



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	Idioma para el Comercio II: Inglés	Código	801964
Módulo	Formación Complementaria	Materia	Complemento de la Actividad Comercial
Carácter	Optativa		
Créditos	6	Presenciales	3,3
		No presenciales	2,7
Curso	Cuarto	Semestre	Segundo

Departamento Responsable	Filología Inglesa I
Coordinador /a	Correo electrónico
<i>Dra. Margit Gaffal</i>	<i>mgaffal@ucm.es</i>

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

- Profundización de la lengua inglesa para la gestión comercial donde se estudia desde un punto de vista lingüístico, comunicativo y profesional diferentes actividades y aspectos propios de la gestión comercial.
- La lengua inglesa aplicada a la negociación internacional contempla tanto la metodología y la práctica del proceso de la negociación. Para ello se tiene en cuenta la macroestructura de la negociación comercial, el estudio detallado de cada una de sus partes, los diferentes estilos, las estrategias y los componentes lingüístico y comunicativo en un contexto internacional y multicultural.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

Se recomienda haber adquirido anteriormente un nivel intermedio en lengua inglesa (B1 Common European Framework).

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Ser capaz de dominar la lengua inglesa elegida en el ámbito de la actividad comercial tanto a nivel oral como escrito.
- Manejar el vocabulario específico, los modismos de la lengua afines en inglés comercial con el fin de aplicarla a distintas situaciones de la actividad comercial.
- Aprender a negociar en lengua inglesa.

COMPETENCIAS

Generales

CG2 - Alcanzar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la función comercial.

CG3 - Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve.

CG4 - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de la información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa

Específicas:

CE18 - Dominar, tanto a nivel oral, como escrito, la lengua inglesa con el objeto de poder aplicarlo en el ámbito comercial, como por ejemplo en situaciones de negociación comercial en el ámbito internacional

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

Esta materia se articula en tres tipos de contenidos:

- 1.- Comunicación oral y escrita: Atención al cliente, reuniones y negociaciones, creación de empresas, mercados online, explicación de gráficos, diferencias culturales y problemas de comunicación.
- 2.- Aspectos socio-culturales: costumbres, normas, hábitos, ciudades, etc., de los países donde se habla la lengua inglesa.
- 3.- Funcionamiento de la lengua inglesa (fonología, morfología, sintaxis, léxico, ortografía, etc.).

Dentro del contexto profesional del comercio se desarrollan los siguientes bloques temáticos:

Tema 1. Customer Service

Tema 2. Employees and Company Strategies

Tema 3. New Business in a Globalized World

Tema 4. Facts and Figures

Tema 5. Culture and Commerce

En los contenidos arriba indicados se desarrollarán las cuatro destrezas receptivas y productivas usuales aplicadas a los contextos profesionales del comercio internacional que se describen seguidamente:

En las destrezas receptivas se elaborarán las comprensiones lectora y auditiva de textos del ámbito de la especialidad comercial.

En las destrezas productivas se realizarán presentaciones, simulaciones, diálogos, debates, estudios de casos, etc., redacciones, descripciones, resúmenes, e-mails, etc.

Se introducirá el léxico y vocabulario afín a la especialidad comercial.

Se estudiarán los aspectos socio-culturales como las relaciones sociales, las diferencias culturales en el entorno comercial internacional.

Se profundizará en el funcionamiento del inglés tanto en su vertiente fonológica como ortográfica, morfológica, sintaxis, léxico de especialidad, fraseología, coherencia y cohesión discursiva y textual.

ACTIVIDADES DOCENTES	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	42%	100
Trabajo guiado	8%	50
Trabajo autónomo del/la alumno/a	8%	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25%	0
Otras actividades	17%	60
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final	
Pruebas orales y/o escritas	60 %	
Presentaciones	15 %	
Trabajo e informes	20 %	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	5 %	

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Duckworth, Michael and Rebecca Turner (2008): *Business Result. Upper-*

intermediate. Oxford: OUP.

Bly, Robert W. (1998): *The Encyclopedia of Business Letters, Fax Memos, and E-Mail*. NJ: Career Press.

Chapman, Rebecca (2010): *English for Emails*. Oxford: OUP.

Gordon Smith, David (2010): *English for Telephoning*. Oxford: OUP.

Gore, Sylee, David Gordon Smith (2010): *English for Socializing*. Oxford: OUP.

Hughes, John and Andrew Mallet (2012): *Successful Presentations. Successful Meetings*. Oxford: OUP.

Kerridge, D. (1992): *Presenting Facts and Figures*. Harlow: Longman.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Websites:

iate.europa.eu

www.ft.com

www.economist.com

www.bbc.co.uk/news/business

www.businessweek.com

www.forbes.com <http://europe.wsj.com>

Idioma en que se imparte

Inglés

Otra información *(opcional)*

Durante el curso, el estudiante realizará presentaciones, resoluciones de casos (case studies), negociaciones y simulaciones. Se discute en grupo las propuestas presentadas. El trabajo de los estudiantes se asienta en la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos.