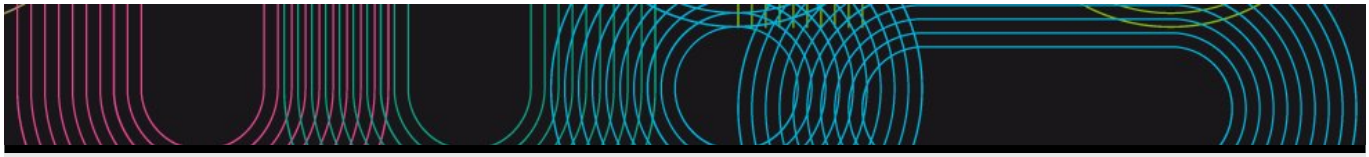

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Inglés Comercial				
Asignatura	Inglés Comercial			
Código	V06M101V03106			
Titulacion	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	1c
Lengua Impartición	Inglés			
Departamento				
Coordinador/a	González Crespan, María Araceli			
Profesorado	García de la Puerta, Marta González Crespan, María Araceli Trusca , Marioara Mirela			
Correo-e	acrespan@uvigo.es			
Web	http://http://mcinternacional.webs.uvigo.es/es			
Descripción general	Esta materia abordará las cuatro destrezas comunicativas en inglés para el comercio internacional así como la importancia de los aspectos culturales en la comunicación			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
Código	
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
B3	Dominio de lenguas extranjeras aplicadas al comercio.
C18	Conocimiento de los registros específicos del inglés para negocios.
C19	Dominio de la redacción comercial en inglés, utilización correcta de los términos técnicos.
C20	Dominio oral del lenguaje comercial en inglés.
C21	Conocimiento del inglés en contextos específicos: ferias, mercados, reuniones, negociaciones.
C22	Desarrollo de habilidades comunicativas y de protocolo.
D1	Capacidad para comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.

Resultados previstos en la materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Hablar bien en público, dominando el lenguaje oral y las estrategias comunicativas y de protocolo, promoviendo el uso de lenguaje inclusivo y no sexista.	A3 B3 C20 C22 D1
Conocimiento y dominio del idioma internacional de los negocios, de los diferentes registros y su aplicación en contextos específicos, incorporando una perspectiva de género.	A3 B3 C18 C19 C21 D1

Conocimiento de las técnicas de venta, estrategias, productos, marcas y comunicación en los mercados internacionales así como la aplicación práctica en las funciones comunicativas en lengua inglesa	A3 B3 C20 C21 D1
Dominio de la terminología específica y la correcta aplicación y uso en la redacción de textos escritos en inglés.	A3 B3 C18 C19 D1

Contenidos

Tema	
Técnicas de búsqueda y adquisición de vocabulario	1.1. Sistematización del aprendizaje terminológico: sufijos y prefijos, familias léxicas y derivación, combinaciones frecuentes, falso amigos, verbos frasales, ... 1.2. Uso de diccionarios y otros materiales de referencia: tipos, información, búsquedas en la red 1.3. Lenguaje inclusivo y no sexista
Cultura y comunicación	2.1. Concepto de cultura y su influencia en la comunicación 2.2. Comunicación intercultural en el comercio internacional. El valor de la perspectiva de género 2.3.Comunicación verbal y no verbal
Comunicación escrita	3.1. Registro 3.2. Tipologías de textos y documentos comerciales 3.3. Correspondencia: Correos electrónicos, faxes y cartas comerciales. 3.4. Documentos de comercio internacional
Conversaciones telefónicas	4.1. Pronunciación y fluidez. Estructura y fraseología de las conversaciones telefónicas 4.2. Preparación y comprensión oral 4.3. Contacto: mensajes, precios y descuentos, métodos de pago

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Lección magistral	6	12.5	18.5
Prácticas de laboratorio	26	50	76
Portafolio/dossier	0	4	4
Examen de preguntas objetivas	1	0	1
Proyecto	0	2	2
Simulación o Role Playing	0	2	2
Examen de preguntas objetivas	1	2	3
Examen oral	0	2	2
Portafolio/dossier	0	2	2

*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, los materiales, la bibliografía y la evaluación.
Lección magistral	Presentación de contenidos teórico-prácticos, discusión e instrucciones sobre trabajos y tareas a llevar a cabo.
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	Puesta en práctica de las destrezas comunicativas en inglés en grupos pequeños, a través de actividades individuales, por parejas o en grupo

Evaluación

	Descripción	Calificación		Resultados de Formación y Aprendizaje		
Portafolio/dossier	Glosario de términos comerciales. Informe. Actividad de grupo.	15		B3	C18 C19	D1
Examen de preguntas objetivas	Prueba de comprensión oral. Individual.	15	A3	B3	C18 C21	D1
Proyecto	Conflictos culturales: Dilema y decisión. Actividad en parejas. Evaluación por pares.	15	A3	B3	C21 C22	D1
Simulación o Role Playing	Correspondencia comercial. Actividad de grupo.	15	A3	B3	C18 C19 C21	
Examen de preguntas objetivas	Prueba de comprensión oral : Un cliente extranjero. Individual.	15		B3	C18 C21 C22	
Examen oral	Grabacción de un mensaje telefónico. Individual.	10		B3	C18 C20 C21	
Portafolio/dossier	Interpretación de rasgos no verbales. Individual	15	A3	B3	C21 C22	

Otros comentarios sobre la Evaluación

ESTUDIANTADO DE La MODALIDAD VIRTUAL: La evaluación será continua. La condición para ser evaluado será la entrega puntual de las actividades que se publicarán en la plataforma al comienzo del curso. No se admitirán actividades entregadas con posterioridad a la fecha límite (con un periodo de gracia de 24 horas en el que las actividades se evaluarán como SUSPENSO/APROBADO). Si el alumnado no supera la materia por evaluación continua, deberá hacer una prueba en julio que supondrá el 100% de la calificación final

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

ATENCIÓN PERSONALIZADA: Podrá realizarse por medios telemáticos (correo electrónico,campus remoto, foro de Moovi, ...) con cita previa (en la medida de lo posible, se responderá en un plazo máximo de 3 días hábiles).

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Aspinall, T. & G. Bethell, **Test Your Business Vocabulary in Use. Intermediate.**, 1ª, Cambridge UP, 2003

Lisboa, Martin and Michael Hanford, **Business Advantage, Advanced**, 1st, Cambridge University Press, 2012

Morrison, Janet, **The International Business Environment**, Palgrave, 2002

Guffey, Mary Ellen, **Business Communication. Process and Product**, Southwestern College, 2000

Lau, Susan, Freya Preuss, Rosemary Richey, Margit Soll and Isobel Williams, **Money Matters**, 1st, Rio Press/Richmond, 2018

Cross-Cultural Communication, 1st, Insight Media,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación Profesional Internacional/V06M101V03206

Otros comentarios

El punto de partida recomendado para el correcto seguimiento del curso es un nivel B2 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas. Cualquier estudiante que no alcance el mínimo el comienzo del curso, debe hablar con la profesora para poder superar la materia sin problemas.

La bibliografía completa se incorporará en cada uno de los temas.