9-10

# GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



## LENGUA INGLESA II

**CÓDIGO 01562105**

UNED

9-10

**LENGUA INGLESA II**

**CÓDIGO 01562105**

# ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

## OBJETIVOS

Lengua Inglesa II para Turismo es un curso orientado al aprendizaje del inglés como lengua extranjera para estudiantes y profesionales de la industria turística. Su principal objetivo es proporcionar una amplia gama de destrezas y recursos lingüísticos para que el alumno se pueda desenvolver con la mayor eficacia posible en cualquier situación o actividad, tanto escrita como oral, propias del sector turístico. El curso, por tanto, cubre las principales destrezas de aprendizaje de una lengua (*reading, writing, listening* y *speaking*) y se complementa con una serie de explicaciones gramaticales, semánticas y fonéticas relacionadas con las funciones y los temas tratados en cada unidad.
Mediante el estudio de LENGUA INGLESA II, los alumnos podrán ampliar y consolidar su competencia en la lengua inglesa adquiriendo los conocimientos teóricos y prácticos de las estructuras fundamentales, junto con las destrezas comunicativas pertinentes en dicha lengua.

## CONTENIDOS

El temario de este curso se incluye en la Unidad Didáctica publicada por la UNED bajo el título *Lengua Inglesa II: Turismo*. El libro consta de 20 unidades que proporcionan material de trabajo para unas 180200 horas de estudio. Dicho libro va acompañado de la clave de los ejercicios y de unos CDs para la práctica oral y auditiva. También se incluyen en el libro unos tests de autoevaluación para que el alumno compruebe su progreso en la asignatura.
Cada capítulo de la Unidad consta de los siguientes apartados:

1. *warm up*
2. *reading*
3. *listening*
4. *pronunciation tips*
5. *grammar*
6. *vocabulary*
7. *speaking (role play)*
8. *useful expressions*
9. *writing*

Cada uno de estos apartados (a excepción del *warm up*) puede aparecer más de una vez en cada unidad.

**I. WARM UP**

La sección de **warm up** constituye una breve introducción al tópico que se va a tratar en la unidad, bien de una manera específica tocando algún aspecto concreto, o de una forma general. Después del título, es la parte de la unidad que más pistas proporciona al alumno sobre el tema del sector del turismo que se presenta en dicha unidad. Con objeto de dar dinamismo al libro, la forma que adquieren estos **warm up** es variada. Así el papel del alumno es más o menos activo. El alumno se encontrará desde casos en los que

simplemente tiene que proporcionar *collocations*, a partir de elementos que ya se le proporciona previamente, a otros en los que tendrá que dar puntos de vista e información en inglés sobre el turismo. Tenemos en cuenta que el alumno se encuentra en segundo año de la diplomatura y se halla en posición de establecer criterios propios y desarrollar argumentos relacionados con este campo.

**II. READING**

Los **readings** se han elegido cuidadosamente asegurándonos que entran en dos categorías que nosotras vamos a denominar: *funcionales* frente a *técnicos*. Los funcionales se han obtenido de "herramientas turísticas" como folletos, formularios, anuncios publicitarios, cartas, y artículos de revistas del sector. Estos tienen claramente un carácter comunicativo y familiarizarse con ellos contribuirá a que el alumno desarrolle estrategias en este nuevo idioma que le permitan llegar al público. No nos referimos solamente al trato diario o cotidiano como el de un agente de viajes, sino a la responsabilidad que tiene, por ejemplo, un publicista en un tour-operador a la hora de iniciar una campaña para promocionar determinado producto. En cuanto a lo que entendemos por textos *técnicos*, son aquellos que tratan aspectos relacionados con el turismo desde la perspectiva del experto. En estos aparecen asuntos como el papel del turismo en la economía de un país, influencia del desarrollo del turismo rural en una determinada región, papel que juegan las nuevas tecnologías a la hora de hacer estudios de mercado aplicados al sector turístico, etc. A la hora de decantarnos por qué ejercicios nos permitirían ayudar al alumno a asimilar los contenidos de los **readings** con mayor eficacia decidimos que ante todo estos deberían ser variados para estimular y motivar a los alumnos. Por lo tanto, encontramos después del texto preguntas sobre sus contenidos. Estas pueden ser de tres tipos: *generales* para contribuir a que el alumno se acostumbre a extraer la idea global, *específicas* para asegurarnos de que el alumno ha comprendido el texto en su totalidad, y de *opinión* para que vaya adquiriendo cada vez más seguridad en la exposición de ideas propias en otro idioma. También hemos incluido ejercicios de *choose the best answer*, encontrar sinónimos en el texto de elementos de vocabulario que se le proporciona, y por último asociar definiciones con palabras del texto. Estos dos últimos tienen básicamente un carácter complementario de los otros dos, ya que a nuestro juicio representan un tipo de "búsqueda en el diccionario".

