



Universidad
de Alcalá

GUÍA DOCENTE

INGLÉS PARA NEGOCIOS TURÍSTICOS ***ENGLISH FOR TOURISM BUSINESS***

Grado en Turismo
Doble Grado en Turismo y Administración
y Dirección de Empresas
Universidad de Alcalá

Curso Académico 2022-2023
4º/5º Curso – 1º Cuatrimestre

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	Inglés para Negocios Turísticos <i>English for Tourism Business</i>
Código:	680038
Titulación en la que se imparte:	Grado en Turismo Doble Grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas
Departamento y Área de conocimiento:	Departamento de Filología Moderna Área de Filología Inglesa
Carácter:	Optativo
Créditos ECTS:	6
Curso y cuatrimestre:	Cuarto/Quinto curso, Primer cuatrimestre
Profesorado:	Vicente Javier López Mate (vicente.lopez@uah.es)
Horario de tutoría:	Se indicará al comienzo del cuatrimestre
Idioma en el que se imparte:	Inglés

1. PRESENTACIÓN

Inglés para Negocios Turísticos es una asignatura optativa que se imparte en el primer cuatrimestre del cuarto curso del *Grado en Turismo* y del cuarto y quinto curso del *Doble Grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas*. Tanto esta asignatura como *Inglés para Gestión Cultural*, *Alemán Turístico* y *Francés del Turismo* componen la materia optativa de *Lengua Extranjera Aplicada al Turismo*. Asimismo, en el plan de estudios de ambos grados existen dos asignaturas de formación básica relacionadas con la lengua inglesa, como son *Idioma Extranjero: Inglés I* e *Idioma Extranjero: Inglés II*. Las cuatro asignaturas de inglés se centran en el estudio de la lengua inglesa aplicada al turismo, una lengua que todo profesional del campo del turismo debería dominar casi perfectamente. El objetivo fundamental de la asignatura de *Inglés para Negocios Turísticos* es que los estudiantes sean capaces de comunicarse correctamente de forma oral y escrita, así como de comprender textos orales y escritos; que consoliden y amplíen los conocimientos gramaticales que poseen; que adquieran vocabulario relacionado con el campo de los negocios turísticos; y que conozcan algunas funciones comunicativas de gran utilidad en dicho campo.

Prerrequisitos y recomendaciones

En la asignatura de *Inglés para Negocios Turísticos* se espera que los estudiantes hayan adquirido previamente el nivel B2.1 de la lengua inglesa (*Marco Común*

Europeo de Referencia para las Lenguas) y que logren alcanzar el nivel B2.2 al final del cuatrimestre.

Course summary

This course has as its main objective the study of English for tourism business. Any professional in the tourism field should have a good command of the English language. Thus, this course is aimed, on the one hand, at the acquisition of skills in communicating in English and understanding written and oral texts; and, on the other hand, at the acquisition of vocabulary related to the tourism business field. Likewise, students will review the main grammatical aspects of the English language and the most useful communicative functions in the field of tourism business. Students taking this course are expected to have at least a B2.1 level in the language within the Common European Framework of Reference for Languages.

2. COMPETENCIAS

Competencias básicas y generales

CG1.-Capacidad para la resolución de problemas del entorno turístico.

CG2.-Capacidad de análisis y síntesis de temas turísticos.

CG3.-Capacidad de organización y planificación turística.

CG4.-Habilidad para analizar y buscar información proveniente de diversas fuentes turísticas.

CG7.-Capacidad para trabajar en equipo y en entornos empresariales de presión.

CG5.-Capacidad de tomar decisiones económicas y empresariales en el marco turístico.

CG6.-Compromiso ético en el trabajo.

CG8.-Capacidad crítica y autocrítica.

CG 9.-Capacidad para comprender la realidad turística.

CG10.-Capacidad de adaptación a nuevas situaciones en el entorno turístico.

CG11.-Compromiso social y medioambiental aplicado en el entorno del turismo.

CG12.-Capacidad de utilizar el idioma inglés para la búsqueda de información y empleo de recursos en ese idioma, y en la elaboración y presentación de actividades académicas.

