



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Inglés Comercial

|                     |   |            |       |              |
|---------------------|---|------------|-------|--------------|
| Asignatura          | Inglés Comercial  |            |       |              |
| Código              | V06M101V02106   |            |       |              |
| Titulación          | Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial   |            |       |              |
| Descriptores        | Creditos ECTS   | Seleccione | Curso | Cuatrimestre |
|                     | 4.5   | OB         | 1     | 1c           |
| Lengua Impartición  | Inglés  |            |       |              |
| Departamento        |   |            |       |              |
| Coordinador/a       | González Crespan, María Araceli   |            |       |              |
| Profesorado         | García de la Puerta, Marta<br>González Crespan, María Araceli<br>Trusca , Marioara Mirela   |            |       |              |
| Correo-e            | acrespan@uvigo.es   |            |       |              |
| Web                 | <a href="http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es">http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es</a>   |            |       |              |
| 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 |            |       |              |

## Resultados de Formación y Aprendizaje

|        |   |
|--------|---|
| Código |   |
| A3     | Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. |
| B3     | Dominio de lenguas extranjeras aplicadas al comercio.   |
| C18    | Conocimiento de los registros específicos del inglés para negocios.   |
| C19    | Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.   |
| C20    | Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.  |
| C21    | Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.   |
| C22    | Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.   |
| D1     | Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.   |

## Resultados previstos en la materia

|   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| 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, utilizando lenguaje inclusivo y no sexista.                                | A3<br>B3<br>C20<br>C22<br>D1          |
| Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos, incorporando la perspectiva de género. | A3<br>B3<br>C18<br>C19<br>C21<br>D1   |

|   |                              |
|---|------------------------------|
| 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 | A3<br>B3<br>C20<br>C21<br>D1 |
| dominio de la terminología específica y la correcta aplicación y uso en la redacción de textos escritos en inglés.  | A3<br>B3<br>C18<br>C19<br>D1 |

## 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, ...<br>1.2. Uso de diccionarios y otros materiales de referencia: tipos, información, búsquedas en la red<br>1.3. Lenguaje inclusivo y no sexista |
| Cultura y comunicación                            | 2.1. Concepto de cultura y su influencia en la comunicación<br>2.2. Comunicación intercultural en el comercio internacional. Importancia da perspectiva de xénero.<br>2.3. Comunicación verbal y no verbal  |
| Comunicación escrita                              | 3.1. Registro<br>3.2. Tipologías de textos y documentos comerciales<br>3.3. Correspondencia: Correos electrónicos, faxes y cartas comerciales.<br>3.4. Documentos de comercio internacional   |
| Conversaciones telefónicas                        | 4.1. Pronunciación y fluidez. Estructura y fraseología de las conversaciones telefónicas<br>4.2. Preparación y comprensión oral<br>4.3. Contacto: mensajes, precios y descuentos, métodos de pago   |

## Planificación

|                               | Horas en clase | Horas fuera de clase | Horas totales |
|-------------------------------|----------------|----------------------|---------------|
| Actividades introductorias    | 2              | 0                    | 2             |
| Lección magistral             | 6              | 12.5                 | 18.5          |
| Prácticas de laboratorio      | 24             | 50                   | 74            |
| Portafolio/dossier            | 0              | 4                    | 4             |
| Presentación                  | 2              | 0                    | 2             |
| Examen de preguntas objetivas | 1              | 0                    | 1             |
| Proyecto                      | 0              | 2                    | 2             |
| Simulación o Role Playing     | 0              | 2                    | 2             |
| Examen de preguntas objetivas | 1              | 2                    | 3             |
| Examen oral                   | 0              | 2                    | 2             |
| Portafolio/dossier            | 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 | Presentación de la materia, del sistema de trabajo, los materiales, la bibliografía y la evaluación.  |
| Lección magistral          | Presentación de contenidos teórico-prácticos, discusión e instrucciones sobre trabajos y tareas a llevar a cabo.                              |
| 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 | 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 |                   |                   |
|-------------------------------|--|--------------|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Portafolio/dossier            | Glosario de términos comerciales. Informe.Actividad de grupo.                  | 10           | B3                                    | C18<br>C19        | D1                |
| Presentación                  | Glosario de términos comerciales. Presentación.Actividad de grupo.             | 10           | B3                                    | C18<br>C20<br>C22 | D1                |
| Examen de preguntas objetivas | Prueba de comprensión lectora. Individual                                      | 15           | A3                                    | B3                | C18<br>C21        |
| Proyecto                      | Reconciliación de diferencias culturales. Informe escrito. Actividad de grupo. | 15           | A3                                    | B3                | C21<br>C22        |
| Simulación o Role Playing     | Correspondencia comercial. Actividad de grupo.                                 | 15           | A3                                    | B3                | C18<br>C19<br>C21 |
| Examen de preguntas objetivas | Prueba de comprensión oral: Un cliente extranjero. Individual.                 | 15           |                                       | B3                | C18<br>C21<br>C22 |
| Examen oral                   | Grabación de un mensaje telefónico. Individual.                                | 10           |                                       | B3                | C18<br>C20<br>C21 |
| Portafolio/dossier            | Interpretación de rasgos no verbales. Individual.                              | 10           | A3                                    | B3                | C21<br>C22        |

### 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.

Si alguna persona 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.**

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, campus remoto, foro de Moovi, ...) con cita previa (en la medida de lo posible, se responderá en un plazo máximo de 3 días hábiles).

### 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/V06M101V02206

### 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 el 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.

---