

i ASIGNATURA ENGLISH FOR INTERNATIONAL BUSINESS

Código	21506047
Titulación	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
Módulo	MÓDULO X. MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE NEGOCIOS I ...
Materia	MATERIA X.3 ENGLISH FOR INTERNATIONAL BUSINESS
Curso	3
Duración	PRIMER SEMESTRE
Tipo	OPTATIVA
Idioma	INGLÉS
ECTS	3,00
Teoría	1,75
Práctica	1,25
Departamento	C115 - FILOLOGIA FRANCESA E INGLESA

✓ REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos

Se recomienda un nivel de inglés B2 para cursar esta asignatura.

Recomendaciones

La asignatura requiere un compromiso diario con el aprendizaje y la adquisición de la lengua inglesa en el contexto empresarial.

Se recomienda poner en práctica los contenidos aprendidos, las destrezas comunicativas y las estrategias de aprendizaje, tanto dentro como fuera del aula, aprender haciendo.

RESULTADO DEL APRENDIZAJE

Id.	Resultados
1	Ser conscientes de la importancia del conocimiento intercultural.
2	Ser capaz de redactar determinados documentos relacionados con la empresa.
3	Ser capaz de mantener diálogos adecuados al entorno empresarial.
4	Conocer los aspectos principales para saber desenvolverse en un entorno internacional.

COMPETENCIAS

Id.	Competencia	Tipo
CG01	Capacidad de análisis y síntesis	GENERAL
CG02	Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio	GENERAL
CG03	Capacidad de organización y planificación	GENERAL
CG06	Comunicativo oral y escrito en la propia lengua	GENERAL
CG09	Capacidad para trabajar en equipo	GENERAL
CG10	Trabajo en equipos de carácter interdisciplinar Trabajo en equipos de carácter interdisciplinar	GENERAL
CG11	Trabajo en un contexto internacional	GENERAL
CG12	Habilidades en las relaciones personales	GENERAL
CG13	Capacidad para trabajar en entornos diversos y multiculturales	GENERAL
CG14	Capacidad crítica y autocrítica	GENERAL

Id.	Competencia	Tipo
CG15	Compromiso ético en el trabajo	GENERAL
CG17	Capacidad de aprendizaje autónomo	GENERAL
CG18	Capacidad de adaptación a nuevas situaciones	GENERAL
CG21	Iniciativa y espíritu emprendedor	GENERAL
CG22	Motivación por la calidad	GENERAL
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio	BÁSICA
CB3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudios) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética	BÁSICA
CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado	BÁSICA
CB5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía	BÁSICA

CONTENIDOS

1. Cultural awareness and diversity.
Cultural dimensions.
Turn-taking, culture shock, cultural rules.
Politeness.

Critical incidents.

2. Business communication.

Socializing with business contacts.

Small talk.

Participating in meetings, planning a SWOT.

Presentations.

Advertising and sales promotion.

Agendas and minutes.

Writing for the internet.

3. Business travel.

Attending a conference.

Making and changing arrangements.

Meeting overseas contacts.

4. Working abroad.

International jobs and internships.

Writing a CV and a cover letter.

A job interview.

Living abroad, the working environment.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Criterios generales de evaluación

Esta asignatura ofrece un sistema de evaluación continua, que comprende la participación activa del alumno, un enfoque por tareas, así como un examen final de la comprensión y expresión escrita y oral del alumno/a en lengua inglesa en el contexto empresarial.

Procedimiento de calificación

Esta asignatura tiene un sistema de evaluación continua que queda desglosado de la siguiente manera:

- Asistencia y participación del alumno (10%).
 - Elaboración y/o presentación de trabajos individuales o en grupo (25%). El alumno debe completar de forma satisfactoria todas las tareas planteadas.
 - Examen final de comprensión y expresión escrita y oral en lengua inglesa (65%).
- Es necesario aprobar este examen para añadir el porcentaje equivalente a la evaluación continua.

Para las convocatorias no naturales de la asignatura, el alumno podrá solicitar la realización de una prueba de evaluación que suponga el 100% de la nota de la asignatura. Para ello deberá solicitarlo de acuerdo con las condiciones y los plazos previstos en la instrucción aprobada por el decano del centro al efecto.

