



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				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	González Crespan, María Araceli			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://https://moovi.uvigo.gal/course/view.php?id=3101			
Descrición xeral	Profundización nos aspectos comunicativos comerciais en lingua inglesa, centrados nas negociacións e os compoñentes culturais que inciden na comunicación. Abordaranse as catro macrodestrezas comunicativas así como as microdestrezas profesionais, con textos académicos, especializados e auténticos. Entre outros temas, prestarase especial atención ás negociacións comerciais e ás reunións de empresa (internas e externas) nun contexto internacional, aos aspectos culturais que afectan ás relacións comerciais, así como aos elementos básicos do marketing funcional.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.
B4	CG4. Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais.
B6	CG6. Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais
C3	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.
C18	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.
C23	CE23. Coñecer e saber utilizar os recursos informativos dispoñibles para a internacionalización, elaborar plans de internacionalización e resolver as operacións e trámites habituais do comercio exterior: transporte, aseguramento, tramitación aduaneira e sanitaria, medios de pagamento, etc.
D1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
D7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.
D9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.
D12	CT12. Creatividade.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Comunicar de modo efectivo, con claridade, concisión e precisión, tanto dentro da organización coma con interlocutores externos en ámbitos nacionais e internacionais	A4	B4	D1 D7
Coñecer e comprender distintas realidades económicas, xurídicas, sociais e culturais e adquirir unha visión global e multicultural co fin de orientar as estratexias e operacións hacia mercados tanto nacionais como internacionais		B6	D9 D12

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, prestando atención á igualdade e a diversidade.	C3	D9
Coñecer e saber utilizar a lingua inglesa de xeito inclusivo e non sexista, a nivel oral e escrito, co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.	A4	C18 D1
Coñecer e saber utilizar os recursos informativos dispoñibles para a internacionalización, elaborar plans de internacionalización e resolver as operacións e trámites habituais do comercio exterior: transporte, aseguramento, tramitación aduaneira e sanitaria, medios de pagamento, etc.	C23	D7

Contidos

Tema	
Diversidade cultural e comercio	Cultura na empresa Contactos interculturais Xestión de conflitos Igualdade e diversidade
Reunións	Presidir unha reunión Toma de decisións Expresar opinións, interrompir e clarificar Concluir e pechar a sesión Linguaxe inclusiva e non sexista
Negociacións	Preparación e obxetivos Proceso negociador Aceptación e confirmación Resumo e conclusións Tipos de negociación, tácticas e estratexias Linguaxe inclusiva e non sexista
O mix de márketing	Producto Precio Distribución Promoción Informe e presentación oral

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	1	0	1
Lección maxistral	20	44	64
Prácticas de laboratorio	18	18	36
Exame de preguntas obxectivas	2	8	10
Simulación ou Role Playing	4	0	4
Presentación	2	5	7
Cartafol/dossier	0	6	6
Exame de preguntas obxectivas	2	20	22

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Actividades introdutorias	Presentación da materia, do sistema de traballo e da avaliación
Lección 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 ou en grupo

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Sesións en grupos pequenos con énfase especial nas destrezas orais (comprensión e expresión).

Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Exame de preguntas obxectivas	Proba para unidades 1 e 2. Inclúirá unha variedade de preguntas pechadas e de resposta curta. Abordarase o vocabulario, as funcións da lingua e o uso axeitado de inglés no contexto, lectura, escoita, escrita e contido comunicativo do curso.	20	A4	B4	C3	D1
				B6	C18	D7
					C23	D9
						D12
Simulación ou Role Playing	Actividade para aplicar o coñecemento de reunións e técnicas de negociación. Podería ser unha simulación, comprensión oral e/ou unha proba escrita. Será avaliado por pares, parcial ou completamente.	15		B4	C18	D1
						D7
						D9
Presentación	Actividade de grupo sobre o marketing mix dun servizo/ produto ou idea empresarial para introducirse nun mercado internacional.	10	A4	B4	C18	D1
					B6	C23
Cartafol/dossier	Actividade de grupo sobre o marketing mix dun servizo/ produto ou idea empresarial para introducirse nun mercado internacional.	15	A4	B4	C18	D1
					B6	C23
Exame de preguntas obxectivas	Proba final de tódolos contidos e materiais do curso. Inclúirá unha variedade de preguntas pechadas e de resposta curta. Abordarase o vocabulario, as funcións da lingua e o uso axeitado de inglés no contexto, lectura, escoita, escrita e contido comunicativo do curso.	40	A4	B4	C3	D1
					B6	C18
						D7
					C23	D9
						D12

Outros comentarios sobre a Avaliación

ASISTENTES: A avaliación será continua. É obrigatoria a asistencia ao 75% de todas as sesións presenciais para disfrutar da avaliación continua. A impuntualidade será considerada como non asistencia. As actividades que a profesora solicite realizar dentro ou fóra da aula, con ou sen previo aviso, han ser entregadas puntualmente para seren avaliadas.

O alumnado que non supere a avaliación continua na primeira edición de actas terá que facer un exame na segunda edición de actas que suporá o 100% da calificación final.

NON ASISTENTES: Si algunha alumna ou alumno non pode asistir ao 75% das sesións presenciais deberá comunicalo á profesora argumentadamente no primeiro mes do curso. Este alumnado realizará na primeira edición de actas unha proba final que suporá o 100% da calificación final. Se non supera a materia na primeira edición de actas, poderá presentarse na segunda edición de actas.

As data oficiais de exame son as que figuran na páxina web da Facultade de Comercio: <https://fcomercio.uvigo.es/>

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

Bibliografía. Fontes 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 Iruete, 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

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Idioma para a comunicación internacional: Inglés/V06G270V01807

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Outros comentarios

Unha bibliografía completa así como os materiais para o correcto seguimento da materia se incorporará na plataforma Moovi.

NOTA INFORMATIVA: Para fomentar a participación en actividades complementarias de interese como visitas a empresas, charlas, mesas redondas, conferencias, seminarios ou similares, organizadas polo centro, a universidade ou outras entidades, a asistencia acreditada das que a profesora indique durante o cuadrimestre poderán ter un recoñecemento na calificación final de ata 0,5 puntos. Esta medida só será de aplicación para o alumnado que teña unha calificación mínima de APROBADO (5).
