

Plan Docente de Inglés Empresarial V



I. Descripción y contextualización

<i>Identificación y características de la materia</i>				
Denominación y código	Inglés Empresarial V			
Curso y Titulación	Diplomatura de Turismo			
Área	Filología Inglesa			
Departamento	Lengua Inglesa			
Tipo	*OB, OP, TR, LE		OP	
Coeficientes	Practicidad: 3		Agrupamiento: 2	
Duración ECTS (créditos)	2º Cuatrimestre		5.8 ECTS (145 horas)	
Distribución ECTS (rangos)	Grupo Grande:10%	Seminario-Lab.:30%	Tutoría ECTS:5%	No presenciales:55%
	Horas:14.5	Horas: 43.5	Horas:7.25	Horas:79.75
Descriptorios (según BOE)	Inglés para fines específicos: lingüística aplicada al campo científico-técnico de la empresa y la economía a un nivel intermedio-alto			
Coordinador- Profesor/es	María José García Berzosa			
Tutorías complementarias (1)	Despacho 2	Extensión 7945	e-mail berzosa@unex.es	
	Lunes, Martes y Miércoles de 10:00 a 11:00, de 14:00 a 14:30 Jueves de 11:30 a 13:00			

Contextualización profesional

Conexión con los perfiles profesionales de la Titulación

Los estudios de turismo son básicamente de naturaleza multidisciplinar (economía, geografía, derecho, historia, ciencia política, lenguas, informática, empresa, comunicación...), pluridisciplinar y transdisciplinar. Los conocimientos pertenecen a muy diversas ciencias, al tiempo que el propio ejercicio de la profesión viene determinado por la necesidad de enfrentarse a los problemas de gestión de personas, empresas e instituciones.

Una cuestión a tener en cuenta es la fusión de la información recogida de las competencias transversales genéricas junto con las competencias específicas de formación disciplinar y profesional para configurar así el cuadro definitivo, base del desarrollo curricular de la estructura del título.

El fomento de las competencias transversales: creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor, y motivación por la calidad son, así mismo, objetivo básico de la titulación.

El reconocimiento de medios socioculturales diferentes, el dominio de las técnicas de comunicación y tener una marcada orientación de servicio al cliente en un nivel de perfeccionamiento e intensificación del idioma son las competencias básicas que se deben desarrollar en el entorno turístico.

El conocimiento del inglés como lengua extranjera implica, en la contextualización profesional, la capacidad, destreza y habilidad de trabajar en inglés en cada uno de los ámbitos, disciplinas y registros del entorno turístico. Este conocimiento debe alcanzar el nivel de perfeccionamiento para desarrollar

estas capacidades en los diferentes registros del entorno turístico de forma efectiva. Las destrezas lingüísticas deben desarrollarse de forma paralela a las competencias específicas y generales de la titulación, capacitando al alumno a desempeñar todas aquellas funciones comunicativas orales y escritas necesarias en el ámbito laboral no sólo turístico, sino también económico.

CONTEXTUALIZACIÓN CURRICULAR

Conexión con las competencias genéricas y específicas del Título

Del análisis de las competencias específicas de la titulación, la asignatura INGLÉS EMPRESARIAL V se vincula y/o relaciona con todas las áreas de la titulación debido a que su contextualización profesional busca la competencia/capacidad del alumno en todas y cada una de los perfiles genéricos y específicos de la titulación de turismo. Esta capacidad le permite desempeñar su trabajo en inglés y castellano indistintamente.

1. Comprender los fundamentos del turismo y de la economía
2. Dirigir, gestionar y administrar los distintos tipos de empresas
3. Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas y empresariales
4. Utilizar y analizar las tecnologías de la información en los distintos ámbitos del sector turístico y económico
5. Saber definir objetivos de marketing, desarrollar y tomar decisiones sobre estrategias de marketing, y la puesta en práctica de adecuadas políticas de marketing en los distintos tipos de entidades turísticas y empresariales.

Interrelaciones con otras materias

Los alumnos parten de un conocimiento intermedio-alto adquirido con la asignatura con la que está interrelacionada directamente: PRIMER IDIOMA I (INGLÉS) ofertada en el primer curso de la titulación con carácter troncal y una anualidad de 9 créditos y con la asignatura PRIMER IDIOMA II (INGLÉS) ofertada en el primer curso de la titulación con carácter obligatoria y una anualidad de 9

créditos. Existe también una interrelación con la asignatura INGLÉS EMPRESARIAL II (6 créditos optativos), cuya relación radica básicamente en fundamentos económicos de la promoción y publicidad de empresas y servicios.

La asignatura está así mismo vinculada con otras áreas de la titulación tales como organización, economía financiera, contabilidad o economía, marketing, informática, etc. a través de las actividades desarrolladas en el aula y la adquisición de vocabulario general y específico del entorno turístico.

Contextualización personal

Itinerarios de procedencia y requisitos formativos de los alumnos

La procedencia de los alumnos es diversa. La mayoría (60–70%) provienen de las distintas especialidades de bachillerato (principalmente de Ciencias Sociales y Humanidades) y el resto de los ciclos formativos de grado superior. Esto supone en sí un grado importante de heterogeneidad en cuanto al nivel de dominio de la lengua inglesa, a la que hay que sumar varios factores:

- el nivel de practicidad que se le da a la enseñanza del inglés en el bachillerato (a menudo los alumnos comentan que no han tenido que hablar en inglés hasta que llegan a la carrera, a pesar de haber estudiado inglés en primaria y secundaria).
- el nivel de precisión con que se ha usado el inglés (los alumnos que proceden de ciclos formativos relacionados con el turismo como puede ser la hostelería) es asimismo heterogéneo.
- los niveles de aprovechamiento tan dispares de la asignatura de inglés, a lo que hay que sumar la formación extra de algunos alumnos: escuela oficial de idiomas, campamentos de verano, estancias en el extranjero, etc.

Todo ello conforma un grupo muy heterogéneo. La asignatura INGLÉS EMPRESARIAL V está orientada al ámbito económico, de tal manera que los capacite en el ejercicio de sus obligaciones profesionales de forma autónoma y efectiva en el idioma extranjero.

Los conocimientos previos gramaticales se presuponen, y su reincidencia y

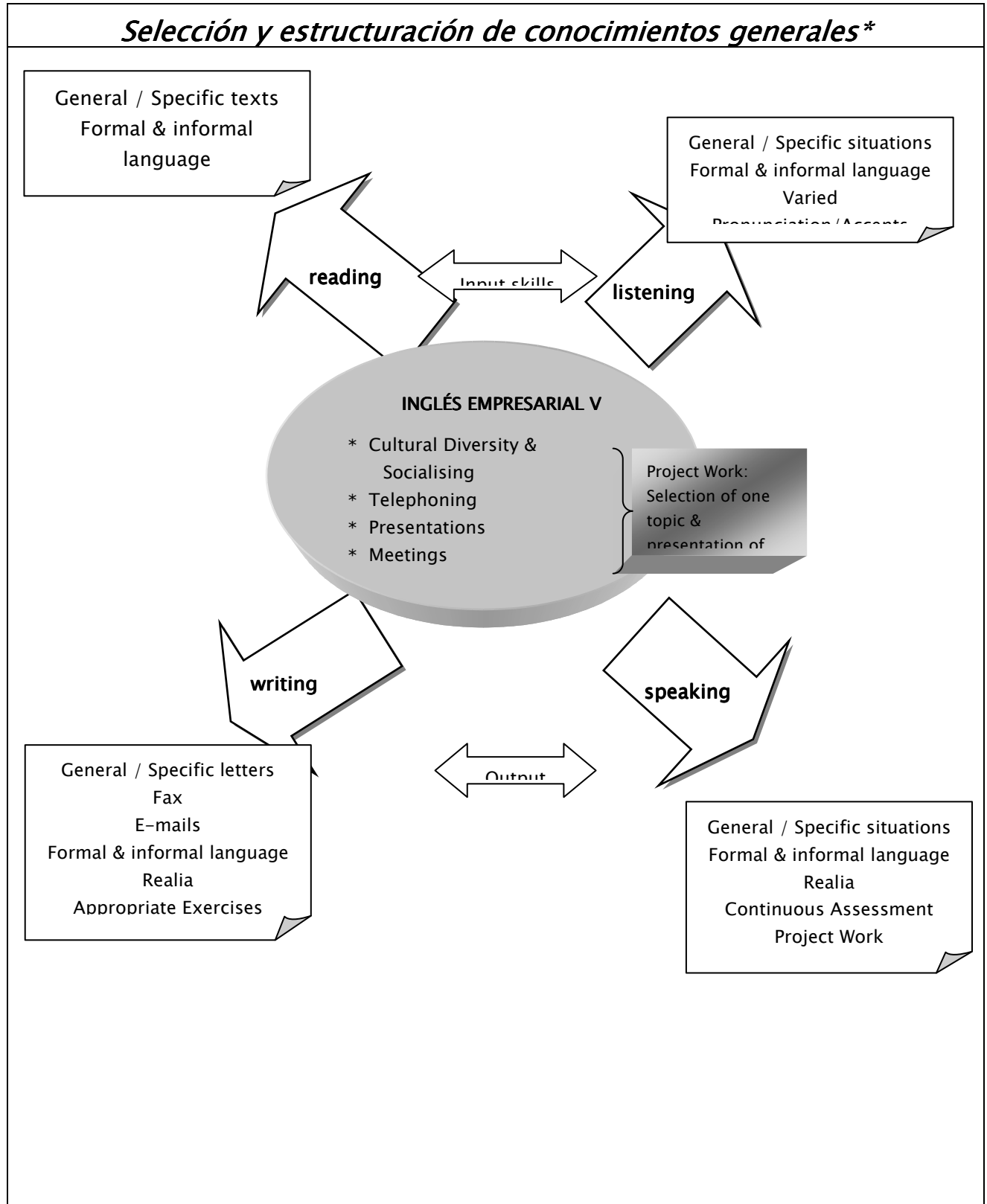
repaso forma parte del programa pero siendo esta complementaria.

Otras consideraciones de interés

Es fundamental el desarrollo de las capacidades comunicativas del alumno en entornos profesionales económicos y del turismo. Las situaciones son propias de la interrelación empresarial, tales como: reuniones, conversaciones profesionales, conversaciones genéricas, el lenguaje de las presentaciones, de las negociaciones, etc.

II. Objetivos

<i>Relacionados con competencias académicas y disciplinares</i>	<i>Vinculación</i>
Descripción	<i>CET</i>
1. Utilizar las destrezas orales de forma efectiva en el entorno turístico (nivel de perfeccionamiento)	3
2. Utilizar las destrezas de expresión escrita de forma efectiva en los distintos géneros y registros usados en el entorno turístico (nivel de perfeccionamiento)	3
3. Capacidad de entender y discernir la información hablada de los géneros y registros usados en el entorno turístico (nivel de perfeccionamiento)	3
4. Capacidad de entender y discernir la información escrita de los géneros y registros usados en el entorno turístico (nivel de perfeccionamiento)	3
5. Conocer el vocabulario específico relacionado con el sector turístico (nivel de perfeccionamiento)	3
6. Conocer/reconocer e interpretar los distintos tipos de pronunciación (nivel de perfeccionamiento)	3



III. Contenidos

<i>Secuenciación de bloques temáticos y temas</i>
TEMA 1: Cultural Diversity and Socialising <ol style="list-style-type: none">1. Cross-cultural understanding2. Welcoming visitors3. Small talk: keeping the conversation going
TEMA 2: Telephoning <ol style="list-style-type: none">1. Preparing to make a telephone call2. Receiving calls3. Taking and leaving messages4. Asking for and living repetitions5. Setting up appointments6. Changing arrangements7. Ending a call
TEMA 3: Presentations <ol style="list-style-type: none">1. Planning and getting started2. Image, impact and making impression3. The middle of the presentation4. The end of a presentation
TEMA 4: Meetings <ol style="list-style-type: none">1. Making meetings effective2. Interruptions & Clarifications3. Decisions4. Endings
TEMA 5: Negotiations <ol style="list-style-type: none">1. Types of Negotiations2. Bargaining and making concessions3. Dealing4. Rejecting5. Endings
TEMA 6: Project Work <ol style="list-style-type: none">1. Selection of topic

2. Researching and preparing
3. Presentation

<i>Interrelación</i>			
Requisitos (Rq) y redundancias (Rd)		Tema	<i>Procedencia</i>
Cultural diversity & socialising	Rd/Rq	1	Primer Idioma I y II
Telephoning	Rd/Rq	2	Primer Idioma I y II
Presentations	Rd/Rq	3	Primer Idioma I y II
Meetings	Rd/Rq	4	Primer Idioma I y II
Negotiations	Rd/Rq	5	Primer Idioma I y II
Project Work	Rd/Rq	6	Primer Idioma I y II

