



CICLO LECTIVO: 2025

DOCENTE: Ailén Moschini

CARRERA: Tecnicatura Superior en Hotelería

MATERIA: Inglés III

CURSO Y COMISIÓN: 3º

HORAS DE CLASES SEMANALES: 3

Fundamento de la propuesta

El espacio curricular *Inglés III* constituye la etapa final del trayecto de formación en inglés dentro de la Tecnicatura Superior en Hotelería, articulando con los aprendizajes previos de *Inglés I* e *Inglés II*. Este nivel está orientado a consolidar el uso del idioma en contextos laborales complejos y auténticos del sector hotelero, haciendo énfasis en la interacción profesional, la producción de textos formales y la participación en eventos y situaciones reales de hospitalidad.

La asignatura fortalece las competencias lingüísticas específicas del área mediante un enfoque comunicativo, basado en tareas (TBL), que promueve el desarrollo de habilidades para desenvolverse en entrevistas laborales, resolver quejas de clientes, gestionar servicios gastronómicos, diseñar campañas de marketing hotelero y participar activamente en espacios de formación y trabajo en equipo.

La presente propuesta recupera los aportes del Enfoque Comunicativo y del Inglés con Fines Específicos (ESP), junto con perspectivas del constructivismo y socioconstructivismo, entendiendo que el aprendizaje significativo surge del compromiso activo del/a estudiante, la interacción social y la resolución de problemas en contextos reales.

De este modo, *Inglés III* contribuye a la formación integral del egresado/a, fortaleciendo no sólo sus competencias técnicas y comunicativas, sino también valores fundamentales como la responsabilidad, la empatía, el respeto por la diversidad cultural y la orientación al servicio.

Propósitos de la Unidad Curricular	Capacidades a desarrollar y su vinculación con el sector socio productivo de la carrera
<ul style="list-style-type: none">• Consolidar competencias comunicativas en inglés, priorizando la fluidez, precisión y adecuación en situaciones laborales específicas del sector hotelero y turístico.• Aplicar el idioma como herramienta profesional para interactuar con huéspedes, resolver problemas y promocionar servicios.• Comprender y producir mensajes orales y escritos utilizando vocabulario técnico y estructuras	<ul style="list-style-type: none">• Comprensión y producción oral y escrita en contextos laborales hoteleros: Permite interpretar y generar mensajes en inglés en interacciones reales.• Uso específico de vocabulario técnico y estructuras avanzadas del ámbito hotelero y turístico: Facilita la comunicación clara y precisa sobre servicios, productos, promociones, normas del hotel, tareas laborales y planificación de eventos.• Interacción comunicativa efectiva en situaciones formales y multiculturales:



<p>gramaticales avanzadas propias del ámbito hotelero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar habilidades sociopragmáticas, tales como el uso de normas de cortesía, expresiones empáticas y protocolos de comunicación, adaptados a contextos profesionales multiculturales. • Integrar recursos digitales, materiales auténticos y estrategias de aprendizaje autónomo, fortaleciendo la autonomía y la preparación para el mundo laboral. • Articular los contenidos del espacio curricular con otros de la carrera, promoviendo una formación integral y la transferencia de saberes. • Reflexionar sobre el valor del inglés como competencia clave para la inserción laboral y la mejora en la calidad del servicio turístico. 	<p>Desarrolla la habilidad de participar en entrevistas, gestionar reclamos, coordinar eventos y mantener conversaciones profesionales con cortesía.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo colaborativo y responsabilidad en entornos laborales simulados: Estimula la cooperación y el compromiso en proyectos grupales como campañas de marketing, simulaciones de servicio y presentaciones de equipo. • Manejo de recursos digitales y materiales auténticos: Enriquece la preparación para escenarios reales mediante el uso de herramientas digitales del sector (folletos, redes, formularios, plataformas). • Autonomía y reflexión sobre el propio proceso de aprendizaje: Fomenta la autoevaluación continua y la mejora del desempeño comunicativo, competencias clave en un entorno laboral dinámico y orientado al servicio.
--	--