**III. LISTENING**

Una de las destrezas más importantes que debe desarrollar un profesional del turismo es la parte oral tanto a nivel de *comprensión* como de *producción* ya que el contacto con el público es un elemento esencial de la industria turística. Cada unidad por tanto contiene de una a tres secciones de **listening** relacionadas con el principal tema de la unidad. Los **listenings** están orientados de dos maneras: 1) *listenings* cuyo principal objetivo es calibrar la capacidad de comprensión del alumno, y 2) *listenings* cuya finalidad es la percepción de expresiones

o palabras específicas del texto oral. Las actividades relacionadas con el primer tipo de **listening** son preguntas de *multiple choice*, actividades de verdadero/falso o preguntas abiertas. Para el segundo tipo de *listening* se han diseñado actividades del tipo *fill in the blanks* o dictados.

En cuanto al contenido, los **listenings** se podrían agrupar en dos categorías. La primera incluye contenidos conversacionales, es decir, de tipo interactivo, como atención al cliente, dar información, tratamiento de público, etc. La segunda presenta contenidos de alto nivel profesional, como seminarios relacionados con el turismo, entrevistas, programas de radio, etc.

**IV. PRONUNCIATION TIPS**

Cada unidad consta de una o dos secciones donde se presentan conceptos claves de pronunciación del inglés tanto a nivel de sonidos (vocálicos y consonánticos) como a nivel de entonación. Esta sección se ha incluido porque consideramos que es imprescindible que profesionales del turismo consigan un acento aceptable y sobre todo inteligible que no sea motivo de malos entendidos o provoque problemas de compresión. Una de las mayores dificultades que presenta el inglés es su complicada y sobre todo imprevisible pronunciación. En esta sección incluiremos una serie de orientaciones de pronunciación del inglés especiales para hispano-hablantes, así como una serie de ejercicios perceptivos que ejemplifican los sonidos o los patrones entonativos que estudiamos. Los objetivos de esta sección son dos: 1) hacer conscientes a los alumnos de las diferencias y semejanzas entre la pronunciación inglesa y la española; y 2) introducir algunos de los símbolos fonéticos más importantes, para que cuando el alumno busque una palabra en el diccionario y se encuentre con la transcripción fonética pueda leer y aprender su pronunciación.

**V. GRAMÁTICA**

Las secciones de gramática permitirán ampliar y afianzar, cuando el alumno sienta que es necesario, los puntos gramaticales tratados en cada capítulo mediante unas *grammar boxes* que resumen los aspectos más fundamentales de la gramática tratados en la unidad. Debido a la heterogeneidad del nivel de los alumnos, esta sección será una especie de repaso para unos y de aprendizaje para otros. Hemos tratado que estas *grammar boxes* sean concisas y sencillas, con explicaciones breves y abundantes ejemplos. Detrás de cada *grammar box* se han incluido una serie de ejercicios que permiten al alumno practicar y comprobar su comprensión de los contenidos. Los ejercicios se han diseñado con vocabulario del tópico concreto de la unidad en la que se encuentran.

