



<b>Código - Asignatura</b>	<b>192210 – Lengua extranjera II</b>				
<b>Tipo</b>	Obligatorias			<b>Curso</b>	2º
<b>Bloque Temático</b>	Idiomas			<b>Créditos</b>	6 ECTS
<b>Docente responsable de la asignatura</b>		Montserrat Iglesias			
<b>Presencial</b>	60 horas	<b>Dirigido</b>	40 horas	<b>Autónomo</b>	50 horas

## BREVE DESCRIPCIÓN

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 intermedio- alto, de manera que al finalizar el año académico los alumnos hayan obtenido un nivel más o menos equivalente al B.2.2. 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.

CB05- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

## COMPETENCIAS GENERALES

CG01- Ser capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones, personas y entornos globales.

CG03- Coordinar equipos de trabajo en entornos digitales.



## COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

---

CE10- Interpretar y gestionar la información en contextos digitales.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

1. Utilizar el conocimiento de los aspectos formales de la lengua tanto en la comprensión como en la expresión para adecuarse a las situaciones profesionales más habituales.
2. Comunicarse oralmente con cierta corrección lingüística y adecuación en diferentes situaciones profesionales.
3. Comprender las ideas principales y extraer información específica de discursos orales en el ámbito profesional.
4. Comprender las ideas principales y extraer información específica de textos escritos del ámbito profesional.
5. Producir textos escritos cumpliendo los objetivos y las pautas establecidas y organizando la información de manera adecuada.
6. Utilizar con cierta corrección la acentuación, entonación y ritmo idiosincráticos de la expresión oral.
7. Utilizar un vocabulario amplio con léxico turístico y expresiones específicamente profesionales.
8. Manifestar actitudes participativas, cooperativas y respetuosas, tanto a nivel de relaciones humanas como medioambientales.
9. Responder con inmediatez y de manera adecuada en deferentes situaciones profesionales mostrando actitud de servicio.
10. Utilizar con eficacia los recursos disponibles para ampliar conocimientos y resolver dudas de forma autónoma fuera del aula.
11. Acceder a distintas fuentes de información utilizando diferentes herramientas.
12. Manejar recursos digitales y como instrumentos de difusión de información.

## CONTENIDOS TEMÁTICOS

---

1. Trends in tourism
  - 1.1. Grammar. Continuous aspect
  - 1.2. Vocabulary
    - 1.2.1. The history of tourism
    - 1.2.2. Tourist motivations - push and pull factors
    - 1.2.3. Describing visuals
  - 1.3. Professional skills. Using visuals
  - 1.4. Case study. Tailor a package
2. Get the message



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Grado de Negocio Digital e Innovación en Turismo  
Curso [2024/25]

**PROGRAMA**

- 2.1. Grammar. Countable and uncountable nouns
- 2.2. Vocabulary
  - 2.2.1. Advertising and publicity
  - 2.2.2. Web words
  - 2.2.3. Collocations
- 2.3. Professional skills. Maintaining a website
- 2.4. Case study. Improve a media profile
3. Hotel branding
  - 3.1. Grammar. Making predictions - degrees of certainty
  - 3.2. Vocabulary
    - 3.2.1. Brands and branding
    - 3.2.2. Boutique hotels
    - 3.2.3. Hotels of the future
  - 3.3. Professional skills. Creating a business plan
  - 3.4. Case study. Invest in a hotel
4. Sustainability
  - 4.1. Grammar. Reporting verbs
  - 4.2. Vocabulary
    - 4.2.1. Tourism and community
    - 4.2.2. Ecotourism
    - 4.2.3. Verb + noun collocations
  - 4.3. Professional skills. Chairing a meeting
  - 4.4. Case study. Develop an eco-resort
5. Come fly with me
  - 5.1. Grammar. The passive
  - 5.2. Vocabulary
    - 5.2.1. Airport facilities
    - 5.2.2. Airport security procedures
  - 5.3. Professional skills. Dealing with difficult situations
  - 5.4. Case study. Develop airport infrastructure
6. Heritage
  - 6.1. Grammar. Talking about the past
  - 6.2. Vocabulary
    - 6.2.1. Describing a heritage site
    - 6.2.2. Architecture
    - 6.2.3. Guiding expressions
  - 6.3. Professional skills. Working as a tour guide
  - 6.4. Case study. Design a museum exhibition
7. Managing events
  - 7.1. Grammar. Hypothetical situations
  - 7.2. Vocabulary
    - 7.2.1. Collocations with event



- 7.2.2. Event management
- 7.2.3. Contracts
- 7.3. Professional skills. Understanding contracts
- 7.4. Case study. Make a festival profitable
- 8. Careers
  - 8.1. Grammar. Dependent prepositions
  - 8.2. Vocabulary
    - 8.2.1. Applying for a job
    - 8.2.2. Remuneration
    - 8.2.3. Adjectives describing personality
  - 8.3. Professional skills. Interviews
  - 8.4. Case study. Recruit the right person

