

GRADO EN COMERCIO

Asignatura	Idioma para la gestión comercial II: Inglés	Código	801964
Módulo	Formación Complementaria	Materia	Complemento de la Actividad Comercial
Carácter	Optativa	Créditos	6
Plan de estudios	0831 - Grado en Comercio (2009-10)	Curso y Semestre	3, 4 / 2

Departamento responsable	Estudios Ingleses: Lingüística y Literatura
Coordinador/a de la asignatura	<i>Dra. Margit Gaffal</i>
Curso académico	2021/2022

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
<ul style="list-style-type: none"> • 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
<ul style="list-style-type: none"> • 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

CG1 - Saber reunir e interpretar datos sociales y económicos relevantes para la función comercial de forma que puedan emitir juicios sobre temas relevantes de índole comercial.

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: New Ideas and Innovations

Use terminology to analyse the sustainability of business operations
Business communication: presenting a new product or service
Case study

Tema 2: Employees and Company Strategies

Talk about trends and developments in the labour market
Discuss types of company structures
Acquire terminology to talk about recruitment policies
Business communication: negotiating with colleagues
Case study

Tema 3: New Business in a Globalized World

Setting up a new business: forms of financing
Business communication: maintaining contacts and networking

Case study

Tema 4: Data, Facts and Figures

Talk about data management in business

Use key expressions to describe statistics and trends

Business communication: interpreting trends in business

Case study

Tema 5: Culture and Commerce

Discuss cultural differences in business

Use key concepts to describe international business styles

Business communication: talking about cultural incidents

Case study

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	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	60 %
Presentación en clase	15 %
Trabajos en equipo y/o individuales e informes: Resolución de problemas y ejercicios	20 %
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	5 %

- Los estudiantes pueden presentarse a dos convocatorias al año con opción de superar la asignatura.

- En ambas convocatorias se sigue el procedimiento de evaluación continua.

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Duckworth, M., Hughes, J., Turner, R. (2018): *Business Result. Upper-intermediate Student's Book*. Second edition. Oxford: Oxford University Press.

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>

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

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.