



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Idioma para la negociación intercultural: Inglés

Asignatura	Idioma para la negociación intercultural: Inglés			
Código	V06G270V01505			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptor	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	Duggan , Daniel John González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	<a href="http://https://moovi.uvigo.gal/course/view.php?id=3101">http://https://moovi.uvigo.gal/course/view.php?id=3101</a>			
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 comunicativas así como las microdestrezas profesionales, con textos académicos, especializados y auténticos. Entre otros temas, se prestará especial atención a las negociaciones comerciales y a las reuniones de empresa (internas y externas) en un contexto internacional, a los aspectos culturales que afectan a las relaciones comerciales, así como a los elementos básicos del marketing funcional.			

## Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
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.
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).
D7	CT7. Capacidad de escucha activa, comunicación no verbal, persuasión, negociación y presentación.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
D12	CT12. Creatividad.

## Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Comunicar de modo efectivo, con claridad, concisión y precisión, tanto dentro de la organización como con interlocutores externos en ámbitos nacionales e internacionales	A4	B4	D1 D7
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		B6	D9 D12

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, prestando especial atención a la igualdad y la diversidad.		C3	D9
Conocer y saber utilizar la lengua inglesa de manera inclusiva y no sexista, a nivel oral y escrito, con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	A4	C18	D1
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.		C23	D7

## Contenidos

Tema	
Diversidad cultural y comercio	Cultura en la empresa Contactos interculturales Gestión de conflictos Igualdad y diversidad
Reuniones	Presidir una reunión Toma de decisiones Expresar opiniones, interrumpir y clarificar Concluir y cerrar la sesión Lenguaje inclusivo y no sexista
Negociaciones	Preparación y objetivos Proceso negociador Aceptación y confirmación Resumen y conclusiones Tipos de negociación, tácticas y estrategias Lenguaje inclusivo y no sexista
El mix de marketing	Producto Precio Distribución Promoción Informe y presentación oral

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Lección magistral	20	44	64
Prácticas de laboratorio	18	18	36
Examen de preguntas objetivas	2	8	10
Simulación o Role Playing	4	0	4
Presentación	2	5	7
Portafolio/dossier	0	6	6
Examen de preguntas objetivas	2	20	22

\*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

Examen de preguntas objetivas	Prueba para unidades 1 y 2. Incluye tanto preguntas cerradas como de respuesta corta. Las preguntas versarán sobre vocabulario, funciones de lengua y uso apropiado de inglés en contexto, lectura, escucha, escritura o contenido comunicativo.	20	A4	B4	C3	D1
				B6	C18	D7
					C23	D9
						D12
Simulación o Role Playing	Actividad para aplicar el conocimiento de reuniones y técnicas de negociación. Puede ser una simulación, comprensión oral y/o una prueba escrita. Parcial o completamente será evaluado por pares.	15		B4	C18	D1
						D7
						D9
Presentación	Actividad de grupo sobre el marketing mix de un servicio/producto o idea empresarial para introducirse en un mercado extranjero. Se hará una presentación en clase.	10	A4	B4	C18	D1
				B6	C23	
Portafolio/dossier	Actividad de grupo sobre el marketing mix de un servicio/producto o idea empresarial para introducirse en un mercado extranjero. Informe escrito.	15	A4	B4	C18	D1
				B6	C23	
Examen de preguntas objetivas	Prueba final, incluyendo todas las unidades y materiales del curso. Preguntas cerradas y de respuesta corta. Las preguntas versarán sobre vocabulario, funciones de lengua y uso apropiado de inglés en contexto, lectura, escucha, escritura y contenido comunicativo del curso.	40	A4	B4	C3	D1
				B6	C18	D7
					C23	D9
						D12

### Otros comentarios sobre la Evaluación

ASISTENTES: La evaluación será continua. Es obligatoria la asistencia al 75% de todas las sesiones presenciales para disfrutar de evaluación continua. La impuntualidad será considerada como no asistencia. Las actividades que la profesora solicite realizar dentro o fuera del aula, con o sin previo aviso, han de ser entregadas puntualmente para ser evaluadas.

El alumnado que no supere la evaluación continua en la primera edición de actas tendrá que hacer un examen en la segunda edición de actas que supondrá el 100% de la calificación final.

NO ASISTENTES: Si alguna alumna o alumno no puede asistir al 75% de las sesiones presenciales **deberá comunicarlo a la profesora argumentadamente en el primer mes**. Este alumnado realizará en la primera edición de actas una prueba final que supondrá el 100% de la calificación final. Si no supera la materia en la primera edición de actas, podrá presentarse en la segunda.

Las fechas oficiales de examen son las que figuran en la página web de la Facultad de Comercio: <https://fcomercio.uvigo.es/>

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

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

Adichi, Chimamanda Ngozi, **The danger of a single story**, TEDGlobal, 2009

Cotton, David, **Market Leader Intermediate**, Pearson, 2010

Hobbs, Martin and Julia Starr Keddle, **Commerce 2**, Oxford University Press, 2007

Morrison, Janet, **The International Business Environment**, 1st edition, Palgrave, 2002

Robinson, Nick, **Cambridge English for Marketing**, 1st edition, Cambridge University Press, 2010

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

Benford, Michael and Ken Thomson, **Trade Matters. English for International Trade**, 1ª edición, Río Press/Richmond, 2018

Hughes, John and Andrew Mallett, **Successful Meetings**, 1st edition, Oxford University Press, 2012

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

Una bibliografía completa así como los materiales para lo correcto seguimiento de la materia se incorporará en la plataforma Moovi.

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).

---