



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 35120

Nombre: Comunicación en Lengua Inglesa para Turismo III

Ciclo: Grado

Créditos ECTS: 6

Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1317 - Grado en Turismo	Facultat d'Economia	3	Primer cuatrimestre
1926 - Doble Grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas	Facultat d'Economia	3	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1317 - Grado en Turismo	Inglés Profesional	OBLIGATORIA
1926 - Doble Grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas	Asignaturas de tercer curso	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

IVORRA PEREZ FRANCISCO MIGUEL

RESUMEN

La asignatura Comunicación en Lengua Inglesa para Turismo III es una asignatura de formación básica y carácter obligatorio que pertenece al módulo ¿Lenguas Extranjeras Aplicadas al Turismo?. Se imparte en el primer semestre del tercer curso de los grados en Turismo y TADE. También se ofrece un cuarto nivel, la asignatura optativa Comunicación Intercultural en Lengua Inglesa para Turismo.

Comunicación en Lengua Inglesa para Turismo III es una asignatura de marcado carácter instrumental, al igual que el resto de asignaturas de lenguas extranjeras aplicadas al turismo que se ofrecen en la titulación. Este carácter instrumental, unido a la evidente necesidad de comunicación en inglés específico tanto en el ámbito del turismo internacional (mercado emisor), como en el nacional (mercado receptor de turistas extranjeros, en gran medida británicos), convierte a la asignatura en una herramienta imprescindible para el ejercicio profesional eficaz de múltiples tareas dentro del sector turístico. Ser capaz de comunicarse en varios idiomas extranjeros es esencial para la vida laboral de los futuros profesionales del mundo del turismo. El inglés es, sin duda, la lengua internacional por excelencia; además, es la lengua más hablada por turistas y visitantes en la Comunidad Valenciana. Por lo tanto, los estudiantes de Turismo, futuros profesionales del sector, necesitan ser capaces de comunicarse con fluidez en inglés, y en al



menos otro idioma extranjero, para ampliar las posibilidades de ejercer su profesión tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

La asignatura Comunicación en Lengua Inglesa para Turismo III está diseñada para reforzar y ampliar los conocimientos específicos introducidos en asignaturas de niveles anteriores, así como para desarrollar las destrezas comunicativas a un nivel más avanzado. En esta asignatura se refuerzan los contenidos especializados relativos a la comunicación internacional en el ámbito turístico.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

1317 Grado en Turismo

1926 Doble Grado en Turismo y ADE

R4 OBLIGACIÓN DE HABER SUPERADO PREVIAMENTE LAS ASIGNATURAS

35105 Comunicación en Lengua Inglesa para Turismo I

35119 Comunicación en Lengua Inglesa para Turismo II

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Creatividad

Manejar técnicas de comunicación.

Tener una marcada orientación de servicio al cliente.

Trabajar en inglés como lengua extranjera.

Trabajar en medios socioculturales diferentes.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS



1. STAYCATIONS

Speaking: Staycations
Reading: Staycations in the UK
Communication skills: Presentation slides
Viewing: The perfect staycations
Language focus: Participles & to-infinitive
Vocabulary: Tourism: Tourism terms UNWTO
Writing: Presentation scripts

2. VR TOURISM

Speaking: Digital trends in tourism
Reading: Virtual reality dining
Communication skills: Delivering oral presentations

Listening: Fear of travel?
Language focus: Use of articles
Vocabulary: Travel idioms
Writing: Destination descriptions

3. SMART HOTELS

Speaking: Smart hotels
Reading: High-tech hospitality
Communication skills: Hotel guest interaction I
Viewing: Smart hotels and privacy
Language focus: Multi-word verbs
Vocabulary: Adjectives in hotel reviews
Writing: Hotel information

4. RESTAURANT STORIES

Speaking: Types of restaurants
Reading: Kitchen Confidential
Communication skills: Hotel guest communication
Listening: Restaurant unstoppable
Language focus: Comparatives
Vocabulary: Food & Beverage service
Writing: Regional food

5. SOLO TRAVEL

Speaking: Solo travel



Reading: Why travel solo?
Communication skills: Networking I
Viewing: Voluntourism
Language focus: (Un) Countable nouns
Vocabulary: Business texting acronyms
Writing: Business texting

