



UNIVERSIDAD DE ALMERIA
GUÍA DOCENTE CURSO: 2011-12

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA			
Asignatura:	Idioma moderno: Inglés		
Código de asignatura:	64101213	Plan:	Grado en Turismo (Plan 2010)
Año académico:	2011-12	Ciclo formativo:	Grado
Curso de la Titulación:	1	Tipo:	Obligatoria
Duración:	Primer Cuatrimestre		
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA			
	Créditos:	6	Horas Presenciales del estudiante:
			45
			Horas No Presenciales del estudiante:
			105
			Total Horas:
			150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Semipresencial (b-learning)	

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Gómez López, Jesús Isaías		
Departamento	Filología Inglesa y Alemana		
Edificio	Edificio Departamental de Humanidades y Ciencias de la Educación II (Edif. C) 2		
Despacho	11		
Teléfono	+34 950 015506	E-mail (institucional)	jigomez@ual.es
Recursos Web personales	Web de Gómez López, Jesús Isaías		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==>

Firmado Por	Universidad De Almeria		Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==	PÁGINA	1/8
gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==				

ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Actividades previstas para el aprendizaje y distribución horaria del trabajo del estudiante por actividad (estimación en horas)

I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	0,0
	• Grupo Docente	0,0
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	0,0
	• Tutorías colectivas	0,0
	• Tutorías individuales	0,0
	<i>Total Horas Presenciales/On line ...</i>	0,0
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo Autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	105
	<i>Total Horas No Presenciales ...</i>	105
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE		105,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

PÁGINA

2/8



gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Justificación de los contenidos

El trabajo del graduado en turismo requiere un uso operativo del idioma inglés en cualquiera de sus contextos.

Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

Con todas, en la medida en que cualquier otra asignatura del Plan de Estudios contiene bibliografía en inglés.

Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

Para los estudiantes que llegan a la asignatura de inglés por primera vez, y conforme a lo que se expone en el programa detallado, se considerará un nivel de referencia A2 según el Marco de Referencia Europeo. Para todos los demás, se presupone un nivel de selectividad.

COMPETENCIAS

Competencias Generales

Competencias Genéricas de la Universidad de Almería

- Trabajo en equipo
- Capacidad de crítica y autocrítica
- Habilidad en el uso de las TIC
- Capacidad para resolver problemas
- Conocimientos básicos de la profesión
- Capacidad para aprender a trabajar de forma autónoma
- Compromiso ético
- Competencia social y ciudadanía global
- Conocimiento de una segunda lengua

Otras Competencias Genéricas

- Habilidad para el aprendizaje
- Capacidad de comunicar y aptitud social
- Capacidad de emitir juicios
- Aplicación de conocimientos
- Comprender y poseer conocimientos

Competencias Específicas desarrolladas

Nivel B2 del Marco de referencia europeo, para (1) comprensión auditiva, (2) comprensión de lectura, (3) interacción oral y (4) expresión oral. Asimismo para (5 y 6) expresión escrita:

(1) Comprendo discursos y conferencias extensos e incluso sigo líneas argumentales complejas siempre que el tema sea relativamente conocido. Comprendo casi todas las noticias de la televisión y los programas sobre temas actuales. Comprendo la mayoría de las películas en las que se habla en un nivel de lengua estándar.

(2) Soy capaz de leer artículos e informes relativos a problemas contemporáneos en los que los autores adoptan posturas o puntos de vista concretos. Comprendo la prosa literaria contemporánea.

(3) Puedo participar en una conversación con cierta fluidez y espontaneidad, lo que posibilita la comunicación normal con hablantes nativos. Puedo tomar parte activa en debates desarrollados en situaciones cotidianas explicando y defendiendo mis puntos de vista.

(4) Presento descripciones claras y detalladas de una amplia serie de temas relacionados con mi especialidad. Sé explicar un punto de vista sobre un tema exponiendo las ventajas y los inconvenientes de varias opciones.

