

Departamento de Economía y Administración

Programa Libre

Carrera: Licenciatura en Administración Hotelera

Año: 2012

Curso: Inglés Hotelero III

Créditos: 8

Núcleo al que pertenece: Cursos de Licenciatura

Tipo de Asignatura: Teórico - Práctica

Presentación y Objetivos:

Resulta indispensable tener una mirada que abarque los objetivos generales de la Licenciatura en Administración Hotelera y los alcances del título, ya que esta propuesta pedagógica surge de tal análisis, y ha sido diseñada con el propósito de posibilitar al alumno una acabada comprensión del texto escrito en el idioma inglés tanto en función del propio desarrollo profesional como de futuro estudio, investigación o acceso a publicaciones académicas, y una profundización de la participación en situaciones de comunicación social y laboral. Se pretende que el alumno tenga acceso a las descripciones del lenguaje tal como es usado en las situaciones específicas tanto de las disciplinas como de las ocupaciones particulares. La enseñanza del idioma inglés con propósitos académicos tiene como objetivo específico posibilitar al alumno el estudio, la investigación, o el desarrollo profesional en este idioma, que es el idioma internacional de investigación y publicación académica, de acceso a tecnología y experticia. En este

nivel los alumnos articularán conocimientos semánticos, morfológicos, sintácticos y discursivos con especificaciones de retórica, modalidad y registro. Se intenta prepararlos para el desarrollo profesional al que aspiran una vez graduados.

Que los alumnos:

- Logren una comprensión lectora profunda de textos en el idioma inglés, tomando conciencia del discurso específico y de las variaciones potenciales, donde puedan traspasar el límite de los conocimientos previos para hacer uso de las señales lingüísticas de un texto dado.
- Consoliden sus estrategias de escucha de textos orales de la especialidad para incrementar la comprensión auditiva.
- Utilicen en forma apropiada el vocabulario y fórmulas típicas de la atención al cliente.
- Produzcan mensajes escritos de la especialidad con cohesión y coherencia.
- Afiancen la comunicación interpersonal fluida en el ámbito profesional-laboral futuro o actual, pudiendo dar respuesta a las demandas del cliente con soltura y coherencia, utilizando el registro adecuado.
- Comprendan el contenido general y los detalles en mensajes orales a un ritmo normal de conversación, en emisiones producidas por nativos y no nativos, en diversos registros y situaciones de comunicación.

Contenidos mínimos:

Tratar solicitudes telefónicas referidas a todos los servicios. Faqs. Ofrecer consejo y dar sugerencias sobre cualquier tema posible (dentro y fuera del hotel). Dar información turística (atendiendo al clima en las diferentes regiones) sobre lugares de interés, tradicionales y de interés histórico. Desenvolverse en una entrevista de trabajo.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad 1

La atención al cliente. La importancia del trato cordial y eficiente. Uso del registro apropiado. El trato personal: principios de una comunicación eficiente. Principio de cooperación en la conversación. Tratamiento de pedidos del huésped en todos los sectores del hotel y del restaurant. La conversación telefónica: solicitudes para las diferentes áreas; tratamiento de solicitudes, reclamos o pedidos de índole personal. El clima. Las posibilidades de cada actividad turística teniendo en cuenta los factores climáticos, los intereses y las necesidades del huésped. Información: tradiciones, lugares históricos, etc. Diseño de un hotel teniendo en cuenta sus características de acuerdo al perfil del huésped esperado.

Bibliografía:

Jones, L. (2005). *Welcome! English for the travel and tourism industry* (2nd Edition), UK: CUP, Unidades 28-29-30-45-46-47-48-49.

Unidad 2

Turismo. Descripción de lugares de interés en el área. Indicar modos de acceder a lugares dentro y fuera del hotel. Uso de mapas y planos. Medios de transporte: ventajas y desventajas. Preguntas frecuentes. Diseño de un folleto sobre un destino turístico.

Bibliografía:

Jones, L. (2005). *Welcome! English for the travel and tourism industry* (2nd Edition), UK: CUP, Unidades 35-36-40.

Revell, R., Stott, T. (2006). *Highly Recommended. English for the Hotel and Catering Industry*, UK: OUP, Unidades 21-22.

Unidad 3

Cartas y faxes. Tipos de carta: quejas, disculpas, reservas, confirmación, consultas.
Producción de textos escritos formales.

Bibliografía:

Jones, L. (2005). *Welcome! English for the travel and tourism industry* (2nd Edition),
UK: CUP, Unidades 21-22-23-24.

Unidad 4

Medios de pago. Detalle y explicación de la cuenta. Información sobre cambio de
dinero, precios y lugares. Respuesta a posibles problemas. Tratamiento de todo
tipo de queja. El checkout. La despedida. Saludos formales.

Bibliografía:

Jones, L, (2005). *Welcome! English for the travel and tourism industry* (2nd Edition),
UK: CUP, Unidades 31-32-33-34.

Revell, R., Stott, T. (2006). *Highly Recommended. English for the Hotel and Catering
Industry*, UK: OUP, Unidades 26-27.

Unidad 5

El trabajo. La presentación personal. La entrevista laboral. Estrategias para una
entrevista exitosa. Cartas y formularios de solicitud de empleo. Cartas de rechazo.
El CV. Elaboración y posibles presentaciones.

Bibliografía:

Revell, R., Stott, T. (2006). *Highly Recommended. English for the Hotel and Catering
Industry*, UK: OUP, Unidad 28.

Bibliografía Obligatoria:

Unidad 1

Jones, L. (2005). *Welcome! English for the travel and tourism industry* (2nd Edition), UK: CUP, Unidades 21-22-23-24-28-29-30-31-32-33-34-35-36-40-45-46-47-48-49

Revell, R., Stott, T. (2006). *Highly Recommended. English for the Hotel and Catering Industry*, UK: OUP, Unidades 21-22-26-27-28.

Bibliografía de consulta:

Badger, I., Pedley, S. (2003). *Everyday Business Writing*, England: Pearson, págs. 8/14.

Mascull, B. (2005). *Best Practice*, UK: Thomson.

Richey, R. (2010). *English for Customer Care*, Oxford: OUP

Wood, N. (2003). *Tourism and Catering*, Oxford: OUP, págs. 18-19.

Wood, N. (2003). *Business and Commerce*, Oxford: OUP, págs 2 - 7 – 30.

Strutt, P. (2003). *English for International Tourism*, England: Pearson Education Limited, págs. 10/11, 22/24, 64/65, 98/99.

Evaluación:

Se tomará un examen escrito y oral, que se aprobará con una **nota mínima de 4 (cuatro) puntos, que se obtienen respondiendo el 60% del examen en forma apropiada.**

Se insistirá en las estrategias y estructuras relevantes a cada función (área comunicativa)