6. GENERATIONS X & Y

Speaking: Generational differences in travel

Reading: Millennials travel trends
Communication skills: Networking II
Viewing: Travel with meaning
Language focus: The passive
Vocabulary: Travel compounds & collocations
Writing: Memos

7. WELLNESS

Speaking: Wellness tourism
Reading: The wellness tourism boom
Communication skills: Dealing with customers
Listening: Making better conversation
Language focus: Questions in hospitality
Vocabulary: BrE & AmE travel & shopping terms
Writing: Customer service

8. PERSONALIZATION

Speaking: Personalization
Reading: Personalization in hotels
Communication skills: Non-verbal communication
Viewing: Culture of care in hospitality
Language focus: Expressing contrast
Vocabulary: Phrasal verbs
Writing: Reports

9. SUSTAINABILITY

Speaking: Sustainable travel
Reading: Traveling more sustainably
Communication skills: Managers and employees
Listening: Conservation travel



Language focus: Ecotourism

Writing: Business plans

10. BLEISURE

Speaking: Bleisure

Reading: Hotels and hybrid travel trends

Communication skills: Effective negotiations

Viewing: Decoding bleisure travel

Language focus: Brochures

Vocabulary: IATA Codes

Writing: Leaflets

11. RESTAURANT TRENDS

Speaking: Food trends

Reading: Is your restaurant really different?

Communication skills: Promoting your business

Listening: Value of a meal

Language focus: Travel mistranslations

Vocabulary: Restaurant terms

Writing: Travel blogs

12. BRANDING

Speaking: Franchise vs independent hotels

Reading: Are there too many hotel brands?

Communication skills: Social media marketing

Viewing: The death of the hotel Brand

Language focus: Travel articles

Vocabulary: Social media marketing terms

Writing: Newsletters

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Prácticas en aula	60,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	5,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	30,00



Estudio y trabajo autónomo	20,00
Preparación de clases	15,00
Preparación de actividades de evaluación	20,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

Se utiliza una metodología comunicativa, basada en la interacción comunicativa en el aula, en parejas, grupos, gran grupo y/o directamente con el profesor/a. La práctica comunicativa se produce en cada clase con el objetivo de conseguir una comunicación efectiva dentro del marco profesional del turismo. Consecuentemente, se practican y desarrollan las cuatro destrezas comunicativas básicas, *Listening*, *Speaking*, *Reading* y *Writing*, a varios niveles dependiendo del curso.

Los alumnos son el centro del proceso de enseñanza-aprendizaje y son, por tanto, responsables de su aprendizaje. Así pues, el trabajo autónomo, tanto en el aula como fuera de ella, es un elemento fundamental en su proceso de aprendizaje, así como los trabajos en equipo, los proyectos y las tutorías.

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se llevará a cabo a través del siguiente procedimiento:

1. **EXAMEN FINAL (70%): prueba escrita (50%) + prueba oral (20%)**
2. **EVALUACIÓN CONTINUA (30%): actividades prácticas realizadas en el aula (15%) + proyecto semestral (15%).**

1. EXAMEN FINAL (70%)

El **examen final** supone un 70% de la calificación final. Consta de dos partes: **examen escrito** (50%) y **examen oral** (20%).

1.1. El examen escrito consta de dos partes: **Parte I: Use of English, Listening y Reading** y **Parte II: Writing**. Es necesario obtener un mínimo de un 50% en cada parte para aprobar el examen escrito.

1.2. El examen oral (Speaking) evalúa las competencias de producción e interacción oral dentro del ámbito del turismo y consta de dos partes: **Parte I: Production** y **Parte II: Interaction**. Es necesario obtener un mínimo de un 50% en cada parte para aprobar el examen oral.

Para aprobar la asignatura es necesario, como mínimo, aprobar cada una de las partes del examen escrito y del examen oral. Las calificaciones de las secciones aprobadas se mantienen para la segunda convocatoria.

2. EVALUACIÓN CONTINUA (30%)



La **evaluación continua** (EC) constituye el 30% de la calificación final. La evaluación continua tiene por objetivo desarrollar las competencias específicas en cada curso, hacer un seguimiento y evaluación del trabajo individual diario de cada estudiante a través de su asistencia y participación activa en el desarrollo de las clases, entrega de tareas, asistencia a tutorías, etc. La evaluación continua consta de dos partes: **actividades prácticas** (15%) y **proyecto semestral** (15%).