CB1 -Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 -Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 -Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 -Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 -Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales

CT1.-Adquirir técnicas y habilidades relacionadas con el ejercicio profesional, incluyendo la aplicación de la normativa deontológica que proceda.

CT2.-Conocer los recursos disponibles para el acceso a la información y emplearlos con eficacia.

CT3.-Adquirir destrezas comunicativas orales y escritas en lenguas modernas, tanto en entornos profesionales como en otro tipo de contextos.

CT4.-Comprender las ideas y argumentos que se expresan en una lengua extranjera, por escrito y de manera oral, tanto en situaciones cotidianas como en contextos profesionales y especializados.

CT5.-Manejar de manera avanzada las herramientas ofimáticas utilizadas con mayor frecuencia en un entorno profesional (procesador de textos, bases de datos y hojas de cálculo) y utilización avanzada de programas de comunicación electrónica, navegación y búsqueda de datos (correo electrónico e Internet).

CT6.-Diseñar presentaciones utilizando programas informáticos y capacidad de estructurar la información de manera adecuada y transmitirla con claridad y eficacia, con un conocimiento básico del funcionamiento de las redes de transmisión de datos.

CT7.-Conocer las principales técnicas de dirección, resolución de conflictos, selección laboral y motivación de equipos humanos en un entorno laboral con una utilización de estrategias eficaces en la gestión del tiempo.

CT8.-Planificar y desarrollar una investigación en un determinado campo de estudio, de acuerdo con los requisitos académicos y científicos que le sean propios.

CT9.-Conocer la historia de la Universidad de Alcalá, el funcionamiento de las instituciones europeas y la realidad histórica, social, económica y cultural de los países europeos e iberoamericanos.

Competencias específicas:

CE19.-Trabajar, comunicarse de forma oral y escrita en lengua extranjera en el ámbito del turismo.

Para cubrir esta competencia específica, se plantean los siguientes objetivos:

1. Valorar el aprendizaje de la lengua inglesa como medio para acceder a otros conocimientos y culturas, y como medio de comunicación y entendimiento internacional.
2. Trabajar en diferentes medios y contextos socioculturales de habla inglesa; y trabajar en inglés como lengua extranjera.
3. Comunicarse de forma oral y escrita en lengua inglesa en el ámbito del turismo.
4. Comprender e interpretar textos orales y escritos en lengua inglesa que reflejen situaciones de comunicación habitual en el ámbito del turismo.
5. Conocer vocabulario específico del campo del turismo en inglés.
6. Poseer un buen dominio de los contenidos gramaticales, funcionales y léxicos de la lengua inglesa.

3. CONTENIDOS

La asignatura de *Inglés para Negocios Turísticos* se centra en el estudio de la lengua inglesa aplicada a los negocios turísticos. Por un lado, se repasarán determinados aspectos gramaticales, se presentarán algunas funciones comunicativas propias del ámbito de los negocios turísticos y se aprenderá vocabulario específico del mundo de los negocios turísticos; y, por otro, se realizarán diversas actividades relacionadas con las cuatro destrezas comunicativas (comprensión oral, expresión oral, comprensión escrita y expresión escrita), contextualizadas en el campo de los negocios turísticos.

A lo largo del curso se estudiarán las siguientes unidades:

1. Communication.
2. International marketing.
3. Building relationships.
4. Success.
5. Job satisfaction.
6. Risk
7. Management styles.
8. Team building.

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. ACTIVIDADES FORMATIVAS

En la asignatura de *Inglés para Negocios Turísticos* los estudiantes tendrán 50 horas presenciales, distribuidas del siguiente modo: tres horas de clase a la semana en grupos reducidos (43'5 horas), así como una tutoría grupal y dos talleres (una hora cada uno/total de 3 horas), y dos exámenes escritos sobre los contenidos estudiados durante el curso (3'5 horas: 1'5 horas el primero y 2 horas el segundo). En las clases en grupos reducidos se presentarán los contenidos lingüísticos y comunicativos más significativos y se realizarán actividades de comprensión y expresión oral y escrita. En el primer taller los estudiantes realizarán una presentación oral individual y en el segundo taller los estudiantes realizarán una presentación oral grupal; ambas presentaciones estarán relacionadas con los contenidos estudiados en clase.

