



Código-Asignatura	063207 - Comunicación en inglés en turismo: nivel avanzado		
Curso	Tercero	Créditos	9 cr ECTS
Horas presenciales	90 horas	Horas de trabajo autónomo/dirigido	180 horas
Bloque temático	Idiomas	Tipo asignatura	Obligatoria

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

El turismo es comunicación en diferentes contextos y en diferentes niveles con individuos de procedencias diferentes. Una lengua extranjera no es sólo una herramienta que permite la realización profesional, sino que también es un vehículo que hace posible las relaciones humanas. El objetivo general de esta asignatura es dotar a los alumnos de las herramientas que necesitan para poder utilizar la lengua inglesa como medio de comunicación en situaciones profesionales, en situaciones de aprendizaje y como medio de expresión personal a un nivel avanzado, de manera que al finalizar el año académico los alumnos hayan obtenido un nivel más o menos equivalente al C.1.1. > C.1.2. del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER). El punto de mira será el desarrollo de competencias que posibiliten la capacitación profesional en un entorno internacional, el aprendizaje continuo, la digitalización, y la movilidad académica y laboral. Se adoptará una perspectiva innovadora que fomente la sostenibilidad.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB04- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG08- Dominar las técnicas de la comunicación oral y escrita para la transmisión de información, ideas, opiniones...

CG09- Trabajar en un contexto internacional.



COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE09- Conocer y manejar las tecnologías de la información y los sistemas de gestión de la información en turismo.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

- U1. Communication
- U2. International marketing
- U3. Building relationships
- U4. Success
- U5. Job satisfaction
- U6. Risk
- U7. Management styles
- U8. Team Building
- U9. Raising finance
- U10. Customer service
- U11. Crisis Management
- U12. Mergers and Acquisitions

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

Se plantearán tareas dentro y fuera del aula que permitirán al alumnado poner en práctica estrategias de comunicación y aprendizaje. La realización de las actividades lingüísticas y de las estrategias desplegadas por los alumnos hará posible evaluar sus recursos de forma integrada durante el período lectivo.

El tiempo previsto de dedicación a la materia por parte de los alumnos incluye explícitamente el tiempo de aprendizaje fuera del aula, ya sea por su cuenta o en interacción con otros alumnos, con la posibilidad de disponer de una gran variedad de recursos. Esto comporta una concepción integrada de los procesos de enseñanza-aprendizaje-evaluación, con una visión de la evaluación continua, multidimensional, contextualizada, colaborativa y centrada en el aprendiz, además de la utilización de metodologías donde el alumno tenga un papel activo y pueda aprender por sí mismo de forma autónoma. Por otro lado, la preparación para el aprendizaje continuado requiere una actitud positiva y responsable, de manera que se desarrollarán estrategias que sirvan para aprender a aprender mediante procesos reflexivos. Además, la formación integral de las



competencias del alumno incluirá actividades de simulación que reproduzcan contextos de aplicación reales y cotidianos.

De forma genérica, se llevarán a cabo una serie de estrategias, entre las que se incluyen:

- Clases expositivas
- Debate dirigido
- Trabajo en grupo
- Trabajo individual
- Actividades de aplicación
- Carpeta de aprendizaje
- Simulación
- Lecturas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso de valoración del nivel de conocimiento de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

El estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido. Estas dos opciones no se pueden combinar.

Evaluación Continua: consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuo durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de los aprendizajes que incorpora.

Evaluación Única: consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para todo aquel estudiante que, por razones justificadas, no puede asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene diseñadas a estos efectos.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2016). *Market Leader Upper Intermediate 3rd Edition Extra: Business English Course Book*. Pearson Education.

Rogers, J. (2011). *Market Leader Upper Intermediate 3rd Edition: Business English Practice File*. Pearson Education.