Contenidos

UNIDAD	1: Hotel Procedures (8 semanas) – MARZO/ABRIL
FUNCIONES	Tomar reservas, mensajes y responder consultas por teléfono.
LINGÜÍSTICAS	Realizar procesos de check-in y check-out.
	Brindar información sobre servicios e instalaciones.
	Atender solicitudes y ofrecer ayuda a los huéspedes.
NOÇIONES GRAMÁTICAS Y EXPONENTES	<i>Can/Could/ Would you like to...? / I'd like... / I'll...</i> Presente simple y continuo. Preposiciones de lugar y tiempo. <i>There is / There are / Is there...? / Are there any...?</i>
	<i>Wh-questions / Yes-no questions.</i> Modo imperativo. Adjetivos vs. Adverbios. Reported speech.
VOCABULARIO	Recepción: check-in, check-out, room service, concierge. Tipos de habitaciones, instalaciones y servicios. Información sobre horarios, políticas y tarifas.
CONTEXTO	Recepción y conserjería en hoteles. Atención a huéspedes.
BIBLIOGRAFÍA	O'Hara (2004) - Units 6, 7, 13, 14; Stott & Pohl (2010) - Units 1, 2, 3, 4, 8, 13, 14, 22; Stott & Revell (2007) - Unit 17; Jones (2006) - Units 27, 28; Walker & Harding (2006) - Unit 12; Thammawong (2017) - Unit 8; Yates

Instituto Superior de Formación Docente y Técnica Nº 46 “2 de abril de 1982”



Sede: Av. Pueyrredón 1250
 Sub-sede: Av. Pueyrredón 918
 Ramos Mejía, La Matanza

(n.d.) - Unit 3; Zwier & Caplan (2007) - "Room Service 1 & 2", "Directing Guests to facilities".

RECURSOS	Audios incluidos en la bibliografía. / Video Hotel Check-in - SNL / Video Conversation at the hotel (Check-in) / Video How to Check Out at a Hotel (A New Guide for Hoteliers) / Video Calling for help / Hotel Problems / Wooclap y Quizizz – para actividades de repaso y autoevaluación. / Genially y Canva – para crear presentaciones y animaciones. / Google Classroom – para entrega de tareas y comunicación con la clase.
TAREA FINAL (Evaluación)	<p>Simulación oral: Los/as estudiantes participarán en un <i>role-play</i> donde actuarán como recepcionistas y huéspedes. Deberán realizar un proceso de <i>check-in</i> y <i>check-out</i>, brindando información sobre servicios del hotel, horarios y políticas. Se evaluará el uso de estructuras gramaticales adecuadas, fluidez, claridad en la comunicación y cortesía en la interacción.</p> <p>Evaluación escrita: Examen escrito en el que se evaluará comprensión lectora, vocabulario y las nociones gramaticales trabajadas en la unidad.</p>
UNIDAD	2: Dealing with Changes and Complaints (8 semanas) MAYO/JUNIO
FUNCIONES LINGÜÍSTICAS	Gestionar modificaciones y cancelaciones de reservas. Escuchar y responder a quejas de forma profesional. Ofrecer soluciones y disculpas adecuadas.
NOCIONES GRAMÁTICAS Y EXPONENTES	Modal verbs: <i>can, could, may, might, should</i> para sugerencias y soluciones. Uso de condicionales (tipo 1 y 2) para ofrecer alternativas. Expresiones para disculparse y empatizar con el cliente. Adverbios intensificadores. Comparaciones con <i>as... as...</i> “Will” para promesas y decisiones. Presente perfecto para sucesos recientes. Voz pasiva y <i>causative passive</i> / Pasado perfecto.
VOCABULARIO	Cambios en reservas: cancelación, modificación, disponibilidad. Tipos de quejas comunes (ruido, limpieza, servicios defectuosos). Soluciones y compensaciones.
CONTEXTO	Atención de quejas en recepción y servicio al cliente.
BIBLIOGRAFÍA	Jones (2006) - Chapter 9; Stott & Pohl (2010) - Units 7, 15, 16; Stott & Revell (2007) - Unit 5; Thammawong (2017) - Unit 7; Zwier & Caplan (2007) - "Dealing with a dissatisfied guest", "Dealing with noisy guests"; Morris (n.d.) - Unit 11; Yates (n.d.) - p. 39: "Saying you're sorry", "Who do you send?".
RECURSOS	Customer Service / Video Complaints / Audios incluidos en la bibliografía Google Classroom / Canva / Wooclap – Evaluaciones interactivas y encuestas en tiempo real. / Google Docs para redacción y corrección colaborativa de correos de respuesta a clientes.
TAREA FINAL (Evaluación)	Simulación oral: En parejas, un estudiante actuará como cliente insatisfecho y el otro como recepcionista. Deberán manejar la queja de

