



DATOS IDENTIFICATIVOS

Idioma para la negociación intercultural: Alemán

| | | | | |
|---------------------|---|------------|-------|--------------|
| Asignatura | Idioma para la negociación intercultural: Alemán | | | |
| Código | V06G270V01507 | | | |
| Titulación | Grado en Comercio | | | |
| Descriptores | Creditos ECTS | Seleccione | Curso | Cuatrimestre |
| | 6 | OB | 3 | 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://faitic.uvigo.es | | | |
| Descripción general | <p>En este curso de Idioma para la negociación intercultural: Alemán, se profundizará sobre los contenidos y habilidades alcanzadas en la asignatura de Idioma Comercial I: Alemán.</p> <p>Se analizarán las necesidades en la empresa y en su entorno, su funcionamiento en el ámbito de las relaciones internacionales, así como la creación de empresas en el exterior y la financiación de la empresa y su mercado, el comercio exterior, las negociaciones y la compra-venta y la distribución y el transporte, además de los seguros y los pagos internacionales.</p> | | | |

Competencias

| | |
|--------|--|
| Código | |
| 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. |
| 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. |

Resultados de aprendizaje

| Resultados previstos en la materia | Resultados de Formación y Aprendizaje |
|---|---------------------------------------|
| 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 C18 |
| Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio. | C18 |
| Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing. | C18 |
| Saber elegir y aplicar técnicas de investigación social para el análisis de la realidad con el fin de orientar la estrategia comercial de la organización, así como saber evaluar las políticas comerciales. | C18 |
| 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 C26 |
| 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 |

Contenidos

Tema

| | |
|---|---|
| 1. Der Genitiv | 1. Vorlektion: Lerntipps |
| 2. Das Verb: Präteritum, Perfekt und Plusquamperfekt. | 2. Die Zwecke und die Konkurrenzfähigkeit |
| 3. Modalverben. | 3. Die Führung |
| 4. Das Nomen: Deklination. | 4. Die Finanzierung |
| 5. Präpositionale Strukturen. | 5. Anfrage und Angebot |
| 6. Unbestimmte Pronomen. | 6. Werbebrief und Nachfassbrief |
| 7. Wechselprepositionen. | 7. Bestellung oder Widerruf und Lieferung |
| 8. Die Pronomen. | 8. Zahlung |

Planificación

| | Horas en clase | Horas fuera de clase | Horas totales |
|--|----------------|----------------------|---------------|
| Sesión magistral | 10 | 0 | 10 |
| Trabajos tutelados | 5 | 0 | 5 |
| Prácticas de laboratorio | 40 | 0 | 40 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma | 0 | 90 | 90 |
| Pruebas de respuesta corta | 0 | 5 | 5 |

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

Metodologías

| | Descripción |
|--|--|
| Sesión magistral | Presentación de contenidos teóricos y de actividades a realizar en el aula |
| Trabajos tutelados | Resolución de tareas y actividades orales y escritas |
| Prácticas de laboratorio | Presentación de trabajos, tareas y ejercicios |
| Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma | Preparación de tareas, trabajos y estudio de contenidos |

Atención personalizada

| Metodologías | Descripción |
|--------------------------|--|
| Trabajos tutelados | En las horas de trabajo autónomo del alumno |
| Prácticas de laboratorio | En las horas prácticas de la materia y realizadas en grupo |

Evaluación

| | Descripción | Calificación | Resultados de Formación y Aprendizaje |
|--|--|--------------|---------------------------------------|
| Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma | Presentación de trabajos, tareas y ejercicios y resolución de tareas y actividades orales y escritas | 25 | C3 C18 C26 |
| Pruebas de respuesta corta | Examen final escrito | 75 | C3 C18 C26 |

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.

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

Schlüter, Sabine, **Menschen. Deutsch als Fremdsprache Berufstrainer A1**, 2015

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

Bibliografía Complementaria

Castell, A., **Gramática de la lengua alemana**, 2011

Haensch-López Casero, **Wirtschaftsterminologie Spanisch/Deutsch**, 1995

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

Stalb, H., **Aufbaukurs Deutsch**, 1993

Terencia Silva Rojas, Beatriz Figueroa Revilla, M^a José Corvo Sánchez, M^a Jesús Barsanti Vigo y Mari, **Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán.**, 2009

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Idioma comercial: Alemán/V06G270V01306

Otros comentarios

Se recomienda tener conocimientos de lengua alemana. Nivel mínimo requerido A1.1
