Inglés aplicado al turismo

Grado en Turismo y Empresas Turísticas



UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Inglés aplicado al turismo

Titulación: Grado en Turismo y Empresas Turísticas

Carácter: Obligatoria

Idioma: Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 2º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Rocío Morales de la Prida

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

K3. Conocer desde un punto de vista teórico y práctico los rasgos léxicos, sintácticos y discursivos de lenguas extranjeras orientados al turismo.

K5. Conocer las técnicas y métodos para el análisis económico y financiero de las empresas turísticas.

1.2. Habilidades y destrezas

S1. Interpretar datos cualitativos y cuantitativos que sean relevantes para la toma de decisiones en el ámbito turístico.

S4. Usar con fluidez los conocimientos de lenguas extranjeras para el intercambio de información relativa al turismo.

S5. Aplicar habilidades de gestión del tiempo, de comunicación, liderazgo y gestión de equipos en turismo.

S6. Utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el ámbito académico y en los distintos ámbitos del turismo.

1.3. Competencias

C1. Recurrir a las técnicas y métodos aprendidos para tomar decisiones en la práctica de la profesión, sea en empresas del sector turismo o instituciones públicas.

C2. Transmitir a todo tipo de audiencias, nacionales e internacionales, de manera clara y precisa conocimientos y soluciones para los problemas que se plantean en el mundo empresarial o en los destinos turísticos.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

No se considera ninguno en especial.

2.2. Descripción de los contenidos mínimos

- Vocabulario y terminología específica del sector turístico
- Expresión oral y conversaciones.
- Comprensión auditiva
- Comprensión de textos del sector turístico
- Comunicación escrita y redacción de documentos e informes en turismo
- Presentaciones y habilidades de comunicación profesional

2.3. Contenido detallado

UNIT 1: TOURISM

1.1. The history of tourism

1.2. The impact of tourism

1.3. Types of tourism

UNIT 2: CAREER PATHS, COMMUNICATION AND DEALING WITH CUSTOMERS

2.1. Careers in tourism and hospitality

2.2. Communication

2.3. Dealing with customers

MIDTERM ORAL PROJECT DEFENCE

MIDTERM EXAM

UNIT 3: MARKETING, BRANDING AND ADVERTISING

3.1. Tourism marketing

3.2. Hospitality marketing

3.3. Selling a holiday

UNIT 4: TRENDS AND CHALLENGES

4.1. Trends

4.2. Challenges for tourism

4.3. The future of tourism

FINAL ORAL PROJECT DEFENCE

FINAL EXAM

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso, los estudiantes tendrán que realizar un cierto número de actividades prácticas, memorias o proyectos focalizados en la asimilación y consolidación de los contenidos.

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 – Clases magistrales	10	10 (100%)
AF2 – Clases prácticas. Seminarios y talleres	35	35 (100%)
AF3 – Tutorías	4	2 (50%)
AF4 – Trabajo individual y en grupo del estudiante	9	0 (0%)
AF5 – Estudio individual y trabajo autónomo	90	0 (0%)
AF6 – Evaluación	2	2 (100%)
Total	150	49

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)
5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
7,0 - 8,9 Notable (NT)
9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1 – Participación, prácticas, proyectos o trabajo de la asignatura	40%
SE2 – Examen parcial (opcional)	10%
SE3 – Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1 – Participación, prácticas, proyectos o trabajo de la asignatura	30%
SE3 – Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en el examen final.

Asistencia
El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura
Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.
-Falta ortográfica leve: -0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)
-Falta ortográfica grave: -0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas literales no puede ser indiscriminado. **El plagio es un delito.**

Se usará el sistema APA (American Psychological Association) para las citas y referencias bibliográficas en todos los trabajos.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Jacob, Miriam, and Peter Strutt. *English for International Tourism (Upper-Intermediate)*. Longman, 2015.

- Martínez-Cabeza, M.A. and Espínola Rosillo, M. C. *English for Tourism Studies*. Editorial Universidad de Granada, 2024.

Bibliografía complementaria

- Harding, Keith. *Going International: English for Tourism*. Oxford: Oxford UP, 2009.

- Mol, Hans, and Sally Henry. *English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies*. Reading: Garnet Education, 2012.

- J. Page, S. and Connell, Joanne. *Tourism: A Modern Synthesis.* Routledge, 2020.