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

---

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

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta las competencias y los contenidos de cada asignatura.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

**Evaluación Continua:** el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

**Evaluación Única:** aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.

Actividades	Tipo	Continua	Única	Semana de entrega
Oral 1	Ind./grupo	4 %	---	Semana 2-13
Writing 1	Individual	5 %	---	Semana 14
Oral 2 (OIA)	Ind./grupo	6 %	---	Semana 15
Writing 2	Individual	5 %	---	Semana 21
Oral 3	Ind./grupo	10 %	---	Semana 16-27
Portfolio	Individual	10 %	---	Semana 2-30
In-class tests	Individual	10%	---	Semana 2-28



Involvement	Individual	10%	---	Semana 2-30
Final writing	Individual	10 %	---	Semana 28
	Individual	---	50 %	Calendario exámenes
Final oral presentation	Ind./grupo	30 %	---	Semana 29-30
	Individual	---	50 %	Calendario exámenes
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Con la **Evaluación continua**, la asistencia a un mínimo de un 75% de las clases sobre el total de horas lectivas programadas se considera un requisito indispensable. Las actividades realizadas durante la ausencia de un alumno no se podrán recuperar y las faltas de asistencia no serán justificables. Durante el curso y hasta su finalización los profesores comunicarán a los alumnos que no cumplan este requisito que deberán realizar las pruebas de evaluación final. En estos casos no se tendrá en cuenta ninguna de las tareas realizadas.

Para aprobar la asignatura habrá que obtener una calificación igual o superior a 5.00. Los instrumentos de evaluación que permitirán obtener datos en el curso del proceso sobre cómo se va produciendo este aprendizaje y como va evolucionando se detallan a continuación, junto con su peso en el 100% de la nota final.

Producción oral: 50%	Producción oral continua: 20%	Role plays y/o exposiciones de clase/entrevistas fuera del aula
	Exposición final: 30%	Presentación profesional de un producto incluyendo gráficos/DAFO/ propuestas de gestión de la calidad/turismo sostenible
Producción escrita: 20%	Tarea 1: 5%	Expresión escrita en el aula
	Tarea 2: 5%	Expresión escrita en el aula
	Tarea final 3: 10%	Expresión escrita en el aula
Portafolios: 10%	Muestras de producciones orales y escritas/tareas de reflexión	
Actividades de evaluación en el aula: 10%	Tareas de comprensión oral y escrita/language unit tests	
Asistencia y participación: 10%	Participación y contribuciones del alumno dentro y fuera del aula	



Los parámetros de corrección de la expresión escrita (sobre 10) serán:

- Uso lingüístico (riqueza, corrección y adecuación gramatical y léxica): 5
- Realización de la tarea (consecución eficaz del propósito comunicativo, relevancia y extensión del contenido): 3
- Desarrollo temático (estructuración, progresión y coherencia): 2

Mientras que los parámetros de corrección de la expresión oral (sobre 10) serán:

- Uso lingüístico (riqueza, corrección y adecuación gramatical y léxica): 4
- Desarrollo temático (estructuración, relevancia, coherencia y extensión del contenido): 3
- Fluidez y pronunciación (flujo discursivo, acentuación, ritmo y entonación): 2
- Recursos comunicativos (uso de estrategias lingüísticas y no lingüísticas, materiales de soporte, actitud): 1

Sin embargo, los parámetros de corrección de la presentación oral final (sobre 10) serán:

- Uso lingüístico (riqueza, corrección y adecuación gramatical y léxica, fluidez y pronunciación): 5
- Realización de la tarea (consecución eficaz del propósito comunicativo, relevancia y extensión del contenido, estructuración, coherencia, uso de estrategias comunicativas y de materiales de soporte, actitud, interacción con la audiencia): 5

Cada uno de estos dos bloques deberá aprobarse necesariamente con una puntuación mínima de 2,5 sobre 5, de modo que si se suspende alguno de ellos, la máxima nota final de la presentación oral será por defecto de 4 sobre 10.

La presentación oral tendrá una duración de 12 minutos por cada presentación hecha por dos alumnos o bien de 10 minutos por cada presentación individual. Habrá que utilizar Powerpoint o similar, además de otros materiales de soporte que se crean convenientes. Al final de la presentación los alumnos deberán contestar las preguntas formuladas por los examinadores.

El objetivo es hacer la presentación de un estudio de un producto turístico existente (como un hotel, un parque temático, un paquete vacacional, una compañía aérea, etc.). Sin embargo, se rechazarán las propuestas de presentaciones orales relacionadas con las siguientes temáticas: Vueling, Ryanair, Port Aventura, Tibidabo y W Hotel. Los alumnos pueden dirigirse a



<http://www.tripadvisor.co.uk/> o una web site similar y elegir un producto que a la vista de los comentarios realizados por los usuarios pueda mejorarse.

