



Asignatura: INGLES II  
Código: 16623  
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Titulación: GRADO EN TURISMO  
Nivel: GRADO  
Tipo: OBLIGATORIA  
Nº. de Créditos: 6

## 1. ASIGNATURA / **COURSE TITLE**

INGLES II

### 1.1. Código / **Course number**

16623

### 1.2. Materia/ **Content area**

INGLÉS APLICADO AL TURISMO / TOURISM ENGLISH

### 1.3. Tipo / **Course type**

OBLIGATORIA / COMPULSORY

### 1.4. Nivel / **Course level**

GRADO / BACHELOR

### 1.5. Curso / **Year**

PRIMERO / FIRST

### 1.6. Semestre / **Semester**

SEGUNDO / SECOND

### 1.7. Número de créditos / **Credit allotment**

6

### 1.8. Requisitos previos / **Prerequisites**

Conocimientos de lengua inglesa general a nivel intermedio (B1)  
Knowledge of general English at intermediate level (B1)



Asignatura: INGLES II  
Código: 16623  
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Titulación: GRADO EN TURISMO  
Nivel: GRADO  
Tipo: OBLIGATORIA  
Nº. de Créditos: 6

## 1.9. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales/ **Minimun attendance requirement**

75%

Si el alumno no alcanza este porcentaje de asistencia aparecerá como NO EVALUADO

If the student does not reach the percentage, he/she will be assessed as NO EVALUADO

## 1.10. Datos del equipo docente / **Faculty data**

El equipo docente está integrado por profesores del siguiente departamento:  
/ **The faculty is composed of professors from the following department:**

### **Departamento de Filología Inglesa**

Módulo VI bis

Facultad de Filosofía y Letras

C/ Francisco Tomás y Valiente, 1

Universidad Autónoma de Madrid

28049 Madrid

Secretaría: Módulo VI-bis 307

Tel. (turno mañana): (+34) 91 497 44 26

Tel. (turno tarde): (+34) 91 497 20 53

Fax: (+34) 91 497 44 28

Web:

<http://www.uam.es/departamentos/filoyletras/filoinglesa/es/index.html>

Los profesores concretos encargados de la docencia de cada asignatura aparecen en los horarios de cada curso académico, disponibles en la siguiente página web: / **The concrete professors in charge of teaching each subject can be seen in each academic course schedule, which is available at the following web page:**

[http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242650730114/contenidoFinal/Horarios\\_y\\_aulas.htm?idenlace=1242661251796](http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242650730114/contenidoFinal/Horarios_y_aulas.htm?idenlace=1242661251796)

Coordinador de la asignatura / **Subject coordinator:** Beatriz Narbona Reina  
(beatriz.narbona@uam.es)



Asignatura: INGLES II  
Código: 16623  
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Titulación: GRADO EN TURISMO  
Nivel: GRADO  
Tipo: OBLIGATORIA  
Nº. de Créditos: 6

## 1.11. Objetivos del curso / Course objectives

La adquisición de manera activa y práctica por parte del alumno de los conocimientos gramaticales y fonéticos propios del nivel B2+ de la lengua inglesa y del vocabulario específico de la industria turística para:

- Comprender la importancia del uso correcto de registros en el inglés para el turismo
- Desarrollar la capacidad de comprensión de textos técnicos reales escritos y orales
- Saber elaborar su CV y la carta que lo acompaña
- Desarrollar las estrategias necesarias para participar con éxito en entrevistas de trabajo
- Escribir cartas e e-mails para preguntar sobre servicios, instalaciones, precios y ofertas
- Dar información en persona y forma escrita sobre vacaciones, servicios, instalaciones, precios y actividades de ocio.
- Realizar reservas con un nivel de inglés correcto
- Utilizar el léxico adecuado en todos los puntos anteriores
- Ser capaz de analizar la sostenibilidad de la actividad turística en diferentes ámbitos

The active and practical acquisition by the student of the grammar and phonetic knowledge corresponding to B2+ of the English language and the tourism-industry specific vocabulary to be able to:

- Understand the importance of the correct use of different registers in English for Tourism
- Ability to understand authentic technical texts both written and spoken
- Writing a CV and the covering letter
- Developing strategies for a successful job interview
- Writing letter or e-mails to enquiry about services, facilities, prices and offers
- Giving information orally and in written form about holidays, services, facilities, prices and leisure activities
- Making bookings with an appropriate use of English
- Using the appropriate vocabulary for the previous points
- Being able to analyze the sustainability of Tourism activities in different environments

## 1.12. Contenidos del programa / Course contents

1. Promotions: Marketing tourist products.
2. Responsible tourism: Ecological issues and impacts of tourism.
3. Transport: Different means of transport by air, road, railway.
4. Tourist information officers and tour guides.
5. Customer relations: Negotiations, complaints.
6. Hotels: Reception, booking, hotel facilities and locations.
7. Package tours: Organising trips, putting together a package tour, plan.
8. Business Travel.



