

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	Idioma: Inglés I	Código	801927
Módulo	Formación Básica	Materia	Idioma Moderno
Carácter	Básica	Créditos	6.0
Plan de estudios	0831 - Grado en Comercio (2009-10)	Curso y Semestre	1º Curso 2º semestre

Departamento responsable	Estudios Ingleses: Lingüística y Literatura
Coordinador/a de la asignatura	Prof. Daniel Martín González
Curso académico	2021/2022

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
Estudio de la lengua extranjera (Inglés) en contextos del ámbito comercial. La materia se articula en tres tipos de contenidos: 1.-Comunicación oral y escrita: realizar presentaciones, simulaciones, entablar debates, solicitar información, describir, etc. en diferentes contextos del mundo laboral y comercial. 2.-Aspectos socioculturales: técnicas de socialización y aprecio de las diferencias culturales relevantes en el ámbito comercial. 3.-Funcionamiento de la lengua (fonología, morfología, sintaxis, léxico de la especialidad, ortografía, etc.).
CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS
No se han considerado requisitos previos aunque es recomendable un nivel de inglés inicial de inglés Pre-Intermedio (CERF level A2.2).
OBJETIVOS FORMATIVOS
Resultados de aprendizaje
Los alumnos: • serán capaces de manejar correctamente la lengua inglesa, tanto de forma oral como escrita, en el ámbito comercial. • al finalizar el curso estarán en disposición de pasar a un nivel aplicado de la lengua inglesa en el sector del comercio.
Competencias

Generales:

CG2

Adquirir habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo con el objetivo de desenvolverse convenientemente con todos los agentes que operan en la gestión comercial.

CG3

Conocer y comprender distintas realidades culturales, establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional. Adaptar las distintas estrategias tanto al consumidor como al ámbito en el que se desenvuelve.

Transversales:

No existen datos

Específicas:

CE18

Dominar, tanto a nivel oral como escrito, la lengua inglesa con la finalidad de usarla en contextos comerciales.

Otras:

Potenciar conocimientos discursivos de la lengua inglesa: morfosintaxis, vocabulario, fraseología, pronunciación, entonación, etc.

Desarrollar habilidades básicas de comunicación oral en lengua inglesa sobre temas relacionados con el comercio: presentaciones, reuniones, lenguaje telefónico, etc.

Desarrollar habilidades básicas de comunicación escrita en lengua inglesa en el contexto comercial: redacciones, informes, e-mails, etc.

Potenciar el conocimiento de las diferencias culturales para la correcta interacción en el ámbito comercial.

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

Esta materia se articula en tres tipos de contenidos:

1. Comunicación oral y escrita (presentaciones, simulaciones, debates, etc.) en diferentes contextos laborales y comerciales.
2. Aspectos socio-culturales (técnicas de socialización y aprecio de las diferencias culturales).
3. Funcionamiento de la lengua (fonología, morfología, sintaxis, léxico, ortografía, etc.).

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100%
Trabajo guiado	27.5	55 %
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0%
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0%
Otras actividades	12.5	0%

EVALUACIÓN	
Sistema de evaluación	Participación en la Nota Final
Pruebas orales y/o escritas	70% Este apartado incluye el examen final escrito.
Presentación en clase	
Trabajos en equipo y/o individuales e informes	20% Este apartado incluye todas las prácticas y ejercicios que se recojan en el laboratorio de idiomas, en el aula de informática, en clase o se pidan como tarea fuera de clase.
Resolución de problemas y ejercicios	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%
Observaciones sobre la evaluación: La evaluación tendrá un carácter tanto sumativo como continuo y formativo, y podrá realizarse tanto a nivel individual como grupal, según la naturaleza de las actividades formativas planteadas. Los criterios de evaluación (formulación y pesos) quedarán establecidos de la forma que indican los valores anteriores.	

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
Dubicka, I., O Keeffe, M. (2014). Lifestyle. English for Work, Socializing & Travel. Intermediate Coursebook. Edinburgh: Pearson.
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
Bly, R. W. (1998). The Encyclopedia of Business Letters, Fax Memos, and E-Mail. NJ: Career Press. Comfort, J. et al. (1996). Business Reports in English. Cambridge: CUP. Chapman, R. (2010). English for Emails. Oxford: OUP. Davidson, E. (1992). Formatting Letters & Reports. A Computer User's Guide. California: Crisp. Gordon, D. (2010). English for telephoning. Oxford: OUP. Gore, S., Gordon, D. (2010). English for Socializing. Oxford: OUP. Hughes, J., Mallet, A. (2012). Successful Presentations. Successful Meetings. Oxford: OUP. Jones, L., Richard, A. (2000). New International Business English. Cambridge: CUP. MacKenzie, I. (2006). Professional English in Use. Finance. Cambridge: CUP.

INFORMACIÓN ADICIONAL

ADAPTACIÓN DE LA DOCENCIA DURANTE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR COVID-19
Plan Docente de Actuación de la Facultad de Comercio y Turismo para el curso 2021-2022 Ante la situación de crisis sanitaria provocada por COVID-19, el desarrollo de la asignatura se adaptará al modelo de organización de la docencia según diferentes escenarios (docencia presencial, semipresencial o en línea) y actuaciones que se concreten conforme a las directrices marcadas desde el Gobierno, la Comunidad Autónoma de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y la Facultad de Comercio y Turismo.

Información sobre el Plan Docente de Actuación para el curso 2021/2022: https://comercioyturismo.ucm.es/marco-estrategico-para-la-docencia-crisis-covid-19
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE
Inglés
OTRA INFORMACIÓN