IV. Metodología docente y plan de trabajo del estudiante

<i>Actividades de enseñanza-aprendizaje</i>				<i>Vinculación</i>	
<i>Descripción y secuenciación de actividades</i>	<i>Tipo</i>		<i>D</i>	<i>n</i>	
				<i>Tem</i>	<i>Objet.</i>
				<i>a</i>	
1. Presentación del contenido y programa de la asignatura	GG	C-E	1	1-6	-
2. Encuesta de conocimientos previos	GG	C-E	1	-	Todos
*Búsqueda selectiva de información sobre el tema	NP	T (II)	2	1	Todos
3. Lectura y comprensión de un tema relacionado con la unidad	S	T (II, III)	2	1	Todos
4. Explicación, discusión y ejemplificación en clase	S	T(II,III)	2	1	Todos
* Técnicas auto-acceso y autorizadas con IT sobre el tema (internet, software)	S	P (III,V)	4	1	Todos
* Listening/watching DVD sobre el tema	GG	T-P (II,III)	1	1	Todos
5. Simulación práctica de atención al cliente	tut	P (I,V)	1.5	1	Todos
*Búsqueda selectiva de información sobre el tema	NP	T (II)	2	2	Todos
6. Lectura y comprensión de un tema relacionado con la unidad	S	T (II, III)	2	2	Todos
7. Explicación, discusión y ejemplificación en clase	S	T(II,III)	2	2	Todos
* Técnicas auto-acceso y autorizadas con IT sobre el tema (internet, software)	S	P (III,V)	4	2	Todos
* Listening/watching DVD sobre el tema	GG	T-P (II,III)	1	2	Todos
8. Simulación práctica de conversaciones telefónicas	tut	P (I,V)	1.5	2	Todos
*Búsqueda selectiva de información sobre el tema	NP	T (II)	2	3	Todos
9. Lectura y comprensión de un tema relacionado con la unidad	S	T (II, III)	2	3	Todos
10. Explicación, discusión y ejemplificación en clase	S	T(II,III)	2	3	Todos
* Técnicas auto-acceso y tutorizadascon IT sobre el tema (internet, software)	S	P (III,V)	4	3	Todos
* Listening/watching DVD sobre el tema	GG	T-P (II,III)	1	3	Todos
11. Simulación práctica del lenguaje de las presentaciones	Tut	P (I,V)	1.5	3	Todos
*Búsqueda selectiva de información sobre el tema	NP	T (II)	2	4	Todos
12. Lectura y comprensión de un tema relacionado con la unidad	S	T (II, III)	2	4	Todos
13. Explicación, discusión y ejemplificación en clase	S	T(II,III)	2	4	Todos
* Técnicas auto-acceso y tutorizadascon IT sobre el tema (internet, software)	S	P (III,V)	4	4	Todos
* Listening/watching DVD sobre el tema	GG	T-P (II,III)	1	4	todos
14. Simulación práctica del lenguaje de reuniones	tut	P (I,V)	1.5	4	Todos
*Búsqueda selectiva de información sobre el tema	NP	T (II)	2	5	Todos
15. Lectura y comprensión de un tema relacionado con la unidad	S	T(II, III)	2	5	Todos
16. Explicación, discusión y ejemplificación en clase	S	T(II,III)	2	5	Todos
* Técnicas auto-acceso y tutorizadascon IT sobre el tema (internet, software)	S	P (III,V)	4	5	Todos
* Listening/watching DVD sobre el tema	GG	T-P (II,III)	1	5	Todos
17. Simulación práctica del lenguaje de las negociaciones	tut	P (I,V)	1	5	Todos

Plan docente de Inglés Empresarial V

18. Preparación del Project Work: recopilación, selección y organización	NP	P (VI)	45	6	Todos
19. Presentación y defensa del Project Work	GG	T (V,VI)	4	6	Todos
*Simulación práctica comparativa entre grupos	S	P (III,V)	3.5	1-6	Todos
* Estudio y Preparación del examen	NP	T-P	25	1-6	Todos
20. Examen final	GG	C-E	3.5	1-6	Todos