**VI. VOCABULARY** Las secciones que hemos denominado **vocabulary spot** presentan un tratamiento amplio e intenso del léxico relacionado con el campo semántico de la unidad en la que cada una de estas secciones se ha insertado. En cada uno de ellas hemos incluido una *box* en la que se resume de una manera muy visual y práctica los elementos léxicos más frecuentes en el tema de la unidad. Todas las *vocabulary boxes* están relacionadas con

el campo semántico con el que se está trabajando. En relación con cada *vocabulary box* se incluyen ejercicios en los que el alumno deberá poner a prueba su aprendizaje del vocabulario presente en la misma. También se incluyen ejercicios en los que el alumno deberá elegir el elemento más adecuado dentro de un grupo de sinónimos para un determinado contexto; y otros ejercicios de *fill in the blanks* en los que se incluyen elementos léxicos que no aparecen en las *boxes*, y que también están relacionados con el tema de la unidad.

**VII. USEFUL EXPRESSIONS**

El principal objetivo de este apartado es recalcar y revisar una serie de expresiones y *collocations* que han aparecido en el **reading** y/o el **listening** y que consideramos de máximo interés para el alumno. Se incluyen dos tipos de expresiones: 1) expresiones comunes y recurrentes del inglés, ya sea en situaciones formales o de uso diario tanto a nivel oral como escrito, y 2) expresiones específicas que no presentan equivalencia estructural con el español. Creemos conveniente que el alumno preste atención y aprenda estas expresiones propias del inglés. En algunos casos, este apartado incluye expresiones que no aparecen en los textos pero que son relevantes y están relacionadas con el tema o la función que estudiamos. Normalmente, se ofrece al alumno la posibilidad de practicar estas expresiones en un **role play** o en un **writing** según el carácter oral o escrito de las mismas.

**VIII. ROLE PLAY**

El objetivo de este apartado es que el alumno practique las expresiones y el vocabulario que ha aprendido y estudiado en la unidad. El **role play** está diseñado básicamente para ser realizado por un mínimo de dos personas, por lo que puede ser muy útil para las tutorías como material de apoyo o para alumnos que puedan estudiar en grupo. Para aquellos alumnos que estudien solos recomendamos que se inventen pequeños diálogos asegurándose de que practican aquellos aspectos más relevantes aprendidos en la unidad. En las tutorías, el **role play** es una buena posibilidad para obtener *feedback* del tutor o incluso de otros alumnos sobre aspectos de pronunciación y fluidez oral.

**IX. WRITING**

Por último, la parte dedicada a **writing** también se ha configurado de dos modos. En primer lugar, tenemos ejercicios de redacción. Mediante un ejercicio escrito el alumno deberá poner en práctica los contenidos de gramática, léxico y estructuras funcionales que se le ha enseñado en la unidad. Concretamente, se le pide desarrollar un tema relacionado con el tópico de la unidad. En la elaboración de este ejercicio orientamos al alumno de dos formas. Bien, se le proporciona ayuda en cuanto a la organización del texto y los elementos lingüísticos que le permitirán conducir el tópico y sub-tópicos presentes en el mismo; o bien, se le refiere a un modelo de texto que ya se encuentra en la unidad como cartas, CVs, emails, etc. En segundo lugar, hemos incluido ejercicios de traducción, ya que a nuestro

juicio éstos fuerzan al alumno a reflexionar cuidadosamente sobre los elementos de vocabulario, las *collocations*, y otras expresiones inglesas. Además, permiten comprobar la completa comprensión del texto.

Los temas contenidos en el libro son los que aparecen a continuación:

1. Hotel Reservations
2. Hotel Staff
3. Accommodation Facilities
4. Handling Angry Customers
5. Gastronomy and Food Service
6. Travel Agents and Tour Operators
7. Types of Travel
8. Guided Tours
9. Sports and Entertainment
10. Culture and Art
11. Advertising and Promotion
12. Safety and Emergencies
13. Rural Tourism
14. Guest Protection
15. Tourism and New Technologies
16. Job Hunting: C.V. writing
17. Job Hunting: Cover Letters and Interviews
18. Cross Cultural Patterns
19. Economy and Tourism
20. Hotels for Business

