



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Idioma para la negociación intercultural: Alemán

Asignatura	Idioma para la negociación intercultural: Alemán			
Código	V06G270V01507			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Alemán			
Impartición	Castellano			
Departamento				
Coordinador/a	Barsanti Vigo, María Jesús			
Profesorado	Barsanti Vigo, María Jesús			
Correo-e	barsanti@uvigo.es			
Web	<a href="http://fatic.uvigo.es">http://fatic.uvigo.es</a>			
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>			

## Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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
Lección magistral	10	0	10
Trabajo tutelado	5	0	5
Prácticas de laboratorio	34	0	34
Resolución de problemas de forma autónoma	0	96	96
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	5	5

\*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 teóricos y de actividades a realizar en el aula
Trabajo tutelado	Resolución de tareas y actividades orales y escritas
Prácticas de laboratorio	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios
Resolución de problemas de forma autónoma	Preparación de tareas, trabajos y estudio de contenidos

## Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	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
Trabajo tutelado	Corrección individualizada de los trabajos gramaticales y léxicos	30	C3 C18 C26
Resolución de problemas de forma autónoma	El alumno realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.	30	C3 C18 C26
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba de carácter escrito sobre cuestiones gramaticales y léxicas aprendidas en el aula	40	C3 C18 C26

## Otros comentarios sobre la Evaluación

1ª convocatoria enero-mayo:

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.

2ª Convocatoria junio-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**, 2020

Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán-Español/Español-Alemán**, 2019

#### **Bibliografía Complementaria**

Castell, Andreu, **Gramática de la lengua alemana**, 2024

Haensch, Gunter y López Casero, Francisco, **Wirtschaftsterminologie Spanisch/Deutsch**, 1995

Hering, Axel und Matussek, Magdalena, **Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren**, 1996

Stalb, Heinrich, **Aufbaukurs Deutsch**, 1993

Terencia Silva Rojas, Beatriz Figueroa Revilla, Mª José Corvo Sánchez, Mª 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