



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Idioma Moderno: Inglés IV	Código	800051
Módulo	Formación complementaria en Turismo	Materia	Formación complementaria Transversal.
Caracter	Optativa	Créditos	6
Curso	Tercero-Cuarto	Semestre	Segundo

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

La asignatura se articula alrededor de cuatro tipos de contenidos:

- 1.- Comunicación oral y escrita: presentaciones, planificación, establecimiento de relaciones, organización de una reunión, elaboración de información, descripciones, argumentaciones, entrevistas de trabajo, redacción de distintos tipos de cartas. Todo ello en contextos turísticos.
- 2.- Aspectos socio-culturales: estudio de las costumbres, normas, hábitos y diferencias con otras culturas, todo ello desarrollado en contextos turísticos.

3.- Estrategias de resolución de problemas en el ámbito turístico debido a interferencias culturales y lingüísticas.

4.- Funcionamiento de la lengua fonología, morfología, sintaxis, léxico, ortografía, etc.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

Se recomienda tener un nivel avanzado en lengua inglesa.

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los alumnos deben desarrollar la capacidad de manejar con corrección y eficacia, tanto oralmente como por escrito, la lengua inglesa en contextos relacionados con el turismo.

COMPETENCIAS

Generales:

GC1: Capacidad de análisis y elaboración de conclusiones.

GC2: Comunicación oral y escrita en lengua inglesa.

GC4: Desarrollo de razonamiento crítico.

Específicas:

CE13 Manejo de las técnicas de comunicación.

CE15 Empleo de la lengua inglesa en el ámbito laboral.

CE16 Capacidad de comunicarse en lengua oral y escrita en una segunda lengua extranjera.

CE22 Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.

CE24 Trabajo en medios socioculturales diferentes.

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

UNIT 1: Trends in Tourism

1. Topics: History of tourism and recent developments in the tourism industry.
2. Professional skills: writing e-mails and summaries, describing trends and changes in the tourism sector, explaining and interpreting visual aids.
3. Case study: Tailoring a package tour.

UNIT 2: Branding in the Hospitality Industry

1. Topics: Analysis of profitable branding concepts, key elements of hotel branding, catering for the guests of the future
2. Professional skills: plan and management of branding strategies, making predictions.
3. Case study: Investing in a hotel.

UNIT 3: Heritage Sites

1. Topics: Types of cultural heritage sites and historical monuments.
2. Professional skills: acting as a tour guide, describing architectural features, giving explanations using dates, measures and statistics, giving a talk.
3. Case study: Designing a museum exhibition.

UNIT 4: Event Management and Strategic Marketing

1. Topics: Types of events (conferences, festivals, concerts, promotional events, etc.), preparing an event (budgeting, scheduling) and coordinating all aspects before launching an event.
2. Professional skills: planning and executing an event, negotiating an event concept and setting up a contract, dealing with difficult situations (being diplomatic).
3. Case study: Creating different types of package-tours (art – sport – nature – wellness – shopping – adventure).

UNIT 5: Careers

1. Topics: Selecting and appointing suitable candidates for temporary or permanent jobs within an organization or recruitment agency, planning a job advertisement, writing a personal profile.
2. Professional skills: presenting and introducing, handling interview questions, writing formal letters, writing a CV, reading an interview assessment.
3. Case study: Recruiting the right person.

ACTIVIDADES DOCENTES	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	40	100
Trabajo guiado	20	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	20	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	10	0
Otras actividades	10	
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final	
Pruebas escritas	60%	
Trabajos, informes, presentaciones y prácticas de laboratorio	30%	
Participación activa en clase a lo largo del semestre y presentaciones	10%	

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
Strutt, P. (2013), English for International Tourism, New Edition, Upper-Intermediate. Harlow: Pearson.
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
<ul style="list-style-type: none"> • Chapman, R. (2010): English for Emails. Oxford: OUP • Gordon Smith, D. (2010): English for Telephoning. Oxford: OUP • Hughes, J.; Mallet, A. (2012): Successful Presentations. Successful Meetings. Oxford: OUP. • Jones, L. (2013): Welcome! English for the Travel and Tourism Industry. Second edition. Student's book. Cambridge: CUP. • Mowforth M. and Ian Munt (1998): Tourism and Sustainability: Development, Globalization and New Tourism in the Third World. London and New York: Routledge, 2009. • Page, Stephen J. (2003) Tourism Management. Oxford UK: Elsevier, 2009. • Reisinger, Yvette. (2009) International Tourism. Cultures and Behaviour. Oxford UK: Elsevier.

GRAMÁTICAS:

- Murphy, R. (2004): English Grammar in Use. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swan et al. (2011). Oxford English Grammar Course. Oxford: OUP.

DICCIONARIOS:

- Beaver, A. (2001): A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. Oxford: OUP.
- Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary. (2003), Glasgow: Harper Collins.
- The Oxford English-Spanish Dictionary. (1998), Oxford: OUP.
- Documentos, sitios web y materiales audio-vídeo en lengua inglesa.

Idioma en que se imparte

Inglés

Otra información (opcional)**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: