

## 29139 - German for Tourism III

### Syllabus Information

**Academic Year:** 2019/20

**Subject:** 29139 - German for Tourism III

**Faculty / School:** 177 -

**Degree:** 445 - Degree in Tourism

**ECTS:** 6.0

**Year:** 4

**Semester:** First semester

**Subject Type:** Optional

**Module:** ---

#### 1.General information

##### 1.1.Aims of the course

##### 1.2.Context and importance of this course in the degree

##### 1.3.Recommendations to take this course

#### 2.Learning goals

##### 2.1.Competences

##### 2.2.Learning goals

##### 2.3.Importance of learning goals

#### 3.Assessment (1st and 2nd call)

##### 3.1.Assessment tasks (description of tasks, marking system and assessment criteria)

#### 4.Methodology, learning tasks, syllabus and resources

##### 4.1.Methodological overview

Der Lernprozess, der zu diesem Fach gestaltet ist, ist auf das Folgende basiert:

###### **Unterrichtsmethodik**

- Vorträge im Unterricht.
- Einzelarbeit / Gruppenarbeit.
- Individuelle Reflexion.
- Bewertung.

##### 4.2.Learning tasks

Das Programm, das den Schülern angeboten wird, um die erwarteten Ergebnisse zu erreichen, umfasst folgende Aktivitäten:

###### **Aktivitäten und Kompetenzen**

- Erklärung der Konzepte, Präsentation und Erläuterung der Aufgaben (CE 1, CE 3, CE 5, CE 15, CE 20, CE 25, CE 29)(CT 4, CT 5, CT 8, CT 9, CT11)
- Durchführen von Aufgaben Portfolio (CE 1, CE 3, CE 5, CE 15, CE 20, CE 25, CE 29)
- Teilnahme an der Simulation (CT 4, CT 5, CT 8, CT 9, CT11).
- Suche und Arbeit mit audiovisuellen Materialien und Online-Ressourcen.
- Sprechstunde
- Studio (CE 1, CE 3, CE 5, CE 15, CE 20, CE 25, CE 29,CT 4, CT 8)
- Mündliche und schriftliche individuellen Kontrolle (CE 1, CE 3, CE 5, CE 15)

### **4.3.Syllabus**

#### **Aufteilung der Inhalte**

Das Büro. Kommerzielle E-Mail. Statistik. Umgang mit Mitarbeitern.

Kunden der Agentur. Empfehlungen. Debatten. Vor- und Nachteile.

Schriftliche Sprache. Beschreibungen von Menschen.

Probleme mit Kunden. Unfälle. ER.

Restaurant. Der Brief. Ankündigungen. Blog.

Einkaufszentren. Einkaufen. Empfehlungen.

Feste und touristische Attraktionen. Einladungen und Glückwünsche.

Aktivitätsprogramme. Straßenkunst. Musikfestivals.

Die Inhalte der beiden vorangegangenen Kurse werden eingehend studiert, wobei das Vokabular und die Strukturen, die diesem Niveau entsprechen, berücksichtigt werden.

### **4.4.Course planning and calendar**

#### **Zeitplan des Unterrichts und Präsentation von Aufgaben**

Das Timing der verschiedenen Aktivitäten wird nach dem akademischen Kalender ausgearbeitet. Die Studenten werden im Unterricht und über die Moodle-Plattform der Universität von Zaragoza informiert.

Der Kalender wird von der Universität Zaragoza festgelegt und die Termine der Prüfungen werden von der Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza festgelegt.

Die kontinuierliche Evaluation umfasst eine Reihe von Arbeiten und Kontrollübungen, deren Daten und Inhalte den Studierenden im Unterricht und über den Digitalen Lehrring (Moodle-Plattform) der Universität Zaragoza mitgeteilt werden.

### **4.5.Bibliography and recommended resources**