



Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo

Presentación

La Facultad de Ciencias Empresariales de Ourense está localizada en el Edificio Jurídico Empresarial del Campus Universitario en pleno centro de la ciudad.

La oferta educativa para el próximo curso 2015-2016 en el Centro es:

Títulos de Grado:

- **GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**
- **GRADO EN TURISMO**
- **PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS + INGENIERÍA INFORMÁTICA**
- **PROGRAMA CONJUNTO DE ESTUDIOS ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS + DERECHO**
- **GRADO EN CONSULTORÍA Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN (solo se oferta 4º curso)**

Desde el curso 2015-2016, gracias a un acuerdo de cooperación Inter-Institucional con Hochschule Bremerhaven, la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo oferta el Programa de Doble Grado Internacional en Administración y Dirección de Empresas (Business Administration & Management) de la Universidad de Vigo y Bachelor of Arts in Business Administration en Hochschule--Bremerhaven. Además, por segundo año consecutivo se oferta el programa ADE INTERNACIONAL con más de 60 créditos impartidos en inglés.

Con estos acuerdos y programas la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo apuesta por la internacionalización de los estudios y la participación de los estudiantes en programas de movilidad e intercambio, abriendo un abanico a nuevos horizontes y opciones de futuro.

En cuanto a la oferta de **POSTGRADOS** de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo:

- **MÁSTER OFICIAL EN CREACIÓN, DIRECCIÓN E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA**
- **MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO**
- **MÁSTER OFICIAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL DEL DEPORTE**

Para obtener más información visita nuestra página web <http://www.fcetou.uvigo.es/>

¡Ven a visitarnos!

Organigrama

EQUIPO DECANAL

Decana

Elena Rivo López

Teléfono: 988368800

e-mail: decano.eto@uvigo.es

Vicedecana de Ordenación Académica y Alumnado

Mercedes Mareque Álvarez-Santullano

Teléfono: 988368728

e-mail: chedestmareque@uvigo.es

Vicedecano de Estudios de Grado y Gestión Informática

Diego Rodríguez-Toubes

Teléfono: 988368747

e-mail: drtoubes@uvigo.es

Vicedecano de Calidad

Marcos Álvarez Díaz

Teléfono: 988 368 764

e-mail: marcos.alvarez@uvigo.es

Vicedecana de Relaciones Internacionales

Elena De Prada Creo

Teléfono: 988368726

e-mail: edeprada@uvigo.es

Secretaría

María Beatriz González Sánchez

Teléfono: 988368712

e-mail: bgonzale@uvigo.es

Localización

Edificio Jurídico-Empresarial

Campus Universitario Las Lagunas

32004 Ourense

Conserjería: + 34 988 368 700

Secretaría de alumnado: +34 988 368 803; administracion.eto@uvigo.es

Secretaría de Decanato: +34 988 368 800; secretario.eto@uvigo.es

Relaciones Internacionales: edeprada@uvigo.es

Información general: info.eto@uvigo.es

Fax: + 34 988 368 923

Página web: www.fcetou.uvigo.es

Grado en Turismo

Asignaturas

Curso 2

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
004G240V01301	Economía aplicada al turismo	1c	6
004G240V01302	Lenguas extranjeras para el turismo IA: Inglés	1c	3
004G240V01303	Marketing turístico	1c	6
004G240V01304	Recursos territoriales	1c	6
004G240V01305	Gestión de recursos humanos en empresas turísticas	1c	6
004G240V01306	Lenguas extranjeras para el turismo IB: Francés	1c	3
004G240V01307	Lenguas extranjeras para el turismo IC: Alemán	1c	3
004G240V01308	Lenguas extranjeras para el turismo ID: Portugués	1c	3

O04G240V01401	Distribución turística	2c	6
O04G240V01402	Estadística	2c	6
O04G240V01403	Lenguas extranjeras para el turismo IIA: Inglés	2c	3
O04G240V01404	Patrimonio cultural	2c	6
O04G240V01405	Promoción turística	2c	6
O04G240V01406	Lenguas extranjeras para el turismo IIB: Francés	2c	3
O04G240V01407	Lenguas extranjeras para el turismo IIC: Alemán	2c	3
O04G240V01408	Lenguas extranjeras para el turismo IID: Portugués	2c	3

DATOS IDENTIFICATIVOS**Economía aplicada al turismo**

Asignatura	Economía aplicada al turismo			
Código	004G240V01301			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Economía aplicada			
Coordinador/a	Soto Oñate, David Swagemakers , Paul			
Profesorado	Soto Oñate, David Swagemakers , Paul			
Correo-e	paul.swagemakers@uvigo.es davidsoato@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es			
Descripción general	Economía Aplicada al Turismo es una materia básica que se imparte en el primer semestre del Grado en Turismo. Consta de un total de 6 créditos ECTS, que se corresponde con 150 horas de trabajo del alumno, de las cuales aproximadamente 50 son actividades presenciales, mientras que el resto serán actividades no presenciales.			

Esta materia pretende iniciar al estudiante en el conocimiento de las técnicas y del área de estudio de la Economía Aplicada, con especial hincapié en el papel del sector turístico en las economías actuales.

Competencias

Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B2	Ser capaz de analizar, sintetizar y gestionar datos derivados de las observaciones usando los fundamentos técnicos cuantitativos y de predicción
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B10	Capacidad para convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
C1	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los agentes económicos que intervienen en el turismo y las relaciones que se establecen entre ellos
C2	Comprender e interpretar conocimientos acerca de políticas públicas, estructura y evolución de los mercados turísticos: relaciones nacionales e internacionales
C10	Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo
D3	Creatividad

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Adquirir conocimientos básicos para entender el funcionamiento de la economía mundial y española, y de la importancia del sector turístico dentro de la misma.	A1	B1
	A2	B3
	A3	

Acceder a las fuentes estadísticas y bibliográfica de la Economía Mundial y de España, así como del sector turístico enmarcado en su contexto económico.

B1
B2
B3
B7
B8
B9
B10

C2

Sintetizar información estadística en el ámbito económico y social en Indicadores Económicos relevantes e interpretar indicadores.	A3 A4	B1 B2 B3 B5 B7 B8 B9 B10	C2	
Elaboración y exposición de los resultados, empleando en un nivel básico los programas informáticos de cálculo, realización de gráficos y presentaciones	A3 A4 A5	B2 B3 B5 B7 B8 B9 B10		D3
Someter a contraste y discusión las ideas expuestas en las lecciones magistrales	A4 A5	B3 B5 B7	C1 C2 C10	D3

Contenidos

Tema	
Parte I: Introducción	Los objetivos básicos y las preguntas relevantes. Organización y método de trabajo. Sistema de evaluación de la materia. Herramientas de trabajo y de la plataforma TEMA. Análisis de conocimientos previos y expectativas.
Tema 1: Objetivos y Metodología de la materia.	Objetivos del tema. La actividad económica y el crecimiento económico.
Tema 2: Técnicas e instrumentos económicos de evaluación	Indicadores económicos. Crecimiento y desarrollo. Principales fuentes estadísticas y bibliográficas.
Parte II: Economía Mundial y Turismo	Objetivos del tema. Análisis del crecimiento en los países desarrollados. Factores. El mercado turístico internacional.
Tema 3: Los países desarrollados.	
Tema 4: Los Países en Vías de Desarrollo.	Objetivos del tema. Características estructurales de los países en vías de desarrollo. Estrategias de crecimiento económico. El papel del turismo como oportunidad de crecimiento.
Parte III: Economía Española	Objetivos del Tema. Crecimiento económico y evolución de la Economía Española. El sector turístico en la Economía Española.
Tema 5: El desarrollo económico español.	
Tema 6: El Sector Público en España.	Evolución del papel del Estado en las economías. Estructura y funciones del Estado. El papel del Sector Público en el desarrollo turístico.
Parte IV: La actualidad de la economía española y mundial	Temas de actualidad de la Economía Mundial. Temas de actualidad de la Economía Española.
Tema 7: Temas de debate y actualidad	

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	8	24	32
Debates	2	8	10
Actividades introductorias	3	6	9
Prácticas en aulas de informática	10	10	20
Sesión magistral	20	20	40
Pruebas de tipo test	2	10	12
Pruebas de respuesta corta	4	20	24
Observación sistemática	1	2	3

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

Descripción

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Durante el curso, se propondrá a los alumnos un conjunto diverso de ejercicios complementarios, que pueden incluir problemas de cálculo, análisis de casos, lectura de artículos científicos, lectura de artículos de prensa, videos, etc. Estas actividades serán realizadas individualmente o en grupo, según proceda, y contarán con una parte no presencial, de trabajo autónomo, y otra parte de presentación y corrección en aula. Este tipo de ejercicio requiere que el estudiante tenga acceso a internet, pues será necesario acceder a la plataforma TEMA para descargar la información, así como acceder a Bases de Datos oficiales. En todo caso, los alumnos siempre dispondrán de internet en las aulas de libre acceso de la facultad.
Debates	A través de la Plataforma TEMA se propondrán al alumnado un conjunto de lecturas relacionadas con los contenidos de los temas del programa. Posteriormente, habrá una sesión presencial para el debate abierto en aula sobre los contenidos de las lecturas propuestas.
Actividades introductorias	En las actividades introductorias, se presentará la materia, sus contenidos y objetivos, así como la planificación docente y el sistema de evaluación. Podrá realizarse alguna prueba de conocimientos previos o de comprobación de la comprensión del sistema por parte del alumnado.
Prácticas en aulas de informática	En las prácticas en las aulas de informática el alumnado realizará ejercicios y análisis de casos en los que aprenderá a manejar información estadística con las técnicas de análisis más habituales. Con estas prácticas el alumnado aprenderá a organizar información, sintetizar y depurar datos, construir indicadores, etc. Esto exigirá la realización de cálculos básicos (tasas de variación, números índice, etc.) y su representación gráfica.
Sesión magistral	En las sesiones magistrales, el profesorado desarrollará los contenidos del programa. Se tomará como punto de partida las preguntas destacadas en cada tema, así como los resultados y conclusiones que se vayan alcanzando simultáneamente en las otras actividades docentes relacionadas con el tema. Será labor del docente aportar las ideas centrales y criterios de organización e interpretación de la información necesarios para que el estudiante sea capaz de contestar a las preguntas relevantes. Las sesiones magistrales podrán apoyarse en problemas y análisis de casos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Las consultas personalizadas se realizarán tanto a través de actividades presenciales, como tutorías, como a través de actividades no presenciales a través de la Plataforma TEMA. Con cada tarea el alumno podrá enviar sus preguntas y dudas mediante una utilidad de la plataforma informática. Cuando las dudas sean generalizadas, se responderá colectivamente a todos los alumnos mediante el envío de un correo electrónico a través de la Plataforma TEMA.
Pruebas	Descripción
Pruebas de tipo test	Las consultas personalizadas se realizarán tanto a través de actividades presenciales, como tutorías, como a través de actividades no presenciales a través de la Plataforma TEMA. Con cada tarea el alumno podrá enviar sus preguntas y dudas mediante una utilidad de la plataforma informática. Cuando las dudas sean generalizadas, se responderá colectivamente a todos los alumnos mediante el envío de un correo electrónico a través de la Plataforma TEMA.
Pruebas de respuesta corta	Las consultas personalizadas se realizarán tanto a través de actividades presenciales, como tutorías, como a través de actividades no presenciales a través de la Plataforma TEMA. Con cada tarea el alumno podrá enviar sus preguntas y dudas mediante una utilidad de la plataforma informática. Cuando las dudas sean generalizadas, se responderá colectivamente a todos los alumnos mediante el envío de un correo electrónico a través de la Plataforma TEMA.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Pruebas de tipo test	Consistirán en la realización de cuestionarios vinculados a las sesiones magistrales, prácticas de laboratorio, lecturas, debates y demás ejercicios complementarios propuestos.	50	A1 A3 A4 A5	B3 B8 C10	C1 C2
Pruebas de respuesta corta	Consistirán en la realización de pruebas de respuesta corta vinculadas a las sesiones magistrales, prácticas de laboratorio, lecturas, debates y demás ejercicios complementarios propuestos.	30	A2 A3 A4 A5	B3 B5 B8 B9 B10	D3
Observación sistemática	Se basará en la participación del alumnado en las actividades de evaluación continua propuestas durante el curso, incluida la entrega de trabajos de tipo voluntario propuestos durante el período docente.	20	A4 A5	B1 B2 B5 B7 B8 B9 B10	C10 D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación de la materia será continua. La nota final se configura a partir de pruebas test y de respuesta corta sobre los contenidos de la materia, y a partir de la observación de la participación del alumnado en las actividades del curso (asistencia y participación activa en las clases, entrega de actividades voluntarias). El alumnado que supere la materia mediante evaluación continua no precisará presentarse al examen final de la materia.

Aquellos alumnos que no alcancen un rendimiento satisfactorio mínimo podrán ser suspendidos del sistema de evaluación continua antes de acabar el curso. Podrá realizarse una primera evaluación de rendimiento en el primero mes del curso. Asimismo, es preciso presentarse a todas las pruebas y actividades evaluables (excepto a las actividades calificadas como voluntarias) para tener la posibilidad de ser evaluado/la mediante evaluación continua.

Cuando no proceda la evaluación continua se realizará un examen final, que podrá incluir preguntas de tipo test y de respuesta corta sobre el contenido de las clases magistrales, de las prácticas de aula informático, de las lecturas y debates y demás ejercicios y tareas del curso. En este caso la nota de la parte test del examen constituirá el 60% de la nota final y la parte de respuesta corta el 40%.

El examen correspondiente a la segunda y posteriores convocatorias seguirá el mismo modelo que el examen final.

Los estudiantes que no participen en la evaluación continua ni realicen el examen final, figurarán en las actas como no presentados. El alumnado que suspenda la evaluación continua y no se presenten al examen final, figurará en las actas como suspenso. El alumnado que apruebe la evaluación continua y desee subir nota, podrá presentarse al examen final (en cuyo caso la nota del examen final sustituirá a todos los efectos a la nota obtenida mediante evaluación continua).

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias serán las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-16.

