UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: INGLÉS PARA EL COMERCIO EXTERIOR
Tipología: OPTATIVA
Grado: 367 - GRADO EN ESTUDIOS INGLESES
Centro: 2 - FACULTAD DE LETRAS DE CIUDAD REAL
Curso: Sin asignar
Lengua principal de impartición:
Uso docente de otras lenguas:
Página web:

Código: 66054
Créditos ECTS: 6
Curso académico: 2020-21
Grupo(s): 25
Duración: C2
Segunda lengua:
English Friendly: N
Bilingüe: N

Profesor: **DAVID CARRASCOSA CAÑEGO** - Grupo(s): **25**

Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Facultad de Letras/213	FILOLOGÍA MODERNA	Ext: 3116	David.Carrascosa@uclm.es	Miércoles: 12:00 - 14:30 Miércoles tarde: 16:00 - 18:00 Jueves: 13:00 - 14:30

2. REQUISITOS PREVIOS

El alumno deberá poseer un nivel avanzado de inglés.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

La competencia entre empresas de países diferentes y la existencia de multinacionales que tienen sucursales en varios de ellos señalan al inglés como lengua de comunicación preferente, ya que es el idioma que más se utiliza entre las empresas exportadoras e importadoras, tanto dentro de la Unión Europea como en el resto de los países, entre los que destacan EEUU y Japón.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
A-3	Capacidad para evaluar críticamente la bibliografía consultada y para encuadrarla en una perspectiva teórica.
A-5	Capacidad para relacionar el conocimiento filológico con otras áreas y disciplinas
E-1	Capacidad para el razonamiento crítico.
I-1	Capacidad de análisis y síntesis.
P-1	Capacidad de comunicación oral y escrita en lengua inglesa.
P-2	Capacidad para localizar, manejar y sintetizar información bibliográfica.
P-5	Capacidad para elaborar textos de diferente tipo.
P-9	Capacidad para localizar, manejar y aprovechar la información contenida en bases de datos y otros instrumentos informáticos y de Internet.
PER-1	Trabajo en equipo.
PER-2	Capacidad de trabajar en un equipo interdisciplinar.
PER-3	Apreciación de la diversidad y multiculturalidad
PER-4	Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
PER-5	Conocimiento de culturas y costumbres de otros países.
PER-6	Habilidad para trabajar de forma autónoma.
PER-7	Compromiso ético.
S-2	Habilidades de gestión de la información.
S-3	Capacidad crítica y autocrítica.
S-4	Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones.
S-5	Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad).
S-6	Resolución de problemas.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

Capacidad para entender un texto especifico de economía en inglés.

Capacidad para formar una opinión crítica sobre un texto especifico económico.

Capacidad para la utilización de las nuevas tecnologías como recurso de trabajo en la búsqueda de información comercial.

Capacidad para maximizar los recursos, tanto materiales como humanos, de que disponga la empresa en la que trabajen en el futuro.

Capacidad para poner en práctica una correcta y adecuada organización del trabajo en el ámbito de la dirección empresarial.

Capacidad para realizar un trabajo laboral eficaz en puestos de trabajo que conlleven responsabilidades.

Capacidad para redactar en inglés económico.

Realizar análisis y comentarios adaptados a fines comerciales de diferente tipo de textos, y ámbitos diversos, desde la divulgación de una publicidad, la crítica especializada y periodística, la divulgación cultural, los talleres de lectura y escritura creativa o la elaboración de materiales especificos, monografías y

manuales.
Capacidad de comunicación oral y escrita en lengua inglesa.

Capacidad de exponer un discurso oral en inglés y ser persuasivo ante los posibles clientes.

Resultados adicionales

1. Capacidad para promocionar y vender todos los productos de denominación de origen de Castilla-La Mancha ya sean del ámbito agrícola-ganadero (vino, aceite, miel, azafrán, queso, etc.) como del turístico (Cuenca, Toledo, Almagro, Tablas de Daimiel, lugares históricos, etc.). Asimismo, los estudiantes procedentes de otros países deberán promocionar sus propios productos en una simulación de Feria Internacional que se llevará a cabo en clase.
2. Confianza en sí mismos por parte de los alumnos a la hora de negociar con los clientes, exponer sus ideas o expresar sus opiniones ante un debate público así como a la hora de enfrentarse a una entrevista laboral.
3. Expresión en inglés tanto por escrito (documentos profesionales) como oralmente en presentaciones en grupo o individuales claras, concisas y convincentes en las que se presente un producto nuevo en el mercado. En dichas exposiciones tendrán que defender un argumento ante sus compañeros que actuarán de audiencia haciéndoles preguntas, comentarios, sugerencias y les someterán a una evaluación escrita anónima.
4. Capacidad de utilización de los medios audiovisuales, tanto para buscar información del mundo empresarial como para elaborar anuncios publicitarios de los productos de salida al mercado.