(5) Soy capaz de escribir textos claros y detallados sobre una amplia serie de temas relacionados con mis intereses. Puedo escribir redacciones o informes transmitiendo información o proponiendo motivos que apoyen o refuten un punto de vista concreto. Sé escribir cartas que destacan la importancia que le doy a determinados hechos y experiencias.

(6) Soy capaz de escribir textos claros y fluidos en un estilo apropiado. Puedo escribir cartas, informes o artículos complejos que presentan argumentos con una estructura lógica y eficaz que ayuda al oyente a fijarse en las ideas importantes y a recordarlas. Escribo resúmenes y reseñas de obras profesionales o literarias.

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Los fines globales específicos de turismo para las asignaturas incluyen:

* **CONOCIMIENTOS:** Desarrollar conocimientos teórico-prácticos de inglés con temas relacionados con el mundo profesional de "turismo". Ello conlleva el desarrollo de un amplio vocabulario turístico contextualizado. El recorrido de los diversos temas deberá incidir también en una ampliación de los conocimientos sobre materias de turismo en general.

* **CAPACIDADES:** Desarrollar capacidad de análisis, síntesis, evaluación, relación, comparación y profundización de los contenidos propios de la gestión turística en inglés. El desarrollo de estas capacidades supone su realización vis-a-vis, por teléfono, por correo electrónico y por internet con la suficiente fluidez y precisión como para evitar provocar equívocos importantes.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

PÁGINA

3/8



gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

* **ACTITUDES:** Desarrollar actitudes basadas en las experiencias propias en situaciones en inglés. Estas actitudes deberán incluir la consideración adecuada de cortesía en el trato, iniciativa personal de anticipación de problemas, disposición favorable hacia el trabajo en equipo, apertura e interés por las personas de otros lugares y su cultura, y de optimismo comunicativo (tal como indica Alcaraz que es característico del lenguaje de turismo). Una actitud fundamental es la de la disposición de aprender del error propio e incluso convivir con él, lo cual conlleva superar el tan extendido miedo a tomar riesgos que pudieran dejarnos en evidencia, un miedo que inhibe la expresión oral misma en lengua extranjera.

* **HABILIDADES:** Desarrollar las habilidades necesarias para la aplicación del inglés en contextos específicos y situaciones reales. Entre ellas la habilidad de tomar notas durante las conversaciones telefónicas en inglés, detectar el propósito real o el interés ulterior que suele esconderse tras las frases incorrectas de personas que usan el inglés como idioma extranjero, y también la habilidad de transmitir y reconocer situaciones de humor en lengua inglesa.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	4/8
			
gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==			

BLOQUES TEMÁTICOS Y MODALIDADES ORGANIZATIVAS**Bloque** MEDIOS DE TRANSPORTE**Contenido/Tema****Objetivos comunicativos:**

- Informarse sobre los distintos horarios y precios de los diferentes medios de transporte.
- Informarse sobre la ubicación de estaciones, aeropuertos, paradas de taxis, metro, etc.
- Informar a los clientes sobre todo aquello que tiene relación con los medios de transporte.
- Saber vender billetes y hacer reservas.

Funciones comunicativas:

- Comprender las peticiones de un viajero, bien directamente o por teléfono.
- Realizar las operaciones correspondientes directamente o través del terminal del ordenador.
- Comprender y plantear preguntas a los viajeros.
- Informar e informarse sobre lo que está autorizado, prohibido y de las obligaciones de los viajeros.
- Redactar y completar cualquier tipo de formulario relacionado con los medios de transporte (petición de reserva, billetes, etc.)