Fuentes de información

García Delgado, José Luís e Rafael Myro (directores), **Lecciones de Economía Española**, 11ª Ed., 2013,

Jaime Requeijo González, **Economía Mundial**, 4ª Ed., 2012,

Berzosa, Carlos; Pablo Bustelo, Jesús de la Iglesia, **Estructura Económica Mundial**, 2ª Ed., 2001,

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- Cuenca García, Eduardo: Organización económica internacional, Madrid: Pearson-Prentice Hall, 2004
- Jiménez, Juan Carlos; Carlos M. Fernández-Otheo, Antoni Garrido (editores) Ejercicios y prácticas de economía española, Madrid : Civitas, 2001.
- Miguel González Moreno (director): Temas de economía española , Valencia:Tirant lo Blanch, 2008.
- Martín, Carmela: España en la nueva Europa, Madrid : Alianza : Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas, D.L. 1997
- Martín Mayoral, Fernando (coord.) (2009) Manual de Economía Española, Teoría y Estructura : Madrid, Pearson.
- Martínez Chacón (director) (coord.) Economía española. Barcelona : Ariel, 2009.
- Montaner, J. (2002). Política y relaciones turísticas internacionales. Ariel Turismo.
- Paz Báñez, M.A. (2000). Economía mundial. Tránsito hacia el nuevo milenio. Ed. Pirámide,
- Rivas García, J. (2007). Estructura y Economía del Mercado Turístico. Septem Ed.
- Todaro, Michael P.: Economic development. London: Longman, 2009.
- Vidal Villa, José María; Javier Martínez Peinado: Economía mundial Madrid : McGraw-Hill, D.L. 2000.

DIRECCIONES DE INTERNET CON BASES DE DATOS E INFORMES SOBRE ECONOMÍA MUNDIAL Y ESPAÑOLA:

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Planificación pública del desarrollo turístico/O04G240V01604

Turismo y desarrollo económico territorial/O04G240V01501

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Economía: Introducción a la economía/O04G240V01103

Geografía: El turismo en el mundo actual/O04G240V01104

Estadística/O04G240V01402

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Lenguas extranjeras para el turismo IA: Inglés				
Asignatura	Lenguas extranjeras para el turismo IA: Inglés			
Código	O04G240V01302			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	2	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Figueroa Revilla, Beatriz Olga			
Profesorado	Figueroa Revilla, Beatriz Olga			
Correo-e	revilla@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Intensificación y perfeccionamiento del idioma inglés, con especial aplicación en el sector turístico.			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B4	Dominio del inglés y perfeccionamiento e intensificación, como mínimo, de una segunda lengua extranjera
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C14	Desempeñar actividades profesionales en inglés y otras lenguas extranjeras dentro del sector turístico
C15	Orientación del servicio al cliente
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje				
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Descodificar e interpretar mensajes en inglés procedentes de diversos ámbitos, con especial atención al sector turístico.	A1	B4	C14	D5
	A2	B6	C15	
	A3	B8		
	A5			
Expresar oralmente y por escrito mensajes en inglés, sobre diversos temas y experiencias.	A1	B4	C14	D3
	A2	B5	C15	D5
	A4	B6		
	A5	B8		
Adaptar el nivel de lengua a las distintas situaciones comunicativas, tanto coloquiales como formales.	A1	B4	C14	D3
	A2	B5	C15	D5
	A3	B6		
	A4	B8		
	A5			

Gestionar la relación con los clientes en inglés, especialmente en el ámbito del turismo.	A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D5
Aplicar las TIC a la búsqueda y selección de información variada (léxica, cultural, etc.).	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14	D5
Organizar y desarrollar trabajo en equipo en diferentes contextos y lenguas.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14	D3 D5

Contenidos

Tema	
1. Eating Out	Lexical Input: Eating out habits, meals, types of food, explaining dishes, describing a recipe Communication: Dialogues at la restaurant: booking a table, taking orders, ordering a meal, offering, explaining a dish, and paying. Language Focus: Quantifiers, connector, impersonal constructions
2. Accommodation	Types of accommodation, hotel description, location of facilities, hotel inspections, paying, checking bills Communication: Booking a room, dealing with complaints Language Focus: Getting something done, comparisons, indirect questions
3. Destinations	Lexical Input: Weather, weather forecast, describing climate, Popular Tourist Destinations (natural features and attractions) Communication: Offering advice, Developing a destination, Describing attractions, guidebook phrases, Describing manufacturing processes: beer and wine. Language focus: articles, passive, conditional sentences

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Proyectos	2.5	10	12.5
Sesión magistral	5	2	7
Resolución de problemas y/o ejercicios	3.75	15.75	19.5
Actividades introductorias	1.75	1	2.75
Prácticas de laboratorio	7	18.25	25.25
Tutoría en grupo	1	4	5
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	0	2
Pruebas de respuesta corta	1	0	1

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Proyectos	Profundización en los contenidos de los bloques temáticos complementado con el trabajo on-line, familiarización con las Tics y desarrollar competencias como el trabajo en equipo.
Sesión magistral	Exposición de los contenidos fundamentales del curso tanto teóricos como prácticos
Resolución de problemas y/o ejercicios	Práctica a través de ejercicios de distinto tipo en las diferentes destrezas comunicativas tanto en su faceta receptiva como productiva
Actividades introductorias	Preparación para la asignatura tanto a nivel gramatical como léxico. Consolidación de las principales funciones comunicativas necesarias para el ejercicio profesional en el sector turístico
Prácticas de laboratorio	Práctica contextualizada de las diferentes destrezas comunicativas emulando situaciones habituales en el desarrollo de la actividad profesional en el ámbito del turismo
Tutoría en grupo	Trabajo en profundidad sobre temas específicos del ámbito turístico con un enfoque profesional en el que se puedan poner la prueba las competencias a adquirir en la materia

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua
Proyectos	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua
Resolución de problemas y/o ejercicios	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua
Actividades introductorias	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua
Prácticas de laboratorio	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua

Evaluación						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Proyectos	Realización y presentación de un tema	15	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B7	C14 C15	D3 D5
Sesión magistral	Análisis de la adquisición de contenidos globales presentados en estas sesiones	5	A3 A4	B4 B5 B8		
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de ejercicios y actividades prácticas que resuman los contenidos generales del curso	5		B4 B5	C14	D5
Actividades introductorias	Evaluación de competencias comunicativas	5	A4 A5			D5
Prácticas de laboratorio	Realización de ejercicios y actividades contextualizadas. Léxico específico	20	A4	B7	C14 C15	D3
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Realización de ejercicios y actividades en las áreas de léxico, gramática, comprensión oral y escritura y producción oral y escritura	30		B1 B4 B5 B8	C14	D3 D5
Pruebas de respuesta corta	Realización de ejercicios y actividades prácticas que resuman los contenidos generales del curso en las principales destrezas comunicativas orales	20		B5 B6 B7	C14 C15	D3 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

En caso de que un estudiante no cumpliera los requisitos arriba expuestos, deberá presentarse la dos pruebas finales, una oral y otra escritura, que engloben el total de los contenidos del curso y que reflejen el cumplimiento total de los objetivos presentados. El resultado de estas dos pruebas supondrá la nota final del alumno.

Para la segunda convocatoria, se realizará un examen escrito que cubra todos los contenidos y competencias expuestos y un examen oral de las mismas características para evaluar las destrezas orales.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU

Fuentes de información

Rowe, Anne, Fiona & Borein, John D. Smith, **Travel and tourism : standard level**, Cambridge University Press,
De Prada Creo, Elena, **Travel, Leisure and Socializing for Spanish Speakers**, T&T,
Jones, Leo, **Welcome! : english for the travel and tourism industry**, Cambridge University Press,
Strutt, P., **English for International Tourism, Intermediate**, Pearson Education Limited,
Harding, Keith & Paul Henderson, **High season : english for the hotel and tourist industry**, Oxford University Press,
Strutt, P., **English for International Tourism, Upper intermediate**, Pearson Education Limited,

O'Hara, Francis, **Be my Guest**, Cambridge University Press,

Murphy, R. (1994) English Grammar in Use. Cambridge. C.U.P.

Swan, M. and C. Walter (1997) How English Works. Oxford. Oxford University Press.

<http://ec.hku.hk/epc/>

<http://www.businessenglishebook.com/Business-English-Greetings-Lesson.htm>

<http://esl.about.com/od/speakingenglish/a/smalltalk.htm>

B) Dictionaries:

VV. AA. Collins Diccionario Español-Inglés Inglés-Español

Alcaraz Varó, E. et al. (2000) Diccionario de Términos de Turismo y de Ocio, Inglés- Español, English-Spanish. Ariel

<http://www.ldoceonline.com/> (Longman Dictionary of Contemporary English- monolingual)

C) Películas e documentales:

The Weather

Sideways

The Washington Post. Travel special

Travel and Leisure

La información indicada se complementará con una selección de páginas web relacionadas con el mundo del turismo que amplíen y consoliden los contenidos.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma moderno: Inglés para turismo/O04G240V01204

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Marketing turístico				
Asignatura	Marketing turístico			
Código	004G240V01303			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa			
Correo-e	alen@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia conecta al alumno con aspectos del marketing básicos para conocer y entender el mercado y los consumidores de la empresa. En concreto, la asignatura Marketing turístico pretende ahondar en el estudio del marketing estratégico y de las herramientas de análisis y planificación del mercado de cada a desarrollar estrategias exitosas para las empresas en el mercado.			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C5	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos de la gestión de empresas turísticas: Problemas económicos internos e interrelaciones entre los distintos subsistemas
C6	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos del marketing turístico, así como objetivos, estrategias y políticas comerciales
C13	Evaluar alternativas de planificación, dirección y control de empresas turísticas, así como saber tomar decisiones estratégicas
C15	Orientación del servicio al cliente
D1	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
D2	Compromiso ético
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Conocer la relación entre la empresa turística y su entorno evaluando los objetivos, estrategias y políticas comerciales.	A1	C5	
	A2	C6	
	A3	C13	
	A4		
	A5		
Conocer los distintos procesos, procedimientos y estrategias de marketing para la prestación de un servicio excelente.	A1	C13	D3
	A2	C15	D5
	A3		
	A5		

Identificar los problemas comerciales y saber encontrar y utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución	B1 B3	D3
Movilidad y adaptabilidad a situaciones diferentes y capacidad de trabajo en equipo	B6 B7 B8	D1
Mostrar, explicar y justificar los valores éticos propios de la profesión	B5	D1 D2

Contenidos

Tema	
Tema 1. Introducción: Marketing turístico	1.1. Definición y concepto de marketing 1.2. Enfoques en la dirección de marketing
Tema 2: Características del servicio y del marketing turístico	2.1 Características del marketing de servicios 2.2 Estrategias de gestión para empresas de servicios 2.3 el modelo de prestación de un servicio
Tema 3. Mercado potencial, demanda de mercado y cuota de mercado	3.1. Definición del concepto de mercado 3.2. Mercado potencial 3.3. Cuota de mercado potencial y cuota de participación
Tema 4. La planificación de marketing (introducción)	4.1. El plan estratégico de marketing 4.2. Las estrategias de marketing
Tema 5. El sistema de información de marketing	5.1. Evaluación de las necesidades de información en marketing 5.2. La investigación comercial
Tema 6. El comportamiento del consumidor	6.1. Factores que inciden en el comportamiento de compra del consumidor 6.2. Modelos de comportamiento del consumidor
Tema 7. La segmentación de mercados	7.1. La segmentación 7.2. Proceso y estrategias de segmentación 7.3 Posicionamiento
Tema 8. Marketing Mix	8.1 Diseño y gestión del producto 8.2 Consideraciones sobre el precio 8.3 Canales de distribución 8.4 Promoción del producto

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	22	45	67
Estudio de casos/análisis de situaciones	22	5	27
Pruebas de tipo test	1.5	40	41.5
Pruebas de respuesta corta	0.5	14	14.5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante. Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material entregado por el profesor y que se consulte la bibliografía recomendada para completar la información con el fin de seguir las explicaciones.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Tiempo dedicado por el profesor a la atención personalizada del estudiante.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se entregarán casos y ejercicios que habrá que resolver	40	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B3 B5 B6 B7 B8	C13	D1 D2 D3 D5

Pruebas de tipo test	Examen tipo test de entre 50 y 100 preguntas válidas	35	A1 A2 A3 A4 A5	B8	C5 C6
Pruebas de respuesta corta	Preguntas cortas acerca del temario	25	A1 A2 A3 A4 A5	B3 B5 B8	C5 C6 C13 C15

Otros comentarios sobre la Evaluación

La descripción de esta guía esta pensada para la modalidad presencial. La nota obtenida por el alumno en la parte presencial tendrá vigencia para las convocatorias a las que da derecho la matrícula de cada curso académico.

*La concreción de las actividades a realizar dependerá en gran medida del número de alumnos, medios para trabajar en grupo, etc

Evaluación continua:

La nota final será el resultado de:

a) Realización de varios ejercicios/casos prácticos individuales y/o en grupo. Para la evaluación podrá exigirse una defensa oral del caso (40%)

b) Un examen al finalizar la asignatura en el que se medirán los conocimientos teóricos alcanzados (60%)

c) Es necesario alcanzar un mínimo de un 4.5 en cada parte para poder compensarla y superar la asignatura

Evaluación ordinaria:

Seguirán este proceso los estudiantes que no sigan la evaluación continua o aquellos que siguiéndola no alcancen los mínimos establecidos. en este caso, el examen consistirá en una prueba en la que se plantearán preguntas teóricas y otra en la que habrá un caso práctico. Para medir las habilidades de comunicación del estudiante puede establecerse que una o las dos pruebas se realicen de forma oral.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016.

