



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID



GRADO EN TURISMO

Asignatura	Inglés II	Código	800018
Módulo	Lenguas extranjeras de especialidad aplicadas al Turismo.	Materia	Idioma moderno
Carácter	Básica	Créditos	6
Curso	2º	Semestre	4

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

Perfeccionamiento e intensificación del inglés para un adecuado desarrollo profesional, así como la comprensión de sus entornos culturales vinculados.

Dentro del contexto profesional del turismo se estudiarán:

- Introduction to the tourism industry
- Tourism products: packages
- Destinations: transport, geographical description, cultural features, etc.
- Accommodation: types and features.
- Marketing: promotion
- Dealing with customers' problems

En estos contenidos:

1.- Se desarrollarán las cuatro destrezas (receptivas y productivas) en el contexto profesional del turismo:

En las destrezas receptivas se trabajará la comprensión lectora y auditiva de textos relacionados con el turismo.

En las productivas se realizarán presentaciones, simulaciones, diálogos, estudio de casos, descripciones, redacción de e-mails, etc.

- 2.- Se introducirá el vocabulario de especialidad utilizado en las comunidades discursivas turísticas.
- 3.- Se analizarán aspectos socio-culturales: diferencias interculturales en el entorno turístico internacional.
- 4.- Se estudiará el funcionamiento de la lengua: fonología, ortografía, morfología, sintaxis, léxico de especialidad, fraseología, coherencia y cohesión discursiva textual.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los/as alumnos/as conseguirán un nivel superior profesional de inglés.

COMPETENCIAS

Generales

CG1 Capacidad de análisis y de síntesis.

CG5 Aprendizaje autónomo

Transversales

CG 3: Resolución de problemas

CG4: Razonamiento crítico

Competencias Específicas

CE13 Manejar técnicas de comunicación

CE15 Trabajar en inglés como lengua extranjera

CE24 Trabajar en medios socioculturales diferentes.



CONTENIDOS TEMÁTICOS

(Programa de la asignatura)

Tema 1 SELLING DREAMS

Language Focus:

Tense review – present and past tenses

Vocabulary:

Money matters

Describing locations

Working out the price of a package

Professional practice:

Promotion of tourism products

Marketing mix analysis

Writing a description for a brochure

Case Study:

Design a tour

Tema 2 GETTING THERE

Language Focus:

Multi-word verbs

Vocabulary:

Means of transport and journeys

Professional practice:

Dealing with customers' problems

Comparing hotels

Hotel descriptions

Writing the minutes of a meeting

Case Study:

How to reduce costs and improve customer service

Tema 3 ACCOMMODATION

Language Focus:

Modal verbs

Vocabulary:

Types of accommodation

Hotel grading

Hotel facilities and services

Tour operators

Package holidays

Professional practice:

Persuading a client to buy a package

Dealing with complaints

Solving an overbooking problem

Writing a letter of apology

Case Study:

Investigate customer complaints

Hold a meeting to discuss how to solve problems



Tema 4 DESTINATIONS

Language Focus:

Articles

Vocabulary:

Weather, climate

Features and attractions

Popular tourist destinations

Statistics for economic development

Professional practice:

Offering advice

Personal service

Professional advice

Advice e-mail

Making presentations

Writing a press release

Case Study:

Carry out a SWOT analysis of the tourism industry

Tema 5 THINGS TO DO

Language Focus:

Conditional structures with *if*

Vocabulary:

Describing attractions

Geographical features

Activities

Works of art

Calculating entrance fees and prices

Professional practice:

Speaking to a group

Talking about works of art

Guided tour of an art gallery

Presenting a geographical description

Writing a catalogue description

Case study

Plan a coach tour



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) *English for International Tourism, New Edition. Intermediate Coursebook*. England: Longman + CD Rom

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Bárcena E. y Varela R. (2006) *English in the Tourist Industry*. Madrid: Ed. Universitaria Ramón Areces.
- Bly, Robert 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, Rebecca (2010) *English for Emails*. Oxford: OUP.
- Davidson, Eleonor (1992): *Formatting Letters & Reports. A Computer User's Guide*. California: Crisp.
- Gordon Smith, David (2010) *English for telephoning*. Oxford: OUP.
- Gore, Sylee, David Gordon Smith (2010) *English for Socializing*. Oxford: OUP.
- Hughes, John and Andrew Mallet. (2012): *Successful Presentations. Successful Meetings*. Oxford: OUP.
- Tourism documents and press articles and other authentic materials.
Internet materials: tourism websites <http://www2.unwto.org/>

Gramáticas

Murphy, R. (2004): *English Grammar in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
 Eastwood, J. (1994): *Oxford Practice Grammar*. Oxford: Oxford University Press.
 Leech, G. (1989): *An A-Z of English Grammar & Usage*. London: Edward Arnold.

Diccionarios

(1998): *The Oxford Spanish Dictionary*. Oxford: Oxford University Press.
 (2003): *Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary* Glasgow: Harper
 (2002): *A Dictionary of Travel and Tourism Terminology*. Beaver, A. Oxford: Oxford University Press.



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 *online* tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.