<i>Distribución del tiempo (ECTS)</i>			<i>Dedicación del alumno</i>		<i>Dedicación del profesor</i>	
<i>Distribución de actividades</i>		<i>Nº alumnos</i>	<i>H. presenciales</i>	<i>H. no presenc.</i>	<i>H. presenciales</i>	<i>H. no presenc.</i>
Grupo grande (Más de 20 alumnos)	Coordinac./evaluac. (I)	20	5.5	-	5.5	5
	Teóricas (II y III)	20	5	10	5	20
	Prácticas (IV, V y VI)	20	4	60	4	15
	Subtotal		14.5	70	14.5	40
Seminario-Laboratorio (6-20 alumnos)	Coordinac./evaluac. (I)	20	-	-	43.5	
	Teóricas (II y III)	20	10	-	-	
	Prácticas (IV, V y VI)	20	33.5	-	-	20
	Subtotal		43.5	-	43.5	20
Tutoría ECTS (1-5 alumnos)	Coordinac./evaluac. (I)	5	-	-	-	-
	Teóricas (II y III)	5	-	-	-	6
	Prácticas (IV, V y VI)	5	7.5	-	128	10
	Subtotal		7.5	-	128	16
Tutoría comp. y preparación de ex. (VII)				10	6	6
totales			65.5	80	192	82

Otras consideraciones metodológicas*

Recursos y metodología de trabajo en las actividades presenciales

Se promueve la participación de los alumnos a través de la selección anticipada de voluntarios que realizarán las actividades propuestas días después. De esta manera se dinamizan las clases y se recompensa la participación activa del alumno.

Utilización continuada del aula inteligente de la facultad provista de 35 puestos con programas de aprendizaje específicos y generales donde se desarrollan de forma integral las cuatro capacidades de comprensión y expresión del alumno.

Libro de texto, realia, material auxiliar: cd, videos, dvd, etc.

Recursos y metodología de trabajo en las actividades semi-presenciales y no presenciales

Técnicas de auto-acceso por medio de las IT: páginas web, software específico, libros facilitados, cd interactivos, etc.

Recursos y metodología de trabajo para los alumnos que no han alcanzado los requisitos

Para los estudiantes que no hayan alcanzado los requisitos una buena metodología didáctica requiere el contacto personal e individual, que se puede conseguir a través de las tutorías. En éstas podemos conocer el nivel de comprensión del alumno, su asimilación de conocimientos, corregir sus errores o resolver las dudas que le hayan podido surgir a lo largo de todas las actividades presenciales y sobre todo no presenciales (los ejercicios de trabajo individualizado, el estudio de casos, la simulación de toma de decisiones, etc.) que se incluyen este Plan docente.

Recursos y metodología de trabajo para desarrollar competencias transversales

Fundamentalmente a partir de la simulación de toma decisiones, la solución de ejercicios individualmente y el estudio de casos, se trata de que el alumno se acostumbre a pensar, razonar y cuestionarse, fomentando la capacidad crítica del mismo y no solo el aprendizaje basado en la memorización.

De nuevo, las IT son fundamentales en la metodología para mantener contacto con la realidad y con material auténtico facilitado por estos recursos didácticos.

V. Evaluación

Actividades e instrumentos de evaluación		
Project Work	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de un trabajo en clase frente a los compañeros sobre una de las unidades de trabajo, enfocadas a la vida real y entorno profesional futuro. Utilización de las IT para defender el trabajo en el aula. 	40%
Examen final	<ul style="list-style-type: none"> Una prueba escrita, que constará actividades y ejercicios donde se evalúan los conocimientos de las destrezas de reading-comprehension, writing y listening. 	60%
Evaluación continua	<ul style="list-style-type: none"> La participación activa, la motivación, el interés, el desarrollo de actividades extraordinarias en y fuera del aula junto con la asistencia computará para mantener o elevar la nota final según el criterio selectivo de la profesora, basándose en las actitudes anteriormente mencionadas. 	-

VI. Bibliografía

Bibliografía de apoyo seleccionada
<p>Kotler, P. (2003). <i>Marketing para turismo</i>. 3ª edición, Prentice Hall</p> <p>Adam, J.H. 1989. Longman Dictionary of Business English. Essex. Longman.</p> <p>Medlik, S. 1996. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality (2nd edition). Oxford. Oxford University Press.</p> <p>Diccionario bilingüe y monolingüe específico del ámbito turístico y de la empresa.</p> <p><i>Diccionario de términos económicos financieros y comerciales</i>. Enrique Alcaraz Varó y Brian Hugues</p> <p><i>Diccionario de términos de turismo y de ocio</i>. Enrique Alcaraz Varó, Brian Hugues. MA Campos, VM Pina, Mª A. Alesón</p> <p>Diccionario monolingüe general: Diccionario Oxford, Diccionario Collins, Diccionario Larousse, Diccionario Webster</p> <p>Diccionario bilingüe general: Diccionario Oxford, Diccionario Collins, Diccionario Larousse, Diccionario Webster</p> <p>Barke, M et al. 1996. Tourism in Spain. Critical Issues. Wallingford, UK. CAB International</p>