Asimismo, los estudiantes deberán dedicar una serie de horas al trabajo y estudio autónomo para desarrollar un aprendizaje significativo. En ellas, estudiarán las explicaciones teóricas sobre los aspectos gramaticales y las funciones comunicativas que se revisen en esta asignatura, realizarán una serie de ejercicios sobre dichas cuestiones lingüísticas, repasarán el vocabulario visto en clase y prepararán actividades de comprensión y expresión oral y escrita, así como las presentaciones orales y los exámenes escritos. Igualmente, los estudiantes tendrán la posibilidad de acudir al laboratorio de idiomas multimedia para realizar actividades de comprensión y expresión oral.

4.1. Distribución de créditos

<p>Número de horas presenciales: 50</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Clases en grupos reducidos (43'5 horas): presentación de la asignatura (1'5 horas); explicación de los contenidos lingüísticos y realización de actividades de comprensión y expresión oral y escrita (42 horas). - Tutoría (1 hora) y talleres (2 horas): presentaciones orales. - Exámenes escritos (3'5 horas).
<p>Número de horas de trabajo autónomo: 100</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio autónomo de los contenidos gramaticales y funcionales, así como del vocabulario específico. - Preparación de ejercicios gramaticales, funcionales y de vocabulario. - Preparación de actividades de comprensión y expresión escrita. - Preparación de las presentaciones orales. - Preparación de los exámenes escritos. - Utilización del laboratorio de idiomas multimedia.

Total horas: 150

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

<p>Clases en grupos reducidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Clases expositivas (aspectos gramaticales y funciones comunicativas). - Resolución de problemas (aspectos gramaticales y funciones comunicativas; comprensión y expresión oral y escrita; vocabulario). - Lluvia de ideas (vocabulario). - Juego de roles (expresión oral). - Debate (expresión oral). - Método del caso (expresión oral y escrita).
<p>Talleres/Tutorías grupales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seminario. - Proyecto de investigación (presentaciones orales).
<p>Trabajo autónomo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estudio de los contenidos gramaticales, de las funciones comunicativas y del vocabulario específico. - Preparación de ejercicios y actividades (escritas y orales). - Preparación de las presentaciones orales. - Preparación de los exámenes escritos. - Búsqueda de información. - Uso del laboratorio de idiomas multimedia. - En colaboración con los profesionales del CRAI-Biblioteca, realización de una actividad que desarrolle las competencias informacionales en el uso y gestión de la información.
<p>Materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Libro de texto: Cotton, David, Kent. 2016. <i>Market Leader Extra Upper Intermediate 3rd edition coursebook</i>. Great Britain: Pearson. ISBN: 9781292134819 - Gramáticas de la lengua inglesa. - Diccionarios especializados sobre turismo. - Cuadernos de ejercicios sobre vocabulario específico del turismo.
<p>Recursos didácticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Laboratorio idiomas multimedia, recursos online

Se colaborará con los profesionales del CRAI-Biblioteca para que los estudiantes realicen una actividad que desarrolle las competencias informacionales en el uso y gestión de la información.

We will collaborate with the CRAI-Library professionals so that the students carry out an activity that develops the informational competences in the use and management of the information

5. EVALUACIÓN

Procedimientos e instrumentos de evaluación

Según la Normativa de Evaluación de los Aprendizajes de la Universidad de Alcalá, el proceso de evaluación está inspirado en la evaluación continua del estudiante. En este sentido, los estudiantes serán evaluados teniendo en cuenta los siguientes instrumentos:

- Participación activa en las clases en grupos reducidos.
- Realización de ejercicios gramaticales, funcionales y de vocabulario, y de actividades de comprensión y expresión oral y escrita.
- Realización de dos presentaciones orales en los talleres.
- Realización de dos exámenes escritos sobre los contenidos estudiados a lo largo del curso. Cada examen escrito constará de varias partes: preguntas sobre aspectos gramaticales y funcionales, preguntas sobre vocabulario específico del campo de los negocios turísticos, preguntas de comprensión de un texto escrito y de comprensión de un discurso oral, además de la redacción de un texto escrito.