## EQUIPO DOCENTE


| | |
|---|---|
| Nombre y Apellidos | MARIA DEL CARMEN GUARDDON ANELO |
| Correo Electrónico | anelo@flog.uned.es |
| Teléfono | 91398-8710 |
| Facultad | FACULTAD DE FILOLOGÍA |
| Departamento | FILOLOGÍAS EXTRANJERAS Y SUS LINGÜÍSTICAS |

| | |
|---|---|
| Nombre y Apellidos | EVA ESTEBAS VILAPLANA |
| Correo Electrónico | eestebas@flog.uned.es |
| Teléfono | 91398-8709 |
| Facultad | FACULTAD DE FILOLOGÍA |
| Departamento | FILOLOGÍAS EXTRANJERAS Y SUS LINGÜÍSTICAS |

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788436248777
Título:LENGUA INGLESA II (1ª)
Autor/es:Guarddon Anelo, Mª Del Carmen ; Estebas Vilaplana, Eva ;
Editorial:U.N.E.D.

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

—Unidad Didáctica: *Lengua Inglesa II: Turismo* de E. Estebas Vilaplana y C. Guarddon Anelo (Madrid, UNED, 2003).

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9788420528861
Título:ENGLISH GRAMMAR WITH EXERCISES (1ª)
Autor/es:Zarzalejo Alonso, A. ; Fernández Carmona, Rodrigo ; Fraile Del Pozo, A. ;
Editorial:PEARSON LONGMAN

ISBN(13):9788434436381
Título:DICCIONARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO Y DEL OCIO: ESPAÑOL-INGLÉS, INGLÉS-ESPAÑOL (2ª)
Autor/es:Hughes, B. ; Campos Pardillos, M.A. ; Alcaraz, Enrique ;
Editorial:ARIEL

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

**GRAMÁTICAS**

A los alumnos que necesiten afianzar los temas gramaticales tratados en este curso, recomendamos que utilicen cualquiera de las gramáticas siguientes, o incluso alguna gramática de nivel avanzado con la que ya cuente el alumno:

—*Advanced Grammar in Use (with answers),* (2002) Martin Hewings. Cambridge: Cambridge University Press. Esta gramática incluye ejercicios con soluciones. Su nivel es de *Advanced to Proficiency*. — *English Grammar... with Exercises,* (2001) Rodrigo Fernández Carmona, Ana Fraile del Polo, Alejandro Zarzalejos Alonso. Madrid: Longman. Esta gramática está en español y contiene ejercicios con soluciones. Por lo tanto, está especialmente recomendada a alumnos con un dominio menor de la lengua. —*Practical English Usage*. Michael Swan. Oxford: Oxford University Press. —*A Practical English Grammar*. A. J. Thomson, A. V. Martinet (ed.). Oxford: Oxford University Press.

Estas gramáticas no contienen ejercicios pero son de gran utilidad como libros de consulta.

**OTROS MÉTODOS DE INGLÉS DE TURISMO**

—*Going International*. *English for Tourism*. (1999) K. Harding. Oxford: Oxford University Press.

Este método puede ser un buen complemento para reforzar el material básico del curso.

**DICCIONARIOS**

—*Diccionario de Términos de Turismo y Ocio (Inglés-Español, Spanish English).* (2000). E. Alcaraz Varó, B. Hughes, M. A. Campo Pardillo, V. M. Pina &M. A. Alesón Carbonell. Barcelona: Ariel. —*A Dictionary of Travel and Tourism Terminology*. A. Beaver. Oxford: Oxford University Press.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

**ACTIVIDADES DE AUTOEVALUACIÓN**

La unidad didáctica consta de 4 *progression tests* que el alumno deberá realizar como ejercicio de autoevaluación después de cada 5 unidades y que constituyen una revisión de los contenidos de cada lección. Estos tests servirán de orientación al alumno para comprobar su evolución. Además, cuentan con su propio solucionario.

Al final de cada test se propone un ejercicio de redacción relacionado con el tema de la lección. Debido a la dificultad que la autocorrección de este tipo de ejercicio supone, se recomienda al alumno que envíe a su tutor, al menos, dos redacciones para que éste pueda proporcionarle *feedback* sobre esta destreza. Es importante recordar que los alumnos que tengan tutor, **no** deberán enviar las redacciones al equipo docente, ya que el equipo docente **sólo** corregirá las redacciones de los alumnos que no tengan tutor, e ignorará el resto de ejercicios que reciba. En cualquier caso, la presentación de este ejercicio no es obligatoria y sus resultados no serán tenidos en cuenta para la nota final.