- Barnes, L. 1986. "Travel writers and travel marketers working together" En: *Tourism and Technology. A Growing Partnership*, pp 11–13. Memphis. Proceedings of the 17th Annual Conference of the Travel and Tourism research Association.
- Bayón Mariné, F.; Fernandez Fuster, L. 1999. "Los orígenes". En: *50 Años del Turismo Español. Un Análisis Histórico y Estructural*, pp. 25–45. Madrid. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Bayón Mariné, F.; Hernandez Gómez, C. 1999. "Desarrollo y transformación. 1982–1991". En: *50 Años del Turismo Español. Un Análisis Histórico y Estructural*, pp. 133–153. Madrid. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Bayón Mariné, F. 1999. "La legislación turística". En: *50 Años del Turismo Español. Un Análisis Histórico y Estructural*, pp. 303–329. Madrid. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Bayón Mariné, F. 1999. "Política turística". En: *50 Años del Turismo Español. Un Análisis Histórico y Estructural*, pp. 331–380. Madrid. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Boston, M.; Moll, G. 1983 "It's not (just) what to say, it's also the way you say it" In: *Seminar on the Importance of research in the Tourism Industry*, pp 87–98. Helsinki. Proceedings of the European Society for Opinion and Marketing Research.
- Boyer, M.; Viallon, P. 1994. *La Communication Touristique*. Paris. Presses Universitaires de France.
- Chias, J.; Bohigas, T. 1991. "Tourism in Spain. Not everything under the sun. Communication strategy analysis in the Spanish Tourism sector. In: *Seminar on Tourism and Transition. The research Challenge*, pp. 175–83. Dublin
- Cohen, E.; Cooper, R. 1986. "Language and Tourism". En: *Annals of Tourism Research* 13, pp. 533–563
- Dann, G. 1993. "Advertising in tourism and travel: tourism brochures" En: Khan, M. Et al. (eds) *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*, pp 893–901. New York. Nostrand Reinhold
- Dann, G. 1996. *The Language for Tourism. A Sociolinguistic Perspective*. Wallingford, UK. CAB International
- Davidson, T. 1994. "Assessing the effectiveness of persuasive communication in Tourism". In: Ritchie, J. And Goeldner, C. (eds) *Travel, Tourism and Hospitality Research*, pp. 537–543
- Febas Borra, J. 1978. "Semiología del lenguaje turístico". En: *Estudios Turísticos* 57–58: 17–203
- Figuerola Palomo, M. 1999. "El turismo y el sistema económico español". In: *50 Años del Turismo Español. Un Análisis Histórico y Estructural*, pp. 281–302. Madrid. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Francesc Valls, J. 1996. *Las Claves del Mercado Turístico*. Bilbao. Deusto.
- Muñoz Oñate, F. 1994. *Marketing Turístico*. Madrid. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Seaton, A. V. et al. 1995. *Tourism the State of the Art*. West Sussex, England. John Wiley & Sons.
- Vestergard, T.; Schroder, K. 1993. *The Language of Advertising*. Blackwell. Oxford.
- Ybanez Bueno, E. 1997. "Respuestas españolas en las diversas fases del fenómeno turístico". In: *Estudios Turísticos*, nº 133, pp 41–76.
- Zabía Lasala, M. 1999. "Marketing turístico internacional". En: *50 Años del Turismo Español. Un Análisis Histórico y Estructural*, pp. 421–440. Madrid. Centro de Estudios Ramón Areces.

Libros de texto y estudio, software y diccionario

- *English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics Students.* Ian Mackenzie. Cambridge University Press, 2004.
- *Seminar.* CALL. Information Transfer. 1996 Cambridge, England.
- *Diccionario de Términos Económicos, Financieros y Comerciales.* Enrique Alcalá Varó y Brian Hughes. Ariel, 2002
- *Advanced Listening and Speaking.* Kathy Gude. Oxford University Press, 2000
- *Staying Ahead. Video Activity Book.* Lynda Lawson. Cambridge University Press, 1998
- *Further Ahead. Video Activity Book.* Lynda Lawson. Cambridge University Press, 1998
- *Oxford Dictionary & Thesaurus*
- *Diccionario Oxford. Español-Inglés, Inglés-Español*
- *Adam, J.H. 2001. Longman Dictionary of Business English. Essex. Longman.*
- *Collin, P.H. 2005. Business English Dictionary. Middlesex. Peter Collin Publishing.*