Fuentes de información

Kotler y otros, **Marketing turístico**, 2015,
Best, R., **Marketing estratégico**, 2007,
Kotler y Armstrong, **Principios de Marketing**, 2008,
Kotler y Armstrong, **Dirección de marketing**, 2008,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Distribución turística/O04G240V01401
Promoción turística/O04G240V01405
Investigación de mercados turísticos/O04G240V01602
Atención al cliente/O04G240V01902
E-marketing en el sector turístico/O04G240V01904

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Dirección y gestión de entidades turísticas I/O04G240V01102
Empresa: Dirección y gestión de entidades turísticas II/O04G240V01203

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará a los alumnos la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Recursos territoriales				
Asignatura	Recursos territoriales			
Código	004G240V01304			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Dpto. Externo Historia, arte y geografía			
Coordinador/a	Patiño Romaris, Carlos Alberto			
Profesorado	Patiño Romaris, Carlos Alberto			
Correo-e	xecarlos@gmail.com			
Web				
Descripción general	Los recursos territoriales turísticos: definición, clasificación y relevancia para la actividad turística. Técnicas de inventario de recursos turísticos. Los recursos territoriales turísticos como fundamento de las Unidades Territoriales Turísticas. Evaluación y diagnóstico de recursos turísticos. Procesos y tipologías de desarrollo turístico.			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
C1	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los agentes económicos que intervienen en el turismo y las relaciones que se establecen entre ellos
C3	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los recursos naturales, culturales y patrimoniales relacionados con la actividad turística
C4	Comprender e interpretar conocimientos acerca de las diferentes manifestaciones antropológicas, culturales y sociales que incentivan la actividad turística
C9	Comprender e interpretar conocimientos acerca de las técnicas básicas de investigación y prospectiva en materia turística
C10	Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo
C15	Orientación del servicio al cliente
D2	Compromiso ético

Resultados de aprendizaje				
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Movilidad y *adaptabilidad a *entornos y situaciones diferentes				
Comprender los fundamentos geográficos de la variedad de recursos territoriales turísticos en el globo	A1 A2 A4	B3	C3 C4	D2
Conocer, interpretar y valorar los recursos turísticos de las distintas regiones de España y de Galicia	A1 A3 A4	B3	C3 C4 C15	D2
Asimilar y explicar la variedad de recursos territoriales turísticos de las diferentes áreas regionales del mundo desarrollado	A1 A3 A4	B3 B8	C3 C4	D2

Asimilar y explicar la variedad de recursos territoriales turísticos de las diferentes áreas regionales del mundo subdesarrollado y los países emergentes	A1 A3 A4	B3 B8 C9	C3 C4 C9	D2
Conocer y aplicar los métodos y técnicas propios del análisis geográfico, así como utilizar correctamente el vocabulario geográfico básico, para aplicarlos al estudio de los recursos territoriales turísticos	A1 A3 A4 A5	B3 B7 B9	C3 C4 C10	D2
Demostrar capacidad de comunicación oral y escrita de los conocimientos adquiridos	A4 A5		C1 C3 C15	D2

Contenidos

Tema	
1. Los recursos territoriales turísticos.	Definición, clasificación y relevancia para la actividad turística
2. Técnicas de inventario de recursos turísticos	Recursos naturales Recursos humanos Recursos culturales y patrimoniales
3. Los recursos turísticos como fundamento de las Unidades Territoriales Turísticas	Definición de Unidades Territoriales Turísticas
4. Evaluación y diagnóstico de recursos turísticos	Recursos naturales Recursos humanos Recursos culturales y patrimoniales
5. Procesos y tipologías de desarrollo turístico	El mundo desarrollado Los países emergentes El mundo en desarrollo España y su variedad regional Galicia y su variedad intraregional

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	17.5	47.5
Trabajos tutelados	5	15	20
Presentaciones/exposiciones	6.5	10	16.5
Salidas de estudio/prácticas de campo	3	15	18
Otros	2	10	12
Pruebas de respuesta corta	3	15	18
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	3	15	18

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición de los contenidos teóricos de la materia, con apoyo de material audiovisual y ejemplos prácticos
Trabajos tutelados	Resolución de ejercicios individualmente o en grupo bajo la dirección del profesor. Debates. Seminarios
Presentaciones/exposiciones	Presentación, exposición y debate sobre actividades prácticas de la materia
Salidas de estudio/prácticas de campo	Análisis, estudio y reflexión sobre aspectos relacionados con la materia, en la realidad
Otros	Investigación bibliográfica, en fuentes y a través de internet de aspectos prácticos relacionados con la materia

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Resolución de dudas y problemas que puedan ir surgiendo al realizar los trabajos propuestos, así como realizar un seguimiento más personalizado de las actividades de aprendizaje
Otros	Resolución de dudas y problemas que puedan ir surgiendo al realizar los trabajos propuestos, así como realizar un seguimiento más personalizado de las actividades de aprendizaje

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Trabajos tutelados	Presentación de los trabajos realizados en grupo acordes a las pautas propuestas	15	A1 A2 A3 A4	B3 B7 B8	C3 C4	D2
Presentaciones/exposiciones	Presentación de los trabajos acorde a las pautas propuestas	10	A1 A3 A4	B3 B7	C3 C4	D2
Otros	Asistencia y participación activa en las clases	5	A1 A5		C3 C15	D2
Pruebas de respuesta corta	Pruebas sobre aspectos teóricos tratados en el temario al final de cada tema	35	A1 A4	B3	C1 C3 C4 C10	D2
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Pruebas y ejercicios prácticos realizados al final de cada tema	35	A1 A3 A5	B3 B9	C3 C4 C9 C10	D2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016.

En la segunda convocatoria, la evaluación conservará la calificación de las actividades prácticas realizadas en clase, en su caso. Si el alumno no sigue la evaluación continua, deberá realizar en el examen final también la parte correspondiente a los trabajos de aula, así como también en sucesivas convocatorias

Fuentes de información

Alonso Fernández, J., **Geografía Turística: Europa y el Resto del Mundo.**, Centro de Estudios Ramón Areces,

Alonso Fernández, J., **Geografía Turística General y de España**, Centro de Estudios Ramón Areces,

Alonso Fernández, J., **Introducción a la Geografía**, Centro de estudios Ramón Areces,

Azcárate, B. y otros, **Geografía regional del mundo desarrollado, subdesarrollado y países emergentes**, UNED,

Crespi Villabona, M. y Planells Costa, M., **Recursos turísticos**, Síntesis,

<http://www.guiageografico.com/>,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Patrimonio cultural/O04G240V01404

Promoción turística/O04G240V01405

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Geografía: El turismo en el mundo actual/O04G240V01104

Otros comentarios

Esta guía docente describe las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumnado en la materia de Recursos Territoriales y se concibe de forma flexible. En consecuencia puede requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios o por la relevancia de las situaciones que puedan surgir. Asimismo se aportará al alumnado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

LA MATERIA SERÁ IMPARTIDA POR UN/UNA PROFESOR/A QUE SE CONTRATARÁ EN UN PROCESO PENDIENTE DE RESOLUCIÓN (CONCURSO DE PROFESORADO)

DATOS IDENTIFICATIVOS**Gestión de recursos humanos en empresas turísticas**

Asignatura	Gestión de recursos humanos en empresas turísticas			
Código	004G240V01305			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Gallego			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La asignatura estudia el proceso de gestión de los Recursos Humanos a través de conceptos, estrategias, procesos y técnicas que permitan la correcta dirección de los mismos.			

Competencias

Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C5	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos de la gestión de empresas turísticas: Problemas económicos internos e interrelaciones entre los distintos subsistemas
C8	Comprender e interpretar conocimientos acerca del marco legal que regula las actividades turísticas
C12	Comprender el comportamiento de las personas en empresas turísticas y aplicar las técnicas y métodos de dirección de personal
D1	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Poseer conocimientos acerca de los conceptos relacionados con la gestión de los RRHH: estrategias, procesos y técnicas, y o su papel en el sector turístico.	A1	B5	C12	
Gestionar y dirigir los procesos y estrategias vinculados a los RRHH de forma ética, responsable y asertiva	A2	B5	C12	D1
	A3	B8		
Tomar decisiones en la búsqueda de dar soluciones a problemas relativos a la situación socio-laboral de la empresa aplicando métodos y técnicas adecuados, y emisión y presentación de informes correspondientes	A2	B3	C5	
	A3	B5	C12	
	A4	B7		
Dominar herramientas de gestión de recursos humanos	A2	B1	C5	
	A3	B3		
	A4			
	A5			
Diseñar estrategias vinculadas a los recursos humanos de forma ética, responsable y asertiva	A2	B1	C5	D1
	A3	B7	C8	
	A4	B8	C12	

Contenidos	
Tema	
TEMA 1: Gestión de los RRHH	Evolución de la gestión de RRHH, Análisis de actividades, el departamento de RRHH
TEMA 2: Planificación estratégica de los RRHH	Diagnóstico estratégico de RRHH, Objetivos, Actuaciones
TEMA 3: Reclutamiento y selección	Fuentes de información de RRHH, Técnicas e instrumentos de reclutamiento y selección
TEMA 4: Retribución	Elementos de los sistemas de retribución, Modelos retributivos
Tema 5: Desarrollo	Formación, Gestión del desempeño
Tema 6: Igualdad	Prácticas de gestión de RRHH con perspectiva de igualdad

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	23	23	46
Estudio de casos/análisis de situaciones	23	46	69
Pruebas de tipo test	4	7	11
Pruebas de respuesta corta	6	6	12
Estudio de casos/análisis de situaciones	4	8	12

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Explicación del profesorado de los contenidos básicos de la materia, fuentes de información y pautas para alcanzar los resultados de aprendizaje. Interacción con los estudiantes.
Estudio de casos/análisis de situaciones	Resolución de casos y ejercicios prácticos, búsqueda de soluciones para problemas concretos de situaciones

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Atención personalizada para la resolución de dudas sobre contenidos de la materia o resolución de actividades
Pruebas	Descripción
Pruebas de tipo test	Atención personalizada para la resolución de dudas sobre contenidos de la materia o resolución de actividades
Pruebas de respuesta corta	Atención personalizada para la resolución de dudas sobre contenidos de la materia o resolución de actividades
Estudio de casos/análisis de situaciones	Atención personalizada para la resolución de dudas sobre contenidos de la materia o resolución de actividades

Evaluación						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Estudio de casos/análisis de situaciones	Resolución en las sesiones de los GM de casos prácticos, en grupo o individualmente, sobre los contenidos de la materia. Exposición (Actividad A)	25	A1	B1	C5	D1
			A2	B3	C8	
			A3	B5	C12	
			A4	B7		
			A5	B8		
Pruebas de tipo test	Realización de dos pruebas de seguimiento de la evaluación continua (Actividad B y Actividad C) donde los conceptos básicos teóricos serán abordados a través de preguntas test.	25	A1	B5	C5	
			A2		C8	
			A3			
			A4			
			A5			
Pruebas de respuesta corta	Prueba final de evaluación global de síntesis de conceptos teórico-prácticos (Actividad D)	25	A1	B1	C5	D1
			A2	B3	C8	
			A3	B5	C12	
			A4	B7		
			A5	B8		

Estudio de casos/análisis de situaciones	Realización de dos pruebas de seguimiento de evaluación continua (Actividad B y Actividad C) donde la aplicación práctica de los conceptos teóricos serán abordados a través de la resolución de casos prácticos individualmente	25	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B3 B5 B7	C12	D1
--	--	----	----------------------------	----------------------	-----	----

Otros comentarios sobre la Evaluación

Primera convocatoria (enero)

Alternativa a) Evaluación continua según los criterios de evaluación arriba expuestos. Para superar la evaluación continua es obligatorio obtener como mínimo un 5 sobre 10 en las actividades de evaluación B, C e D.

Para los estudiantes que sigan la evaluación continua y no tengan superado una de las actividades B o C podrán recuperar la actividad suspensa en la fecha oficial de enero establecida para la prueba global de evaluación de la materia.

Se entiende que los estudiantes que tienen alguna cualificación en alguna de las actividades objeto de evaluación siguen la evaluación continua.

Alternativa b) Solo para los estudiantes que no hayan seguido la evaluación continua. Examen global de los contenidos de la materia. La calificación del examen será el 100% de la nota final.

Segunda convocatoria (Julio):

Alternativa a) Examen global de los contenidos de la materia en el mes de julio. La calificación del examen será el 100% de la nota.

Alternativa b) Solo para estudiantes que hayan seguido la evaluación continua y no hayan superado UNA de las actividades B, C, D podrá recuperar la actividad suspensa en la fecha oficial de julio establecida para la prueba de evaluación de la materia.

Esta Guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumnado en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, se pueden requerir reajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y/o del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Se aportará al alumnado la información y las pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

Observación: Cualquier evidencia de trabajos y pruebas plagiados o copiados supondrá una calificación de suspenso en las dos convocatorias.

IMPORTANTE: Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Junta de Centro para el curso 2015-2016. Non obstante, el calendario podrá ser modificado a lo largo del curso por algún imprevisto. Consulten la página web de la facultad por si se producen cambios en el mismo. Ante conflictos en las fechas publicadas en diversos medios, prevalecerá la existente en la página web de la facultad.

Fuentes de información

Acosta, J.; Fernández, N. e Mollón, M., **Recursos Humanos en empresas de turismo y hostelería**, 2002,
Bayón, F. e García, I., **Gestión de RRHH. Manual para técnicas en empresas turísticas**, 1995,
De la Calle, Mª. y Ortiz, M., **Fundamentos de Recursos Humanos**, 2044,
Del Valle, V. y Gómez, J.L., **Recursos Humanos**, 2009,
Dolan, S., Valle, R., Jackson, S.E., e Schuler, R., **La gestión de los recursos humanos**, 2007,
Puchol, L., **Dirección y gestión de Recursos Humanos**, 2007,
Pardo, M; Luna R., **Recursos Humanos para turismo**, 2006,
Martin I., Gaspar A., **Administración de los recursos humanos en las empresas turísticas**, 2010,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Dirección y gestión de entidades turísticas I/O04G240V01102

DATOS IDENTIFICATIVOS**Lenguas extranjeras para el turismo IB: Francés**

Asignatura	Lenguas extranjeras para el turismo IB: Francés			
Código	O04G240V01306			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	2	1c
Lengua Impartición	Francés			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	García Fernández, Manuel Ángel			
Profesorado	García Fernández, Manuel Ángel			
Correo-e	manuelangel.garcia@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La materia tiene como objetivo introducir al alumno a lengua francesa en el contexto turístico (nivel A1).			

