

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 35120**Nom:** Comunicació en llengua anglesa per a turisme III**Cicle:** Grau**Crèdits ECTS:** 6**Curs acadèmic:** 2025-26**TITULACIONS**

| Titulació | Centre | Curs | Període |
|--|---------------------|------|---------------------|
| 1317 - Grau Turisme | Facultat d'Economia | 3 | Primer quadrimestre |
| 1926 - Doble Grau en Turisme i Administració i Direcció d'Empreses | Facultat d'Economia | 3 | Primer quadrimestre |

MATÈRIES

| Titulació | Matèria | Caràcter |
|--|-----------------------------|-------------|
| 1317 - Grau Turisme | Anglès Professional | OBLIGATÒRIA |
| 1926 - Doble Grau en Turisme i Administració i Direcció d'Empreses | Assignatures de tercer curs | OBLIGATÒRIA |

COORDINACIÓ

IVORRA PEREZ FRANCISCO MIGUEL

RESUM

L'assignatura Comunicació en Llengua Anglesa per a Turisme III és una assignatura de formació bàsica i caràcter obligatori que pertany al mòdul "Llengües Estrangeres Aplicades al Turisme". S'imparteix en el primer semestre del tercer curs dels graus en Turisme y TADE. S'ofereix també un quart nivell, l'assignatura optativa Comunicació Intercultural en Llengua Anglesa per a Turisme.

Comunicació en Llengua Anglesa per a Turisme III és una assignatura de marcat caràcter instrumental, igual que la resta d'assignatures de llengües estrangeres aplicades al turisme ofertes en la titulació. Aquest caràcter instrumental, unit a l'evident necessitat de comunicació en anglès específic tant en l'àmbit del turisme internacional (mercat emissor), com en el nacional (mercat receptor de turistes estrangers, en gran mesura britànics), converteix l'assignatura en una eina imprescindible per a l'exercici professional efectiu de múltiples tasques dins el sector turístic. Ser capaç de comunicar-se en diversos idiomes estrangers és essencial per a la vida laboral dels futurs professionals del món del turisme. L'anglès és sens dubte la llengua internacional per excel·lència, així mateix, és la llengua més parlada per turistes i visitants a la Comunitat Valenciana. Per tant, els estudiants de Turisme, futurs professionals del sector, necessiten ser capaços de comunicar-se amb fluïdesa en anglès, i en almenys una altra llengua estrangera, per ampliar



les possibilitats d'exercir la seva professió tant dins com fora de les nostres fronteres.

L'assignatura Comunicació en Llengua Anglesa per a Turisme III està dissenyada perquè es reforcen i amplien els coneixements específics introduïts en assignatures de nivells inferiors, així com el desenvolupament de les destreses comunicatives a un nivell superior. En aquesta assignatura es reforça el contingut d'especialitat relatiu a la comunicació internacional en l'àmbit turístic.

CONEXIMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

1317 Grau de Turisme

1926 Doble Grau en Turisme i ADE

R4 OBLIGACIÓ D'Haver superat previament les assignatures

35105 Comunicació en Llengua Anglesa per a Turisme I

35119 Comunicació en Llengua Anglesa per a Turisme II

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

-

Creativitat

Manejar tècniques de comunicació.

Tenir una marcada orientació de servei al client.

Treballar en anglès com a llengua estrangera.

Treballar en medis socioculturals diferents.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

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

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

| Activitat | Hores |
|---------------------|--------------|
| Pràctiques a l'aula | 60,00 |
| Total hores | 60,00 |

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

| Activitat | Hores |
|--|-------|
| Assistència a altres activitats | 5,00 |
| Elaboració de treballs individuals o en grup | 30,00 |
| Estudi i treball autònom | 20,00 |
| Preparació de classes | 15,00 |
| Preparació d'activitats d'avaluació | 20,00 |



| | |
|-----------------------------|--------------|
| Resolució de casos pràctics | 0,00 |
| Total hores | 90,00 |

METODOLOGIA DOCENT

S'utilitza una metodologia comunicativa, basada en la interacció comunicativa en l'aula, en parelles, grups, gran grup i/o directament amb el professor/a. La pràctica comunicativa es produeix en cada classe amb l'objectiu d'aconseguir una comunicació efectiva dins del marc professional del turisme. Conseqüentment, es practiquen i desenvolupen les quatre destreses comunicatives bàsiques, *Listening, Speaking, Reading* i *Writing*, a diversos nivells depenent del curs.

Els alumnes es troben al centre del procés d'ensenyament-aprenentatge i son responsables del seu aprenentatge. Així doncs, el treball autònom, tant en l'aula com fora d'ella, és un element fonamental en el seu procés d'aprenentatge, així com els treballs en equip, els projectes i les tutories.

AVALUACIÓ

L'avaluació de l'assignatura es durà a terme a través del següent procediment:

EXAMEN FINAL (70%): prova escrita (50%) + prova oral (20%)

AVALUACIÓ CONTÍNUA (30%): activitats pràctiques realitzades a l'aula (15%) + projecte semestral (15%).

