



DATOS IDENTIFICATIVOS

Idioma para la negociación intercultural: Inglés

Asignatura	Idioma para la negociación intercultural: Inglés			
Código	V06G270V01505			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Profundización en los aspectos comunicativos comerciales en lengua inglesa, centrados en las negociaciones y los componentes culturales que inciden en la comunicación. Se abordarán las cuatro macrodestrezas y las microdestrezas profesionales, con textos especializados y auténticos. Entre otros temas, se prestará especial atención a las negociaciones comerciales y reuniones de empresa (internas y externas) en un contexto internacional, a las reclamaciones y su gestión, y a los documentos propios del comercio internacional.			

Competencias

Código	
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales.
B6	CG6. Conocer y comprender distintas realidades económicas, jurídicas, sociales y culturales y adquirir una visión global y multicultural con el fin de orientar las estrategias y operaciones hacia mercados tanto nacionales como internacionales
C3	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	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.
C23	CE23. Conocer y saber utilizar los recursos informativos disponibles para la internacionalización, elaborar planes de internacionalización y resolver las operaciones y trámites habituales del comercio exterior: transporte, aseguramiento, tramitación aduanera y sanitaria, medios de pago, etc.
C26	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.
D1	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).

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
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.	B4 D1
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).	B6
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.	C3

CE8. Comprender los procesos psicosociológicos mediante los cuales las personas aprenden, deciden, se comunican, gestionan sus necesidades y relaciones, negocian, compran, etc. con el fin de desarrollar competencias útiles en el ámbito personal y profesional.	C18	D1
CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación	C23	
CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo	C26	

Contenidos

Tema	
Diversidad cultural y comercio	Cultura en la empresa Contactos interculturales Gestión de conflictos
Reuniones	Presidir una reunión Toma de decisiones Expresar opiniones, interrumpir y aclarar Concluir y cerrar la sesión
Negociaciones	Preparación y objetivos Proceso negociador Aceptación y confirmación Resumen y conclusiones Tipos de negociación, tácticas y estrategias
El mix de marketing	Producto Precio Distribución Promoción Informe y presentación oral

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	26	60	86
Prácticas de laboratorio	22	40	62

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

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo y de la evaluación
Lección magistral	Presentación de los contenidos teóricos, discusión de los mismos e instrucciones para los trabajos y ejercicios a realizar
Prácticas de laboratorio	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Prácticas de laboratorio	Sesiones en grupos pequeños con énfasis especial en las destrezas orales (comprensión y expresión).

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Lección magistral	1. Prueba escrita y/o oral individual de los temas 1 y 2 a realizar en la clase (25%) 2. Prueba final escrita y/o oral individual de todos los temas a realizar en la clase (45%)	70	B4 B6	C3 C18 C23 C26	D1
Prácticas de laboratorio	1. Presentación del mix de marketing (10%) 2. Informe del mix de marketing (15%) 3. Otras actividades orales en grupo o individuales a determinar. Como por ejemplo, simulaciones de reuniones o negociaciones (5%)	30	B4 B6	C3 C18 C23	D1

Otros comentarios sobre la Evaluación

La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la asistencia a un 80% de todas las sesiones presenciales.

La impuntualidad será considerada como no asistencia. Las actividades que la profesora solicite realizar dentro o fuera del aula, con o sin previo aviso, deben entregarse puntualmente para ser evaluadas. El alumnado que no supere la evaluación continua en la primera edición de actas deberá hacer un examen en julio que supondrá el 100% de la calificación final.

Si algún alumno/a no puede asistir al 80% de las sesiones presenciales y seguir la evaluación continua **deberá comunicárselo a la profesora argumentadamente al comienzo del curso**. Este alumnado deberá realizar en la primera edición de actas una prueba final que supondrá el 100% de la calificación final. De no superar la materia en la 1ª edición de actas, el alumno tendrá que presentarse en la 2ª edición de actas (julio).

N.B.: En caso de cualquier tipo de plagio la calificación final será de suspenso.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Sweeney, Simon, **English for Business Communication (Student's Book)**, 2nd edition, Cambridge University Press, 2003

Trappe, Tonya, **Intelligent Business Intermediate**, Pearson Education, 2005

Bibliografía Complementaria

Lozano Irueste, José María, **Diccionario bilingüe de economía y empresa**, 6ª edición, Pirámide, 2001

Mascull, Bill, **Business Vocabulary in Use. Intermediate**, 2nd edition, Cambridge University Press, 2012

Powell, Mark, **International negotiations**, Cambridge University Press, 2012

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Idioma para la comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Otros comentarios

El alumnado deberá llegar puntualmente para ser reconocida su asistencia.

Es imprescindible asistir siempre con los materiales necesarios para lo seguimiento de la clase (libro y otro material dispuesto por la profesora).

El uso de aparatos de telefonía móvil quedan estrictamente prohibidos en el aula. El no cumplimiento de esta norma supondrá automáticamente la expulsión del estudiante.

NOTA INFORMATIVA: Para fomentar la participación en actividades complementarias de interés como visitas a la empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, seminarios o similares, organizadas por el centro, la universidad u otras entidades, la asistencia acreditada de las que la profesora indique durante el cuatrimestre podrán tener un reconocimiento en la calificación final de hasta 0,5 puntos. Esta medida sólo será de aplicación para el alumnado que tenga una calificación mínima de APROBADO (5).