



DATOS IDENTIFICATIVOS

Inglés Comercial

Asignatura	Inglés Comercial			
Código	V06M101V01106			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento	Dpto. Externo Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli Portela Reboiras, Mar			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
Descripción general	Esta materia abordará las cuatro destrezas comunicativas en inglés para el comercio internacional así como la importancia de los aspectos culturales en la comunicación			

Competencias

Código	
C1	(*)Hablar bien en público
C10	(*)Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios
D4	(*)Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales
D13	(*)Dominio de la terminología específica (incoterms)
D19	(*)Conocimiento de los registros específicos del inglés para los negocios
D20	(*)Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
D21	(*)Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
D22	(*)Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
D23	(*)Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
D26	(*)Aplicación práctica de conocimientos adquiridos: financiación, marketing, fiscalidad, planificación comercial, inglés comercial, mercados electrónicos, gestión de operaciones, y otros relacionados con el comercio internacional

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia		Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público, dominando el lenguaje oral y las estrategias comunicativas y de protocolo.	C1	D21 D23
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos.	C10	D19 D22
Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales así como la aplicación práctica en las funciones comunicativas en lengua inglesa		D4 D26
Dominio de la terminología específica y la correcta aplicación y uso en la redacción de textos escritos en inglés.		D13 D20

Contenidos

Tema

Técnicas de búsqueda y adquisición de vocabulario	1.1. Sistematización del aprendizaje terminológico: sufijos y prefijos, familias léxicas y derivación, combinaciones frecuentes, falso amigos, verbos frasales, ...
	1.2. Uso de diccionarios y otros materiales de referencia: tipos, información, búsquedas en la red
Cultura y comunicación	2.1. Concepto de cultura y su influencia en la comunicación
	2.2. Comunicación intercultural en el comercio internacional
	2.3. Comunicación verbal y no verbal
Comunicación escrita	3.1. Registro
	3.2. Tipologías de textos y documentos comerciales
	3.3. Correspondencia: Correos electrónicos, faxes y cartas comerciales.
	3.4. Documentos de comercio internacional
Conversaciones telefónicas	4.1. Pronunciación y fluidez. Estructura y fraseología de las conversaciones telefónicas
	4.2. Preparación y comprensión oral
	4.3. Contacto: mensajes, precios y descuentos, métodos de pago

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	6	12	18
Seminario	3	0	3
Prácticas de laboratorio	25.5	53	78.5
Actividades introductorias	1.5	1.5	3
Práctica de laboratorio	0	10	10

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Presentación de contenidos teórico-prácticos, discusión e instrucciones sobre trabajos y tareas a llevar a cabo.
Seminario	Sesiones monográficas a desarrollar en forma de taller o conferencia.
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.
Actividades introductorias	Presentación de la materia, del sistema de trabajo, los materiales, la bibliografía y la evaluación.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
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

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Actividades, ejercicios y trabajos individuales o en grupo que se realizan fuera del aula y han de entregarse en las fechas límite.	50	C1 D4 C10 D13 D19 D20 D21 D22 D23 D26

Prácticas de laboratorio	Actividades, ejercicios y trabajos individuales o en grupo que se realizan y evalúan en el aula de idiomas. Habrá obligatoriamente una prueba oral a desarrollar en parejas.	50	C1 C10	D4 D13 D19 D20 D21 D22 D23 D26
--------------------------	--	----	-----------	---

Otros comentarios sobre la Evaluación

ESTUDIANTADO DE LA MODALIDAD PRESENCIAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la asistencia a un 80% de las sesiones presenciales. La puntualidad es requisito indispensable para considerar la asistencia. Las actividades que la profesora solicite dentro o fuera del aula, con o sin previo aviso, solo se evaluarán si se entregan puntualmente. El alumnado que no supere la evaluación continua en la primera edición de las actas (enero) deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final.

ESTUDIANTADO DE LA MODALIDAD VIRTUAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la entrega puntual de las actividades que se publicarán en la plataforma al comienzo del curso. No se admitirán actividades entregadas con posterioridad a la fecha límite. Si el alumnado no supera la materia por evaluación continua, deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final.

Si algún alumno/la de la modalidad presencial no puede asistir al 80% de las sesiones, **deberá comunicárselo al profesorado argumentadamente al comienzo del curso** para que se defina un sistema alternativo de evaluación.

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

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Aspinall, T. & G. Bethell, **Test Your Business Vocabulary in Use. Intermediate.**, 1ª, Cambridge UP, 2003

Lisboa, Martin and Michael Hanford, **Business Advantage, Advanced**, 1st, Cambridge University Press, 2012

Morrison, Janet, **The International Business Environment**, Palgrave, 2002

Guffey, Mary Ellen, **Business Communication. Process and Product**, Southwestern College, 2000

Lau, Susan, Freya Preuss, Rosemary Richey, Margit Soll and Isobel Williams, **Money Matters**, 1st, Rio Press/Richmond, 2018

Cross-Cultural Communication, 1st, Insight Media,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación Profesional Internacional/V06M101V01206

Otros comentarios

El punto de partida recomendado para el correcto seguimiento del curso es un nivel B2 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas. Cualquier estudiante que no alcance el mínimo al comienzo del curso, debe hablar con la profesora para poder superar la materia sin problemas.

Para promover la participación en actividades externas como visitas a empresas, conferencias, seminarios, etc., la nota final (máximo 10) puede aumentar hasta un 0,25 si documenta la asistencia a todas las actividades indicadas por la profesora responsable en el cuatrimestre correspondiente.

La bibliografía completa se incorporará en cada uno de los temas.