Instituto Superior de Formación Docente y Técnica Nº 46 “2 de abril de 1982”



Sede: Av. Pueyrredón 1250
 Sub-sede: Av. Pueyrredón 918
 Ramos Mejía, La Matanza

forma profesional, ofrecer soluciones y aplicar estructuras gramaticales y vocabulario adecuado.

Redacción de correo formal: Cada estudiante redactará una respuesta formal a una queja escrita de un huésped, aplicando el uso correcto de modal verbs, condicionales y expresiones de disculpa.

UNIDAD	3: Food and Beverage Services (6 semanas) AGOSTO / SEPTIEMBRE
FUNCIONES LINGÜÍSTICAS	Tomar pedidos y realizar sugerencias de menú. Gestionar reservas y cambios en restaurantes del hotel. Manejar situaciones de alergias o restricciones alimenticias.
NOCIONES GRAMÁTICAS Y EXPONENTES	Uso de <i>would like</i> para pedidos corteses. Contables e incontables con <i>some/any</i> y <i>much/many</i> . Estructuras comparativas para sugerir opciones. Wh-questions about subject and object. Quantifiers. Reported speech y pasado perfecto.
VOCABULARIO	Menús, platos, bebidas y tipos de servicios. Reservas de restaurante y servicio a la habitación. Reglas de etiqueta y sugerencias gastronómicas.
CONTEXTO	Restaurantes, bares y servicio a la habitación en hoteles.
BIBLIOGRAFÍA	Stott & Pohl (2010) - Units 9, 10; Bellver & Grau (2017) - Unit 1; Oxford University Press (n.d.) - Units 1, 2, 7, 12, 14; Thammawong (2017) - Unit 6; Zwier & Caplan (2007) - "Seating Guests", "Taking a beverage order", "Taking a meal order", "Serving food", "Serving dessert", "Taking payment"; Morris (n.d.) - Unit 7.
RECURSOS	Genially / Google Classroom / Baamboozle – Juegos interactivos para repasar vocabulario y estructuras. Google Docs para redacción colaborativa.
TAREA/S (Evaluación)	Creación de un menú: En grupos de 2 a 3 personas, deberán diseñar un menú ficticio para un restaurante de hotel, incluyendo descripciones de platos, precios y opciones especiales, aplicando vocabulario gastronómico y estructuras comparativas.
	Role-play en restaurante/bar: Representarán una interacción en un restaurante donde tomarán pedidos, harán sugerencias de menú y manejarán solicitudes especiales (como alergias o cambios en los platos).
UNIDAD	4: Hotel Branding and Marketing (4 semanas) SEPTIEMBRE / OCTUBRE
FUNCIONES LINGÜÍSTICAS	Describir características de un hotel y sus ventajas competitivas. Promocionar servicios y ofrecer paquetes turísticos. Manejar consultas relacionadas con promociones y descuentos.
NOCIONES GRAMÁTICAS Y EXPONENTES	Pasiva para describir promociones y servicios ofrecidos. Uso de comparatives y superlatives. Reported speech para transmitir comentarios de clientes. Presente simple, presente continuo, presente perfecto y pasado simple. Patrones verbales / Collocations.