Libros de apoyo: *Professional English.* Steve Flinders Penguin English Guides 2003

Listening. Tricia Aspinall. Penguin English Guides 2005

Advanced Listening and Speaking. Kathy Gude. Oxford 2000

Communicating in Business. Simon Sweeny. CUP 2003

Further Ahead. Lynda Lawson. CUP 2001

English for Business Communications. Simon Sweeney. CUP. 2003

Bibliografía o documentación de ampliación, sitios web...*

Páginas de interés

<http://www.abaenglish.com/>

<http://www.aprenderidiomas.com>

<http://www.aulafacil.com/>

<http://www.booksfactory.com>

<http://www.curso-ingles.com/>

<http://www.churchillhouse.com>

<http://www.e-aprender-ingles.com/>

<http://www.ebi.com>

<http://www.edufind.com/>

<http://www.english-at-home.com>

<http://www.englishclub.com>

<http://www.englishlearner.com>

<http://www.englishtown.com/>

<http://www.esl.com>

<http://www.eslabout.com>

<http://www.esl-lab.com>

<http://www.iet.tourspain.es>

<http://www.inglesacelerado.com/>

<http://www.inglesmundial.com/>

<http://www.languagejobs.org>

<http://www.learnenglish.org.uk>
<http://www.learningenglish.com>
<http://www.lingolex.com>
<http://www.mansioningles.com/>
<http://www.m-w.com>
<http://www.nonstopenglish.com>
<http://www.onlineingles.com/>
<http://www.study.com/>
<http://www.study-languages.com>
<http://www.unex.es>
<http://www.wordreference.com>
<http://www.worldleisure.org>
<http://www.world-tourism.org>

Software específico:

Seminar. CALL. Information Transfer. 1996 Cambridge, England.

Pronunciation Power. English Computerized Learning inc. 2005

Diccionarios

<http://dictionaries.travlang.com/EnglishSpanish/>
<http://dictionary.cambridge.org/>
<http://www.alphadictionary.com/>
<http://www.diccionarios.com/>
<http://www.el-mundo.es/diccionarios/>
<http://www.el-mundo.es/traductor/>
<http://www.foreignword.com>
<http://www.freedict.com>
<http://www.langtolang.com/>
<http://www.larousse.es/>
<http://www.logos.it/>
<http://www.m-w.com>
<http://www.onelook.com/>
<http://www.plantasnet.com/>
<http://www.rae.es/>
<http://www.spanishdict.com/>
<http://www.vox.es/>
<http://www.wordreference.com/>
<http://www.traducegratis.com/>
<http://www.m-w.com>

V. ANEXOS

1.- Perfiles y subperfiles profesionales del Diplomado en turismo

PERFILES	SUBPERFILES
Alojamiento	Director de hotel Director de alojamiento Subdirector de hotel Jefe de recepción Segundo jefe de recepción Jefe de administración Jefe Comercial Encargado/a general (gobernante/a) Relaciones públicas Animador turístico Jefe de Reservas (en cadenas hoteleras)
Restauración	Director de alimentación y bebidas (f&b) Director de banquetes y convenciones Responsable de administración del área f&b Comercial de restauración Supervisor de colectividades Director/jefe de operaciones Director de establecimiento
Intermediación	Director Contratación OPC (Organizador profesional de congresos) Responsable de producto Responsable de booking Responsable de calidad de producto
Transporte y logística	Jefe de oficina de alquiler de vehículos Gerente de empresas de alquiler de Vehículos Jefe de reservas Técnico de atención al cliente Responsable de atención tripulaciones Director comercial Responsable de relaciones Administraciones Públicas /otras empresas
Planificación y gestión pública de destinos	Técnico de gestión de una Institución pública de planificación y política turística Técnico gestor de una institución pública de promoción o director de una campaña en destino Responsable de un programa de un plan de desarrollo