Competencias

Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B4	Dominio del inglés y perfeccionamiento e intensificación, como mínimo, de una segunda lengua extranjera
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C14	Desempeñar actividades profesionales en inglés y otras lenguas extranjeras dentro del sector turístico
C15	Orientación del servicio al cliente
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Descodificar e interpretar mensajes en francés procedentes de diversos ámbitos, con especial atención al sector turístico.	A1 A2 A3 A5	B4 B6 B8	C14 C15	D5
Expresar oralmente y por escrito mensajes en francés, sobre diversos temas y experiencias.	A1 A2 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5
Adaptar el nivel de lengua a las distintas situaciones comunicativas, tanto coloquiales como formales.	A1 A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5

Gestionar la relación con los clientes en francés, especialmente en el ámbito del turismo.	A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D5
Aplicar las TIC a la búsqueda y selección de información variada (léxica, cultural, etc.).	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14	D5
Organizar y desarrollar trabajo en equipo en diferentes contextos y lenguas.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14	D3 D5

Contenidos

Tema

- | | |
|--|--|
| 1. Presentar y hablar de su profesión. | 1. C'est/il est; presente de être y avoir; presente de los verbos del 1º grupo en -er; forma negativa. |
| 2. Presentar una empresa turística. | 2. Artículos definidos e indefinidos. |
| 3. Mantener una conversación telefónica. | 3. Presente del indicativo de verbos irregulares; números cardinais. |
| 4. Tomar contacto por escrito. | 4. Adjetivos calificativos: género y número. |
| 5. Informar en el aeropuerto. | 5. El verbo falloir: il faut; números ordinais. |
| 6. Acoger a los pasajeros. | 6. Adjetivos posesivos; artículos partitivos. |

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Tutoría en grupo	1	0	1
Resolución de problemas y/o ejercicios	11	12	23
Prácticas de laboratorio	4	0	4
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	2	27	29
Sesión magistral	4	0	4
Pruebas de tipo test	1	3	4
Pruebas de respuesta corta	0	3	3
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	0	4	4
Trabajos y proyectos	0	3	3

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Tutoría en grupo	Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la asignatura para asesoramiento/desarrollo de actividades de la materia y del proceso de aprendizaje.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Prácticas de laboratorio	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios especiales con equipamiento especializado (laboratorios, aulas informáticas, etc)
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Esta actividad tiene como finalidad atender en grupos pequeños y resolver las dudas de los alumnos en cuanto a los diversos temas de la materia.

Tutoría en grupo	Esta actividad tiene como finalidad atender en grupos pequeños y resolver las dudas de los alumnos en cuanto a los diversos temas de la materia.
Prácticas de laboratorio	Esta actividad tiene como finalidad atender en grupos pequeños y resolver las dudas de los alumnos en cuanto a los diversos temas de la materia.

Evaluación				
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Pruebas de tipo test	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, emparejamiento de elementos...). Los alumnos seleccionan una respuesta entre un número limitado de posibilidades.	15	A1	D3 D5
Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	15	A1 A2 A3 A4 A5	B1 D3 D5
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Pruebas para la evaluación que incluyen actividades, problemas o ejercicios prácticos a resolver. Los alumnos deben dar respuesta a la actividad formulada, aplicando los conocimientos teóricos y prácticos de la materia. Estas pruebas serán orales y escritas.	50		B1 C14 D3 C15 D5
Trabajos y proyectos	Los alumnos deberán realizar un glosario bilingüe correspondiente a cada una de las unidades de la asignatura	20	A1 B4 B5 B6 B7 B8	D3 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

En la primera convocatoria los alumnos deberán asistir la clase para beneficiarse de la evaluación continua (con más de 3 faltas se perderá el derecho a evaluación continua) que consistirá en la recogida de tareas y actividades de clase o casa (30%), 2 controles durante el cuatrimestre (50%, mínimo 5) y la entrega del glosario (20%). Aquellos alumnos que no superen la materia durante el curso tendrán que presentarse al examen final escrito (60%, mínimo un 5), hacer un examen oral (20%) que se realizará a continuación del escrito, y entregar el glosario (20%). También podrán presentarse al examen final aquellos alumnos que deseen subir nota.

En la segunda convocatoria los alumnos deberán presentar el glosario (20%) que corresponda a cada una de las unidades del temario y realizar un examen final (60%, mínimo un 5) de la materia y un examen oral (20%) que se realizará a continuación del escrito final.

Las fechas y los horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de exámenes aprobado por la Xunta de Facultad para el curso 2015-2016

Fuentes de información

Aragón, M., Eurrutia, M. y otros, **Diccionario de términos de turismo: francés-español, español-francés.**,
 Corbeau, S., Dubois, Ch., Penformis, J-L., **Tourisme. com**,
 Calmy, A. M., **Le français du tourisme**,
 Corbeau, S., Dubois, Ch., Penformis, J-L, Semichon, L, **Hôtellerie-restauration.com**,
 Duvillier, M., **Les mots-clés du tourisme et hôtellerie en espagnol**,
 Lamoureux, J, **Les combinés du téléphone : pratique de la communication téléphonique**,
 Lexitour, **Les 1700 mots des métiers du tourisme**,
 Pierre, C. y Le Poullouin, M.L, **Lexi tourisme espagnol-français**,
 Perornis, J.L, **Français.com: méthode de français professionnel des affaires**,
 Perornis, J.L, **Communication progressive du français des affaires**,
 Renner, H & U y Calmy, A.M., **Recap Tourisme. : Le français du tourisme et de l'hôtellerie**,
 Chapron, J. 7 Gerboin, P., **Dictionnaire de l'espagnol économique, commercial et financier**,

Recomendaciones

Otros comentarios

Si bien no es necesario tener conocimientos previos de francés, conviene asistir con regularidad a clase y realizar un trabajo continuo para superar los contenidos de la materia.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Lenguas extranjeras para el turismo IC: Alemán				
Asignatura	Lenguas extranjeras para el turismo IC: Alemán			
Código	O04G240V01307			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	2	1c
Lengua Impartición	Alemán			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Maslanka , Johann Franz			
Profesorado	Maslanka , Johann Franz			
Correo-e	maslanka@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Introducción a la lengua alemana con especial aplicación al sector turístico			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B4	Dominio del inglés y perfeccionamiento e intensificación, como mínimo, de una segunda lengua extranjera
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C14	Desempeñar actividades profesionales en inglés y otras lenguas extranjeras dentro del sector turístico
C15	Orientación del servicio al cliente
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Descodificar e interpretar mensajes en alemán procedentes de diversos ámbitos, con especial atención al sector turístico.	A1 B4 C14 D5 A2 B6 C15 A3 B8 A5
Expresar oralmente y por escrito mensajes en alemán, sobre diversos temas y experiencias.	A1 B4 C14 D3 A2 B5 C15 D5 A4 B6 A5 B8
Adaptar el nivel de lengua a las distintas situaciones comunicativas, tanto coloquiales como formales.	A1 B4 C14 D3 A2 B5 C15 D5 A3 B6 A4 B8 A5

Gestionar la relación con los clientes en alemán, especialmente en el ámbito del turismo.	A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14 C15	D5
Aplicar las TIC a la búsqueda y selección de información variada (léxica, cultural, etc.).	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14	D5
Organizar y desarrollar trabajo en equipo en diferentes contextos y lenguas.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14	D3 D5

Contenidos

Tema	
Unidad 1. Como suena el alemán	- Comprensión y pronunciación de vocales y consonantes a partir de internacionalismos, números, nombres típicos, apellidos típicos, tener geográficos, abreviaciones, nombres de enfermedades - Deletrear - Leer - Busca en un diccionario - Resolución de dudas de pronunciación - El discurso de clase
Unidad 2. Convenciones sociales básicas: toma de contacto, estabilización de contacto, despedida	Saludarse, presentarse, despedirse, disculparse, dar las gracias, interesarse por alguien, felicitar, desear buen viaje, suerte, felices fiestas a alguien, dar un brindis en situaciones del turismo hostelero, del ámbito de la universidad y de clase. - Práctica de situaciones estándar en clase como señalar la no comprensión, pedir que se hable lento, que se repita, que se aclare, que se traduzca, que se precise etc.. - Comentar diferencias culturales entre las culturas de habla española y de habla alemana.
Unidad 3. Personas y circunstancias personales	Sobre nombres, direcciones, edad, estado civil, nacionalidad, profesión, estudios, origen (país, región, ciudad, pueblo), intereses personales, fechas importantes, gustos, formación, conocimientos (idiomas etc..)

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	11.25	16	27.25
Resolución de problemas y/o ejercicios	11.25	16	27.25
Sesión magistral	1	3.5	4.5
Pruebas de respuesta corta	0	8	8
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	0	8	8

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Prácticas de laboratorio	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios especiales con equipación especializada (laboratorios, aulas informáticas, etc).
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele emplear como complemento de la lección magistral.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Tiempo que el docente ha reservado para atender y resolver dudas del alumnado
Resolución de problemas y/o ejercicios	Tiempo que el docente ha reservado para atender y resolver dudas del alumnado

Evaluación						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	50	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14 C15	D3 D5
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Pruebas para la evaluación que incluyen actividades, problemas o ejercicios prácticos a resolver. Los alumnos deben dar respuesta a la actividad formulada, aplicando los conocimientos teóricos y prácticos de la materia.	50	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14 C15	D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

En el caso de no seguir la evaluación continua el 100% de la nota es la obtenida en el examen final. El mismo sistema se aplicará en la segunda oportunidad (Julio).

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016

En el caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU.

Fuentes de información

<http://dw-world.de>,

<http://idiomas.astalaweb.com/alem%C3%A1n/e/Diccionarios-a.asp>,

<http://www.aulafacil.net/CursoAleman/CursoAleman.htm>,

<http://www.deutschonline.de/Grammatik/inhalt.htm>,

<http://www.daf-portal.de/uebungen/index.php?viewCat=1%20>,

Deutsch ganz klar (CD-ROM),,

-Deutsch im Hotel,

Zimmer frei neu:- Lehrbuch, Arbeitsbuch, Lehrerhandreichungen, 2CDs zum Lehrbuch, 1CD zum Arbeitsbuch, Langenscheidt,

Hallo aus Berlin (Video),

Schritte international 1, 2010,

Schritte international 2, 2010,

Menschen A1.1, A1.2, 2012,

www.turgalicia.es,

Menschen A2.1, A2.2, 2012,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Lenguas extranjeras para el turismo ID: Portugués				
Asignatura	Lenguas extranjeras para el turismo ID: Portugués			
Código	O04G240V01308			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	2	1c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Filología gallega y latina			
Coordinador/a	Iglesias Álvarez, Ana María			
Profesorado	Iglesias Álvarez, Ana María			
Correo-e	anaiglesias@uvigo.es			
Web	http://http://estudioslusofonos.blogspot.com.es/			
Descripción general	En esta materia se pretende que el alumnado adquiera conocimientos básicos de la lengua y de las culturas de expresión portuguesa de cara al nivel A1/A2 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B4	Dominio del inglés y perfeccionamiento e intensificación, como mínimo, de una segunda lengua extranjera
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C14	Desempeñar actividades profesionales en inglés y otras lenguas extranjeras dentro del sector turístico
C15	Orientación del servicio al cliente
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Descodificar e interpretar mensajes en portugués procedentes de diversos ámbitos, con especial atención al sector turístico.	A1 B4 C14 D5 A2 B6 C15 A3 B8 A5
Expresar oralmente y por escrito mensajes en portugués, sobre diversos temas y experiencias.	A1 B4 C14 D3 A2 B5 C15 D5 A4 B6 A5 B8
Adaptar el nivel de lengua a las distintas situaciones comunicativas, tanto coloquiales como formales.	A1 B4 C14 D3 A2 B5 C15 D5 A3 B6 A4 B8 A5

Gestionar la relación con los clientes en portugués, especialmente en el ámbito del turismo.	A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D5
Aplicar las TIC a la búsqueda y selección de información variada (léxica, cultural, etc.)	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14	D5
Organizar y desarrollar trabajo en equipo en diferentes contextos y lenguas.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14	D3 D5

Contenidos

Tema	
Contenidos gramaticales	Fonética; Ortografía; Verbo (presente de indicativo, pretérito imperfecto de indicativo, pretérito perfecto simple); Artículo; Pronombres personales; Determinantes; Preposiciones y contracciones.
Contenidos léxico-semánticos	- Identificación personal: Presentación (nombre, dirección, teléfono, dirección electrónica, fecha y lugar de nacimiento, edad, sexo, estado civil, origen y nacionalidad, profesión). - Los números. - Vivienda, hogar y contorno: Partes de la casa y mobiliario básico. - Los colores. - Actividades de la vida diaria: Acciones cotidianas en la casa. Saludos y despedidas. - Partes del día. Días de la semana. Meses. Horas. - Tiempo libre y ocio: Juegos, deportes, prensa, radio, televisión... - Viajes y transportes: Medios de transporte. - Relaciones humanas y sociales: Invitaciones y encuentros; - Salud y cuidados físicos: Estado físico (dolor, malestar) y necesidades corporales (lo son, hambre, cansancio, frío, ir al baño...). Partes del cuerpo. - Educación: Material del aula. - Compras y actividades comerciales: Establecimientos comerciales. - Alimentación: Comidas del día. Alimentos básicos. - Bienes y servicios: Correos. - Clima, condiciones atmosféricas y ambiente: Estaciones del año. Fenómenos atmosféricos (calor, frío, lluvia, sol...). - Ciencia y tecnología: Aparatos de uso cotidiano. Teléfono. - Comer fuera: encomendar; bebidas y comidas; pedir la cuenta; elogiar el servicio, reclamar.
Contenidos pragmáticos	Tratamiento; Idiomatismos; Falsos amigos.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	10	23	33
Trabajos de aula	10	23	33
Otros	1	5	6
Pruebas de respuesta corta	1	0	1
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	1	0	1
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	1	0	1

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

Descripción

Sesión magistral	Sesiones teóricas
Trabajos de aula	Sesiones prácticas - trabajo en grupo
Otros	Pruebas orales

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	Atención a problemas específicos del alumnado durante las sesiones prácticas. Resolución de dudas.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Sesión magistral Prueba teórica escritura	25	A1	B4	C14	D3
		A3	B5	C15	D5
		A5	B8		
Trabajos de aula Realización/presentación de trabajos varios	50	A2	B1	C14	D3
		A3	B4	C15	D5
		A4	B5		
			B6		
			B7		
			B8		
Otros Prueba oral	25	A5	B4	C14	D3
			B5	C15	D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las/Los estudiantes deberán escoger en el principio del curso entre dos opciones: un sistema de evaluación continua (cf. supra) o un sistema de evaluación única. Se recomienda optar por el primero. Es condición obligatoria para ser evaluada/lo de forma continua la asistencia a un 80% de las aulas, a no ser que haya motivos justificados para una asistencia ligeramente inferior, que deberán ser comunicados al profesorado el antes posible.