Instituto Superior de Formación Docente y Técnica Nº 46 “2 de abril de 1982”



Sede: Av. Pueyrredón 1250
 Sub-sede: Av. Pueyrredón 918
 Ramos Mejía, La Matanza

VOCABULARIO	Estrategias de marketing, promociones y paquetes turísticos. Redes sociales y publicidad en el sector hotelero. Diferenciación de marca y lealtad del cliente.
CONTEXTO	Marketing en hoteles y agencias de viajes.
BIBLIOGRAFÍA	Walker & Harding (2006) - Unit 8; Smith (2018) - Unit 2; Duckworth (n.d.) - Unit 11; Strutt (2013) - Units 2, 3.
RECURSOS	Canva – Genially - Google Classroom - Hotel branding
TAREA/S (Evaluación)	En equipos de 3-4 personas, los/as estudiantes diseñarán una campaña de marketing para un hotel ficticio o real. Incluirán un folleto promocional o una publicación para redes sociales (<i>Canva/Genially</i>); y una presentación oral donde explicarán la estrategia de branding, las promociones y los servicios ofrecidos.
UNIDAD	5: Working in Hospitality (4 semanas) OCTUBRE / NOVIEMBRE
FUNCIONES LINGÜÍSTICAS	Describir responsabilidades laborales y habilidades necesarias. Participar en entrevistas simuladas. Discutir oportunidades de desarrollo profesional.
NOCIONES GRAMÁTICAS Y EXPONENTES	Uso de <i>have to/must</i> para expresar obligaciones laborales. Uso de <i>can/could</i> para habilidades y permisos. Futuro con <i>will</i> y <i>going to</i> para hablar de planes de carrera. Pasado simple y presente perfecto para hablar de experiencias.
VOCABULARIO	Puestos y responsabilidades en un hotel. Procesos de selección y formación del personal.
CONTEXTO	Recursos humanos en la industria hotelera.
BIBLIOGRAFÍA	Strutt (2013) - Unit 8; p. 9; Strutt (2013) - Unit 2; Smith (2018) - "Working in a hotel", "Working in a resort", "Looking for a job", "Writing a personal profile", "Writing a CV", "Writing a covering letter"; Stott & Pohl (2010) - "Working life", "Job applications", "Job interviews"; DK (2017) - "Applying for a job", "Job Interviews".
RECURSOS	Canva y Google Docs para diseñar el CV. Google Classroom
TAREA/S Evaluación	Entrega de CV y carta de presentación: Deberán diseñar un Curriculum Vitae y una carta de presentación adaptada a un puesto específico, utilizando Canva o Google Docs. Entrevista laboral: Deberán grabar un video individual simulando una entrevista de trabajo para un puesto en el sector hotelero. Se les proporcionará una lista de preguntas con anticipación para que puedan preparar sus respuestas. En el video, deberán responder con fluidez, utilizando el vocabulario y las estructuras gramaticales adecuadas para una entrevista laboral en inglés.
Estrategias metodológicas	
Para favorecer un aprendizaje significativo y contextualizado, se emplearán estrategias metodológicas centradas en el enfoque comunicativo y en la enseñanza del inglés con fines específicos (ESP), especialmente diseñadas para el ámbito hotelero:	

Instituto Superior de Formación Docente y Técnica Nº 46 “2 de abril de 1982”



Sede: Av. Pueyrredón 1250
Sub-sede: Av. Pueyrredón 918
Ramos Mejía, La Matanza

Aprendizaje basado en tareas (TBLT – Task-Based Language Teaching): Los/as estudiantes resolverán situaciones reales del entorno profesional hotelero mediante simulaciones, role-plays, diseño de materiales promocionales y dramatizaciones.

