



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Idioma para a negociación intercultural: Inglés

Materia	Idioma para a negociación intercultural: Inglés			
Código	V06G270V01505			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	1c
Lingua de impartición	Inglés			
Departamento	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	<a href="http://faitic.uvigo.es">http://faitic.uvigo.es</a>			
Descrición xeral	Profundización nos aspectos comunicativos comerciais en lingua inglesa, centrados nas negociacións e os compoñentes culturais que inciden na comunicación. Abordaránse as catro macrodestrezas e as microdestrezas profesionais, con textos especializados e auténticos. Entre outros temas, prestaráse especial atención ás negociacións comerciais e reunións de empresa (internas e externas) nun contexto internacional, ás reclamacións e a súa xestión, e ós documentos propios do comercio internacional.			

## Competencias de titulación

Código	
A3	CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.
A8	CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.
A18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemá) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral e escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
B7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.
B8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.

## Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.	A18
CT1. Habilidades de comunicación oral e escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).	B1
CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.	A3
CE8. Comprender os procesos psicosociolóxicos mediante os cales as persoas aprenden, deciden, se comunican, xestionan as súas necesidades e relacións, negocian, mercan, etc. co fin de desenvolver competencias útiles no ámbito persoal e profesional.	A8
CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.	B7
CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.	B8
CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.	B9

<b>Contidos</b>	
Tema	
Reunións	Presidir unha reunión Toma de decisións Expresar opinións, interrompir e clarificar Concluir e pechar a sesión
Diversidade cultural e comercio	Cultura na empresa Contactos interculturais Xestión de conflitos
Negociacións	Preparación e obxetivos Proceso negociador Aceptación y confirmación Resumen e conclusiones Tipos de negociación, tácticas e estratexias
O mix de márketing	Producto Precio Distribución Promoción Informe e presentación oral

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introductorias	2	0	2
Sesión maxistral	26	60	86
Prácticas de laboratorio	22	40	62

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Actividades introductorias	Presentación da materia, do sistema de traballo e da avaliación
Sesión maxistral	Presentación dos contidos teóricos, discusión dos mesmos e instrucións para os traballos e exercicios a realizar
Prácticas de laboratorio	Posta en práctica das destrezas comunicativas en inglés en grupos pequenos, a través de actividades individuais, por parellas o en grupo

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Atención personalizada nas sesións de práctica en grupos pequenos e nas titorías (Despacho 23, EUEE)

<b>Avaliación</b>		
	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	1. Probas escritas e/ou orais individuais a realizar na clase (30%) 2. Informe e presentación do mix de márketing (20%) 3. Outras tarefas a realizar dentro ou fora da aula, por exemplo, un estudio de caso sobre conflitos culturais (10%)	60
Prácticas de laboratorio	1. Participación activa e relevante na aula (5%) 2. Outras actividades orais en grupo a determinar. Por exemplo, simulacións de reunións ou negociacións (35%)	40

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

A avaliación será continua. A condición para ser avaliado será a asistencia a un 80% das sesións presenciais.

As actividades que a profesora solicite realizar dentro ou fóra da aula, con ou sen previo aviso, deben entregarse puntualmente para seren avaliadas.

O alumnado que non supere a avaliación continua na primeira edición de actas (maio) deberá facer un examen en xullo que suporá o 100% da calificación final.

Se algún alumno/a non pode asistir ó 80% das sesións presenciais e seguir a avaliación continua **deberá comunicarllo ó profesorado argumentadamente ó comezo do curso**. Este alumnado deberá realizar na primeira edición de actas (maio) unha proba final que suporá o 100% da cualificación final. De non superar a materia na 1ª edición de actas (maio), o

alumno terá que presentarse na 2ª edición de actas (xullo).

Recoméndase encarecidamente ó alumnado asistir a cantas sesión presenciais poida mesmo que non acade o 80% requirido.

N.B.: En caso de calquera tipo de plaxio a cualificación final será de suspenso.

---

### **Bibliografía. Fontes de información**

Sweeney, Simon, **English for Business Communication (Student's Book)**, Cambridge University Press,

Crowther-Alwyn, John 1997: *Business Roles*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mascull, Bill 2002: *Business Vocabulary in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.

Trappe, Tonya & Grahame Tullis 2005: *Intelligent Business (Intermediate)*. Harlow: Pearson Education Limited.

### **2) Vídeo**

Brieger, Nick & Simon Sweeney 1994: *The Language of Business English. Grammar and Functions*. Hempstead: Prentice Hall.

Adam, J.H. 1991: *Dictionary of Business English*. Harlow: Longman.

Alcaraz, Enrique y Brian Hughes 2004: *Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales: inglés-español*. Barcelona: Ariel (4ª ed.).

*Acronym Finder*: <http://www.acronymfinder.com/>

*Foreignword.com. The Language Site*: [http://www.foreignword.com/Harraps Marketing Dictionary: English-Spanish](http://www.foreignword.com/Harraps_Marketing_Dictionary:_English-Spanish).  
Edinburgh: Chambers Harrap, 2004.

Lozano Irueste, José María 1998: *Nuevo Diccionario Bilingüe de Economía y Empresa*. Madrid: Pirámide.

Silva Rojas, Terencia, María Jesús Barsanti, María José Corvo y Beatriz Figueroa 2009: *Diccionario cuatrilingüe de marketing y publicidad: inglés, español, francés y alemán*. Badajoz: @bedecedario.

*Marketing mix (Price, Place, Promotion, Product)*:

<http://www.thetimes100.co.uk/theory/theory--marketing-mix-price-place-promotion-product--243.php>

*Marketing plan executive summary examples*:

<http://www.docstoc.com/search/marketing-plan-executive-summary-examples/>

---

### **Recomendacións**

---

#### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

---

#### **Outros comentarios**

O alumnado deberá chegar puntualmente para ser recoñecida a súa asistencia.

É imprescindible asistir sempre cos materiais necesarios para o seguimento da clase (libro e outro material disposto pola profesora, de selo caso).

O uso de aparellos de telefonía móbil quedan estrictamente prohibidos na aula. O non cumprimento desta norma suporá automaticamente a expulsión do estudante.