1. EXAMEN FINAL (70%)

L'examen final suposa un 70% de la qualificació final. Consta de dues parts: examen escrit (50%) i examen oral (20%).

1.1. **L'examen escrit** consta de dues parts: **Part I: Use of English, Listening i Reading** i **Part II: Writing**. És necessari obtindre un mínim de un 50% en cada part per a aprovar l'examen escrit.

1.2. **L'examen oral (Speaking)** avalua les competències de producció i interacció oral dins de l'àmbit del turisme i consta de dues parts: **Part I: Production** i **Part II: Interaction**. És necessari obtindre un mínim de 50% en cada part per a aprovar l'examen oral.

Per a aprovar l'assignatura s'ha d' obtindre un mínim de 5 sobre 10 en cadascuna de les parts de l'examen escrit i de l'examen oral. Les qualificacions de les seccions aprovades es mantenen per a la segona convocatòria.

2. AVALUACIÓ CONTÍNUA (30%)

L'avaluació contínua constitueix el 30% de la qualificació final. L'avaluació contínua té per objectiu



desenvolupar competències específiques en cada assignatura, fer un seguiment i avaluació del treball individual de cada estudiant a través de la seua assistència i participació activa en el desenvolupament de la classe, lliurament de tasques, assistència a tutories, etc., així com el grau d'adquisició de les competències proposades en cada curs. L'avaluació contínua consta de dues parts: **activitats pràctiques** (15%) i **projecte semestral** (15%).

2.1. Activitats pràctiques (15%). Son activitats realitzades per el/la estudiantat manera individual, a l'aula i en la data establida pel professorat, per a practicar i desenvolupar les competències comunicatives de comprensió i expressió escrita i oral, com ara redaccions de diferents tipus de gèneres (fullets, assajos, emails), exposicions orals, participació en debats, etc. Per a poder ser avaluades les activitats que conformen l'avaluació contínua, aquestes han de ser fetes en la data i forma que s'estipule per a cadascuna d'elles. No es permetrà el lliurament d'activitats fora de la data indicada.

2.2. Projecte semestral (15%). És un projecte semestral realitzat per el/la estudiant en grup a l'aula, al llarg del semestre, amb un seguiment setmanal/bisetmanal en les dates establides pel professorat. L'objectiu és desenvolupar competències transversals com a treball en equip, creativitat, innovació, competències digitals, expressió escrita i oral, entre altres. Per la naturalesa de l'assignatura i les i característiques del treball, en el qual s'avalua tant el procés com el producte, el projecte semestral no més pot ser realitzat i presentat per l'estudiantat que assista regularment a classe (80% mínim d'assistència segons regulacions de la UV).

La **qualificació final** de l'assignatura és la media ponderada entre la nota de l'examen escrit (50%), de l'examen oral (20%) i de l'avaluació continua (AC) (30%), si la hagués. La qualificació obtinguda a l'**avaluació continua** (AC) no més es computable a la qualificació final si s'aproven totes les parts de l'examen escrit i de l'examen oral i es mantenen per a la segona convocatòria. Per aprovar l'assignatura cal obtindre un mínim de 50% en cadascuna de les parts (examen escrit, examen oral i avaluació continua).

L'alumnat que **no** haja seguit l'**avaluació contínua** (30%), únicament podrà obtindre fins a un màxim del **70%** de la qualificació final. Per això, per a superar l'assignatura s'haurà d'obtindre un mínim de 7,2 punts sobre 10 entre l'examen escrit i oral, sent condició indispensable aprovar tant l'examen escrit com l' examen oral. Les qualificacions de les seccions aprovades es mantenen per a la segona convocatòria. Les activitats d'avaluació continua, per la seva pròpia natura, NO son recuperables.

*** Copiar en un examen i / o el plagi és una falta greu que va en contra de l'honestedat acadèmica; per tant, no serà admés en aquesta assignatura i pot derivar en sancions acadèmiques i / o administratives greus, com ara suspendre tota l'assignatura.**

IMPORTANT: L'honestedat intel·lectual és un valor fonamental en les comunitats acadèmiques i una condició imprescindible per a l'avaluació justa del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquesta assignatura han de ser d'autoria original. No s'acceptaran treballs elaborats mitjançant col·laboració fraudulenta ni amb l'ús d'intel·ligència artificial generativa (com ChatGPT o eines similars), excepte si el seu ús està explícitament autoritzat pel professorat i forma part dels continguts de l'assignatura.

En els treballs en els quals s'empren IA, haurà de citar-se com correspon. També serà necessari incloure un paràgraf explicant el propòsit del seu ús i les instruccions proporcionades per a obtindre els resultats. L'omissió d'aquesta informació és una



infracció a la política d'honestedat acadèmica i es considerarà plagi.

BIBLIOGRAFIA

Bàsiques

- 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.

Complementàries

- 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.