Simulación de situaciones auténticas: Prácticas de interacción en inglés tales como atención al huésped, gestión de reclamos, toma de pedidos y entrevistas laborales simuladas.

Producción de textos profesionales: Redacción de correos electrónicos, CVs, cartas de presentación, menús y folletos en inglés, utilizando lenguaje técnico y estructuras formales adecuadas.

Uso de materiales auténticos y recursos digitales: Se emplearán audios, videos, infografías y formularios reales del sector hotelero. Plataformas como Google Classroom, Canva, Genially, Wooclap, Quizizz y Google Docs enriquecerán la experiencia formativa.

Aprendizaje colaborativo y reflexión: Trabajo en equipos para la realización de proyectos, retroalimentación entre pares (coevaluación), cuestionarios de autoevaluación y espacios de metaevaluación al finalizar cada unidad.

Integración con la práctica profesional: Articulación con actividades y proyectos de Prácticas Profesionalizantes, visitas educativas y simulaciones adaptadas al contexto laboral.

Calendarización: secuenciación y encuentros sincrónicos

Meses	Unidad	Evaluación	Cantidad de clases
Marzo - Mayo	Unidad 1: Hotel Procedures	12/5 Simulación <i>check-in/check-out</i> 19/5 Examen escrito	8 (encuentros presenciales + sincrónicos en fechas definidas por la institución)
Mayo - Junio	Unidad 2: Dealing with Complaints	7/7 y 14/7 Role-play atención de quejas + mail formal	8 (encuentros presenciales + sincrónicos en fechas definidas por la institución)
Julio - Septiembre	Unidad 3: Food and Beverage Services	22/9 Creación de menú + role-play gastronómico	6 (encuentros presenciales + sincrónicos en fechas definidas por la institución)
Septiembre - Octubre	Unidad 4: Branding and Marketing	27/10 Campaña de marketing + presentación oral	4 (encuentros presenciales + sincrónicos en fechas definidas por la institución)
Octubre - Noviembre	Unidad 5 -	03/11 CV, carta y entrevista	3 (encuentros presenciales + sincrónicos en fechas definidas por la institución)

Recuperatorios: 10 de noviembre



Noviembre	Cierre y repaso	17/11 Autoevaluación + devolución de proyectos	1 (encuentros presenciales + sincrónicos en fechas definidas por la institución)
------------------	-----------------	---	--

Criterios e instrumentos de evaluación, condiciones para la acreditación

La evaluación en la asignatura *Inglés III* se concibe como un proceso continuo, formativo e integral, orientado a acompañar y potenciar el aprendizaje de los/as estudiantes a lo largo de toda la cursada. Se sustenta en los principios establecidos en el RAM 2024, entendiendo que evaluar no se limita a asignar calificaciones, sino que implica generar instancias de retroalimentación que favorezcan la toma de conciencia sobre el propio aprendizaje, la identificación de fortalezas y la superación de dificultades.

Esta concepción promueve la autoevaluación, coevaluación y metaevaluación, fortaleciendo la autonomía y la autorregulación de los/as estudiantes, al tiempo que favorece la construcción colectiva del conocimiento. Se valora el proceso tanto como el producto final, considerando la diversidad de trayectorias, estilos de aprendizaje y niveles de competencia lingüística del grupo. Es por esta razón que se evaluarán las cuatro habilidades lingüísticas (comprensión y producción oral y escrita) en contextos turísticos auténticos mediante producciones colaborativas, simulaciones y dramatizaciones, exámenes escritos, presentaciones orales y participación en actividades virtuales.

