



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 2024)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
INGLES VI	G.U.T.	14/08	2024	2° cuatrimestre
INGLES VI	TEC.UNIV.EN GEST.HOTEL.	29/04	2024	2° cuatrimestre
INGLES VI	TEC.UNIV.EN GEST.TURIST.	48/03	2024	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
STADELMAN, ESTEFANIA	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
4 Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
05/08/2024	15/11/2024	15	60

IV - Fundamentación

La asignatura Inglés VI 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.

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. Built attractions

Describing built attractions.

Describing works of art.

2. On tour

Conducting a coach tour (Dealing with problems, Interacting with co-workers)

Retelling stories and legends.

Planning a coach tour

3. Hotel entertainment

Preparing hotel entertainment programs.

Offering and describing entertainment programs.

4. Niche tourism

Identifying and describing niches in tourism.

Writing a Project on a new niche. Negotiating

VII - Plan de Trabajos Prácticos

La asignatura cuenta con tres (3) trabajos prácticos (estimativo).

TP 1: Describing built attractions and works of art

TP 2: Conducting a coach tour

TP 3: Offering and describing entertainment programs

VIII - Regimen de Aprobación

Régimen de alumnos regulares:

1. Aprobar el parcial en primera o segunda instancia, la aprobación se logrará con 4 (que equivale al 60%). Cada parcial cuenta con 2 instancias de recuperación.
2. Aprobar el 100% de los trabajos prácticos en primera instancia o en instancia de recuperación con una nota no menor al 4 (recuperatorios: uno por cada práctico).

Examen final de alumnos regulares:

1. Aprobar un examen final oral. En dicha evaluación, el alumno deberá realizar una presentación basada en los contenidos de uno de los trabajos prácticos del presente programa, seleccionado por la docente. El examen será evaluado por tribunal y se aprueba con 4.

Régimen de alumnos libres:

El examen final consiste en una instancia escrita y oral. El escrito se tomará en primera instancia, el alumno que apruebe, pasa al oral. En la instancia oral, el alumno deberá realizar una presentación basada en los contenidos propuestos en el plan de trabajos prácticos del presente programa. La evaluación la realiza un tribunal, la aprobación se logra con 4 o más.

Régimen de alumnos promocionales:

1. Aprobar el examen parcial, con 7 o más en primera instancia
 2. Aprobar todos trabajos prácticos con un promedio de 7 o más en primera instancia.
- Cada una de las notas de los prácticos y del parcial, se promedian para obtener la nota final.

IX - Bibliografía Básica

- [1] Dubicka, I. and O'Keeffe M. (2004). English for International Tourism, Pre-Intermediate . Longman, Pearson Education Limited.
- [2] Lindenmayer, C. and Tapp, N. (2003) Trekking in the PATAGONIAN ANDES (3ra ed.) Lonely Planet Publications.
- [3] Manual de cátedra: Iglés V para GUT, TUGH y TUGT. (María Cristina González).
- [4] Peter Strutt. (2007) English for International Tourism, Intermediate. Longman, Pearson Education Limited.
- [5] Walker, R. and Harding, K. (2009). Tourism 2. Oxford University Press.

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Collin, P. (2006) Dictionary of Leisure Travel and Tourism (3rd ed.). A&A Black London.
- [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 n° 10 julio, 2009. issn 1657-2416
- [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

UNIT 1: Attractions and Events
UNIT 2: On Tour
UNIT 3: Hotel Entertainment
UNIT 4: Niche 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).

XIV - Otros

--