En caso de que un estudiante considere que no puede seguir la evaluación continua en la convocatoria ordinaria, podrá acogerse a la evaluación final en dicha convocatoria. Para ello, deberá solicitarlo por escrito al Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, explicando las razones que le impiden seguir el sistema de evaluación continua. Para aquellos estudiantes a los que se les permita la evaluación final en la convocatoria ordinaria y para los que tengan que hacer el examen final en la convocatoria extraordinaria, la evaluación se realizará por medio de un examen escrito y de un examen oral. El examen escrito constará de varias partes: preguntas sobre aspectos gramaticales y funcionales, preguntas sobre vocabulario específico del campo de los negocios turísticos, preguntas de comprensión de un texto escrito y de comprensión de un discurso oral, además de la redacción de un texto escrito. Y el examen oral consistirá en la presentación individual de un producto turístico.

Criterios de evaluación

Para aprobar la asignatura, los estudiantes deberán demostrar que poseen un buen dominio de la lengua inglesa aplicada al campo específico de los negocios turísticos (nivel B2.2). Para ello, deberán conocer el vocabulario específico presentado en clase, dominar los aspectos gramaticales y las funciones comunicativas explicadas, expresarse correctamente de forma oral y escrita, y comprender textos orales y escritos.

Criterios de calificación

En el caso de la evaluación continua, la calificación final de los estudiantes se basará en los siguientes criterios:

- Participación activa en las clases en grupos reducidos y realización de ejercicios gramaticales, funcionales y de vocabulario, y de actividades de comprensión y expresión oral y escrita: 5%.
- Realización de dos presentaciones orales en los talleres: 30% (15% la primera presentación y 15% la segunda presentación).
- Realización de dos exámenes escritos sobre los contenidos estudiados a lo largo del curso: 65% (30% el primer examen y 35% el segundo examen).

Estos estudiantes deberán asistir obligatoriamente al 85% de las clases en grupos reducidos y a los dos talleres. Asimismo, deberán realizar todos los ejercicios y actividades que se les pidan tanto en las clases en grupos reducidos como en los talleres y deberán realizar dos exámenes escritos. Aquellos estudiantes que no cumplan ninguno de estos requisitos se considerarán no presentados en la convocatoria ordinaria (mayo), debiendo realizar el examen final en la convocatoria extraordinaria (junio).

Asimismo, la calificación final de los estudiantes que opten por la evaluación final y de los estudiantes que se examinen en la convocatoria extraordinaria se basará en los siguientes criterios:

- Realización de un examen escrito sobre los contenidos estudiados a lo largo del curso: 70%.
- Realización de una presentación oral individual: 30%.

En ambos sistemas de evaluación (evaluación continua y evaluación final), dado que la asignatura se imparte en inglés y estudia la lengua inglesa, se tendrán en cuenta los errores gramaticales, ortográficos, léxicos, etc. que los estudiantes cometan en la realización de las actividades, presentaciones orales y exámenes escritos, y bajarán puntos en los mismos.

Los estudiantes deberán obtener como mínimo un 5 en cada una de las pruebas. En la convocatoria de mayo, en cada uno de los dos exámenes, en la prueba oral y en el trabajo de clase. En la convocatoria extraordinaria, en el examen y en la presentación oral. No se podrá obtener una calificación global si alguna de las pruebas no ha sido superada.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Libro de texto: Cotton, David, Kent. 2016. *Market Leader Extra Upper Intermediate 3rd edition coursebook*. Great Britain: Pearson. ISBN: 9781292134819