Criterios de evaluación

- **Comprensión oral y escrita:** Capacidad de interpretar mensajes y textos turísticos con precisión.
- **Producción oral y escrita:** Claridad, coherencia y adecuación en la expresión en inglés en contextos hoteleros.
- **Interacción comunicativa:** Habilidad para participar activamente en simulaciones y actividades colaborativas.
- **Corrección gramatical:** Uso adecuado de estructuras lingüísticas trabajadas en el curso.
- **Pronunciación y entonación:** Claridad en la articulación que facilite la comunicación efectiva.
- **Uso de vocabulario específico:** Incorporación y aplicación de terminología relevante del ámbito turístico y hotelero.
- **Actitud y compromiso:** Participación activa, responsabilidad y respeto en las actividades individuales y grupales.

Además, para promover la reflexión sobre el propio aprendizaje, se implementarán cuestionarios de autoevaluación al finalizar cada cuatrimestre, se incentivará la retroalimentación entre pares en actividades grupales (coevaluación) y se generará un espacio de cierre para reflexionar sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje al finalizar el ciclo lectivo (metaevaluación).

Las devoluciones serán continuas y orientadoras, mediante comentarios orales durante las actividades prácticas, observaciones personalizadas en producciones individuales y grupales,



entrevistas breves para quienes requieran refuerzo, y espacios presenciales y virtuales de consulta para estudiantes con dudas o dificultades.

Condiciones de aprobación y acreditación:

Para aprobar la materia, los/as estudiantes deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Asistir al menos al 60% de las clases.
- Aprobar todas las evaluaciones con una calificación mínima de 4 (cuatro).
- Participar en actividades individuales y grupales, demostrando compromiso con la cursada.
- Entregar en tiempo y forma los trabajos prácticos y proyectos asignados.

Examen final obligatorio:

Los/as estudiantes que aprueben la cursada deberán rendir un examen final integrador para acreditar la unidad curricular. Para aprobar el mismo, será necesario obtener al menos 4 (cuatro) en cada parte.

- **Parte escrita:** Comprensión lectora, vocabulario específico y producción escrita en contexto hotelero.
- **Parte oral:** Simulación de una interacción con un huésped o presentación de una campaña de marketing.

Se tomarán recuperatorios para todas las instancias evaluativas en el mes de noviembre.

Quienes aprueben la cursada con 7 o más puntos en cada cuatrimestre, sólo deberán presentarse a la instancia oral del examen final.

En concordancia con el RAM 2024, la validez de la cursada se extenderá por 8 llamados consecutivos a final (2 años y medio). Si el/la estudiante no se presenta durante ese período, o si se presenta y desaprueba el examen final 4 veces, deberá recursar el espacio.

Orientaciones para estudiantes que acrediten en condición de libres

Los/as estudiantes que no hayan alcanzado las condiciones de regularidad establecidas en la cursada podrán rendir la asignatura en condición de libres, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- ✓ **Requisitos para rendir como estudiante libre**
 - Haber cumplido con las correlatividades establecidas en el plan de estudios.
 - Inscribirse en la mesa de examen correspondiente dentro de los plazos administrativos.
 - Presentarse a la evaluación en la fecha y horario asignados.
- ✓ **Estructura del examen para estudiantes libres**
 - Parte escrita: Comprensión lectora de textos sobre la industria turística y hotelera, vocabulario específico, estructuras gramaticales y producción escrita.



- Parte oral: Simulación de atención al huésped y promoción de un hotel u otro servicio de alojamiento.

Para aprobar, se requiere obtener un mínimo de 4 (cuatro) en cada instancia evaluativa.

✓ **Estrategias de preparación para el examen**

- Revisar los materiales del curso, incluyendo bibliografía obligatoria y recomendada.
- Practicar con audios y videos de situaciones reales en el ámbito hotelero.
- Elaborar resúmenes de los principales temas y organizar vocabulario clave.
- Simular situaciones de atención al huésped en voz alta o con compañeros/as.

