

Fecha de aprobación en consejo de departamento 13/09/2017

MÓDULO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	TIPO
IDIOMA MODERNO APLICADO AL SECTOR TURÍSTICO	FRANCÉS III	3º	S5	6	Obligatoria
PROFESORA			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)		
<ul style="list-style-type: none"> Irene VALDÉS MELGUIZO 			Dpto Filología Francesa Facultad de Filosofía y Letras, 2ª planta Campus de Cartuja s/n 18071 Tf: + 34 958 24364 Fax: +34 958 243666 ivaldes@ugr.es		
			HORARIO DE TUTORÍAS		
			Irene Valdés Melguizo: Primer cuatrimestre: Miércoles: 08h30-14h30 (Despacho B017, Facultad de Empresariales) (<i>confirmar siempre por e-mail</i>)		
GRADO EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS GRADOS A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR		
Grado en Turismo					
PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)					
Tener cursadas las asignaturas Francés I y Francés II					
BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)					
<p>El aprendizaje del idioma francés se realizará a través de escenarios y actividades profesionales significativas en el ámbito turístico. La elección de estas actividades nos permite adecuar los conocimientos del idioma extranjero francés a las futuras necesidades profesionales de los estudiantes.</p> <p>El aprendizaje se realizará fomentando el desarrollo de la competencia comunicativa, tanto en tareas de comunicación oral, escrita y de mediación. Para ello se desarrollará la adquisición de la competencia lingüística (competencia gramatical, léxica y fonética-ortográfica) correspondiente al nivel B1 / B2.</p>					



COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

Básicas y generales:

CG4 - Conocimiento de una lengua extranjera

CG7 - Resolución de problemas

CG12 - Trabajo en un contexto internacional

CG13 - Habilidades en las relaciones interpersonales

CG14 - Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad

CG21 - Conocimiento de otras culturas y costumbres

CG22 - Iniciativa y espíritu emprendedor

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también

algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las

competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Transversales:

3 - CT3. Aprender a comunicarse con fluidez en un entorno y a trabajar en equipo, tanto en un contexto nacional como en un contexto internacional

Específicas:

CE12 - Manejar técnicas de comunicación.

CE23 - Reconocer los principales agentes turísticos.

CE41 - Trabajar en inglés/francés/alemán como lengua extranjera.

CE42 - Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera.

CE43 - Trabajar en medios culturales diferentes

CE44 - Comprender la información fundamental que se transmite en textos orales comunes, relacionados con la vida cotidiana y los acontecimientos turísticos

CE45 - Comunicarse en la mayoría de las situaciones que pudieran surgir mientras se viaja en una región en la que se habla la lengua meta

CE46 - Comprender textos escritos que estén compuestos mayoritariamente por expresiones frecuentes y estén relacionados con temas de actualidad o bien cercanos a los propios intereses en el mundo del turismo

CE47 - Ser capaz de participar de manera espontánea en conversaciones sobre temas cotidianos o cercanos a los propios intereses

CE48 - Conocer las diferencias entre los sistemas lingüísticos de la lengua materna y la extranjera, así como sus implicaciones de cara a la producción y recepción de textos en la otra lengua

CE49 - Conocer y manejar obras de referencia (diccionarios, manuales de gramática, recursos de Internet que favorezcan el aprendizaje autónomo de la lengua extranjera



OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

- Adquisición de conocimientos de la lengua francesa mediante la elección de ámbitos comunicativos profesionales propios de la actividad turística y empresarial.
- Conocimiento del funcionamiento de los medios de comunicación y medios de transporte asociados al sector turístico.
- Potenciar la autonomía del aprendizaje por parte del alumno, así como la utilización de las TIC mediante la incorporación del aula virtual.
- Adquisición, al finalizar el curso, del nivel de competencia comunicativa A2+ o B1 fijado por el documento europeo "Marco de Referencia para el Aprendizaje de las Lenguas Extranjeras", según el nivel de inicio del grupo clase.
- Responder a las necesidades de formación existentes facilitando el conocimiento de instrumentos útiles par la toma de decisiones en el contexto actual del turismo.
- Homogeneizar la transmisión del conocimiento en materia de turismo evitando la fragmentación de los contenidos a impartir por excesivas áreas de conocimiento.

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TEMARIO TEÓRICO:

- Bloque 1. Agencias de viaje.
- Bloque 2. Promoción turística.
- Bloque 3. Tipos de turismo y actividades turísticas.

TEMARIO PRÁCTICO:

Lectura y comprensión de textos y diálogos del manual de base.

Ejercicios de apoyo en el aula virtual

Dialogar con los clientes y otros profesionales directamente o por teléfono.

Leer programas, horarios, circuitos e interpretarlos

Presentar de una forma precisa y completa los paquetes turísticos sobre estancias en hoteles y viajes programados. Actividad de grupo.

Orientar y convencer a los clientes

Lectura, comprensión y análisis de vocabulario y estructuras sintácticas propias al bloque y del manual establecido.

