



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Turismo y Urbanismo
Departamento: Turismo
Area: Area de Formación General

(Programa del año 2021)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 30/04/2021 10:09:30)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
INGLES V	G.U.T.	14/08	2021	1° cuatrimestre
INGLES V	TEC.UNIV.EN GEST.HOTEL.	29/04	2021	1° cuatrimestre
INGLES V	TEC.UNIV.EN GEST.TURIST.	48/03	2021	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
GONZALEZ, MARIA CRISTINA	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
MOYETTA, VALENTINA	Prof. Co-Responsable	P.Adj Exc	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
05/04/2021	08/07/2021	16	56

IV - Fundamentación

La asignatura Inglés V se dicta de manera conjunta para las carreras Técnico Universitario en Gestión turística, Técnico Universitario en Gestión hotelera y Guía universitario de turismo las cuales pertenecen a la oferta académica de la Facultad de Turismo y Urbanismo de la UNSL. La naturaleza de la materia responde a los objetivos de los planes de estudio de Guía de turismo (Ord. C.S. 14/08), Gestión Hotelera (Ord. C.S. 29/04 y Ord. C.S. 48/03) y Gestión turística (Ord. C.S. 37/11). El idioma inglés está contemplado como parte de la formación de los futuros profesionales en respuesta a demandas globales y propias de la industria turística. Como parte del proceso de globalización y tecnologización, el idioma inglés se conoce actualmente como la Lingua Franca mundial. Dominar este idioma ha dejado de ser una ventaja competitiva para convertirse en una "habilidad básica" (Graddol, 2006). La práctica profesional de estas tres carreras, dado el significativo desarrollo de la industria del turismo pone de manifiesto la necesidad de que los futuros profesionales mejoren sus competencias orales y auditivas en dicho idioma para poder desenvolverse en contextos que requieran el uso de inglés para lograr la "actuación protagónica de mediación", la "gestión en las áreas de empresa hotelera, producción de servicios, administración, recurso humanos y comercialización y la "gestión de las distintas actividades turísticas: agencias de viajes, empresas de viajes y turismo, operadores turísticos, empresas de transporte turístico, empresas de asistencia al viajero y obras sociales en su área turística." (Ver Ord anteriormente mencionadas).

Esta asignatura se encuadra en el primer cuatrimestre del tercer y último año del trayecto universitario, lo cual implica que el alumno ha cursado los niveles 1, 2, 3 y 4 de Inglés. Desde este lugar concebimos el aprendizaje del idioma como un proceso de construcción, en un contexto social dado. La materia está enfocada a reforzar las competencias de habla y escucha, con apoyatura en el aprendizaje previo de las estructuras gramaticales, el vocabulario y demás estructuras lingüísticas del idioma

inglés adquirido en años anteriores, siempre dentro de temáticas específicas del turismo.

El modelo comunicativo promueve el aprendizaje de la lengua entendido como una construcción social, dado que promueve la creación de significados en un contexto específico en lugar del estudio de la gramática aislada. Para articular estos propósitos lingüísticos con los propios del saber turístico, instrumentaremos actividades como lectura comprensiva de textos específicos, diálogos orales en situaciones simuladas de escenarios laborales posibles, análisis de temas pertinentes al área del saber específica, producción de textos escritos (Ej.: de divulgación y oferta de servicios), presentaciones orales de destinos y atractivos, entre otras, con materiales provenientes de libros y textos pertinentes al área del turismo.

Los contenidos de la materia están divididos por tópicos, cada uno de ellos se aborda desde las competencias del lenguaje mismo (Habilidades de reconocimiento: escucha, y lectura; habilidades de producción: habla y escritura). Dichos temas están íntimamente relacionados con las posibles situaciones comunicativas en idioma inglés en el futuro escenario laboral de las carreras involucradas. Se pondrá especial énfasis en la producción oral de presentaciones previamente preparadas, como así también de diálogos espontáneos.

Finalmente, a fin de ser consistentes con la realidad que nos plantean actualmente las nuevas tecnologías, Inglés V contará con ejercicios, actividades, tareas y espacios de recreación que serán ofrecidos desde la plataforma Moodle. Esto servirá como apoyatura para las habilidades de escucha, lectura y escritura, y liberará espacio y tiempo de aula para mayores oportunidades de interacción oral. Además se pretende alfabetizar digitalmente a los alumnos.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

La presente asignatura tiene como propósito que los alumnos desarrollen competencia comunicativa en el idioma inglés para desenvolverse en las posibles situaciones laborales relacionadas con la industria del turismo.

Al finalizar el dictado de la asignatura, se espera que los alumnos alcancen los siguientes objetivos lingüísticos:

• Incorporar mayor cantidad de vocabulario que les permita interactuar oralmente en situaciones comunicativas reales relacionadas a la labor turística.

• Afianzar las estrategias de comprensión auditiva y de lectura de textos del campo laboral del turismo.

• Rever las estructuras gramaticales para la producción de diálogos típicos del campo laboral (dar la bienvenida, ofrecer información, recomendar, etc.).

• Reforzar la producción oral en situaciones interactivas (diálogos).

• Mejorar la producción oral en contextos de presentación de discursos (individuales frente a audiencia) como potenciales profesionales de turismo.

• Perfeccionar la producción escrita de textos típicos del área de conocimiento (divulgación, oferta de servicios, descripción, etc.).

Integrar conocimientos previos a los nuevos temas propuestos de modo que se evidencien en las cuatro habilidades del idioma extranjero y en las temáticas específicas relacionadas con el turismo

VI - Contenidos

1. Destinations

Writing information of a country (Country fact file).

Writing a SWOT analysis of the tourism industry in a country.

2. Tourist information services

Researching and selecting information services in your region for a TIC.