Es recomendable consultar regularmente los espacios virtuales de la materia en la plataforma TEMA (<http://faitic.uvigo.es>), así como el libro de texto Português XXI, Nivel A1. Quien opte de forma directa por la evaluación única (no recomendado) será evaluada/el al final del primero período, en la primera edición de las actas (mayo/junio), de la siguiente forma: 1. Con una prueba escrita teórico-práctica (contando 75% de la nota final [teoría: 25%; práctica: 50%]) 2. Con una prueba de expresión oral (contando 25% de la nota final) que será grabada. Es preciso superar ambas pruebas (escritura y oral) para superar la materia. Copia o plagio nos respectivos exámenes será penalizado con un suspenso (nota numérica: 0) en las mismas. La convocatoria de las pruebas de expresión oral deberá acordarse con el profesorado con la antelación necesaria (mínimo 2 días antes de la fecha oficial de la prueba escrita), siendo responsabilidad del alumnado contactar con el profesorado. La no presentación a la prueba de expresión oral supondrá la obtención de una calificación de 0 (cero) puntos en la misma. Los mismos criterios de evaluación se aplicarán en la segunda edición de las actas (julio). En todo caso, se recomienda la asistencia a las aulas y a las tutorías y consultar regularmente los espacios virtuales de la materia en la plataforma (<http://faitic.uvigo.es>), así como el libro de texto Português XXI, Nivel A1, incluso que no se siga el sistema de evaluación continua. Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016, que se pueden consultar en la página web del centro.

Fuentes de información

Ana Tavares, **Português XXI. Nivel A1**, 2011,

<http://www.portaldalinguaportuguesa.org/>

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

Câmara Jr., Joaquim Mattoso, *Estrutura da Língua Portuguesa*, 19.ª ed., Petrópolis, Vozes, 1989. (ISBN: 85-326-0061-1).

--- *Problemas de Linguística Descritiva*, 13.ª ed., Petrópolis, Vozes, 1988.

Castro, Ivo, *Introdução à História do Português*, 2.ª ed. revista e muito ampliada, Lisboa, Edições Colibri, 2006. (ISBN: 972-772-676-3).

Coimbra, Isabel, e Coimbra, Olga. *Gramática Ativa 1*, 3.ª ed., Lisboa, Lidel, 2011. (ISBN: 978-972-757-638-8).

Coimbra, Isabel, e Coimbra, Olga. *Gramática Ativa 2*, 3.ª ed., Lisboa, Lidel, 2012. (ISBN: 978-972-757-173-4).

Com ou sem Acento?, Porto, Porto Editora, 2012. (ISBN: 978.972.0.31936-4).

Com ou sem Hífen?, Porto, Porto Editora, 2012. (ISBN: 978-972-0-01713-0).

Cristóvão, Fernando (dir. e coord.). *Dicionário Temático da Lusofonia*, Lisboa, Texto Editores, 2005. (ISBN: 978-972-472-935-0).

Cristóvão, Fernando, *Da Lusitanidade à Lusofonia*, Coimbra, Almedina, 2008. (ISBN: 978-972-403-445-4)

Dicionário da Língua Portuguesa 2011, Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-01564-8)

Dicionário Editora Alemão-Português. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2011. (ISBN: 978-972-0-01494-8).

Dicionário Editora de Espanhol-Português, Porto, Porto Editora, 2008 (ISBN: 978-972-0-01371-2).

Dicionário Editora de Francês-Português. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2011. (ISBN: 978-972-0-01647-8).

Dicionário Editora de Inglês-Português. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-01491-7).

Dicionário Editora de Português-Alemão, Porto, Porto Editora, 2006. (ISBN: 978-972-0-01277-7).

Dicionário Editora de Português-Espanhol, Porto, Porto Editora, 2010 (ISBN: 978-972-0-01559-4).

Dicionário Editora de Português-Francês. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2009. (ISBN: 978-972-0-01479-5).

Dicionário Editora de Português-Inglês. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-01493-1).

Dicionário Moderno da Língua Portuguesa. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-01496-2).

Dicionário Moderno de Sinónimos e Antónimos

. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2012. (ISBN: 978-972-0-5754-9).

Dicionário Moderno de Verbos Portugueses, Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-05756-3).

FLiP 8 - Ferramentas para a Língua Portuguesa, Ed. Priberam, 2010. [www.flip.pt].

Machado, José Barbosa, *Introdução à História da Língua e Cultura Portuguesas*, Braga, Edições Vercial, 2009. (ISBN: 978-972-99038-8-5-3).

Novo Corretor Aurélio 2, Ed. Positivo, 2010. [www.flip.pt].

Sobral, José Manuel, *Portugal, Portugueses: Uma Identidade Nacional*, s.l., Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2012. (ISBN: 978-989-8424-65-5).

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Lenguas extranjeras para el turismo IID: Portugués/O04G240V01408

Otros comentarios

Un buen dominio de la lengua gallega facilita la adquisición rápida de un nivel A1/A2 de lengua portuguesa.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Distribución turística				
Asignatura	Distribución turística			
Código	004G240V01401			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Mazaira Castro, Andrés			
Profesorado	Mazaira Castro, Andrés			
Correo-e	amazaira@uvigo.es			
Web				
Descripción general	La asignatura de Distribución Turística pretende profundizar en el estudio de los canales de distribución turística iniciado en la asignatura de Marketing Turístico, prestando especial atención a la situación actual del sector así como a las nuevas tecnologías y sistemas globales, con el objetivo de analizar las funciones y la estructura de los canales de distribución del sector turístico			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
C1	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los agentes económicos que intervienen en el turismo y las relaciones que se establecen entre ellos
C5	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos de la gestión de empresas turísticas: Problemas económicos internos e interrelaciones entre los distintos subsistemas
C6	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos del marketing turístico, así como objetivos, estrategias y políticas comerciales

Resultados de aprendizaje				
Resultados previstos en la materia		Resultados de Formación y Aprendizaje		
Conocer qué son, para qué sirven y cuáles son los diferentes tipos de sistemas de distribución turística		A1	B1	C1
		A2	B5	C5
		A3	B7	C6
		A4	B8	
		A5	B9	
Analizar el papel que desempeñan los intermediarios en el mercado turístico		A1	B1	C1
		A2	B5	C5
		A3	B7	C6
		A4	B8	
		A5	B9	
Familiarizar al alumno con el funcionamiento de los sistemas de distribución turística		A1	B1	C1
		A2	B5	C5
		A3	B7	C6
		A4	B8	
		A5	B9	

Analizar el impacto de Internet y de las nuevas tecnologías en los canales de distribución turísticos	A1	B1	C1
	A2	B5	C5
	A3	B7	C6
	A4	B8	
	A5	B9	

Contenidos

Tema	
1. La distribución comercial del sector turístico	1.1. La Distribución en el Marco del Business Model. 1.2.- La distribución comercial y el marketing turístico 1.2.1. Distribución comercial y producto turístico 1.2.2. La distribución comercial y el resto de elementos de Marketing Turístico. 1.3. El sistema de distribución en el sector turístico 1.4. Funciones de intermediarios en el sistema de distribución turística
2. El canal de distribución en el sector turístico	2.1. Estructura del canal de distribución en el sector turístico 2.2. Aspectos a considerar en la elección del canal de distribución en el sector turístico 2.3. Criterios de selección de canales de distribución en el sector turístico 2.4. Otras decisiones estratégicas en la política de distribución turística 2.5. Tipología de intermediarios en el sector turístico
3. Las agencias de viajes en la distribución turística	3.1. Las AAVV en la distribución turística 3.2. Tipología y papel de las AAVV en la distribución turística 3.3. Online Travel Agencies.
4. Los touroperadores en la distribución turística	4.1. Los touroperadores en la distribución turística 4.2. Tipología y papel de los touroperadores en la distribución turística
5. La Distribución turística en tiempos de Redes	5.1. Impacto de Internet en la Distribución Turística 5.2. Desintermediación e Intermediación. 5.3. Web, e commerce y distribución Turística. 5.4. SENO y Distribución Turística 5.5. Redes Sociales y Distribución Turística.
6.- El Papel de las equipaciones móviles en la distribución turística	6.1.- Uso de equipos móviles. 6.2.- Aplicaciones móviles. 6.3.- Móviles y web. 6.4.- Impacto de los móviles en las estrategias de Distribución
7. Las centrales de reservas en la distribución turística	7.1. Los CRS en la distribución turística 7.2. Los GDS en la distribución turística

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	20	50
Resolución de problemas y/o ejercicios	12	32	44
Trabajos de aula	3	30	33
Tutoría en grupo	1.5	16	17.5
Trabajos y proyectos	0.5	5	5.5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Explicaciones detalladas de los contenidos del programa docente por parte del profesor en el aula
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución y presentación por parte del alumno de ejercicios y casos planteados por el profesor
Trabajos de aula	Trabajos en el aula de los alumnos, tanto individual como en grupo para la resolución de ejercicios y casos prácticos, o de temas de actualidad relacionados con la materia
Tutoría en grupo	Las tutorías se podrán desarrollar de forma individual o en grupo, previa organización de las mismas con el profesor

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	Orientar, atender y resolver las dudas de los alumnos en la comprensión de la materia así como en la realización de los ejercicios, casos prácticos y trabajos.

Evaluación

Descripción		Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Sesión magistral	Examen	50	A1 A2	B5	
Resolución de problemas y/o ejercicios	Consiste en la resolución de ejercicios y de trabajos bien de forma individual o en grupo	15	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B5 B7 B8 B9	C1 C5 C6
Trabajos de aula	Realización de ejercicios y casos en el propio aula	15	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B5 B7 B8 B9	C1 C5 C6
Trabajos y proyectos	Realización y exposición de trabajos en grupo	20	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B5 B7 B8 B9	C1 C5 C6

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se aplicará un sistema de evaluación que puede seguir dos modos:

1) EVALUACIÓN CONTINUA

Consistirá en una evaluación durante todo el cuatrimestre, en la que se valorará la participación en clase, la resolución de ejercicios y trabajos en grupo e individuales. Además el alumno que siga este sistema de evaluación realizará una examen final "abreviado" teórico de la materia (será tipo test siendo el valor de esta prueba como máximo del 50% de la nota final, debiendo de tener el alumnado, en este caso, un mínimo de puntos en cada parte: evaluación durante lo curso y examen) . Esta modalidad es aplicable en las convocatorias del incluso curso académico.

2) EVALUACIÓN NO CONTINUA

Podrán optar a ella todos los los alumnos no acogidos la modalidad de evaluación anterior. Consistente en una examen teórico-práctico de toda la materia del curso.

NOTA.- El reparto de % de los sistemas de calificación reflejan el caso de evaluación continua.

Fuentes de información

- DEL ALCÁZAR MARTÍNEZ, B. (2002): *Los Canales de Distribución en el Sector Turístico*. ESIC.

Bibliografía Complementaria

- DíEZ DE CASTRO, E. (2004): *Distribución Comercial*. McGRAW-Hill.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Marketing turístico/O04G240V01303

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Estadística				
Asignatura	Estadística			
Código	004G240V01402			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Estadística e investigación operativa			
Coordinador/a	Pérez González, Ana			
Profesorado	Pérez González, Ana			
Correo-e	anapg@uvigo.es			
Web	http://http://faitic.uvigo.es/			
Descripción general	La materia estadística es una asignatura de carácter obligatorio donde se estudiarán los conceptos estadísticos básicos recorriendo los temas de estadística descriptiva, cálculo de probabilidades, variables aleatorias, inferencia estadística y números índice.			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B2	Ser capaz de analizar, sintetizar y gestionar datos derivados de las observaciones usando los fundamentos técnicos cuantitativos y de predicción
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B10	Capacidad para convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
C10	Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo

Resultados de aprendizaje			
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Organizar y analizar datos desde un punto de vista descriptivo	A3	B2 B3	C10
Resolver problemas de estadística con la ayuda de una herramienta informática	A1 A2	B1	
Aprender a manejar la probabilidad como medida de incertidumbre y a utilizar reglas de asignación de probabilidades.	A5	B9	
Entender la necesidad de trabajar con muestras. Comprender la necesidad de que toda estimación debe ir acompañada de una medida de él error de muestreo.	A4	B9 B10	
Aplicar e interpretar el proceso de obtención de Intervalos de confianza y de Contrastes de Hipótesis.		B1 B2 B10	C10
Manejar los números índices e interpretar los resultados obtenidos.		B3 B9	C10

Contenidos	
Tema	
Tema 1. Estadística Descriptiva	1.1 Distribución de frecuencias. 1.2 Medidas de posición, dispersión y forma. 1.3 Representaciones gráficas. 1.4 Números Índices
Tema 2. Introducción al cálculo de probabilidades	2.1 Conceptos básicos del cálculo de probabilidades. 2.2 Probabilidades condicionadas y concepto de independencia.