Bibliografía complementaria

- Alcaraz Varó, E., et al. 2006. *Diccionario de Términos de Turismo y de Ocio Inglés-Español/Spanish-English*. Barcelona: Ariel.
- Broukal, M. 2005. *Grammar in View 2*. Madrid: McGraw-Hill.
- Carter, L. 2018. *Travel and Tourism In Action*. Createspace Independent Publishing.
- Collin, P. H. 2003. *Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management*. London: Peter Collin.
- Collin, P. H. 2005. *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism*. London: Bloomsbury.
- Cowper, Anna. 2013. *English for International Tourism (Upper-Intermediate)*. Londres: Longman Pearson.
- Deltoro, C. 2000. *Diccionario Turístico Inglés-Español*. Barcelona: Laertes.
- Downing, A. & P. Locke. 2006. *English Grammar: A University Course*. London: Routledge.
- Gimson, A. C. 2001. *Gimson's Pronunciation of English*. London: Arnold.
- Hancock, M. 2017. *English Pronunciation in Use*. Cambridge: CUP.
- Harding, K. 1998. *Going International: English for Tourism*. Oxford: OUP.
- Harding, K. and P. Henderson. 1994. *High Season: English for the Hotel and Tourist Industry*. Oxford: OUP.
- Hewings, M. 2015. *Advanced Grammar in Use*. Cambridge: CUP.
- Hewings, M. 2017. *English Pronunciation in Use. Advanced*. Cambridge: CUP.
- Holden, S. 2006. *MacMillan Topics: Travel and Tourism*. Oxford: MacMillan.
- Jarman, B. G. et al (eds). 2008. *The Oxford Spanish Dictionary Spanish-English, English-Spanish*. Oxford: OUP.
- Jones, L. 2005. *Welcome! English for the Travel and Tourism Industry*. Cambridge: CUP.
- Leech, G. & J. Svartvik. 2003. *A Communicative Grammar of English*. Harlow: Pearson Education Ltd.
- McCarthy, M. & F. O'Dell. 2017. *English Vocabulary in Use Upper-intermediate*. Cambridge: CUP.
- Medlik, S. 2002. *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. Oxford. Butterworth-Heinemann.
- Mills, J. y R. Law. 2016. *Handbook of Consume Behavior, Tourism and the Internet*. Londres: Routledge.
- Mitchell, H. Q. 2009. *Traveller. Advanced*. London: MM Publications.
- Mol, H. 2013. *English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies*. Reading: Garnet Publishing.
- Morris, Catrin. 2013. *Flash on English for Tourism*. ELI Publishing.
- Murphy, R. 2017. *English Grammar in Use: A Reference and Practice Book for Intermediate Students of English*. Cambridge: CUP.
- Pohl, A. 2002. *Test your Professional English: Hotel and Catering*. Harlow: Pearson Education.
- Riley, D. 1995. *Check your Vocabulary for Hotels, Tourism and Catering Management: A Workbook for Users*. Middlesex, UK: Peter Collin.
- Sinclair, J. et al (eds). 2017. *Collins COBUILD English Grammar*. London: HarperCollins.
- Smith, J. D y A. Rowe. 2012. *Travel and Tourism*. Cambridge: CUP.
- Stott, T. y A. Pohl. 2010. *Highly Recommended 2: English for the Hotel and Catering Industry*. Oxford: OUP.

- Strutt, P. 2003. *English for International Tourism. Intermediate*. Harlow: Longman.
- Swan, M. 2005. *Practical English Usage*. Oxford: OUP.
- Thomson, A. J. y A. V. Martinet. 2016. *Advanced Exercises in Practical English Grammar*. Oxford: OUP.
- Vaughan-Rees, M. 2002. *Test Your Pronunciation*. Harlow: Pearson Education.
- Vince, M. y P. Emmerson. 2014. *First Certificate Language Practice with Key*. Oxford: MacMillan.
- Vince, M. 2008. *Macmillan English Grammar in Context Intermediate*. Oxford: Macmillan.
- Wood, N. 2003. *Tourism and Catering Workshop*. Oxford: OUP.
- Wyatt, R. 2007. *Check your English Vocabulary for Leisure, Travel and Tourism*. London: Bloomsbury.

7. DISPOSICIÓN ADICIONAL

La Universidad de Alcalá garantiza a sus estudiantes que, si por exigencias sanitarias las autoridades competentes impidieran la presencialidad total o parcial de la actividad docente, los planes docentes alcanzarían sus objetivos a través de una metodología de enseñanza aprendizaje y evaluación en formato online, que retornaría a la modalidad presencial en cuanto cesaran dichos impedimentos.

The University of Alcalá guarantees that, if due to health requirements, the public authorities prevent teaching activity from taking place on the University's premises, the teaching plans' objectives will be met through an online teaching and evaluation methodology. The UAH commits to return to face-to-face teaching as soon as said impediments cease.