Este curso no cuenta con Pruebas de Evaluación a Distancia ni cualquier otro tipo de ejercicio obligatorio.

**PRUEBAS PRESENCIALES**

Hay una Prueba Presencial en Febrero, otra en Junio y la extraordinaria de Septiembre, donde el alumno puede examinarse de cualquiera de los dos parciales (o ambos), que no se hayan superado.

Durante las Pruebas Presenciales **NO** se admite el uso del diccionario.

La materia de cada examen será la siguiente:

Primera Prueba Presencial: Lecciones de la 1 a la 10 de la Unidad Didáctica *Lengua Inglesa II*: *Turismo*.

Segunda Prueba Presencial: Lecciones de la 11 a la 20 de la Unidad Didáctica *Lengua Inglesa II*: *Turismo*.

**CRITERIOS GENERALES PARA LA EVALUACIÓN FINAL**

Las dos pruebas presenciales son la base fundamental para superar el curso. Tendrán una duración de dos horas y en ellas, repetimos, no se podrá hacer uso del diccionario ni de ningún otro material auxiliar.

Estas pruebas constarán de dos partes. La primera vale un 60% del examen y la segunda un 40%. La primera parte incluirá:

—un ejercicio de *reading comprehension* que tendrá 5 preguntas de elección múltiple y valdrá 1 punto; —un ejercicio de gramática con 10 preguntas de formato variable (elección

múltiple, *rephrasing*, etc.) que valdrá 2 puntos; —un ejercicio de vocabulario con 10 preguntas de elección múltiple que valdrá 2 puntos;
—un ejercicio de fonética con 5 preguntas de elección múltiple que valdrá 1 punto.
Esta primera parte será corregida mediante un lector óptico. La segunda parte es un ejercicio escrito (100-130 palabras) sobre alguno de los temas tratados en las unidades pertinentes y valdrá 4 puntos. La nota final se computará sumando las notas de ambas partes.

## HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Además de la tutoría que se lleva a cabo por los profesores-tutores de los centros asociados, los alumnos pueden dirigirse a la sede central para resolver las dudas que se originen sobre el curso, o cualquier otro tipo de consulta.
El horario de las guardias del equipo docente es el siguiente:
**Dra. Eva Estebas Vilaplana**
Martes, de 10 a 14 h.Miércoles, de 10 a 14 y de 15 a 19 h.Tel.: 91 398 87 09 Despacho: 3 (planta –2) Correo electrónico: eestebas@flog.uned.es
**Dra. Carmen Guarddon Anelo**
Miércoles, de 10 a 14 h. y de 15 a 19 h. Jueves, de 10 a 14 h. Tel.: 91 398 87 10 Despacho: 4 (planta –2) Correo electrónico: anelo@flog.uned.es
Facultad de Filología
Edificio de Humanidades
Paseo Senda del Rey, 7
28040 Madrid

## METODOLOGÍA

Se recomienda al alumno que realice todas las lecciones de la Unidad Didáctica en el orden en el que se encuentran sin pasar por alto ninguna de sus secciones. Es fundamental la búsqueda en el diccionario de todos los términos nuevos así como la anotación de su significado de cara a la asimilación del léxico y no una simple memorización, que a largo plazo prueba ser poco efectiva. El alumno debe realizar los ejercicios que se proponen en cada unidad y los debe corregir mediante las claves de autoevaluación que se incluyen en el libro. En el caso de que persistan dudas tras la corrección de los ejercicios, el alumno deberá planteárselas a su tutor, o, en su defecto, a cualquiera de los miembros del equipo docente. Debido a la dificultad intrínseca de la pronunciación inglesa, recomendamos repetir las audiciones de los CDs tantas veces como sea necesario para mejorar la destreza auditiva y oral del alumno. Recomendamos establecer una rutina destinando una serie de horas a la semana para preparar los estudios. El inglés es una materia de aprendizaje progresivo, por lo tanto es imposible su asimilación unos días antes del examen.

# IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.