Descripción del trabajo autónomo del alumno

El alumno debe recorrer las unidades del curso online y libro; practicar las conversaciones telefónicas en laboratorio de idiomas; exponer un práctica (país / receta / guía turístico) y elaborar un glosario específico de términos de turismo en tres columnas con ejemplos de fuente fiable. Su nivel oral (comprobado en entrevista de catalogación de nivel) marcará el umbral máximo para su nota, de modo que se incentiva mejorar constantemente el nivel oral mediante realización de entrevistas (de 20 en 20) en tres niveles: a. (para alumnos con nivel muy bajo de comunicación) entrevistas con compañeros y amigos españoles en inglés para desarrollar una conversación al menos mínima.

Bloque HOTELES**Contenido/Tema****Objetivos comunicativos:**

• Realizar reservas de habitaciones en cualquier tipo de hotel.

- Acoger a los clientes y ponerse a su disposición.
- Resolver los problemas de los clientes
- Informarlos sobre el hotel y su entorno.
- Conocer y describir el hotel según categorías .
- Distraer y convencer a los clientes.
- Saber indicar a los clientes la forma de pago de sus servicios.

Funciones comunicativas:

- - Describir, establecer las diferentes características de un establecimiento hotelero.
- - Localizar el establecimiento hotelero con referencia a otros elementos importantes del lugar: entorno, monumentos, aeropuertos, estaciones, etc.
- - Realizar reservas de forma manual o por medio de medios informáticos.
- - Realizar modificaciones o anulaciones de reservas de forma manual o por medios informáticos.
- - Ser capaz de dar la dirección del establecimiento: número, calle, código postal.
- - Tomar y confirmar las reservas de los clientes ya sea por teléfono, carta, correo electrónico, etc.
- - Aprender a mostrarse de forma correcta y educada con los clientes.
- - Rellenar las fichas de reservas consultando el planning del hotel.
- - Acoger a los clientes atendiendo a su estatus social y conociendo su cultura y costumbres.
- - Plantear distintos tipos de preguntas a los clientes y anotar las respuestas para facilitar informaciones complementarias del agrado de los clientes.
- - Estudiar y responder a los problemas de los clientes con toda educación intentando quitarles importancia y dar prontas soluciones.
- - Invitar a los clientes a las distintas actividades propuestas por el hotel. Incitarlos a su participación siempre dentro de la libertad de elección.
- - Preparar una nota o factura, entregársela al cliente o mandársela por carta.

Conocer y utilizar los diferentes medios de pago.

Descripción del trabajo autónomo del alumno

El alumno debe recorrer las unidades del curso online y libro; practicar las conversaciones telefónicas en laboratorio de idiomas; exponer un práctica (país / receta / guía turístico) y elaborar un glosario específico de términos de turismo en tres columnas con ejemplos de fuente fiable.

Bloque AGENCIAS DE VIAJE**Contenido/Tema****Objetivos específicos**

- Informar e informarse sobre viajes, estancias, circuitos, alquileres...
- Informar e informarse sobre los precios y condiciones de venta de cada uno de los servicios ofrecidos.
- Informar e informarse sobre las características principales de países y ciudades ofertadas.
- Vender paquetes de viajes programados.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

PÁGINA

5/8



gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

- Ofrecer y crear programas a la medida del cliente.
- Saber hacer la promoción de cualquiera de los servicios ofrecidos por la agencia en especial de viajes, estancias y visitas guiadas.

Funciones comunicativas

- - Dialogar con los clientes y otros profesionales directamente o por teléfono.
- - Leer programas, horarios, circuitos e interpretarlos.
- - Presentar de una forma precisa y completa los paquetes turísticos sobre estancias en hoteles y viajes programados.
- - Ofrecer al cliente todas las informaciones útiles para realizar el viaje: documentos, formalidades sanitarias, moneda...
- - Presentar los diferentes tipos de viviendas que se ofrecen en alquiler
- - Orientar y convencer a los clientes.

Descripción del trabajo autónomo del alumno

El alumno debe recorrer las unidades del curso online y libro; practicar las conversaciones telefónicas en laboratorio de idiomas; exponer un práctica (país / receta / guía turístico) y elaborar un glosario específico de términos de turismo en tres columnas con ejemplos de fuente fiable.