Tema 3. Variables Aleatorias. Principales Distribuciones Discretas y Continuas.	3.1 Definición de una variable aleatoria . 3.2 Características de una variables aleatoria. 3.3 Principales distribuciones de probabilidad. 3.4 Aplicaciones del Teorema Central del Límite.
Tema 4. Conceptos y principios metodológicos de la inferencia estadística	4.1 Población, muestra y sus características. Muestreo aleatorio simple. Distribuciones asociadas al muestreo en poblaciones normales. 4.2 Estimación puntual. Concepto de estimador y sus propiedades. 4.3 Estimación mediante intervalos de confianza en poblaciones normales. 4.4 Contrastes de hipótesis. Planteamiento de las hipótesis. Contrastes clásicos en poblaciones normales.
Tema 5. Manejo de paquetes estadísticos	5.1 Introducción al uso del paquete estadístico como aplicación de las técnicas estadísticas explicadas en el resto del temario.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	22	37	59
Resolución de problemas y/o ejercicios	23	30	53
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	35	35
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	3	0	3

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución de problemas y cuestiones de cada uno de los temas del programa de la materia. Se hará uso también de software de cálculo .
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	El alumno dispondrá de ejercicios para resolver de forma autónoma.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Durante la resolución de problemas y/o ejercicios en el aula, el alumno podrá formular cuestiones o dudas relacionadas con la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Sesión magistral	Realización de pruebas tipo test de cada tema.	10	C10	
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de ejercicios y problemas realizados en papel o mediante el software estadístico utilizado en la materia.	30	A1 A3	B1 B2
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Examen final teórico/práctico de la materia	60	A2 A4 A5	B3 B9 B10

Otros comentarios sobre la Evaluación

El sistema de evaluación de la segunda convocatoria será el mismo que el empleado en la primera.

Solo se guardará para la segunda convocatoria, la nota correspondiente a evaluación continua: Sesión Magistral(10%) y de Resolución de problemas o ejercicios(30%).

Para superar la materia el alumno tiene que alcanzar un mínimo de 2 sobre 6 en la prueba de respuesta larga y un 5 en la suma ponderada de las tres notas de la metodología de evaluación.

Los alumnos que no sigan este proceso de evaluación parcial tendrán un sistema alternativo que consistirá en un examen final de toda la materia.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016

En el caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU

Fuentes de información

Levin, Rubin, Balderas, Del Valle y Gómez, **Estadística para Administración y Economía**, Prentice Hall,,
Martín Pliego, F. J. e Ruiz-Maya, L.,, **Estadística I: Probabilidad**, Thomson,
Martín-Pliego López, F. J. e Ruiz-Maya Pérez, L., **Fundamentos de Inferencia Estadística**, Thomson,,
Parra, E.; Ramos Domínguez, A.;Trujillo Ramírez, R.;Arriaga Estévez, M. L.;., **ESTADÍSTICA PARA TURISMO**, McGraw-Hill,
Julián Santos Peñas, Ángel Muñoz Alamillos, Azahara Muñoz Martínez, **Estadística para estudios de turismo**, Ediciones Académicas,
José María Raya Vílchez, **Estadística aplicada al turismo**, Pearson Educación,
Alberto Muñoz Cabanes, **INTRODUCCION A LA ESTADISTICA PARA TURISMO**, Ediciones Académicas,
Casas Sánchez, J.M.; Martos Gálvez, E. I. y Tejera Martín, I., **Estadística aplicada al turism**, Editorial Universitaria RAMón Areces,

Recomendaciones

Otros comentarios

Es recomendable tener conocimientos básicos en Informática (Excel, Word) y Matemáticas (Integrales Simples).

DATOS IDENTIFICATIVOS**Lenguas extranjeras para el turismo IIA: Inglés**

Asignatura	Lenguas extranjeras para el turismo IIA: Inglés			
Código	O04G240V01403			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	2	2c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Figueroa Revilla, Beatriz Olga			
Profesorado	Figueroa Revilla, Beatriz Olga			
Correo-e	revilla@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Intensificación y perfeccionamiento del idioma inglés, con especial aplicación en el sector turístico.			

Competencias

Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B4	Dominio del inglés y perfeccionamiento e intensificación, como mínimo, de una segunda lengua extranjera
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C14	Desempeñar actividades profesionales en inglés y otras lenguas extranjeras dentro del sector turístico
C15	Orientación del servicio al cliente
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Descodificar e interpretar mensajes en inglés procedentes de diversos ámbitos, con especial atención al sector turístico.	A1 A2 A3 A5	B4 B6 B8	C14 C15	D5
Expresar oralmente y por escrito mensajes en inglés, sobre diversos temas y experiencias.	A1 A2 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5
Adaptar el nivel de lengua a las distintas situaciones comunicativas, tanto coloquiales como formales.	A1 A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5

Gestionar la relación con los clientes en inglés, especialmente en el ámbito del turismo.	A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D5
Aplicar las TIC a la búsqueda y selección de información variada (léxica, cultural, etc.).	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14	D5
Organizar y desarrollar trabajo en equipo en diferentes contextos y lenguas.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14	D3 D5

Contenidos

Tema	
1. Flying	Lexical Input: Flying Airport facilities, booking, cancelling, timetables, security procedures Communication: Booking, explaining itineraries, dealing with difficult situations Language Focus: conditional sentences, questions, question tags, timetables
2. Types of Tourism	Lexical Input: Sectors in niche tourism, different types of tourism, cultural tourism Communication: taking part in meetings Language focus: verbs+ ing/ infinitive, expressing agreement, making suggestions, interrupting, asking for clarification, explaining
3. Trends in Tourism	Lexical Input: History of tourism, tourist motivations, tailoring a package Communication: Describing trends and graphs Language focus: The language of graphs, specific verbs, nouns, adverbs and adjectives.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Proyectos	2.5	10	12.5
Sesión magistral	5	2	7
Resolución de problemas y/o ejercicios	3.75	15.75	19.5
Actividades introductorias	1.75	1	2.75
Prácticas de laboratorio	7	18.25	25.25
Tutoría en grupo	1	4	5
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	0	2
Pruebas de respuesta corta	1	0	1

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Proyectos	Profundización en los contenidos de los bloques temáticos complementado con el trabajo on-line, familiarización con las Tics y desarrollar competencias como el trabajo en equipo.
Sesión magistral	Exposición de los contenidos fundamentales del curso tanto teóricos como prácticos
Resolución de problemas y/o ejercicios	Práctica a través de ejercicios de distinto tipo en las diferentes destrezas comunicativas tanto en su faceta receptiva como productiva
Actividades introductorias	Preparación para la asignatura tanto a nivel gramatical como léxico. Consolidación de las principales funciones comunicativas necesarias para el ejercicio profesional en el sector turístico
Prácticas de laboratorio	Práctica contextualizada de las diferentes destrezas comunicativas emulando situaciones habituales en el desarrollo de la actividad profesional en el ámbito del turismo

Tutoría en grupo	Trabajo en profundidad sobre temas específicos del ámbito turístico con un enfoque profesional en el que se puedan poner la prueba las competencias a adquirir en la materia
------------------	--

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua
Proyectos	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua
Resolución de problemas y/o ejercicios	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua
Actividades introductorias	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua
Prácticas de laboratorio	La atención al alumno ha de ser individualizada para observar su evolución y detectar posibles errores a corregir que de otra forma impedirían un idóneo progreso en el aprendizaje de la lengua

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Proyectos	Realización y presentación de un tema	15	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B7	C14 C15	D3 D5
Sesión magistral	Análisis de la adquisición de contenidos globales presentados en estas sesiones	5	A3 A4	B4 B5 B8		
Resolución de problemas y/o ejercicios	Realización de ejercicios y actividades prácticas que resuman los contenidos generales del curso	5		B4 B5	C14 C15	
Actividades introductorias	Evaluación de competencias comunicativas	5	A4 A5			D5
Prácticas de laboratorio	Realización de ejercicios y actividades contextualizadas. Léxico específico	20	A4	B7	C14 C15	D3
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Realización de ejercicios y actividades en las áreas de léxico, gramática, comprensión oral y escritura y producción oral y escritura	30		B1 B4 B5 B8	C14	D3 D5
Pruebas de respuesta corta	Realización de ejercicios y actividades prácticas que resuman los contenidos generales del curso en las principales destrezas comunicativas orales	20		B5 B6 B7	C14 C15	D3 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

En caso de que un estudiante no cumpliera los requisitos arriba expuestos, deberá presentarse la dos pruebas finales, una oral y otra escritura, que engloben el total de los contenidos del curso y que reflejen el cumplimiento total de los objetivos presentados. El resultado de estas dos pruebas supondrá la nota final del alumno.

Para la segunda convocatoria, se realizará un examen escrito que cubra todos los contenidos y competencias expuestos y un examen oral de las mismas características para evaluar las destrezas orales.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU

Fuentes de información

De Prada Creo, Elena, **Travel, Leisure and Socializing for Spanish Speakers**, T&T,
Jones, Leo, **Welcome! English for the travel and tourism industry**, Cambridge University Press,
Strutt, P., **English for International Tourism, Intermediate**, Pearson Education Limited,

Harding, Keith & Paul Henderson, **High season : english for the hotel and tourist industry**, Oxford University Press,

Strutt, P., **English for International Tourism, Upper intermediate**, Pearson Education Limited,

O'Hara, Francis, **Be my Guest**, Cambridge University Press,

Murphy, R. (1994) English Grammar in Use. Cambridge. C.U.P.

Swan, M. and C. Walter (1997) How English Works. Oxford. Oxford University Press.

<http://ec.hku.hk/epc/>

<http://www.businessenglishebook.com/Business-English-Greetings-Lesson.htm>

<http://esl.about.com/od/speakingenglish/a/smalltalk.htm>

B) Dictionaries:

VV. AA. Collins Diccionario Español-Inglés Inglés-Español

Alcaraz Varó, E. et al. (2000) Diccionario de Términos de Turismo y de Ocio, Inglés- Español, English-Spanish. Ariel

<http://www.ldoceonline.com/> (Longman Dictionary of Contemporary English- monolingual)

C) Películas y documentales:

The Weather

Sideways

The Washington Post. Travel special

Travel and Leisure

La información indicada se complementará con una selección de páginas web relacionadas con el mundo del turismo que amplíen y consoliden los contenidos.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma moderno: Inglés para turismo/O04G240V01204

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Patrimonio cultural				
Asignatura	Patrimonio cultural			
Código	004G240V01404			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Análisis e intervención psicosocioeducativa			
Coordinador/a	Braña Rey, Fatima			
Profesorado	Braña Rey, Fatima			
Correo-e	fatimab@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Materia de carácter introductorio al patrimonio cultural como construcción social y proceso de trabajo con determinados bienes culturales.			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
C1	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los agentes económicos que intervienen en el turismo y las relaciones que se establecen entre ellos
C3	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los recursos naturales, culturales y patrimoniales relacionados con la actividad turística
C4	Comprender e interpretar conocimientos acerca de las diferentes manifestaciones antropológicas, culturales y sociales que incentivan la actividad turística
C9	Comprender e interpretar conocimientos acerca de las técnicas básicas de investigación y prospectiva en materia turística
C10	Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo
C15	Orientación del servicio al cliente
D2	Compromiso ético

Resultados de aprendizaje				
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Serán capaces de analizar la realidad social y cultural relacionada con el patrimonio cultural, natural y la actividad turística.	A1 A2 A3 A4 A5	B3 B7 B8	C1 C3 C4 C9 C10	
Saber trabajar en equipo de acuerdo la consideraciones éticas para evaluar los impactos del sector turístico y su relación con el patrimonio cultural	A3	B3 B9	C3 C10 C15	D2
Conocer y poder poner en práctica las diferentes técnicas de trabajo con el patrimonio cultural así como conocer las aportaciones antropológicas, culturales y sociales relacionados con la actividad turística.	A1 A2 A3 A4 A5	B3	C4 C10 C15	D2

Contenidos	
Tema	
El patrimonio cultural como construcción social.	Definición de él concepto de patrimonio cultural.
	Proceso de activación patrimonial el patrimonialización.
El conocimiento como patrimonio cultural.	Patrimonio etnológico y cultura.
	Memoria social, tradición y patrimonio cultural.
La construcción socio-histórica del patrimonio cultural.	Criterios tipológicos.
	Tipologías del patrimonio cultural.
Trabajar con el patrimonio cultural. Introducción a la legislación y ámbitos de gestión.	Organizaciones internacionales relacionadas con la gestión del patrimonio cultural.
	Legislación estatal y autonómica.
	La gestión del patrimonio cultural.
	Difusión e interpretación.
El patrimonio cultural como recurso turístico.	Bien patrimonial y recurso turístico.
	Conservación y difusión.
	Turismo y desarrollo.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	29	31	60
Seminarios	15	30	45
Salidas de estudio/prácticas de campo	4	2	6
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	0	7	7
Trabajos y proyectos	2	30	32
*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado			

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante. En estas sesiones también se incluirán algunas dinámicas como puzzles o análisis de textos que ayuden y dinamicen la comprensión y asimilación de los conceptos teóricos de la materia.
Seminarios	El alumnado, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc.
Salidas de estudio/prácticas de campo	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios no académicos exteriores. Entre ellas se pueden citar prácticas de campo, visitas a eventos, centros de investigación, empresas, instituciones... de interés académico-profesional para el alumnado.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	La atención personalizada es una actividad académica que tiene como finalidad atender las necesidades y consultas del alumnado, en pequeño grupo, relacionando el trabajo práctico y los temas de la materia. También se incluyen las tutorías individuales dentro del horario marcado en faitic.
Seminarios	La atención personalizada es una actividad académica que tiene como finalidad atender las necesidades y consultas del alumnado, en pequeño grupo, relacionando el trabajo práctico y los temas de la materia. También se incluyen las tutorías individuales dentro del horario marcado en faitic.

Salidas de estudio/prácticas de campo	La atención personalizada es una actividad académica que tiene como finalidad atender las necesidades y consultas del alumnado, en pequeño grupo, relacionando el trabajo práctico y los temas de la materia. También se incluyen las tutorías individuales dentro del horario marcado en faitic.
---------------------------------------	---

Evaluación						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Salidas de estudio/prácticas de campo	Propuesta y salidas de estudio y asistencia a conferencias o eventos relacionados con la materia y recomendados en el aula.	10	A3	B3	C1	
				B8	C3	
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Pruebas para evaluación de competencias adquiridas que incluyen preguntas cerradas con diferentes alternativas. Además se puede incluir en esta prueba preguntas abiertas y también de respuesta corta.	50	A3	B3	C1	
			A4	B7	C3	
				B8	C4	
				B9	C9	
					C10	
					C15	
Trabajos y proyectos	El estudiante presenta el resultado obtenido en la elaboración de un documento sobre la temática de la materia, en la preparación de investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo, de forma oral o escritura	40	A1	B7	C3	D2
			A2	B9	C4	
			A4		C9	
			A5		C15	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para aprobar la materia es imprescindible tener aprobadas las pruebas y los trabajos requeridos durante el cuatrimestre. ES condición imprescindible aprobar ambas partes para que sumen las calificación de cada una de ellas. De no superar una parte de la materia concurrirá la convocatoria de julio para adquirir las competencias no alcanzadas. El alumnado no presencial, junto con aquel que no supere las pruebas de evaluación continua, deberá realizar un examen que supondrá el 100% de la nota. Al inicio del curso se indicará a través de faitic las características de las pruebas de evaluación continua. La presente guía docente tiene un carácter general y orientativo. Los contenidos podrán sufrir ciertas modificaciones a lo largo del curso que se expondrán en la plataforma de faitic. Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016. En el caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU.

Fuentes de información

Tugores, F. & Planas, R., **Introducción al patrimonio cultural**, 2006,
Prats, LL., **Patrimonio cultural y antropología**, 1997,
Velasco, H. & Díaz de Rada, A., **La lógica de la investigación etnográfica**, 1997,

Goetz, J.P. y Lee Compte, M.D. (1988) *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Madrid. Ed Morata. Pp: 27-29.

Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994) *Etnografía. Modos de investigación*. Barcelona. Ed. Paidós. Pp:15-17.

Levi-Strauss, C. (1987) *Antropología estructural*. Barcelona. Ed. Paidós. Pp: 366-369.

Hobsbawm, Y. y Ranger, T. (2002) [Introducción : la invención de la tradición] en *Lana invención de la tradición*. Barcelona. Ed. Crítica. Pp: 7-21.

Prats, LL. (1997) [El conocimiento como patrimonio cultural] en *Patrimonio cultural y antropología*. Barcelona. Ariel. Pp.57-71.

Mayral Buil, G. (2003) [El patrimonio como versión autorizada de él pasado] en *Patrimonio y pluralidad. Nuevas direcciones en antropología patrimonial*. Granada. Diputación de Granada. Pp: 61-78.

Tugores, F. y Planas, R. (2006) *Introducción al patrimonio cultural*. Gijón. Trea. Pp:19-23; 25-78; 79-113 (Libro completo)

Xosé Carlos Sierra (1997) [El proceso de patrimonialización en Galicia] en *Galicia-Antropología. Historia de la Antropología. Patrimonio Etnográfico*. Capítulo 9. 381-471.

Ballart Hernández, J. y Tresserras, J.J. (2005) Gestión de él patrimonio cultural. Barcelona.Ariel. Pp:83-98.

Hernández Hernández, F. (2002) Él patrimonio cultural: memoria recuperada. Trea. Madrid. PP: 170-195;355-367; 374-385.

Ley 8/1995 del Patrimonio cultural de Galicia (en PDF se encuentra en la red).

Arias, F; Farirña, F. (1996) □La legislación sobre él patrimonio histórico de Galicia como comunidad autónoma y su evolución□. En Complutum Extra, 6(11), PP: 347-358. Está en PDF 352-357.

Convención 2003 del Patrimonio cultural Inmaterial disponible en la web de la Unesco.

Santana Talavera, La. (1997)Antropología y turismo. Barcelona. Ariel. Pp: 98-104.

Al inicio del curso se facilitará una actualización de la bibliografía.

Recomendaciones

Otros comentarios

Esta Guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar al fin y a la postre con el alumnado en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir ajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudieran aparecer. Asimismo, se acercará al alumnado a información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Promoción turística				
Asignatura	Promoción turística			
Código	004G240V01405			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Rodríguez Campo, María Lorena			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El proceso de comunicación/ promoción. La publicidad. Las promociones de ventas. Las relaciones públicas. El Márketing directo e interactivo. La fuerza de ventas y la imagen de la empresa.			

Competencias	
Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B10	Capacidad para convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
C6	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos del marketing turístico, así como objetivos, estrategias y políticas comerciales
C13	Evaluar alternativas de planificación, dirección y control de empresas turísticas, así como saber tomar decisiones estratégicas
D1	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
D2	Compromiso ético
D3	Creatividad
D4	Iniciativa empresarial
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje				
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Capacidad para entender y desarrollar el mix de comunicación de la empresa, a partir de los objetivos generales de la misma y de los específicos del departamento de marketing	A1	B9	C6 C13	D1 D4 D5
Conocer y demostrar lo manejo de las herramientas de la promoción turística	A2	B5 B7 B8 B9	C6 C13	D4
Capacidad para la aplicación y puesta en marcha de actividades promocionales que se corresponde con las competencias adquiridas	A3 A5	B5 B7 B8 B9 B10	C6 C13	D1 D2 D4

Ser capaz de definir objetivos publicitarios y promocionales así como aplicar técnicas publicitarias y de promoción de ventas a los públicos objetivo de ambas herramientas de promoción, tanto individualmente como en grupos de trabajo	A3 A4 A5	B5 B7 B8 B9 B10	C6 C13	D1 D2 D3 D4 D5
Comprender el alcance y la utilidad de las relaciones públicas, así como gestionar la fuerza de ventas, y ponerlos en práctica, tanto individualmente como en grupos de trabajo	A3 A4 A5	B5 B7 B8 B9 B10	C6 C13	D1 D2 D3 D4 D5
Ser capaz de exponer a través del debate, la opinión sobre la aplicación de las Tics a la promoción turística y a la imagen de la empresa o del destino	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B7 B8 B9	C6 C13	D1 D3 D4 D5

Contenidos

Tema	
Tema 1: El proceso de comunicación/promoción	Introducción. El proceso de comunicación. Etapas para una comunicación eficaz. Concepto de mix de comunicación. Las herramientas de la comunicación. Comunicación de Márketing Integral.
Tema 2: La publicidad en turismo	Concepto y Definición de publicidad. Ventajas y desventajas. Principales pasos en la planificación publicitaria. Investigación publicitaria.
Tema 3: Las promociones de ventas en turismo	Concepto, Definición y Características básicas de las PdV. Ventajas y Desventajas. El merchandising y los principales puntos de venta. Planificación de las PdV. Cuando resulta eficaz.
Tema 4: Las relaciones públicas en turismo	Concepto y objetivos de las RRPP. Ventajas y desventajas. Los públicos objetivo. Las técnicas de las RRPP. Gestión de la imagen en situaciones de crisis. Calendario de actuación ante una apertura.
Tema 5: La fuerza de ventas en turismo	Concepto e Importancia de la fuerza de ventas. Ventajas y Desventajas. Principales tareas de la FdV. El proceso de venta personal. La dirección de la fuerza de ventas.
Tema 6: El márketing directo e interactivo en turismo	Definición y Características del MK Directo. Funciones, Ventajas y Limitaciones. Las Bases de Datos. Formas del márketing directo
Tema 7: La imagen de las empresas y destinos turísticos	Los objetivos de la promoción turística y el concepto de imagen. Reconocimiento y diferenciación a través de: Imagen y Marca turística. Marcas turísticas. Tendencias futuras: la Experiencia de Marca

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	22	44	66
Debates	4	6	10
Sesión magistral	24	36	60
Pruebas de respuesta corta	2	12	14

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Planteamiento, análisis, resolución y debate de un problema o ejercicio, relacionado con la temática de la materia, por parte del alumno
Debates	Debates a raíz de una o varias lecturas propuestas por el profesor
Sesión magistral	Exposición de los contenidos de la materia

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se realizarán 2 casos y 1 debate.
Debates	Se realizarán 2 casos y 1 debate.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
-------------	--------------	---------------------------------------

Estudio de casos/análisis de situaciones	Se resolverán 2 casos	40	A3 A4 A5	B5 B7 B8 B9 B10	C6 C13	D1 D2 D3 D4 D5
Debates	1 debate	20	A1 A2 A3 A4 A5	B5 B7 B8 B9	C6 C13	D1 D3 D4 D5
Pruebas de respuesta corta	Prueba de respuesta corta	40	A1 A5	B5 B8 B9	C6	D1 D2 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

La descripción de esta guía está pensada para la modalidad presencial. La nota obtenida por el alumno en la parte presencial (contenidos prácticos de la materia), tendrá vigencia para las convocatorias a las que da derecho la matrícula de cada curso académico. Las personas que no liberen la parte práctica, deberán acudir al examen final con todo el contenido (teórico+práctico).

Se debe superar, **indistintamente**, cada una de las dos partes: teórica (a través del examen final), o práctica (a través de la evaluación continua mediante la resolución de los casos, debates, etc. o a través del examen final). Es decir, **se exige un mínimo del 50% en cada una** de las partes para poder hacer promedio con la otra parte.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-16.

Conductas inadecuadas, contrarias y perjudiciales a la convivencia y a su corrección, podrán ser sancionadas con la pérdida del derecho a la evaluación continua por parte del estudiante responsable.

Fuentes de información

Bigné, E.; Font Arlet, X; Andreu Simó, L., **Marketing de servicios turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo.**, 2000,

Ejarque, J., **Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing.**, 2005,

Serra Cantallops, A., **Marketing turístico.**, 2011,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Marketing turístico/O04G240V01303

DATOS IDENTIFICATIVOS**Lenguas extranjeras para el turismo IIB: Francés**

Asignatura	Lenguas extranjeras para el turismo IIB: Francés			
Código	O04G240V01406			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	2	2c
Lengua Impartición	Francés			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	García Fernández, Manuel Ángel			
Profesorado	García Fernández, Manuel Ángel			
Correo-e	manuelangel.garcia@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Introducción a la lengua francesa en contexto turístico sobre la base de la asignatura IB: francés			

Competencias

Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B4	Dominio del inglés y perfeccionamiento e intensificación, como mínimo, de una segunda lengua extranjera
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C14	Desempeñar actividades profesionales en inglés y otras lenguas extranjeras dentro del sector turístico
C15	Orientación del servicio al cliente
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Descodificar e interpretar mensajes en francés procedentes de diversos ámbitos, con especial atención al sector turístico.	A1 A2 A3 A5	B4 B6 B8	C14 C15	D5
Expresar oralmente y por escrito mensajes en francés, sobre diversos temas y experiencias.	A1 A2 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5
Adaptar el nivel de lengua a las distintas situaciones comunicativas, tanto coloquiales como formales.	A1 A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5

Gestionar la relación con los clientes en francés, especialmente en el ámbito del turismo.	A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D5
Aplicar las TIC a la búsqueda y selección de información variada (léxica, cultural, etc.).	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14	D5
Organizar y desarrollar trabajo en equipo en diferentes contextos y lenguas.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14	D3 D5

Contenidos

Tema

1. Informar a los viajeros.	1. La expresión del tiempo: horas y fechas.
2. Vender un billete de tren.	2. La interrogación.
3. Establecer un programa de animación.	3. Futuro próximo; futuro simple del indicativo.
4. Animar un centro de vacaciones.	4. Demonstrativos y artículos contractos.
5. Informar sobre las manifestaciones.	5. El pronombre relativo qui-que.
6. Evaluar una animación.	6. Passé composé y pasado reciente.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	11	12	23
Prácticas de laboratorio	4	0	4
Tutoría en grupo	1	0	1
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	2	27	29
Sesión magistral	4	0	4
Pruebas de tipo test	1	3	4
Pruebas de respuesta corta	0	3	3
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	0	4	4
Trabajos y proyectos	0	3	3

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividades en las que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura.
Prácticas de laboratorio	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios especiales con equipamiento especializado (laboratorios, aulas informáticas, etc).
Tutoría en grupo	Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la asignatura para asesoramiento/desarrollo de actividades de la asignatura y del proceso de aprendizaje.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Se pretende resolver de manera individualizada las dudas y problemas de los alumnos respecto a materia.
Tutoría en grupo	Se pretende resolver de manera individualizada las dudas y problemas de los alumnos respecto a materia.

Evaluación		Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
	Descripción				
Pruebas de tipo test	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas cerradas con diferentes alternativas de respuesta (verdadero/falso, elección múltiple, emparejamiento de elementos...). Los alumnos seleccionan una respuesta entre un número limitado de posibilidades.	15	A1	B1	D3 D5
Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia	15	A1 A2 A3 A4 A5	B1	D3 D5
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Pruebas para la evaluación que incluyen actividades, problemas o ejercicios prácticos a resolver. Los alumnos deben dar respuesta a la actividad formulada, aplicando los conocimientos teóricos y prácticos de la materia. Estas pruebas serán orales y escritas	50	A1	B1	C14 D3 C15 D5
Trabajos y proyectos	Los alumnos deberán realizar un glosario bilingüe correspondiente a cada una de las unidades del programa	20	A1	B1 B4 B5 B6 B7 B8	D3 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

En la primera convocatoria los alumnos deberán asistir la clase para beneficiarse de la evaluación continua (con más de 3 faltas se perderá el derecho a evaluación continua) que consistirá en la recogida de tareas y actividades de clase o casa (30%), 2 controles durante el cuatrimestre (50%, mínimo 5) y la entrega del glosario (20%). Aquellos alumnos que no superen la materia durante el curso tendrán que presentarse al examen final escrito (60%, mínimo un 5), hacer un examen oral (20%) que se realizará a continuación del escrito, y entregar el glosario (20%). También podrán presentarse al examen final aquellos alumnos que deseen subir nota.

En la segunda convocatoria los alumnos deberán presentar el glosario (20%) que corresponda a cada una de las unidades del temario y realizar un examen final (60%, mínimo un 5) de la materia y un examen oral (20%) que se realizará a continuación del escrito final.

Las fechas y los horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de exámenes aprobado por la Xunta de Facultad para el curso 2015-2016

Fuentes de información

Aragón, M., Eurrutia, M. y otros, **Diccionario de términos del turismo: francés-español, espagnol-français**, Calmy, A. M., **Le français du tourisme.**, Corbeau, S., Dubois, Ch., Penformis, J-L., **Tourisme. com**, Corbeau, S., Dubois, Ch., Penformis, J-L, Semichon, L, **Hôtellerie-restauration.com**, Descotes-Genon, C.y Szilagyi, C., **Service compris: pratique du français de l'hôtellerie, de la restauration et de la cuisine**, Duvillier, M., **Les mots-clés du tourisme et hôtellerie en espagnol**, Lexitour, **les 1700 mots des métiers du tourisme.**, Pierre, C. y Le Poullouin, M.L., **Lexi tourisme espagnol-français**, Penformis, J.L., **Communication Progressive du français des affaires**,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Lenguas extranjeras para el turismo IB: Francés/O04G240V01306

Otros comentarios

Se recomienda haber cursado Francés I y seguir la modalidad de la evaluación continua para superar los contenidos de la materia.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Lenguas extranjeras para el turismo IIC: Alemán**

Asignatura	Lenguas extranjeras para el turismo IIC: Alemán			
Código	O04G240V01407			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	2	2c
Lengua Impartición	Alemán			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Maslanka , Johann Franz			
Profesorado	Maslanka , Johann Franz			
Correo-e	maslanka@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Introducción a la lengua alemana con especial aplicación al sector turístico			

Competencias

Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B4	Dominio del inglés y perfeccionamiento e intensificación, como mínimo, de una segunda lengua extranjera
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C14	Desempeñar actividades profesionales en inglés y otras lenguas extranjeras dentro del sector turístico
C15	Orientación del servicio al cliente
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Descodificar e interpretar mensajes en alemán procedentes de diversos ámbitos, con especial atención al sector turístico.	A1 A2 A3 A5	B4 B6 B8	C14 C15	D5
Expresar oralmente y por escrito mensajes en alemán, sobre diversos temas y experiencias.	A1 A2 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5
Adaptar el nivel de lengua a las distintas situaciones comunicativas, tanto coloquiales como formales.	A1 A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5

Gestionar la relación con los clientes en alemán, especialmente en el ámbito del turismo.	A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D5
Aplicar las TIC a la búsqueda y selección de información variada (léxica, cultural, etc.).	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14	D5
Organizar y desarrollar trabajo en equipo en diferentes contextos y lenguas.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14	D3 D5

Contenidos

Tema	
Unidad 1. Transacciones	Estructuras lingüísticas y vocabulario relacionados con la compra en distintas situaciones: la cafetería, el restaurante, el hotel y en el mundo académico
Unidad 2. Actividades en el tiempo	-diarias -turísticas (de viaje) -académicas
Unidad 3. El Espacio y la orientación	- en el interior (hotel, facultad, casa, etc) - en el exterior (en la ciudad, etc.)
Unidad 4. Relaciones semánticas (razón, finalidad, alternativa etc..)	- aplicadas a transacciones e intercambio de información en el mundo turístico (hotel, crucero, agencia de viajes etc..)

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios	11.25	16	27.25
Sesión magistral	1	3.5	4.5
Prácticas de laboratorio	11.25	16	27.25
Pruebas de respuesta corta	0	8	8
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	0	8	8

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele emplear como complemento de la lección magistral.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Prácticas de laboratorio	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios especiales con equipación especializada (laboratorios, aulas informáticas, etc).

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Tiempo que el docente ha reservado para atender y resolver dudas del alumnado
Resolución de problemas y/o ejercicios	Tiempo que el docente ha reservado para atender y resolver dudas del alumnado

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
-------------	--------------	---------------------------------------

Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	50	A1 A2 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7	C14 C15	D3 D5
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Pruebas para la evaluación que incluyen actividades, problemas o ejercicios prácticos a resolver. Los alumnos deben dar respuesta a la actividad formulada, aplicando los conocimientos teóricos y prácticos de la materia.	50	A1 A2 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7	C14 C15	D3 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

En el caso de no seguir la evaluación continua el 100% de la nota es la obtenida en el examen final. El mismo sistema se aplicará en la segunda oportunidad (Julio).

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016

En el caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU.

Fuentes de información

Ver la bibliografía de la materia Lengua extranjera para Turismo IC: Alemán

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Lenguas extranjeras para el turismo IIA: Inglés/O04G240V01403

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Lenguas extranjeras para el turismo IC: Alemán/O04G240V01307

DATOS IDENTIFICATIVOS**Lenguas extranjeras para el turismo IID: Portugués**

Asignatura	Lenguas extranjeras para el turismo IID: Portugués			
Código	O04G240V01408			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	2	2c
Lengua Impartición	Gallego			
Departamento	Filología gallega y latina			
Coordinador/a	Iglesias Álvarez, Ana María			
Profesorado	Iglesias Álvarez, Ana María			
Correo-e	anaiglesias@uvigo.es			
Web	http://http://estudioslusofonos.blogspot.com.es/			
Descripción general	En esta materia se pretende que el alumnado complete los conocimientos básicos de la lengua y de las culturas de expresión portuguesa adquiridas en Lengua para turismo ID de cara al nivel A2.			

Competencias

Código	
A1	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.
A2	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.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B4	Dominio del inglés y perfeccionamiento e intensificación, como mínimo, de una segunda lengua extranjera
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C14	Desempeñar actividades profesionales en inglés y otras lenguas extranjeras dentro del sector turístico
C15	Orientación del servicio al cliente
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Descodificar e interpretar mensajes en inglés y otra lengua extranjera procedentes de diversos ámbitos, con especial atención al sector turístico.	A1 A2 A3 A5	B4 B6 B8	C14 C15	D5
Expresar oralmente y por escrito mensajes en inglés y otra lengua extranjera, sobre diversos temas y experiencias.	A1 A2 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5
Adaptar el nivel de lengua a las distintas situaciones comunicativas, tanto coloquiales como formales.	A1 A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D3 D5

Gestionar la relación con los clientes en inglés y otra lengua extranjera, especialmente en el ámbito del turismo.	A2 A3 A4 A5	B4 B5 B6 B8	C14 C15	D5
Aplicar las TIC a la búsqueda y selección de información variada (léxica, cultural, etc.)	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B6 B8	C14	D5
Organizar y desarrollar trabajo en equipo en diferentes contextos y lenguas.	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B4 B5 B6 B7 B8	C14	D3 D5

Contenidos

Tema	
Contenidos gramaticales	Fonética: revisión; Sustantivo y adjetivo (género y número); Verbo: revisión; Verbo: presente de subjuntivo, imperativo, futuro de indicativo. Pronombres: colocación del pronombre átono; Acentuación ortográfica; Preposiciones.
Contenidos léxico-semánticos	Identificación personal: Familia directa. Gustos y hábitos. Descripción personal (aspecto físico). Vivienda, hogar y contorno: Casa □ exterior. Actividades de la vida diaria: Acciones cotidianas en el trabajo. Tiempo libre y ocio: Cine, teatro, museos, exposiciones... Viajes y transportes: Lugares de interés público, transporte público (horarios, pago) y transporte particular. Relaciones humanas y sociales: Correspondencia personal. Relaciones familiares, amorosas, de amistad, etc. Salud y cuidados físicos: Higiene y cuidado corporal. Educación: Actividades del aula. Compras y actividades comerciales: Precios y formas básicas de pago. Alimentación: Alimentos. Tipos de comida y bebida. Tipos de establecimientos (cafés, bares, restaurantes...). Bienes y servicios: Servicios de emergencia. Clima, condiciones atmosféricas y ambiente: Animales y plantas del medio ambiente próximo. Ciencia y tecnología: Medios técnicos de comunicación (Internet).
Contenidos pragmáticos	- Continuación de los contenidos impartidos en "Lengua extranjera para el turismo ID" en relación a: Idiomatismos; Falsos amigos; Registros. - Diferencias entre las variantes portuguesa y brasileña. - Redacción de textos.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	10	23	33
Trabajos de aula	10	23	33
Otros	1	5	6
Pruebas de respuesta corta	1	0	1
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	1	0	1
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	1	0	1

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Sesiones teóricas
Trabajos de aula	Sesiones prácticas - trabajo en grupo

Atención personalizada**Metodologías Descripción**

Trabajos de aula Atención a problemas específicos del alumnado durante las sesiones prácticas. Resolución de dudas.

Evaluación

Descripción		Calificación		Resultados de Formación y Aprendizaje		
Sesión magistral	Prueba teórica escritura	25	A1	B4	C14	D3
			A3	B5	C15	D5
			A5	B8		
Trabajos de aula	Realización/presentación de trabajos varios	50	A2	B1	C14	D3
			A3	B4	C15	D5
			A4	B5		
				B6		
Otros	Prueba oral	25	A5	B7		
				B8		
				B4	C14	D3
				B5	C15	D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

Las/Los estudiantes deberán escoger en el principio del curso entre dos opciones: un sistema de evaluación continua (cf. supra) o un sistema de evaluación única. Se recomienda optar por el primero.

Es condición obligatoria para ser evaluada/lo de forma continua la asistencia a un 80% de las aulas, a no ser que haya motivos justificados para una asistencia ligeramente inferior, que deberán ser comunicados a el profesorado el antes posible. Es recomendable consultar regularmente los espacios virtuales de la materia en la plataforma TEMA (<http://faitic.uvigo.es>). Quien opte de forma directa por la evaluación única (no recomendado) será evaluada/el al final del primero período, en la primera edición de las actas (mayo/junio), de la siguiente forma: 1. Con una prueba escrita teórico-práctica (contando 75% de la nota final □ teoría: 25%; práctica: 50%) 2. Con una prueba de expresión oral (contando 25% de la nota final) que será grabada. Es preciso superar ambas pruebas (escritura y oral) para superar la materia. Copia o plagio nos respectivos exámenes será penalizado con un suspenso (nota numérica: 0) en las mismas. La convocatoria de las pruebas de expresión oral deberá acordarse con el profesorado con la antelación necesaria (mínimo 2 días antes de la fecha oficial de las pruebas), siendo responsabilidad del alumnado contactar con el profesorado. La no presentación a la prueba de expresión oral supondrá la obtención de una calificación de 0 (cero) puntos en la misma. Los mismos criterios de evaluación se aplicarán en la segunda edición de las actas (julio). En todo caso, se recomienda la asistencia a las aulas y a las tutorías y consultar regularmente los espacios virtuales de la materia en la plataforma (<http://faitic.uvigo.es>), incluso que no se siga el sistema de evaluación continua. Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro para el curso 2015-2016, que se pueden consultar en la web del centro.

Fuentes de información

Ana Tavares, **Português XXI. Nível A1**, 2011,

<http://www.portaldalinguaportuguesa.org/>

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

Câmara Jr., Joaquim Mattoso, *Estrutura da Língua Portuguesa*, 19.ª ed., Petrópolis, Vozes, 1989. (ISBN: 85-326-0061-1).

--- *Problemas de Linguística Descritiva*, 13.ª ed., Petrópolis, Vozes, 1988.

Castro, Ivo, *Introdução à História do Português*, 2.ª ed. revista e muito ampliada, Lisboa, Edições Colibri, 2006. (ISBN: 972-772-676-3).

Coimbra, Isabel, e Coimbra, Olga. *Gramática Ativa 1*, 3.ª ed., Lisboa, Lidel, 2011. (ISBN: 978-972-757-638-8).

Coimbra, Isabel, e Coimbra, Olga. *Gramática Ativa 2*, 3.ª ed., Lisboa, Lidel, 2012. (ISBN: 978-972-757-173-4).

Com ou sem Acento?, Porto, Porto Editora, 2012. (ISBN: 978.972.0.31936-4).

Com ou sem Hífen?, Porto, Porto Editora, 2012. (ISBN: 978.972.0.01713-0).

Cristóvão, Fernando (dir. e coord.). *Dicionário Temático da Lusofonia*, Lisboa, Texto Editores, 2005. (ISBN: 978-972-472-935-0).

Cristóvão, Fernando, *Da Lusitanidade à Lusofonia*, Coimbra, Almedina, 2008. (ISBN: 978-972-403-445-4)

Dicionário da Língua Portuguesa 2011, Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-01564-8)

Dicionário Editora Alemão-Português. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2011. (ISBN: 978-972-0-01494-8).

Dicionário Editora de Espanhol-Português, Porto, Porto Editora, 2008 (ISBN: 978-972-0-01371-2).

Dicionário Editora de Francês-Português. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2011. (ISBN: 978-972-0-01647-8).

Dicionário Editora de Inglês-Português. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-01491-7).

Dicionário Editora de Português-Alemão, Porto, Porto Editora, 2006. (ISBN: 978-972-0-01277-7).

Dicionário Editora de Português-Espanhol, Porto, Porto Editora, 2010 (ISBN: 978-972-0-01559-4).

Dicionário Editora de Português-Francês. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2009. (ISBN: 978-972-0-01479-5).

Dicionário Editora de Português-Inglês. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-01493-1).

Dicionário Moderno da Língua Portuguesa. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-01496-2).

Dicionário Moderno de Sinónimos e Antónimos. Acordo ortográfico. Porto, Porto Editora, 2012. (ISBN: 978-972-0-05754-9).

Dicionário Moderno de Verbos Portugueses, Porto, Porto Editora, 2010. (ISBN: 978-972-0-05756-3).

FLiP 8 - Ferramentas para a Língua Portuguesa, Ed. Priberam, 2010. [www.flip.pt].

Machado, José Barbosa, *Introdução à História da Língua e Cultura Portuguesas*, Braga, Edições Vercial, 2009. (ISBN: 978-972-99038-8-5-3).

Novo Corretor Aurélio 2, Ed. Positivo, 2010. [www.flip.pt].

Sobral, José Manuel, *Portugal, Portugueses: Uma Identidade Nacional*, s.l., Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2012. (ISBN: 978-989-8424-65-5).

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Lenguas extranjeras para el turismo III: Portugués/O04G240V01508

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Lenguas extranjeras para el turismo ID: Portugués/O04G240V01308

Otros comentarios

Un buen dominio de la lengua gallega facilita la adquisición rápida de un nivel A2 de lengua portuguesa.