Asignatura: INGLES II  
Código: 16623  
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Titulación: GRADO EN TURISMO  
Nivel: GRADO  
Tipo: OBLIGATORIA  
Nº. de Créditos: 6

### 1.13. Referencias de consulta / **Course bibliography**

#### TEXT BOOKS:

Walker, R. & K. Harding (2011) Oxford English for Careers: Tourism 2. Oxford University Press. (Student's book)

#### EXTRA PRACTISE:

Murphy, R. (1994) English Grammar in Use. CUP.  
Hewings, M. (1993) Pronunciation Tasks. CUP.

## 2. Métodos Docentes / **Teaching methodology**

Esta asignatura se desarrolla utilizando métodos comunicativos. En las clases teóricas el alumno recibirá los contenidos de manera contextualizada y funcional, y deberá ser capaz de utilizarlos en las clases prácticas mediante presentaciones orales, composiciones escritas o role-plays.

The teaching of this subject follows the communicative method. During the theoretical classes the student will be provided with contextual and functional contents which (s)he will have to use in the practical classes when dealing with presentations, writings or role-plays.

## 3. Tiempo de trabajo del estudiante / **Student workload**

ACTIVIDADES FORMATIVAS / TRAINING ACTIVITIES	Horas	ECTS
--	-------	------



Asignatura: INGLES II  
Código: 16623  
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Titulación: GRADO EN TURISMO  
Nivel: GRADO  
Tipo: OBLIGATORIA  
Nº. de Créditos: 6

	<b>totales estudiante Total number of hours</b>	
Asistencia a clases teóricas en aula: Attendance to theoretical classes:	25	1
Asistencia a clases prácticas en aula: Attendance to practical classes:	20	0,8
Preparación y elaboración de trabajos prácticos: Preparation for practicar work:	18	0,72
Estudio y Preparación de exámenes: Preparation for examinations:	40	1,6
Realización de exámenes: Exams:	2	0,08
Trabajos en grupo: Group assignments:	40	1,6
Asistencia a tutorías programadas: Attendance to tutorials:	5	0,2
<b>Carga total de horas de trabajo del estudiante Total workload by student</b>	<b>150</b>	<b>6</b>

#### 4. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / Evaluation procedures and weight of components in the final grade

<b>TIPO DE ACTIVIDADES A EVALUAR KIND OF ACTIVITIES</b>	<b>%</b>
Examen final Final exam	60
Trabajos en grupo Group assignment	30
Trabajos individuales Individual work	10
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

El alumno aparecerá como **NO EVALUADO** si no se presenta al examen final.  
The student will not be assessed (**NO EVALUADO**) if he/she does not attend the final examination.

Los alumnos que acudan a la evaluación de esta asignatura en convocatoria extraordinaria o en segunda matrícula deberán realizar las mismas actividades que en la evaluación de convocatoria ordinaria.



Asignatura: INGLES II  
Código: 16623  
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Titulación: GRADO EN TURISMO  
Nivel: GRADO  
Tipo: OBLIGATORIA  
Nº. de Créditos: 6

The students attending evaluation of this subject in the “*Convocatoria Extraordinaria*” or as a “*Segunda Matricula*” will have to fulfill the same tasks as those stated for the “*Convocatoria Ordinaria*”.

## 5. Cronograma\* / Course calendar

Semana	Contenido	Horas presenciales	Horas no presenciales del estudiante
1-2	Customers	5	12
2-3	Hotels	5	10
3-5	TICs	7	12
6-8	Guides	8	12
8	Rural tourism	4	10
9-11	Attractions, entertainment & events	8	15
11-12	Managing tours	6	15
12-14	Specialized tourism & Business travel	7	12
15	Final exam	2	

\*Este cronograma tiene carácter orientativo.

\*This schedule is merely orientative.