La presentación deberá incluir las siguientes secciones:

- Introducción: Debe informarse del tema y el planteamiento.
- Descripción: Debe especificarse y explicarse el producto seleccionado.
- Metodología: Debe relatarse cómo se ha llevado a cabo el proyecto, con evidencias de la información que se ha recogido y procesado.
- Análisis: Debe incluir un análisis estadístico con un mínimo de dos gráficos a partir de los comentarios de los usuarios. Además, debe incluirse un análisis de las debilidades y fortalezas, aunque para aspirar a una calificación más alta también se pueden analizar las amenazas y oportunidades.
- Plan de mejora: Deben realizarse propuestas de mejora, tanto con respecto a la calidad como desde el punto de vista de sostenibilidad.

En cuanto al sistema de **Evaluación única**, los alumnos que no sigan el sistema de evaluación continua deberán ponerse en contacto con su profesor y realizar las pruebas de evaluación final los días de convocatoria oficial. El primer día se llevarán a cabo la mayoría de las pruebas de evaluación final. Su peso en la nota final se detalla a continuación:

- Prueba de validación de uso de la lengua (gramática y léxico): 10%
- Prueba de comprensión oral: 10%
- Prueba de comprensión escrita: 10%
- Prueba de expresión escrita: 20%
- Prueba de expresión oral: 50%

No se corregirán las pruebas de expresión escrita que no traten los temas de evaluación propuestos, y por tanto, las pruebas de evaluación escrita que se desvíen de la temática planteada se considerarán nulas. Por otra parte, si las pruebas de expresión escrita sobrepasan el límite de palabras que se estipula en las instrucciones el excedente de texto no se seguirá corrigiendo.

El segundo día de la convocatoria oficial de evaluación final se realizará la prueba de expresión oral. Esta prueba consistirá en una presentación oral individual que se deberá haber preparado con antelación siguiendo las pautas para la exposición oral final de la evaluación continua. Como máximo quince días antes de la fecha de las pruebas de evaluación final cada alumno deberá entregar a su profesor el abstract y el índice de la presentación. Si el alumno no cumple este requisito se puede descontar un punto de la nota final.





Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Grado de Negocio Digital e Innovación en Turismo  
Curso [2024/25]

**PROGRAMA**

Los parámetros de corrección de la expresión escrita y de la expresión oral serán los mismos que los de las actividades finales de evaluación continua.

### **Revisión y Reevaluación de la Asignatura**

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido una calificación final de la asignatura entre “4-4.9”, y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de “5”.

La reevaluación consistirá en una prueba escrita completa y/o una prueba oral de 10 minutos. Se procurará que la corrección se efectúe por parte de profesores de grupos diferentes al del alumno en cuestión.

### **FUENTES DE INFORMACIÓN**

---

Recursos bibliográficos básicos:

- Strutt, P. (2013). *English for International Tourism New Edition: Upper Intermediate Course Book*. Pearson Education.
- Cowper, A. (2013). *English for International Tourism New Edition: Upper Intermediate Workbook*. Pearson Education.

Recursos bibliográficos de consulta:

- Murphy, R. (2004): *English Grammar in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Diccionario Oxford Study Interactivo Español-Inglés / Inglés-Español. Oxford University Press

Recursos bibliográficos de ampliación:

- Holloway, J.C. (2006): *The Business of Tourism*. London: Pearson.
- Luecke, R. & B J Hall. (2006): *Performance Management*. Harvard: Harvard Business Essentials.



- Pender and Sharpley (eds). (2005): *The Management of Tourism*. London: SAGE Publications.
- Yeoman, I. (2008): *Tomorrow's Tourist: Scenarios and Trends*. Oxford: Elsevier.

Webgrafía:

<http://www.merriam-webster.com>

<http://europass.cedefop.europa.eu/europass/home/vernav/Europass+Documents/Europass+CV.csp>

<http://www.unwto.org>

<http://www.tourism.gov.my>

<http://www.tourismtrade.org.uk>

[www.ectaa.org](http://www.ectaa.org)

[www.greatplacetowork.com](http://www.greatplacetowork.com)

[www.buzzle.com](http://www.buzzle.com)

[www.amadeus.com](http://www.amadeus.com)

[www.presentersonline.com](http://www.presentersonline.com)

[www.european-quality.co.uk](http://www.european-quality.co.uk) [www.efqm.org](http://www.efqm.org)

[www.umep.fr/tourism](http://www.umep.fr/tourism)

[www.designboom.com/trash/themepark.html](http://www.designboom.com/trash/themepark.html)

[www.themedattraction.com](http://www.themedattraction.com)

[www.ifea.com](http://www.ifea.com)

[www.world-tourism.org/frameset/framesustainable.html](http://www.world-tourism.org/frameset/framesustainable.html)

[www.world-tourism.org/code\\_ethics/eng/principles.htm](http://www.world-tourism.org/code_ethics/eng/principles.htm)

[www.easyjet.com](http://www.easyjet.com)

[www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) |