de tareas voluntarias que proponga el profesor sino, además, a plantear dudas o preguntas del tipo que sea (dudas de gramática o sintaxis, vocabulario, aclaración de conceptos de los temas que se estén desarrollando en cada módulo) durante el desarrollo de las clases, participar en debates, sean éstos programados como parte de la materia o que se susciten de forma espontánea, incorporarse a las discusiones que puedan surgir en el decurso normal de las clases, o proponer actividades o ejercicios complementarios o alternativos a los que se lleven a cabo en el desarrollo de la materia.

Pasando al modelo de EU, en el examen de EU los alumnos deben superar con éxito las dos partes de que consta dicha prueba oficial:

- 1) prueba escrita y de escucha comprensiva (40% y 30% de la nota cada uno de esos bloques, manteniendo una proporción similar a la que hay en la EC), 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 y de listening. 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 y de listening, 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 puntualiza que la fecha oficial señalada es la de la prueba escrita.

En cualquiera de los casos, los alumnos deben tener claro que han de superar todas las partes del examen con al menos un 5.0. Es decir, si se suspende alguna de las partes considerada fundamental (escucha comprensiva, expresión escrita y prueba oral), la asignatura está suspendida: no puede haber equívoco alguno en que no se hace media entre partes suspendidas y partes aprobadas.

El hecho de haber superado las pruebas parciales con la nota de corte indicada habilita para liberar ese apartado sólo para la EC del primer llamamiento. Tal y como se señaló anteriormente, sólo en casos excepcionales o si el alumno ha mostrado un rendimiento satisfactorio a lo largo del cuatrimestre y pensando en la convocatoria de EU inmediatamente posterior a la EC, es decir, periodo de examen de enero, se podrá permitir recuperar/superar partes pendientes. Para el caso de los llamamientos de junio y julio no se tendrán en cuenta las pruebas de EC, esto es, se va con el examen completo.

El estudiante que se encuentre en alguna de las convocatorias extraordinarias de 5ª, 6ª y 7ª y desee ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida al Decano de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles del comienzo del periodo de exámenes. Si el alumno de las convocatorias extraordinarias de 5ª, 6ª y 7ª desea seguir el sistema de EC, de renunciar a la EU, que es a la que, en principio, está abocado.

Un último elemento que conviene dejar claro en lo referido a la evaluación tiene que ver con errores gramaticales graves que serán motivo de suspenso automático 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	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]	<ul style="list-style-type: none"> • Corrección gramatical y sintáctica • Corrección terminológico/léxica • Claridad en la exposición de ideas • Corrección ortográfica 	52,50 %
Trabajos y proyectos	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]	<ul style="list-style-type: none"> • Corrección gramatical y sintáctica • Corrección terminológico/léxica • Claridad en la exposición de ideas • Corrección ortográfica 	17,50 %
Presentación oral de proyectos	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]	<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 	15,00 %
Otras presentaciones de tareas orales	[15—1], [13—1], [CB1], [28—1], [CB5], [13], [CB3], [6—2], [13—4], [CB4], [15—3], [28], [CB2], [13—3], [15], [6], [23—2], [6—1], [15—2], [23], [15—4], [6—3], [28—2]	<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 	15,00 %

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 posible 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.

Dado el objetivo general una vez finalizado el Grado en lo referido a la lengua inglesa y dado que se trata de la cuarta y última asignatura de idioma del Grado de Turismo, cabe añadir los siguientes objetivos de resultados:

Comprender discursos extensos incluso cuando no están estructurados con claridad y cuando las relaciones están sólo implícitas y no se señalan explícitamente. Comprender sin mucho esfuerzo los programas de televisión, reportajes, documentales y películas.

Comprender textos largos y complejos de carácter técnico y ensayístico.

Expresarse con fluidez y espontaneidad sin tener que buscar de forma muy evidente las expresiones adecuadas. Utilizar el lenguaje con flexibilidad y eficacia para fines sociales y profesionales.

Presentar descripciones claras y detalladas sobre temas complejos que incluyen otros temas, desarrollando ideas concretas y terminando con una conclusión apropiada.

Ser capaz de expresarse en textos claros y bien estructurados exponiendo puntos de vista con cierta extensión. Escribir sobre temas complejos en cartas, redacciones o informes, resaltando lo que se considere que son aspectos importantes. Seleccionar el estilo apropiado para los lectores a los que van dirigidos mis escritos.

Tal y como se ha señalado en la Guías Docentes previas, el objetivo es que el alumno acabe el Grado en Turismo con un nivel de competencia B2 tomando como referencia el Marco Europeo de Lenguas, sin descartar en que en casos excepcionales algunos alumnos puedan estar en un grado próximo al C1.

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	6.00	8.50

Semana 2:	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de Contenidos.	3.75	6.00	9.75
Semana 3:	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Módulo 1	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de Contenidos	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de Contenidos.	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Módulo 2	Todas las descritas en el apartado de Contenidos.	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de Contenidos. Parcial (essay writing). Que se realice esta semana es orientativo.	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Módulo 3	Todas las descritas en el apartado de Contenidos. Actividad La Laguna y Adeje.	5.75	6.00	11.75
Semana 10:	Módulo 3	Parcial (Reading comprehension). Que se realice esta semana es orientativo.	3.75	6.00	9.75
Semana 11:	Módulo 3	Parcial (presentación oral). Que se realice esta semana es orientativo.	3.75	6.00	9.75
Semana 12:	Módulo 4	Parcial (listening comprehension). Que se realice esta semana es orientativo. Día 6 de diciembre, festivo	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Módulo 4	Parcial (incentive travel). Que se realice esta semana es orientativo.	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Módulo 4	Todas las descritas en el apartado de Contenidos.	3.75	6.00	9.75
Semana 15 a 17:			6.75	6.00	12.75
Total			60.00	90.00	150.00