



CURSO DE FRANCÉS CON FINES ESPECIFICOS ORIENTACION EN HOTELERIA

Prof: Lic.Lorena Acosta Helguera

Destinado a: Personas con nivel A2 en adelante

Duración: 3 meses (2 encuentros semanales de 2hs) abril a junio 2026

Modalidad: virtual

Horario: Martes y jueves de 20:00 a 22:00h

FUNDAMENTACION

El turismo es vital para la economía de un país, ya que tiene un impacto significativo en múltiples aspectos. Genera ingresos considerables a través del gasto de los visitantes en alojamiento, transporte, alimentos y actividades, lo que estimula la demanda interna y beneficia a diversos sectores económicos.

En Salta, quienes trabajan en el sector turístico sienten verdadera pasión por su trabajo. Y eso se nota: constantemente piensan en innovar, en difundir, en planificar, en mejorar. Las estadísticas y las opiniones de los viajeros que llegan a nuestra Provincia son testigos de esa vocación por la perfección. La ciudad es un espacio turístico privilegiado gracias al trabajo de muchos salteños. Existe un desafío permanente: demostrar que Salta es “Tan linda que enamora” no solo por los paisajes que hacen de nuestra provincia un escenario privilegiado, sino también que lo es por su gente, por sus servicios, por su infraestructura, por todo aquello que hace que quienes nos visiten tengan ganas de volver y de contarles a todos lo bien que la pasaron aquí, y la recomienden.

Lograr eso requiere no solo de mucho, mucho trabajo, sino además de sinergias adecuadas entre la multiplicidad de sectores que forman parte del



esquema del turismo y de una planificación experta, que sirva de guía presente y futura; que trascienda a los sucesivos gobiernos como una Política de Estado y que se nutra de las de las experiencias pasadas.

El dominio de los idiomas siempre ha sido importante en el sector turístico dada la necesidad de comunicarnos con el cliente, pero en la actualidad si cabe más importante aún, dada la alta cualificación de los profesionales en todo el mundo. La formación de los gestores del turismo se ha desarrollado al máximo nivel. Es inconcebible que un gestor del turismo no domine varios idiomas a nivel especializado, principalmente atención al cliente o comunicación a nivel internacional con otros profesionales. El dominio de algún idioma más allá de la lengua materna es un recurso imprescindible para trabajar en el sector turístico.

El aprendizaje de varios idiomas, en este caso el Francés debería ser una condición básica para todo establecimiento hotelero con perspectivas de futuro ya que la calidad del alojamiento se fundamenta no solo en el producto también en la profesionalidad del personal, su competencia, amabilidad y capacidad de comunicarse con el cliente. Valoremos pues la formación en idiomas para impulsar la excelencia de nuestros profesionales.

OBJETIVOS GENERALES

Valorizar el francés como herramienta fundamental de una educación turística basada en competencias que respondan a las nuevas demandas. Se abordará los saberes propios del campo profesional indicado, así como la contextualización de los conocimientos para optimizar el desarrollo de las competencias orales y escritas.

Este curso se ha diseñado de forma que los alumnos puedan iniciarse desde cero en el francés o quieran especializarse a un nivel más alto.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Que el alumno sea capaz de:

- Comprender y producir diferentes tipos de actos comunicativos, de complejidad ascendente, relacionados al área específica laboral.
- Tener una actitud positiva frente a la cultura y a la lengua extranjera.
- Participar activamente en su proceso de aprendizaje.
- Desenvolverse con fluidez y precisión en intercambios comunicativos en Francés con un alto nivel de competencia en el uso de la lengua oral y escrita, en situaciones formales e informales y en forma contrastiva con el español, adaptando su hacer lingüístico-cultural para resolver problemas comunicativos en el ámbito de la hotelería.
- Responder a las necesidades, requerimientos e intereses de las entidades que requieran de sus servicios.
- Manejar técnicas y estrategias de comunicación en situaciones lingüísticas propias del dominio hotelero.
- Ejercer con rigor y seriedad su trabajo profesional.

CONTENIDOS

Unité 1:

Les articles définis et indéfinis. Les prépositions de lieu. Vocabulaire concernant l'organigramme d'un hôtel, l'établissement, les catégories : les pièces, les équipements, la visite guidée. La brochure, le dépliant, la rubrique internet, fiches des horaires et des tarifs. Décrire et caractériser un hôtel; animer une visite guidée d'une chambre d'hôtel; présenter un hôtel de manière attrayante (brochure, rubrique internet, etc) Reconnaître et mettre en valeur les caractéristiques d'un hôtel, les employés.

Los artículos definidos e indefinidos. Las preposiciones de lugar. Vocabulario sobre el organigrama de un hotel, el establecimiento, las categorías: las habitaciones, los equipamientos, tarifas. Describir y



ALEMÁN



FRANCÉS



ITALIANO



PORTUGUÉS



INGLÉS



LSA



QUECHUA



COREANO

CASTELLANO
PARA EXTRANJEROS

caracterizar un hotel; organizar una visita guiada a una habitación de hotel; presentar un hotel de forma atractiva (folleto, sección internet, etc.) Reconocer y resaltar las características de un hotel, los empleados.