Procedimientos de evaluación

Tarea/Actividades	Medios, técnicas e instrumentos
Realización de tareas	La asignatura plantea un enfoque por tareas que el alumno/a tendrá que completar tanto en las horas formativas no presenciales, como en los talleres prácticos y horas de estudio individual. Estas incluyen la construcción grupal de un glosario terminológico y una página web, el planteamiento de una empresa, el diseño gráfico de un anuncio, y presentaciones en el contexto simulado de una conferencia.
Examen final de la comprensión y expresión escrita y oral en lengua inglesa en el contexto profesional de los negocios.	Esta prueba evaluarán las destrezas comunicativas del alumno/a y los contenidos de la asignatura en relación a la interculturalidad, la comunicación en el ámbito empresarial, los viajes de negocios y el trabajo en el extranjero.
Participación activa en clase	La participación del alumno/a en clase es fundamental en el desarrollo de la asignatura. Se favorece así un aprendizaje significativo y cooperativo mediante la relación y reajuste de conocimientos previos y nuevos, así como la aportación grupal.

PROFESORADO

Profesorado	Categoría	Coordinador
CONTERO URGAL, CANDELA	PROFESOR SUSTITUTO INTERINO	Sí

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad	Horas	Detalle
01 Teoría	14	En las clases teóricas el docente expondrán en lengua inglesa los contenidos necesarios para su posterior aplicación en las sesiones prácticas. Aquí se desarrollarán igualmente sesiones monográficas sobre temas de actualidad en la asignatura. El alumno/a tiene un papel activo en el desarrollo de las clases teóricas a través de la interacción en lengua inglesa con el docente y con sus compañeros/as, en un aprendizaje significativo y cooperativo.
03 Prácticas de informática	10	Las sesiones prácticas se desarrollarán en un aula de informática, dando la oportunidad de utilizar las nuevas tecnologías, los recursos electrónicos y la gestión grupal del Campus Virtual. Aquí se trabajarán de forma comunicativa y por tareas los contenidos prácticos de la asignatura.
10 Actividades formativas no presenciales	11,00	Los alumnos/as dedicarán estas horas de formación no presencial a la elaboración, en grupo (7 horas) y de forma individual (4 horas), de trabajos o debates sobre un tema de la asignatura, que podrán ser presentados más tarde en el aula. Estas tareas estarán supervisadas por el docente e incluirán una participación individual y compartida.
11 Actividades formativas de tutorías	3,00	Las actividades formativas de tutorías son una oportunidad de revisión y consolidación de los contenidos de acuerdo a las necesidades del alumno/a, así como de puesta en común, diálogo y resolución de problemas y/o de casos, en una construcción significativa del conocimiento.
12 Actividades de evaluación	3,00	En este espacio los alumnos/as podrán exponer en grupo los trabajos desarrollados durante los talleres y las horas de trabajo no presencial.

Actividad	Horas	Detalle
13 Otras actividades	34,00	Esta asignatura cuenta con 3 horas de seminarios y actividades programadas. Igualmente, el alumno/a debe completar 31 horas de estudio autónomo. El estudio del alumno/a comprende igualmente la preparación individual de lecturas, ensayos, resolución de problemas, trabajos, memorias, etc. para exponer o entregar en las clases presenciales o en espacios virtuales.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Badger, I. and Menzies, P. (2007) *English for Business Life: Upper Intermediate Course Book*. London: Marshall Cavendish Education.
- Bargiela-Chiappini, F. (2009) *The Handbook of Business Discourse*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Bixby, J. (2002) *Global links: English for International Business 2*. White Plains, N.Y.: Longman.
- Evangelisti, P. (2011) *Discourse, Identities and Genres in Corporate Communication Sponsorship, Advertising and Organizational Communication*. Bern: Lang, Peter, AG, Internationaler Verlag der Wissenschaften.

- Grant, D. And McLarty, R. (2004) *Business Focus*. Oxford: Oxford University Press.
- Greenall, S. (1986) *Business Targets. An upper-intermediate course in Business English*.
- Hollett, V.(1991) *Business Objectives*. Oxford: Oxford University Press.
- Mackenzie, I.E. (2010) [3rd edition] *English for Business Studies: a course for business studies and economic students*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mackenzie, I.E. (2010) [3rd edition] *English for Business Studies [sound recording]: a course for business studies and economic students*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Manzies, I.B. (2006) *English for Business Life. Upper Intermediate Business English*. London: Marshall Cavendish Education.
- Mascull, B. (2002) *Business Vocabulary in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McCarthy, M.; McCarten, J.; Clark, D. and Clark, R. (2009) *Grammar for Business*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Monahan, L. and Lynn, S. (1995) *Business across Cultures: Effective Communication Strategies*. White Plains, NY: Longman.
- Nickerson, C. and Chantal, B. (2016) *Introducing Business English*. London: Routledge.

