



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Inglés III	Código	800023
Módulo	Lenguas extranjeras de especialidad aplicadas al Turismo	Materia	Idioma moderno
Carácter	Básica	Créditos	6
Curso	3º	Semestre	1º

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

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
Comunicación oral y escrita en lengua inglesa en contextos relacionados con el turismo y la gestión hotelera. Dentro del contexto profesional del turismo se estudiarán: - Sectors in niche tourism - Dealing with numbers and statistics - Taking part in meetings. - Running a hotel. - Improve customer service - Business travel. En estos contenidos se tratará: 1.-Comunicación oral y escrita: intercambio de información, presentaciones, descripciones, argumentaciones, entrevistas de trabajo, redacción de informes. Todo ello en contextos de gestión en el ámbito del turismo. 2.- Aspectos socio-culturales: conocimiento de costumbres, normas y hábitos internacionales, así como sus diferencias en contextos turísticos. 3.-Funcionamiento de la lengua: fonología, ortografía, morfología, sintaxis, léxico, coherencia y cohesión discursiva, fraseología.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS
Conocimiento medio de la lengua inglesa.
OBJETIVOS FORMATIVOS
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Los/as alumnos/as conseguirán un nivel superior profesional de inglés.
COMPETENCIAS
Generales/Transversales CG1 Capacidad de análisis y de síntesis. GC3 Resolución de problemas. CG4 Razonamiento crítico. Específicas CE13 Manejar técnicas de comunicación en lengua inglesa. CE15 Trabajar en inglés como lengua extranjera. CE16 Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera. CE24 Trabajar en medios socioculturales diferentes. Otras Potenciar conocimientos discursivos de la lengua: morfosintaxis, vocabulario, entonación. Desarrollar habilidades básicas de comunicación oral: presentaciones, reuniones, conversaciones telefónicas, etc. Desarrollar habilidades básicas de comunicación escrita: textos, informes, e-mails, etc. Potenciar el conocimiento de las diferencias culturales.

CONTENIDOS TEMÁTICOS
(Programa de la asignatura)

Unit 1 Niche tourism

Grammar:

Verbs + infinitive or –ing form

Vocabulary:

Sectors in niche tourism

Dealing with numbers and statistics

Professional skills:

Dealing with figures

Case study:

Plan a niche tour

Unit 2 Cultural tourism

Grammar:

The passive

Vocabulary:

Culture

Linking words

Professional skills:

Taking part in meetings

Case study:

Plan an exhibition

Unit 3 Running a hotel

Grammar:

Have/get something done

Vocabulary:

Hotel statistics

-ed/-ing adjectives

Professional skills:

Making presentations

Case study:

Transform the team

Unit 4 Customer service

Grammar:

Question forms

Vocabulary:

Customer service terms

Personal qualities

Telephone numbers

Multi-word verbs

Professional skills:

Handling telephone calls

Case study:

Improve customer service

Unit 5 <u>Business travel</u> Grammar: Past perfect Vocabulary: Idioms and metaphors Professional skills: Socializing and making small talk Case study: The Trade Fair Game	
---	--

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	
Prueba escrita	60%
Presentación oral	20%
Trabajos, tareas	10%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
Strutt, P. (2013) <i>English for International Tourism, Intermediate Coursebook. NEW EDITION</i> Harlow: Longman-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.
- Kerridge, D. (1992). *Presenting Facts and Figures*. Harlow: Longman-Pearson.
- MacKenzie, I. (2006). *Professional English in Use*. Finance. Cambridge: CUP.
- Mascull, Bill (2002). *Business Vocabulary in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.

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				
Directrices 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 on line, 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 <i>online</i> tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.				