Unité 2:

Les pronoms relatifs. Le Présent Indicatif. Les temps du passé. La phrase interrogative. La mise en relation au téléphone, les formules de politesse, la confirmation, les différents types de chambre Remplir la fiche des clients. Envoyer un courriel. Se renseigner sur les besoins du client. Faire des propositions de chambre et des services. Confirmer la réservation du client. Accueillir efficacement un client, maîtriser la procédure de réservation d'une chambre (savoir prendre une réservation en face à face ou au téléphone, savoir confirmer, modifier ou annuler cette réservation par mail). Remplir une fiche.

Los pronombres relativos. El Presente Indicativo. Los tiempos del pasado. La frase interrogativa. La puesta en contacto por teléfono, las fórmulas de cortesía, la confirmación, los diferentes tipos de habitación. Rellenar la ficha de los clientes. Enviar un correo electrónico. Preguntar sobre las necesidades del cliente. Hacer propuestas de habitación y servicios. Confirmar la reserva del cliente. Acoger eficazmente a un cliente, dominar el procedimiento de reserva de una habitación (saber tomar una reserva cara a cara o al teléfono, saber confirmar, modificar o cancelar esta reserva por correo electrónico). Rellenar un formulario.

Unité 3:

Reformulations des informations. Mots interrogatifs. Vocabulaire relatifs au discours de bienvenue et à l'accueil téléphonique. Mots et formules de courtoisie couramment employés lors du départ d'un client. Expliquer la facture aux clients. Prendre congé du client. Adopter un langage verbal et non-verbal pour accueillir un client, avoir une attitude appropriée.

Reformulaciones de las informaciones. Palabras interrogativas. Vocabulario relativo al discurso de bienvenida y a la acogida telefónica. Palabras y frases de cortesía que se suelen utilizar cuando un cliente se va. Explicar la factura a los clientes. Dar el alta al cliente. Adoptar un lenguaje verbal y no verbal para dar la bienvenida a un cliente, tener una actitud apropiada.



ALEMÁN



FRANCÉS



ITALIANO



PORTUGUÉS



INGLÉS



LSA



QUECHUA



COREANO



CASTELLANO
PARA EXTRANJEROS

METODOLOGIA

Se emplearán las estrategias apropiadas tendientes a desarrollar diversas competencias: comunicativa, cognitiva, interpersonal, plurilingüe y pluricultural. Para ello se trabajará con:

Clases interactivas: trabajo individual y grupal.

Audición comprensiva. Prácticas de lectura.

Dramatización, interpretación.

Actividades para la producción.

Comentarios de temas estudiados.

Búsqueda de palabras en diccionario de lengua francesa. Ampliación del léxico. y expresión Cuestionarios escritos/orales.

Producción escrita de textos cortos referidos a los temas vistos; dictado

Producción de diálogos en situaciones de comunicación diversas.

EVALUACION

Las estrategias de evaluación, seguirán los principios didácticos de la evaluación como una estrategia más de aprendizaje y como una herramienta para el perfeccionamiento permanente del proceso educativo. También atenderá a la adaptación de las técnicas e instrumentos de evaluación a las dinámicas propias del espacio curricular y a las particularidades de los grupos de alumnos de manera de otorgar flexibilidad al proceso sin por ello desatender los requerimientos de calidad de la formación. Se evaluarán los cuatro componentes de la competencia comunicativa.

Las clases son teórico-prácticas con especial atención a la práctica de las distintas situaciones comunicativas propias del Espacio Curricular.

Se prevé realizar trabajos prácticos serán escritos y orales de comprensión y producción.

Para la evaluación en proceso se tendrá en cuenta:



ALEMÁN



FRANCÉS



ITALIANO



PORTUGUÉS



INGLÉS



LSA



QUECHUA



COREANO



CASTELLANO
PARA EXTRANJEROS

- a- Participación en clase
- b- Responsabilidad en la presentación de tareas asignadas.
- c- Correcto empleo y pronunciación del vocabulario adquirido.
- d- Producción de actos de habla.
- e- Respeto hacia sus compañeros y hacia el profesor.

BIBLIOGRAFÍA

Los textos correspondientes a la competencia comunicativa serán proporcionados a los alumnos durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Corbeau, Sophie et alii (2013) « Hôtellerie-restauration.com ». Italie. CLE international - Calmy, Anne-Marie (2004) Le Français du Tourisme. Paris. Hachette.

Corbeau, Sophie et alii (2004). « Tourisme.com ». Paris. CLE

Le Nouveau Petit Robert de la langue française (2006) France. Le Petit Robert micro (2014) Paris.