



DATOS IDENTIFICATIVOS

Linguaxe Empresarial

Materia	Linguaxe Empresarial			
Código	V01M094V01108			
Titulación	Máster Universitario en Lingua e Comunicacións Negocios			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OP	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Cabañas Alamán, Rafael			
Profesorado	Cabañas Alamán, Rafael			
Correo-e	rcabanas@slu.edu			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descrición xeral	El objetivo principal de esta materia es la adquisición de estrategias y vocabulario específicos que le permitan al estudiante prepararse y defenderse dentro del ámbito del español comercial.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Poseer conocimientos que aporten una base sólida en técnicas de comunicación. Ser originales y creativos en el desarrollo y creación de ideas en contextos comunicativos tanto de tipo oral como escrito.
A2	Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A3	Integrar conocimientos y poder desarrollar un proceso de comunicación sólido a partir de una información que, aunque sea incompleta, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas al proceso comunicativo.
A4	Saber comunicar las conclusiones y desarrollar síntesis razonadas para públicos especializados y no especializados de un modo claro.
A5	Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de manera autónoma basándose en los conocimientos adquiridos y en el uso de las nuevas tecnologías.
A6	Mejorar la capacidad de comunicación en las lenguas objeto de estudio (español, gallego e inglés) en diferentes contextos profesionales, trabajando las destrezas de comprensión y expresión orales y escritas. Desarrollar competencias de carácter transversal mostrando actitudes de tolerancia hacia la diversidad social y cultural, incluyendo la defensa de los derechos fundamentales de igualdad social, de género, raza y orientación sexual y los valores propios de la democracia y la cultura de la paz.
A9	Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales.
A10	Conocer los conceptos lingüísticos y no lingüísticos requeridos para comunicarse con eficacia en un entorno profesional, tanto a nivel oral como escrito.
A11	Manejar con eficacia un amplio abanico de herramientas de comunicación, tanto en el contexto de relaciones interpersonales como en relaciones a través de los nuevos medios de comunicación.
B1	Aprender a desarrollar y optimizar la capacidad para comunicarse de forma oral, escrita y gestual.
B2	Poseer conocimientos básicos sobre la organización y estructura del pensamiento racional y de sus modos de proceder.
B5	Concebir, producir y diseñar mensajes comunicativos adecuados al público objetivo al que se dirigen.
B6	Elaborar las propias posiciones y defenderlas adecuadamente, de palabra y por escrito, en situaciones comunicativas individuales o de debate.
B7	Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B11	Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Adquirir el léxico específico propio del ámbito del español comercial.	saber	A10 B1 B11
Conocer aspectos sociales y culturales del mundo de los negocios en España y en el ámbito internacional.	saber Saber estar / ser	A1 A6 A11 B1 B5 B11
Saber analizar e interpretar textos y artículos de español técnico y profesional.	saber saber facer	A3 A4 A5 A9 B2 B6
Mejorar la expresión de ideas formuladas en español técnico en el ámbito de los negocios.	saber facer Saber estar / ser	A1 A2 A3 A9 B1 B5 B7

Contidos

Tema	
Tema 1. Los tipos de sociedades	1.1. Cartas de negocios. 1.2. Léxico relacionado con el mundo empresarial. 1.3. La jerga o el lenguaje de los profesionales.
Tema 2. La creación de una empresa.	2.1. Interpretación de gráficos. 2.2. Tipología del organigrama. 2.3. Pasos para la creación de una empresa. 2.4. Aspectos de la Economía española.
Tema 3. Contratos de trabajo.	3.1. Las cartas de recomendación. 3.2. La nómina. 3.2. Tipos de contratos en España.
Tema 4. El mundo laboral.	4.1. Cartas de empleo y presentación. 4.2. El currículum vitae. 4.3. Cargos y puestos. 4.4. Modismos y expresiones relacionadas con el mundo laboral. 4.5. La entrevista de trabajo.
Tema 5. El comercio.	5.1. Cartas comerciales. 5.2. Los términos comerciales internacionales. 5.3. Las ferias internacionales en España. 5.4. La mercadotecnia y sus componentes. 5.4. El tema de la inmobiliaria.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos de aula	4	10	14
Debates	4	4	8
Traballos tutelados	0	15	15
Proxectos	0	14	14
Sesión maxistral	8	16	24

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos de aula	Actividad práctica. Los alumnos y alumnas participarán de forma oral en las sesiones presenciales, con el propósito de que conozcan su propia evolución en el aprendizaje. Los estudiantes impartirán charlas breves sobre puntos de interés relacionados con el mundo de los negocios.

Debates	Actividad práctica. A lo largo de las sesiones presenciales se propondrán algunos temas sobre el lenguaje empresarial acerca de los que el discente tendrá que debatir.
Trabajos tutelados	Actividad práctica. Los estudiantes tendrán que realizar análisis, interpretación y composición de textos propios del español en el ámbito empresarial con la orientación del docente.
Proyectos	Actividad práctica. Los estudiantes podrán elegir entre dos opciones: a) Exposición oral de 10 minutos. El tema tendrá relación con el mundo de los negocios y será seleccionado de una revista especializada elegida previamente. El objetivo es explicar la temática y el vocabulario vinculado al tema. b) Trabajo escrito basado en textos relacionados con el lenguaje empresarial.
Sesión magistral	Actividad teórica. El docente expondrá en estas sesiones magistrales los principales contenidos relacionados con la materia.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	En lo relativo a los trabajos tutelados y a la realización del proyecto final, el docente destinará un tiempo de atención personalizada con el fin de atender y resolver las dudas del alumnado. Este tiempo se distribuirá en función de las necesidades puntuales de los discentes, que podrán asistir a las tutorías habituales o concretar otras específicas con el profesor en función de su disponibilidad.
Proyectos	En lo relativo a los trabajos tutelados y a la realización del proyecto final, el docente destinará un tiempo de atención personalizada con el fin de atender y resolver las dudas del alumnado. Este tiempo se distribuirá en función de las necesidades puntuales de los discentes, que podrán asistir a las tutorías habituales o concretar otras específicas con el profesor en función de su disponibilidad.

Avaliación

	Descripción	Cualificación
Trabajos de aula	Los alumnos y alumnas participarán activamente en las sesiones presenciales con el propósito de que conozcan su propia evolución en el aprendizaje. Los estudiantes impartirán charlas breves sobre puntos de interés relacionados con el mundo de los negocios. También se tendrán en cuenta la composición y análisis de textos de textos que se hará de forma tutelada.	50
Proyectos	Los estudiantes podrán elegir entre dos opciones: a) Exposición oral de 10 minutos. El tema tendrá relación con el mundo de los negocios y será seleccionado de una revista especializada elegida previamente. b) Trabajo escrito basado en textos relacionados con el lenguaje empresarial.	50

Otros comentarios sobre la Avaliación

En la segunda edición de actas se seguirán los mismos criterios que se han definido.

Bibliografía. Fuentes de información

Recomendaciones