	<p>turístico</p> <p>Director o técnico de una institución dinamizadora de la actividad</p> <p>Dinamizador turístico o agente de desarrollo turístico</p> <p>Director o técnico de una institución dinamizadora de producto</p>
Productos y actividades turísticas	<p>Técnico asesor de gestión de patrimonio natural</p> <p>Técnico asesor de gestión de patrimonio cultural</p> <p>Técnico asesor de gestión de instalaciones de ocio</p> <p>Técnico asesor de gestión de eventos</p> <p>Técnico asesor de gestión de instalaciones deportivas</p> <p>Comercial</p> <p>Responsable de administración (compras, almacén,...)</p> <p>Responsable de promoción y comercialización</p> <p>Jefe de nuevos productos</p> <p>Director/Gerente de empresa de act. Turísticas</p> <p>Guía interprete</p> <p>Gestor de productos</p> <p>Animador de actividades</p>
Formación, investigación y consultoría	<p>Consultor júnior</p> <p>Profesor</p> <p>Ayudante investigación</p>

Competencias específicas de la titulación y sus vinculaciones con los perfiles profesionales

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA TITULACIÓN (CET)	Nº PERFIL/ES
1. Comprender los principios del turismo: su dimensión espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.	I, II, III, IV, V, VI, VII
2. Analizar la dimensión económica del turismo.	I, II, III, IV, V, VI, VII
3. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.	I, II, III, IV, V, VI, VII
4. Conocer las principales estructuras político-administrativas turísticas	I, II, III, IV, V, VI, VII
5. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.	VII
6. Tener una marcada orientación de servicio al cliente.	I, II, III, IV, V, VI, VII
7. Reconocer los principales agentes turísticos.	III, VI, VII
8. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación.	III, VI, VII
9. Analizar, sintetizar y resumir críticamente la información económico-patrimonial de las organizaciones turísticas.	I, II, III, IV
10. Gestionar los recursos financieros.	I, II, III, IV
11. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.	I, II, III, IV, V, VI, VII
12. Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.	I, II, III, IV, VI, VII
13. Manejar técnicas de comunicación.	I, II, III, IV, V, VI, VII
14. Comprender el marco legal que regula las actividades turísticas.	I, II, III, IV, V, VI, VII
15. Trabajar en inglés como lengua extranjera.	I, II, III, IV, V, VI, VII
16. Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera.	I, II, III, IV
17. Comunicarse de forma oral y escrita en una tercera lengua extranjera.	III, IV
18. Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.	III, V, VI, VII
19. Gestionar el territorio turístico de acuerdo con los principios de sostenibilidad.	V, VI

20.	Conocer el procedimiento operativo del ámbito del alojamiento.	I, VII
21.	Conocer el procedimiento operativo del ámbito de restauración.	II, VII
22.	Se han de adquirir conocimientos en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación.	III, VII
23.	Analizar los impactos generados por el turismo.	V, VI, VII
24.	Utilizar y analizar las tecnologías de la información y de las comunicaciones en los distintos ámbitos del sector turístico.	I, II, III, IV, V, VI, VII
25.	Comprender un plan público y las oportunidades que se derivan para el sector privado.	V, VII
26.	Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas.	I, II, III, IV
27.	Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.	III, VI, VII
28.	Conocer los objetivos, las estrategias y los instrumentos públicos de la planificación.	V, VI, VII
29.	Trabajar en medios socio-culturales diferentes.	I, II, III, IV, V, VI, VII
30.	Conocer las principales iniciativas de puesta en valor del patrimonio cultural.	V, VI, VII
31.	Conocer las características de la gestión del patrimonio cultural	V, VI, VII
32.	Detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas.	V, VI, VII

Códigos.-

CET: Competencias Específicas del Título

Tipos de actividades:

GG: Grupo Grande

S: Seminario o Laboratorio

Tut: Tutoría ECTS

NP: No presenciales

C-E, I: Coordinación o evaluación);

T, II: Teórica de carácter expositivo o de aprendizaje a partir de documentos

T, III: Teórica de discusión

P, IV : Prácticas basadas en la solución de problemas

P, V: Prácticas basadas en la observación, experimentación, aplicación de destrezas, estudio de casos...

P, VI: Prácticas con proyectos o trabajos dirigidos);

T-P, VII (Otras teórico-prácticas).

D: Duración en sesiones de 1 hora de trabajo presencial o no presencial (considerando en cada hora 50-55 minutos de trabajo neto y 5-10 de descanso).

CC: Criterios de Calificación (ponderación del criterio de evaluación en la calificación cuantitativa final).

NR: actividad "no recuperable" o que no permite evaluación extraordinaria.

(*) Apartados no obligatorios.