- Nolan, S. and Reed, B. (1992) *Business English Teacher's Resource Book*. Essex: Longman.
- Talbot, F. (2012) *Improve your Global Business English. The Essential Toolkit for Writing and Communicating Across Borders*. London: Kogan Page.
- Walker, C. (2008) *English for Business Studies in Higher Education Studies. Course Book*. Reading: Garnet.

Bibliografía específica

Corpora:

- Cambridge Business Corpus: <http://www.cambridge.org/es/cambridgeenglish/about-cambridge-english/cambridge-english-corpus>
- BYU-BNC Corpus: <http://corpus.byu.edu/bnc/>

Dictionaries:

- Gorman, M. and Henson, M.L. (1997) *Spanish/English Business Glossary*. London: Routledge.
- Parkinson, D. and Noble, J. (2005) *Oxford Business English Dictionary for*

Learners of English. Oxford: Oxford University Press.

- Tuck, A. and Ashby, M. (eds.) (1993) *Oxford Dictionary of Business English for Learners of English*. Oxford: Oxford University Press.

Online resources. Dictionaries:

- Linguee: <http://www.linguee.es>
- Macmillan Dictionary: <http://www.macmillandictionary.com>
- Wordreference: <http://www.wordreference.com>

Use of English:

- Bowen, T. (1997) *Build your Business Grammar*. Hove: LTP Business.
- Brieger, N. and Comfort, J. (2000) *Language reference for Business English: Grammar, Functions and Communication Skills*. Harlow: Longman.
- Eastwood, J. (1999) *Oxford Practice Grammar*. Oxford: Oxford University Press.
- Hewings, M. (2013) *Advanced Grammar in Use: a Self-Study Reference and Practice Book for Advanced Learners of English*. Cambridge: Cambridge University Press.

Online resources. Use of English:

- Grammar Games: <https://www.englishclub.com/esl-games/grammar/>
- Isabel's ESL site: <http://www.isabelperez.com>

Tests:

- Allsop, P.A. (1998) *Practice tests for the Cambridge Business English Certificate*. Cambridge: Cambridge University Press.

Bibliografía ampliación

- Barry, R.E. and Taylor, P. (1997) *Business English for the 21st Century*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Campbell, B. (2000) *English for Business*. Boston: Thomson.
- Chilver, J. (2001) *English for Business*. London: Continuum.
- Dignen, B. (1999) *Communicating in Business English*. Compass Publishing.
- Donna, S. (2000) *Teach Business English*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Hewings, M. and Nickerson, C.R. (1999) *Business English: Research into Practice*. Harlow: Pearson Education.
- Evan, F. (2005) *How to Teach Business English*. Harlow: Longman.
- Garside, T. (2002) *Essential Telephoning in English: student's book*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ibbotson, M. and Stephens, B. (2006) *Business Start-Up 1*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Irvine, M. and Cadman, M. (1999) *Commercially Speaking*. Oxford: Oxford University Press.
- Jones, L. (2001) *Working in English*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Laws, A. (2000) *Negotiations*. Oxford: Summertown Publishing.
- Nickerson, C. (2015) *Introducing Business English*. Abington: Taylor and Francis.
- Stuart, R. (2011) *English Vocabulary in Use: pre-intermediate and intermediate*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tullis, G. and Trappe, T. (2000) *New Insights into Business English*: Pearson Education Limited.
- Wyatt, R. (2007) *Check your English Vocabulary for Business and Administration. All you Need to Improve your Vocabulary*. London: A&C Black.

COMENTARIOS

Esta asignatura incluye como competencia adicional a las actuales la CO1: Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera.

La asignatura se desarrollará solo en el campus de Cádiz y al menos un 75% de los créditos presenciales se impartirán en inglés.

El presente documento es propiedad de la Universidad de Cádiz y forma parte de su Sistema de Gestión de Calidad Docente.

En aplicación de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, así como la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, toda alusión a personas o colectivos incluida en este documento estará haciendo referencia al género gramatical neutro, incluyendo por lo tanto la posibilidad de referirse tanto a mujeres como a hombres.
