



## FICHA IDENTIFICATIVA

### DATOS DE LA ASIGNATURA

**Código:** 35120

**Nombre:** Comunicación en Lengua Inglesa para Turismo III

**Ciclo:** Grado

**Créditos ECTS:** 6

**Curso académico:** 2026-27

### 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

### 1317 - Grado en Turismo

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
<b>Total horas</b>	<b>60,00</b>

### 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
<b>Total horas</b>	<b>90,00</b>

## 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.

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.