



FACULTAD DE COMERCIO Y
TURISMO UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Inglés I	Código	800008
Módulo	Formación Básica	Materia	Idioma Moderno
Carácter	Obligatoria	Créditos	6
Curso	2020-2021	Semestre	1

Departamento Responsable	Departamento de Estudios Ingleses
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

Esta materia se articula en tres tipos de contenidos:

- 1.-Comunicación oral y escrita (presentaciones, entablar relaciones, solicitar información, describir, etc.).
- 2.-Aspectos socio-culturales
- 3.-Funcionamiento de la lengua (fonología, morfología, sintaxis, léxico, ortografía, etc.).

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

No se han considerado requisitos previos. La asignatura se impartirá en inglés

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los/as alumnos/as

- Serán capaces de manejar la lengua inglesa tanto de forma oral como escrita en el ámbito turístico.
- Estarán en disposición de pasar a un nivel aplicado de la lengua inglesa en el sector turístico.

COMPETENCIAS

Generales

CG2 Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial.

Específicas:

CE18 Dominar, tanto a nivel oral como escrito, la lengua inglesa, con el objeto de poder aplicarlo en el ámbito comercial, por ejemplo, en situaciones de negociación comercial en el ámbito internacional.

Otras:

Potenciar conocimientos discursivos de la lengua: morfosintaxis, vocabulario, Desarrollar habilidades básicas de comunicación oral: Presentaciones, reuniones, etc. Desarrollar habilidades básicas de comunicación escrita: redacciones, informes, e-mails, etc. Potenciar conocimiento de diferencias culturales

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

Esta materia se articula en tres tipos de contenidos:

- 1.-Comunicación oral y escrita (presentaciones, entablar relaciones, solicitar información, describir, etc.).
- 2.-Aspectos socio-culturales
- 3.-Funcionamiento de la lengua (fonología, morfología, sintaxis, léxico, ortografía, etc.).

Unit 1: Globetrotters

1. **Grammar**
 - Tense review
2. **Word focus**
 - Compound nouns
3. **Communication strategies and interaction**
 - Agreeing and disagreeing
 - An itinerary: five days in Dubai
 - Presentations

Unit 2: Be my guest

1. **Grammar**
 - To, -ing forms
 - Quantifiers
2. **Word focus**
 - Food and entertaining
3. **Communication strategies and interaction**
 - Saying 'no'

Unit 3: Getting on

1. **Grammar**
 - Tense review
 - Used to
2. **Word focus**
 - Conversation topics
3. **Communication strategies and interaction**
 - Socializing

Unit 4: Rule of thumb

1. **Grammar**
 - Modal verbs
 - Linkers
2. **Word focus**
 - Writing emails
3. **Communication strategies and interaction**
 - Storytelling

Unit 5 IT generation

1. **Grammar**
 - Passive forms
2. **Word focus**
 - Telephoning
3. **Communication strategies and interaction**
 - Making requests

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	

EVALUACIÓN	
SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Pruebas orales y/o escritas	60% Este apartado incluye el examen final escrito.
Trabajo e informes	hasta un 30% Este apartado incluye todas las prácticas y ejercicios que se recojan en clase o se pidan como tarea fuera de clase
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10% Se exige al alumno que participe, siga la clase activamente y tenga buen comportamiento.

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Dubicka, I., O'Keeffe, M. (2014). **Lifestyle. English for work, socializing & travel.** Intermediate Coursebook. Edinburgh: Pearson.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Bárcena E. y Varela R. (2006). English in the Tourist Industry. Madrid: Ed. Universitaria Ramón Areces.
- Bly, R. W. (1998). The Encyclopedia of Business Letters, Fax Memos, and E-Mail. NJ: Career Press.
- Comfort, J. et al. (1996). Business Reports in English. Cambridge: CUP.
- Chapman, R. (2010). English for Emails. Oxford: OUP.
- Davidson, E. (1992). Formatting Letters & Reports. A Computer User's Guide. California: Crisp.
- Gordon, D. (2010). English for telephoning. Oxford: OUP.
- Gore, S., Gordon, D. (2010). English for Socializing. Oxford: OUP.
- Hughes, J., Mallet, A. (2012). Successful Presentations. Successful Meetings. Oxford: OUP.
- Jones, L., Richard, A. (2000). New International Business English. Cambridge: CUP.
- MacKenzie, I. (2006). Professional English in Use. Finance. Cambridge: CUP.

GRAMÁTICAS:

- Brieger, N., S. Sweeney (1994). The Language of Business English Grammar & Functions. UK: Prentice Hall International English Language Teaching.
- Duckworth, M. (2003). Business Grammar and Practice. Oxford: Oxford University Press.
- Emmerson, P. (2000). Business Grammar Builder. Oxford: MacMillan.
- Eastwood, J. (1994). Oxford Practice Grammar. Oxford: Oxford University Press.
- Leech, G. (1989). An A-Z of English Grammar & Usage. London: Edward Arnold.
- Murphy, R. (2004). English Grammar in Use. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parkinson, S. (1980). A University English Grammar. Madrid: Empeño, 14.

DICCIONARIOS:

- Alcaraz Varó, E. y B. Hughes (1996). Diccionario de Términos Económicos, Financieros y Comerciales. Barcelona: Ariel.
- The Oxford Spanish Dictionary. (1998). Oxford: Oxford University Press.
- Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary. (2003). Glasgow: Harper
- Beaver, A. (2002). A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Oxford: Oxford University Press.
- Collins Cobuild English Language Dictionary. (1987). London: Collins ELT.

Idioma en que se imparte

Inglés

Otra información

Diretrizes de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21

El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020, garantizando que la docencia pueda hacerse en sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por *streaming* u *online*, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases *online*, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre.

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60>

Cronograma de la Asignatura

Ejemplo de las cuatro primeras semanas

	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Día 1*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G1 presencial
Día 2*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G2 presencial

La asignatura tiene dos días de docencia a la semana:

Día 1*: Primer día de clase de una semana concreta.

Día 2*: Segundo día de clase de una semana concreta.

El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente:

- G1: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la A y la M*.
- G2: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la N y la Z*.

*Si esta distribución por letras de primer apellido no arroja grupos equilibrados, se utilizará otra distribución con otras letras para garantizar la igualdad de tamaño entre los subgrupos.

La distribución por apellido que finalmente se utilice, así como el cronograma completo de la asignatura estará publicado en la asignatura virtualizada en el Campus Virtual.

Duración de las clases:

- Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos.
- Las clases *online* tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.