Giving information, recommending and promoting, giving directions

Working at a Car hire agency (engaging in dialogues as agents and tourists)

3. Hotel management

Comparing hotel groups

Selling yourself: describing skills and personality.

4. Eating out

Recognizing dishes and ingredients from different countries

Describing local dishes and food.

5. Rural tourism

Recognizing rural tourism resources, accommodation, activities (vocabulary)
Creating and describing a new rural destination.
Creating presentations

VII - Plan de Trabajos Prácticos

1. TRABAJO PRÁCTICO 1: Unidad 1 y 2. Presentación escrita de un texto expositivo preparado con anterioridad sobre datos generales de un país seleccionado por el alumno (Country fact file). Escucha de diálogo en clase para extraer/reconocer información (welcoming and greeting/Car Hire). Presentación de un Hotel leaflet con servicios originales. Diálogos con roles agente en un Car Hire/turista, Recepcionista/turista.
2. TRABAJO PRÁCTICO 2: Unidad 4 y 5. Descripción de comidas y platos regionales, los alumnos verán en diapositivas las elecciones de entrada, plato principal y postre de turistas a los que deberán explicar los platos. Preparación de un destino enmarcado en turismo rural para ser presentado/vendido en una feria internacional, con apoyo audiovisual.
3. TRABAJO EN PLATAFORMA: Actividades de apoyo de todas las unidades propuestas en la Plataforma Moodle.

VIII - Regimen de Aprobación

Régimen de alumnos regulares

Requisitos necesarios para regularizar la asignatura:

1. Aprobar parciales en primera o segunda instancia, la aprobación se logrará con 4 (Ver escala de calificaciones).
- Se podrá recuperar la instancia parcial (2 oportunidades por parcial)
2. Aprobar todos los Trabajos prácticos de las instancias presenciales cada uno con 4 en primera o segunda instancia.
- Se podrá recuperar cada una de las instancias de prácticos (1 oportunidad por práctico)

Requisitos necesarios para la aprobación de la asignatura por examen final:

1. Aprobar un examen final escrito y oral. El oral se tomará en primera instancia, el alumno que apruebe el oral pasa al escrito. El examen será evaluado por tribunal y se aprueba con 4.

Régimen de alumnos libres

Requisitos necesarios para la aprobación de la asignatura en carácter de libre:

Aprobar con 4 un trabajo integrador escrito propuesto por la asignatura. El trabajo deberá presentarse 10 días antes del examen final sin excepciones. Una vez aprobada la instancia anterior de manera satisfactoria, el alumno podrá rendir el examen final. El examen final consiste en una instancia escrita y otra oral. En la instancia oral el alumno deberá responder preguntas relacionadas con el trabajo escrito presentado y luego será evaluado sobre los contenidos propuestos por la asignatura. El oral se tomará en primera instancia, el alumno que apruebe el oral pasa al escrito. La evaluación la realiza un tribunal, la aprobación se logra con 4 o más.

Régimen de alumnos promocionales

I. Requisitos necesarios para promocionar la asignatura sin examen final:

1. Aprobar los exámenes parciales, con 7 o más en primera instancia
2. Aprobar los trabajos prácticos con 7 o más en primera instancia.

* Se promedian todas las notas por igual y se obtiene el resultado final.

IX - Bibliografía Básica

- [1] 1- Dubicka, I. and O’Keeffe M. (2004). English for International Tourism, Pre-Intermediate . Longman, Pearson Education Limited.
- [2] 2- Lindenmayer, C. and Tapp, N. (2003) Trekking in the PATAGONIAN ANDES (3ra ed.) Lonely Planet Publications.
- [3] 3- Manual de cátedra: Iglés V para GUT, TUGH y TUGT. (María Cristina González).
- [4] 4- Peter Strutt. (2007) English for International Tourism, Intermediate. Longman, Pearson Education Limited.
- [5] 5- Walker, R. and Harding, K. (2009). Tourism 2. Oxford University Press.
- [6] Webography
- [7] 6- Food (unknow authors)
- [8] 7- Web Link: <http://www.youtube.com/watch?v=IKY8HbXDhOg>
- [9] 8- Web Link: <http://www.youtube.com/watch?v=cb6VY9eqERo&feature=relmfu>
- [10] 9- Web Link: <http://www.youtube.com/watch?v=iW0Rc-YEmnE&feature=relmfu>

X - Bibliografía Complementaria

- [1] 1- Collin, P. (2006) Dictionary of Leisure Travel and Tourism (3rd ed.). A&A Black London.
- [2] 2- Corrales wade, K. Construyendo un segundo idioma. El constructivismo y la enseñanza del L2. Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte nº 10 julio, 2009. issn 1657-2416
- [3] 3- Graddol, D (2006) English Next. British Council. UK

XI - Resumen de Objetivos

- Incorporar mayor cantidad de vocabulario.
- Afianzar las estrategias de comprensión auditiva y de lectura de textos.
- Rever las estructuras gramaticales.
- Reforzar la producción oral (espontáneos y preparados)
- Perfeccionar la producción escrita.

XII - Resumen del Programa

1. Arrivals
2. A place to stay
3. Tourist information services
4. Eating out
5. Rural tourism

XIII - Imprevistos

En caso de que el dictado de la materia no pudiese seguir su curso programado por el responsable mencionado en este programa, se pondrán a disposición del área todos los recursos necesarios para continuar con el mismo (trabajos prácticos, cursos en la plataforma).

En el caso de que se continúe con el distanciamiento social se optará por la modalidad de cursado no presencial o semi-presencial de esta asignatura. En ese caso se utilizará Google Meet y otras alternativas virtuales además de la plataforma Moodle para el dictado de clases.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable

Firma:

Aclaración:

Fecha: