



GUÍA DOCENTE 2014-2015
Francés para la Comunicación Turística III

1. Denominación de la asignatura:

Francés para la Comunicación Turística III

Titulación

Grado en Turismo

Código

6787

2. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Filología

3.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

Carlos Vadillo Santaolalla (Despacho 1030) cvadillo@ubu.es, Tel: 947259025

3.b Coordinador de la asignatura

Carlos Vadillo Santaolalla

4. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

4º Curso Primer semestre

5. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



6. Requisitos de formación previos para cursar la asignatura:

Haber cursado y aprobado las asignaturas Francés para la Comunicación Turística I y II

7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

GENERALES

T1 Capacidad de análisis y síntesis
T4 Conocimiento de una lengua extranjera
T7 Resolución de problemas
T9 Trabajo en equipo
T12 Razonamiento crítico
T15 Conocimiento de otras culturas y costumbres
T16 Iniciativa y espíritu emprendedor

ESPECÍFICAS

E12 Comunicarse en inglés y en otras lenguas extranjeras
E22 Trabajar en medios socioculturales diferentes

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes

Utilizando las técnicas de la simulación global, los estudiantes (bajo la dirección del profesor) se embarcarán en la creación de una empresa turística de carácter ficticio, abordando todas sus fases de creación. En todo este proceso se tratará de que conozcan y utlicen con precisión el vocabulario, la gramática y los elementos nocionales necesarios para culminar con éxito este desarrollo creativo



9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
Créer une entreprise touristique Êtes- vous prêts pour entreprendre? Descubrir las posibles motivaciones de los estudiantes para la creación de una empresa turística. Trouver une idée Encontrar entre todos los participantes una idea realizable de empresa turística. Concrétiser le projet: l'étude de marché Definir y evaluar las posibilidades reales para el desarrollo de la empresa. Où s'implanter? Evaluar qué lugar geográfico reúne las condiciones idóneas para el desarrollo del proyecto. Trouver un local Plantarse qué tipo de local (emplazamiento, superficie, etc) reúne las mejores condiciones para instalar nuestra empresa. Élaborer un budget prévisionnel Analizar de manera detallada todos los gastos que va a entrañar nuestro proyecto Obtenir un prêt Buscar, negociar y obtener un crédito para el inicio de la actividad empresarial. Accomplir des formalités Considerar todas las gestiones administrativas necesarias para la creación de la empresa turística. Faire connaître son entreprise Poner en marcha las acciones publicitarias pertinentes para dar a conocer la empresa.
9.3- Bibliografía
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA PACTHOT, A., , (1996) L'hôtel, Hachette,



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

BOMBARDERI, C., , (1996) L'entreprise, Hachette,

YAICHE, F., , (1996) Les simulations globales. Mode d'emploi., Hachette,

10. Sistemas de evaluación:

Al tratarse de un proceso colectivo en el que el trabajo en equipo y la interacción son básicos, un primer elemento para la evaluación provendrá de la participación en oral en lengua francesa de los estudiantes. Además se exigirán trabajos complementarios por escrito en los que la capacidad de argumentación y la corrección gramatical en francés serán los parámetros básicos de evaluación. La evaluación será completada con la presentación final del proyecto por parte de unos participantes que deberán responder además a todas las dudas, aclaraciones y precisiones planteadas por el profesor.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Participación oral continua	30 %	0 %
Ejercicios escritos	30 %	0 %
Presentación oral final del proyecto	40 %	100 %
Total	100 %	100 %

11. Calendarios y horarios:

Lunes y miércoles de 17h30 a 19h30

12. Idioma en que se imparte:

Francés