



DATOS IDENTIFICATIVOS

Idioma comercial: Alemán

Asignatura	Idioma comercial: Alemán			
Código	V06G270V01306			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Alemán			
Impartición	Castellano			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Barsanti Vigo, María Jesús			
Profesorado	Barsanti Vigo, María Jesús			
Correo-e	barsanti@uvigo.es			
Web	http://http://fatic.uvigo.es			
Descripción general	Introducción a la lengua alemana en un entorno comercial. Se abordarán tres macro destrezas (lectura, escritura y comprensión) y se introducirá al alumno en la terminología específica más utilizada en las transacciones comerciales. En este curso de Idioma Comercial: Alemán se tratará casi exclusivamente de que los alumnos adquieran un nivel básico suficiente en la comprensión escrita de la lengua alemana, incidiendo en cuestiones gramaticales, léxicas y comprensivas. Se enfocará el aprendizaje del idioma eligiendo textos y materiales que reflejen situaciones en las que se aprenda a conocer y a utilizar el vocabulario dentro de las relaciones comerciales internacionales, desarrollando para ello las pertinentes habilidades comunicativas básicas.			

Competencias

Código	
C18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	C18
CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	C18
CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	C18
CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.	C18
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	C18

Contenidos

Tema	
1. Der Satz und die Wortstellung.	1. Vorlektion: gemeinsam lernen
2. Der Artikel und die Personalpronomen.	2. Lerntipps zur Grammatik und zum Lesen, Hören, Sprechen und Schreiben
3. Das Verb: Präsens und Imperativ.	3. Wortschatz erwerben und behalten
4. Das Nomen.	4. Marketing □ Einstieg

5. Der Akkusativ	5. Marketing ☐ Ein fremder Markt ☐ Internationales Marketing ☐ Marktforschung ☐ Vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt
6. Die Zahlen	6. Marketing ☐ Absatz und Marketing ☐ Marketing in der Praxis
8. Der Dativ	8. Unternehmens- und Produktpräsentation ☐ Einstieg ☐ Unternehmen präsentieren sich ☐ Eine Checkliste für Unternehmens- und Produktpräsentationen ☐ Stellenangebote als Mittel der Firmenpräsentationen ☐ Das Image eines Unternehmens ☐ Die Unternehmenskultur ☐ Die Geschichte von Unternehmen
7. Die Präpositionen	7. Marketing ☐ Marketingmix ☐ Absatzpolitisches Instrumentarium ☐ Visualisierung und Beschreibung
9. Das Fragepronomen	9. Unternehmens- und Produktpräsentation ☐ Firmen und Produktpräsentationen ☐ Inhaltspunkte einer Produktpäsentation ☐ Präsentationen
10. Die Negation	10. Unternehmens- und Produktpräsentation ☐ Aktuelle Firmendaten verstehen, Diagramme beschreiben ☐ Mitteilungen der Presse ☐ Geschäftsberichte ☐ Diagramme beschreiben

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	28	28	56
Resolución de problemas de forma autónoma	23	23	46
Resolución de problemas	22	22	44
Pruebas de respuesta corta	0	2	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Explicación pormenorizada de la materia y del desarrollo de la misma, dentro y fuera del aula. Descripción de las características del curso y presentación de las diferentes herramientas de trabajo necesarias para el aprendizaje.
Lección magistral	Exposición teórica de temas gramaticales y léxicos. Actividades complementarias como el conocimiento y buen manejo de los diccionarios monolingües y bilingües y otras herramientas de aprendizaje.
Resolución de problemas de forma autónoma	El alumno realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.
Resolución de problemas	Ejercicios de repaso y control: sesiones de prácticas gramaticales y léxicas con ejercicios adecuados a los temas expuestos en las sesiones teóricas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas	En las horas prácticas de la asignatura
Resolución de problemas de forma autónoma	En las horas de trabajo autónomo del alumno

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Valoración continua de la participación y del aprendizaje	10	C18

Resolución de problemas de forma autónoma	Valoración global de las actividades de repaso	15	C18
Pruebas de respuesta corta	Examen final escrito	75	C18

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación y la consiguiente calificación del trabajo del alumnado se llevará a cabo con un procedimiento de evaluación continua de acuerdo con los porcentajes descritos más arriba. El examen final escrito se realizará la última semana de clase. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 4 para optar a superar la materia.

Los alumnos pueden renunciar a la evaluación continua: para ello presentaran un escrito indicando su expreso deseo de renuncia durante el primer mes de clase; la evaluación de la asignatura la obtendrán de la calificación alcanzada en un examen único final con el total del contenido de la asignatura. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

Siempre y cuando el o la estudiante haya superado la materia según los criterios antes descritos, se sumará a la nota que haya obtenido un máximo de 1 punto por la participación en determinadas actividades externas que eventualmente tengan lugar durante el cuatrimestre en que se imparta la materia, y que el profesorado de esta materia considere de interés. Podrá tratarse de actividades organizadas por el centro, la universidad, u otras entidades, como visitas a empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, talleres, seminarios, o similares.

Para ello, el profesorado de la materia comunicará previamente al alumnado por los medios habituales (en horas presenciales o por Factic) aquellas actividades en las que la participación supondrá un incremento de la nota. Se bonificará la participación en cada actividad con 0,25 puntos, y hasta un máximo de 1 punto; en cualquier caso, la nota final de la materia no podrá superar el máximo de 10.

El alumnado deberá aportar algún documento acreditativo de su participación en cada actividad que desee que se le contabilice en los plazos indicados por la persona que coordine la materia. En el caso de actividades organizadas por el centro, éste se encargará de recopilar dicha información y trasladarla al profesorado.

Convocatoria de JULIO: Examen teórico-práctico escrito de los contenidos del curso por el 100% de la calificación. La nota del examen escrito no deberá ser inferior a 5 para superar la materia.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Hueber, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer**, Hueber, 2015

Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán. Español/Alemán. Alemán/Español**, Langenscheidt, 2014

Bibliografía Complementaria

Castell, A, **Gramática de la lengua alemana**, Editorial idiomas, S. L, 1997

Haensch-López Casero, **Wirtschaftsterminologie Spanisch/Deutsch Terminología económica Español/Alemán**, Max Hueber Verlag, 1995

Hering, A. und Matussek, M., **Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren**, Max Hueber Verlag, 1996

Silva Rojas, T., Figueroa Revilla, B., Corvo Sánchez, M. J., Barsanti Vigo, M. J. y Equy, M., **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán**, Editorial @becedario, 2009

Stalb, H, **Aufbaukurs Deutsch**, Verlag für Deutsch, 1993

Recomendaciones

Otros comentarios

LOS ALUMNOS QUE SE MATRICULEN EN ESTA MATERIA NO NECESITAN TENER UN NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL IDIOMA PREVIO, YA QUE SE PARTE DE UN NIVEL CERO DE LA LENGUA ALEMANA.