6. TEMARIO

Tema 1: Introduction. English for Specific Purposes
Tema 2: Presentations
Tema 3: Advertising. Advertising Techniques
Tema 4: Business Fundamentals.Marketing Principles
Tema 5: Job Interviews
Tema 6: Professional Activities

COMENTARIOS ADICIONALES SOBRE EL TEMARIO

- El temario enfocado como inglés para fines específicos (ESP) cubre los aspectos más relevantes del mundo comercial.
- Los materiales son auténticos y se enfatiza de forma particular el que los estudiantes consigan manejarse con soltura en situaciones reales.

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Prácticas	A-3 I-1 P-1 P-2 P-5 P-9 PER-1 PER-2	1.04	26	S	N	- Correción de ejercicios y dos actividades en grupos de tres alumnos (máximo). 1.Exposición oral seguida de debate. 2.Entrevista de trabajo. 3. Simulación de Feria Internacional.
Tutorías individuales [PRESENCIAL]	Trabajo dirigido o tutorizado	E-1 S-2 S-3 S-5 S-6	0.32	8	N	-	Tutoría dedicada a aclarar dudas relacionadas con los contenidos de la asignatura o trabajos evaluables que han de entregar los estudiantes a lo largo del curso.
Tutorías de grupo [PRESENCIAL]	Tutorías grupales	A-3 A-5 E-1 P-2 P-9 PER-1 PER-2 S-5	0.32	8	N	-	Tutoría para la selección de los temas de las dos actividades en grupo y la elaboración del trabajo final correspondiente a la exposición oral.
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Trabajo en grupo	A-3 A-5 E-1 I-1 P-2 P-5 P-9 PER-1 PER-2 PER-3	1.2	30	S	N	Organización, distribución de tareas y conexión de las mismas para la realización de los trabajos en grupo. Elaboración del trabajo final de la asignatura
Otra actividad no presencial [AUTÓNOMA]	Trabajo autónomo	E-1 P-2 PER-6 PER-7 S-2 S-3	1.6	40	N	-	Preparación individual de las tareas asignadas por los grupos de trabajo al que pertenece el alumno, de los ejercicios a corregir en clase y preparación del examen final.
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	P-9 S-2 S-3 S-4 S-5 S-6	0.8	20	S	N	Preparación actividades autónomas evaluables. De éstas el alumno entregará al profesor un mínimo de tres documentos profesionales a lo largo del curso.
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	PER-3 PER-4 PER-5 PER-7 S-4	0.72	18	N	-	Explicación de los contenidos del temario y pautas a seguir para la realización del trabajo autónomo que tienen que realizar los estudiantes.
		Total:	**6**	**150**			
Créditos totales de trabajo presencial: 2.4			**Horas totales de trabajo presencial: 60**				
Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6			**Horas totales de trabajo autónomo: 90**				

Ev: Actividad formativa evaluable
Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluacion continua	Evaluación no continua*	Descripción
Pruebas de progreso	15.00%	15.00%	Análisis de un anuncio publicitario, análisis estadístico y CV: Los alumnos entregarán un mínimo de tres documentos profesionales en fecha fijada a lo largo del curso.
Presentación oral de temas	45.00%	45.00%	Se realizarán dos actividades orales en grupo de dos estudiantes, tres como máximo. 1.Exposición oral en la que se lanzará un nuevo producto al mercado (30%). 2.Entrevistas de trabajo (10%): Tanto una como la otra estarán relacionadas con los contenidos de la asignatura y su tema se acordará entre los estudiantes y el docente. Se fijará una fecha para cada actividad que no podrá alterarse. Tanto la asistencia como la participación en el debate que proseguirá a dichas actividades serán obligatorias. La evaluación de estas actividades se realizará teniendo en cuenta: su estructuración, y la adecuación al tema tanto del lenguaje verbal específico como del no verbal. 3.Simulación de Feria Internacional (5%): La ventaja de contar con estudiantes de otros países nos permite un rico intercambio cultural en el que los alumnos puedan promocionar sus propios productos, actividades o Festivales de Interés. Se agruparán según el país de origen. Nuestros estudiantes locales, al ser los más numerosos, formarán distintos grupos y notificarán a la profesora el producto que han decidido promocionar para evitar repeticiones. La audiencia hará preguntas acerca del mismo, actuará como un público interactivo.
Elaboración de trabajos teóricos	30.00%	40.00%	Trabajo escrito impreso que explicará con mayor detalle la exposición oral realizada en grupo acerca del lanzamiento de un nuevo producto. Cada grupo de alumnos enviará una carpeta identificativa que incluirá la exposición oral, el anuncio publicitario (incluyendo logo y slogan), el póster, el folleto, el handout, la tarjeta de visita y la página web de la empresa que reflejará las competencias necesarias para ser competitiva en el mercado. Su evaluación se realizará teniendo en cuenta: la adecuación lingüística específica, su estructura, organización, presentación, estudio de mercado, objetivos, originalidad, descripción de previos resultados y bibliografía utilizada.
Valoración de la participación con aprovechamiento en clase	10.00%	0.00%	Evaluación continua del estudiante mediante su participación activa y cualificada tanto en las actividades prácticas como en los debates.
Total:	**100.00%**	**100.00%**	