2.1. Actividades prácticas (15%). Son las actividades realizadas por el/la estudiante de manera individual, en el aula, en la fecha establecida por el profesorado y su objetivo es practicar y desarrollar las competencias comunicativas de comprensión y expresión escrita y oral, tales como redacciones de distintos tipos de géneros (folletos, ensayos, emails), exposiciones orales, participación en debates, etc. Para poder ser evaluadas las actividades que conforman la evaluación continua, estas deben ser realizadas en el aula y presentadas en la fecha y forma que se estipule para cada una de ellas. No se permitirá la entrega de actividades fuera de la fecha indicada.

2.2. Proyecto semestral (15%). Es un proyecto realizado en grupo en el aula, a lo largo del semestre, con un seguimiento semanal/bisemanal en las fechas establecidas por el profesorado. El objetivo es desarrollar competencias transversales como trabajo en equipo, creatividad, innovación, competencias digitales, expresión escrita y oral, entre otras. Por la naturaleza de la asignatura y las características del trabajo, en el que se evalúa tanto el proceso como el producto, el proyecto semestral **solo** puede ser realizado y presentado por los/las estudiantes que asistan regularmente a clase (80% mínimo de asistencia según normativa de la UV).

La **calificación final** de la asignatura es la media ponderada entre la nota del examen escrito (50%), del examen oral (20%) y la de la evaluación continua (EC) (30%), si la hubiere. La calificación obtenida en la **evaluación continua** (EC) sólo es computable en la calificación final si se aprueban todas las partes del examen escrito y el examen oral y se mantiene para la segunda convocatoria. Para aprobar la asignatura es necesario obtener un mínimo de 50% en cada parte (examen escrito, examen oral y evaluación continua).

El alumnado que **no** siga la **evaluación continua** (30%), únicamente podrá optar a un máximo de un **70%** en la calificación final. En este caso, para superar la asignatura es necesario que la media ponderada entre el examen escrito y el oral sea como mínimo de un 7,2 sobre 10, habiendo aprobado ambos. En caso de no aprobar algún examen, o alguna parte de un examen, la calificación final será como máximo un 4,5 sobre 10. Las calificaciones de las secciones aprobadas se mantienen para la segunda convocatoria. Las actividades de evaluación continua, por su propia naturaleza, **NO** son recuperables.

Copiar en un examen y / o el plagio es una falta grave que va en contra de la honestidad académica; por tanto, no será admitido en esta asignatura y puede derivar en sanciones académicas y / o administrativas graves, tales como suspender toda la asignatura.

IMPORTANTE: La honestidad intelectual es un valor fundamental en las comunidades académicas y condición indispensable para una evaluación justa del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en esta asignatura deben ser de autoría original. No se admitirán trabajos realizados mediante colaboración fraudulenta ni con el uso de inteligencia artificial generativa (ChatGPT u otras herramientas similares), salvo que su utilización esté explícitamente autorizada por el profesorado y forme parte de los contenidos de la asignatura.

En los trabajos en los que se emplee IA, deberá citarse como corresponde. También



será necesario incluir un párrafo explicando el propósito de su uso y las instrucciones proporcionadas para obtener los resultados. La omisión de esta información es una infracción a la política de honestidad académica y se considerará plagio.

p>

BIBLIOGRAFÍA

Básicas

- Hewings, M. (2013). *Advanced Grammar in Use*. Third Edition. Cambridge: Cambridge University Press.
- Martínez-Cabeza, Miguel A. & Espínola Rosillo, M. Carmen (2024). *English for Tourism Studies*. Coursebook. Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Martínez-Cabeza, Miguel A. & Espínola Rosillo, M. Carmen (2022). *English for Tourism Studies*. Workbook. Granada: Editorial Universidad de Granada.

Complementarias

- Alcaraz-Varó, E., Campos-Pardillos, M.A., Hugues, B., Pina-medina, V.M., & Carbonell-Aleson, M.A. (2006). *Diccionario de Términos de Turismo y de Ocio Inglés-Español/Spanish-English*. Ariel.
- Foley, M. & Hall, M. (2012). *MyGrammarLab. Advanced*. Harlow: Pearson Education Ltd.
- Sweeney, S. (2003). *English for Business Communication*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Walker, R. & Harding, K. (2009) *Tourism 3. Oxford English for Careers. Student's Book*. Oxford University Press.