Bloque

entrevistas

Contenido/Tema

Hay una entrevista inicial con el profesor para catalogación de nivel. Hay una entrevista final con el profesor para valorar el nivel oral alcanzado, el cual marcará el umbral máximo de la nota final conforme a los criterios que se explican en clase. Además los alumnos deberán realizar al menos un lote de 20 entrevistas conocidos y desconocidos, españoles y extranjeros procedentes de países cuyo idioma oficial incluya el inglés o no.

Descripción del trabajo autónomo del alumno

Los alumnos deberán realizar al menos un lote de 20 entrevistas conocidos y desconocidos, españoles y extranjeros procedentes de países cuyo idioma oficial incluya el inglés o no.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

PÁGINA

6/8



gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios de Evaluación

la aplicación de criterios procesuales al ámbito de la enseñanza y aprendizaje de los idiomas conlleva el fomento de un sistema de evaluación continua. Se realizarán varias pruebas de las distintas destrezas comunicativas de modo que el alumno pueda valorar adecuadamente su proceso de aprendizaje y aplicar las correcciones pertinentes, si fuera necesario.

Para que los estudiantes puedan evaluar regularmente su progreso, se considera conveniente que se familiaricen con la plantilla de autoevaluación que propone el Marco de referencia

Porcentajes de Evaluación de las Actividades a realizar por los alumnos

	Actividad	(Nº horas)	Porcentaje
I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	(0)	25 %
	• Grupo Docente	(0)	25 %
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	(0)	50 %
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	(105)	0 %

Instrumentos de Evaluación

- Prueba / entrevista diagnóstica inicial.
- Informe de progreso
- Pruebas, ejercicios, problemas.
- Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.
- Pruebas finales (escritas u orales).
- Portafolio del estudiante.
- Autoevaluación final del estudiante.

Mecanismos de seguimiento

- Asistencia a tutorías
- Asistencia y participación en seminarios
- Alta y acceso al aula virtual
- Participación en herramientas de comunicación (foros de debate, correos)
- Entrega de actividades en tutorías

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

PÁGINA

7/8



gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Be My Guest: English for the Hotel Industry (*Francis O'Hara*) - Bibliografía básica
Big City (*Hutchinson*) - Bibliografía complementaria
Broadening the concept of communication strategies in interlanguage communication. En E. Alcón y V. Codina (Eds.), Current Issues in English Language Methodology (*Manchón Ruiz, R.M.*) - Bibliografía complementaria
Checkpoint II English in tourism (*Gallego Juan, J.*) - Bibliografía complementaria
Diccionario de términos de turismo y ocio : Inglés-Español, Spanish-English (*Alcaraz Varó, Enrique*) - Bibliografía complementaria
English for international tourism (*Miriam Jacob & Peter Strutt*) - Bibliografía complementaria
English for the hotel and tourist industry (*Keith Harding & Paul Henderson*) - Bibliografía complementaria
English for travel (*Eastwood, J.*) - Bibliografía complementaria
Everyday English for Hospitality Professions (*Lawrence J. Zwier, Nigel Caplan*) - Bibliografía básica
High Season: English for the Hotel and Tourist Industry (*Keith Harding & Paul Henderson*) - Bibliografía básica
Highly Recommended: English for the Hotel and Catering Industry. (*Trish Stott, Rod Revelle*) - Bibliografía básica
Tramas Creativas y Aprendizaje de Lenguas (*Ribé, R.*) - Bibliografía complementaria
Welcome: English for the Travel and Tourism Industry (*Leo Jones2*) - Bibliografía básica

Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/x?SEARCH=64101213>

DIRECCIONES WEB

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==

PÁGINA

8/8



gZbH+rKkxVxf1zp6MoIT2w==