** En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).*

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

Evaluación continua:

Todos los alumnos serán evaluados según los criterios de evaluación establecidos.

La valoración de la participación con aprovechamiento en clase no es recuperable por motivos obvios.

Evaluación no continua:

Al inicio de curso se detallarán las características especiales de estas pruebas de evaluación.

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

Trabajo escrito (30%) y examen final (70%) basado en la teoría y en las actividades prácticas relacionadas con los contenidos del curso.

Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

Igual que en la convocatoria extraordinaria.

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

No asignables a temas

Horas **Suma horas**

Comentarios generales sobre la planificación: La planificación temporal puede cambiar en función de las necesidades y organización del grupo o verse alterada ante causas imprevistas. Además, las fechas de inicio de cada tema son orientativas y pueden sufrir modificaciones debido a imprevistos.

Tema 1 (de 6): Introduction. English for Specific Purposes

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	5
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	5
Otra actividad no presencial [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	6
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	3

Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Grupo 25:	
Inicio del tema: 03-02-2021	**Fin del tema:** 19-02-2021
Tema 2 (de 6): Presentations	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	4
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	5
Otra actividad no presencial [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	7
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	3
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Grupo 25:	
Inicio del tema: 24-02-2021	**Fin del tema:** 05-03-2021
Tema 3 (de 6): Advertising. Advertising Techniques	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	4
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	5
Otra actividad no presencial [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	7
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	4
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Grupo 25:	
Inicio del tema: 10-03-2021	**Fin del tema:** 26-03-2021
Tema 4 (de 6): Business Fundamentals.Marketing Principles	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	4
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	5
Otra actividad no presencial [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	7
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	3
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Grupo 25:	
Inicio del tema: 07-04-2021	**Fin del tema:** 16-04-2021
Tema 5 (de 6): Job Interviews	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	4
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	2
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	5
Otra actividad no presencial [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	7
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	4
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Grupo 25:	
Inicio del tema: 21-04-2021	**Fin del tema:** 30-04-2021
Tema 6 (de 6): Professional Activities	
Actividades formativas	**Horas**
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	5
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	1
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	2
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	5
Otra actividad no presencial [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	6
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	3
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	3
Grupo 25:	
Inicio del tema: 05-05-2021	**Fin del tema:** 14-05-2021
Actividad global	
Actividades formativas	**Suma horas**
Otra actividad no presencial [AUTÓNOMA][Trabajo autónomo]	40
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	18
Tutorías de grupo [PRESENCIAL][Tutorías grupales]	8
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	20
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Prácticas]	26
Tutorías individuales [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	8
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	30
Total horas:	150

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Alcaraz Varó, E. y J. Castro Calvín	Diccionario de Comercio Internacional	Ariel		9788434456624	2007	
Alcaráz Varó, E. y B. Hughes	Diccionario de términos de la bolsa (Inglés-Español, Spanish-English)	Ariel		9788434432406	2003	
Mascull, Bill McCarthy M.,McCarten J.,Clark D. and R.	Grammar for Business	Cambridge University Press		9780521727204	2015	
Deuter M.,Bradbery J. Turnbull J.	Oxford Advanced Learner¿s Dictionary	Oxford University Press		9780194798891	2015	
Gore, Sylee	English for Marketing and Advertising	Oxford University Press		9780194579186	2015	
Hewings, Martin.	Advanced Grammar in Use	Cambridge University Press		9781107697386	2016	
Mascull, Bill	Business Vocabulary in Use. Advanced	Cambridge University Press		9781316628232	2017	
Law, Jonathan	Dictionary of Business and Management	Oxford University Press		9780199684984	2016	
Hughes, J.,Mallet, A.	Successful Presentations	Oxford University Press		9780194768351	2014	
Alcaráz Varó, E. y B. Hughes	Diccionario de términos económicos, financieros y comerciales (Inglés-Español, Spanish- English)	Ariel		97884344445468	2008	
Mackenzie, Ian	English for Business studies	Oxford University Press		9780194768351	2014	
Parkinson, Dilys	Oxford Business English Dictionary for Learners of English	Oxford University Press		9780194316170	2013	