Comprender documentos de información y promoción turística.

Realizar folletos de información y promoción turística.

Traducir folletos de información y promoción turística para clientes francófonos.

Recoger en los folletos las características culturales propias a cada tipo de cliente francófono.



Realizar de forma oral y escrita un anuncio publicitario de promoción turística.

Ofrecer informaciones prácticas sobre el lugar turístico: listas de hoteles, de restaurantes, de teléfonos de urgencias...

Estudio de los contenidos léxicos correspondientes al viaje en general y a los medios de transporte en particular.

Lectura, comprensión y análisis de vocabulario y estructuras sintácticas propias al bloque y del manual establecido.

Saber preparar de petición de un cliente un viaje de negocios, desde la elección del medio de transporte y el hotel, hasta posibles circuitos turísticos fuera del horario de trabajo. (Trabajos de grupo)

Confeccionar monólogos sobre las visitas que se pueden realizar del lugar que estamos promocionando.

Confeccionar monólogos sobre una visita cultural guiada a los lugares principales de la ciudad.

Saber presentar los recursos naturales de un lugar convertidos en atracción turística.

Informarse e informar sobre el pasado, presente y futuro de un lugar turístico. Conocer la historia y los personajes ligados a la historia del lugar.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL:

Manuales:

Corbeau, S. Dubois, C; Penfornis, J.-L. (2004) *Tourisme.com*, Paris : Clé International
Corbeau, S. Dubois, C; Penfornis, J.-L. (2006) *Hôtellerie-restauration.com*, Paris : Clé International
Calmy, Anne M (2004) *Le français du tourisme*, Paris : Hachette
Chanteleuve, O et al.(1991) *Les métiers du tourisme*, Paris, Hachette.
Latifi, M. *L'hôtellerie en français* (1993), Paris :Didier/Hatier.

Gramáticas :

Grégoire, M., Thiévenaz, O. (1995), *Grammaire progressive du français*, Paris : Clé International.

Diccionarios :

- Bernabé Gil, M.L. (2013), *Vocabulaire du Français du tourisme, de l'Hôtellerie et de la Restauration*, Granada : Comares.
-Diccionario bilingüe français-espagnol et espagnol-français, Larousse
-Chapron, J. et J. Berboin, *Dictionnaire économique, commercial et financier*, Presses-Pocket.

ENLACES RECOMENDADOS

<http://www.tv5monde.com/>

<http://www.lepointdufle.net/>

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



http://www.study.com/formations_metiers/communication.htm
<http://www.e-tud.com/encyclopedie-education/?229-charge-de-promotion>
<http://www.letudiant.fr/metiers/secteur/marketing-publicite.html>
http://www.distrijob.fr/candidat/offre_show.asp?rec=239680
<http://emploi.trovit.fr/offres-emploi/un-r%C3%A9ceptionnaire>
<http://www.studyrama.com/vie-etudiante/agenda/archives/charge-d-assistance-un-metier-encore-meconnu.html>
http://www.cariforef-mp.asso.fr/files/essentiel_metiers/essentiel_metiers_hotel.pdf

METODOLOGÍA DOCENTE

Docencia presencial en el aula.
 Estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones.
 Tutorías individuales y/o colectivas y evaluación.

PROGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad Formativa:
 Lección magistral (30 horas) – presencialidad 100
 Actividades prácticas y seminarios (15 horas) - presencialidad 100
 Tutorías académicas y pruebas de evaluación (15 horas) - presencialidad 100
 Actividades no presenciales y en grupo (90 horas) – presencialidad 0

EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exámenes	20.0	70.0
Prácticas	0.0	30.0
Seminarios	0.0	10.0
Asistencia y participación	0.0	10.0

Según la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada, aprobada en Consejo de Gobierno en su sesión extraordinaria del 20 de mayo de 2013, en su artículo 8, el estudiante tiene derecho a acogerse a LA EVALUACIÓN ÚNICA FINAL:

Modalidad Examen Evaluación Única Final

La evaluación única final, entendiéndose por tal la que se realiza en un solo acto académico, podrá incluir cuantas pruebas sean necesarias para acreditar que el estudiante ha adquirido la totalidad de las competencias descritas en la Guía Docente de la asignatura (art. 8 del Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada).
 La evaluación única final se hará mediante un examen en el que se evaluarán las competencias teóricas y



prácticas (100 %). Los criterios de evaluación serán los mismos que para la prueba final de la asignatura (comprobación del desarrollo efectivo de las competencias teóricas y prácticas, a través de diferentes herramientas que proporcionarán los datos para medir y valorar los resultados obtenidos).

Materia objeto de examen: la indicada en la guía docente.

Modalidad: presencial.

Estructura:

Expression écrite

I. Expression orale

II. Grammaire

III. Lexique

IV. Compréhension écrite

La evaluación se hará en consonancia igualmente con lo establecido en la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada, aprobada en Consejo de Gobierno ((BOUGR núm. 112, de 9 de noviembre de 2016).