✓ **Criterios de evaluación para estudiantes libres**

- Comprensión y producción oral y escrita en inglés en contextos turísticos.
- Claridad, coherencia y adecuación en la expresión escrita y oral.
- Uso preciso del vocabulario específico del ámbito hotelero y turístico.
- Corrección gramatical y estructural en la producción de textos.
- Pronunciación y entonación adecuadas para garantizar la comprensión del mensaje.

Bibliografía obligatoria

La bibliografía obligatoria será brindada a los/as estudiantes en forma de cuadernillo que podrán utilizar de forma virtual o física (imprimiéndolo). Los libros originales se compartirán con ellos/as como bibliografía complementaria a través de Google Classroom.

Bellver, A., & Grau, A. (2017). *English for Hospitality and Tourism*. Edulatia.

DK. (2017). *English for Everyone Business English Course Book Level 2*. Dorling Kindersley Ltd.

Duckworth, M. (n.d.). *Going International: English for Tourism Workbook*.

Jones, L. (2006). *Welcome! English for the travel and tourism industry*. Oxford University Press.

Morris, C. (n.d.). *Flash on English for Cooking, Catering and Reception*. ELI.

O’Hara, F. (2004). *Be my guest: English for the hotel industry*. Cambridge University Press.

Oxford University Press. (n.d.). *Hotel and Catering*. Student Workbook.

Smith, A. (2018). *Explore Travel and Tourism*. ESP Series. ELI.

Stott, T., & Pohl, A. (2010). *Highly recommended 2: English for the hotel and catering industry*. Oxford University Press.

Strutt, P. (2013). *English for International Tourism. Pre Intermediate, Intermediate and Upper Intermediate*. Pearson Education Limited.

Thammawong, J. (2017). *Instructional Material English for Hotel Staff*. Udon Thani Rajabhat University.

Instituto Superior de Formación Docente y Técnica Nº 46 “2 de abril de 1982”



Sede: Av. Pueyrredón 1250
Sub-sede: Av. Pueyrredón 918
Ramos Mejía, La Matanza

Walker, R., & Harding, K. (2006). *Oxford English for Careers: Tourism 1: Student's Book*. Oxford University Press.

Walker, R., & Harding, K. (2006). *Oxford English for Careers: Tourism 2: Student's Book*. Oxford University Press.

Yates, C. (n.d.). *Check in: English in Tourism*. English Language Teaching.

Zwier, L., & Caplan, N. (2007). *Everyday English for Hospitality Professionals*. Compass Publishing.

Bibliografía complementaria

Se sugiere- como bibliografía complementaria- consultar en la bibliografía obligatoria aquellas unidades no incluidas en el programa, particularmente en los siguientes libros:

- O’Hara, F. (2004). *Be my guest: English for the hotel industry*. Cambridge University Press.
- Smith, A. (2018). *Explore Travel and Tourism*. ESP Series. ELI.
- Stott, T., & Pohl, A. (2010). *Highly recommended 2: English for the hotel and catering industry*. Oxford University Press.
- Thammawong, J. (2017). *Instructional Material English for Hotel Staff*. Udon Thani Rajabhat University.
- Zwier, L. & Caplan, N. (2007). *Everyday English for Hospitality Professionals*. Compass Publishing.

Acuerdos institucionales e interinstitucionales

1. Vinculación con otras asignaturas de la Tecnicatura

- Coordinación con las materias *Prácticas Profesionalizantes*, *Marketing de los servicios de alojamiento*, *Gestión del personal* y el *Espacio de Definición Institucional* para reforzar el uso del inglés en situaciones reales del ámbito hotelero.

2. Integración con el Proyecto Curricular Institucional (PCI)

- La materia se enmarca en las estrategias de enseñanza institucionales, promoviendo el uso de herramientas digitales, trabajo colaborativo y metodologías activas.
- Participación en eventos institucionales como ferias turísticas, salidas educativas y seminarios relacionados con el sector.

3. Participación en iniciativas de extensión

- Posible articulación con instituciones del sector hotelero para facilitar experiencias de aprendizaje vinculadas a la realidad profesional.