

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

Información del Plan Docente

Año académico	2016/17
Centro académico	109 - Facultad de Economía y Empresa
Titulación	450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Créditos	5.0
Curso	4
Periodo de impartición	Primer Semestre
Clase de asignatura	Optativa
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Recomendaciones para cursar esta asignatura

Son necesarios conocimientos previos de lengua alemana que se aproximen al nivel B1 del Marco común europeo de referencia de las lenguas (MCERL). Además, se presupone un interés por la lengua y la realidad sociocultural de los países de lengua alemana.

Se recomienda una asistencia regular a las clases y una participación activa en las mismas. Asimismo es necesaria una planificación rigurosa del trabajo individual y en grupo desde la primera semana, que asegure una adecuada realización de las diferentes tareas y actividades de aprendizaje de la asignatura

1.2. Actividades y fechas clave de la asignatura

Actividades formativas presenciales (incluidas las correspondientes a la evaluación continua): se desarrollarán durante el periodo lectivo, en el horario que establezca la Facultad de Economía y Empresa a comienzos del curso académico. Además se podrán programar sesiones adicionales para las presentaciones orales y otras actividades supervisadas, que se comunicarán con suficiente antelación durante el desarrollo del curso.

Prueba global escrita: se desarrollará durante el periodo de exámenes de la Facultad de Economía y Empresa, en la fecha, hora y lugar que establezca el centro a comienzos del curso académico.

Prueba global oral: se realizará en la misma fecha de la prueba escrita, en la hora y lugar que se comunicarán oportunamente a los estudiantes.

Esta asignatura se impartirá en el Campus Paraiso junto con la asignatura del Grado en Administración de Empresas durante el primer semestre. Deben consultarse los horarios y fechas de exámenes de la asignatura 27346 "Lengua extranjera empresarial (Alemán)" de ADE.

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

2.Inicio

2.1.Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

- Poner en juego los conocimientos generales del mundo alemán (referentes culturales, normas y convenciones de carácter sociocultural) que necesita para desenvolverse en las diferentes transacciones en las que participa.
- Sacarle partido a un repertorio amplio pero sencillo de vocabulario, estructuras y fórmulas aprendidas del ámbito empresarial.
- Saber cómo pedir a alguien que aclare o desarrolle lo que acaba de decir.
- Realizar las transacciones que se requieren en la organización de un viaje o durante su desarrollo, en comercios, agencias de alquiler de coches, oficinas de correos, bancos etc.
- Utilizar las normas de cortesía más importantes e identificar las diferencias más significativas que existen entre las costumbres, los usos, las actitudes, los valores y las creencias que prevalecen en la comunidad alemana y la suya propia.
- Utilizar la información procedente de diferentes partes de un texto para realizar una tarea concreta y hacer resúmenes sencillos -manejando incluso diversas fuentes para transmitir el contenido global a otra persona.
- Ensayar, de forma pautada, el uso estratégico de procedimientos para la asimilación de contenidos.

2.2.Introducción

Breve presentación de la asignatura

La asignatura "Lengua extranjera empresarial (Alemán)" es una materia optativa que se imparte en el 4º curso del Grado en

Administración y Dirección de Empresas, Finanzas y Contabilidad y Marketing e investigación de Mercados. Su estudio como asignatura optativa de los 3 Grados se justifica por el indiscutible peso que Alemania tiene como motor en la economía no sólo europea, sino mundial.

Su objetivo es que el alumno y futuro egresado pueda comunicarse básicamente en el ámbito de los negocios con sus socios alemanes en la lengua materna de éstos y así distinguirse de sus competidores y que esto le permita establecer canales de comunicación más fluidos y efectivos.

3.Contexto y competencias

3.1.Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

El alumno como agente social

Llevar a cabo transacciones habituales y corrientes de la vida cotidiana.

Participar en interacciones sociales dentro del ámbito empresarial en la que se integre.

Desenvolverse con textos orales y escritos sobre temas relacionados con sus cometidos en el mundo empresarial.

El alumno como hablante intercultural

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

Tomar conciencia de la diversidad cultural y de la influencia que puede tener la propia identidad cultural en la percepción e interpretación de otras culturas en general y de las culturas de los países germano hablantes en particular.

Familiarizarse con los referentes culturales más conocidos y de mayor proyección universal de Alemania, Suiza y Austria.

Desenvolverse en situaciones interculturales muy básicas.

El alumno como aprendiz autónomo

Tomar conciencia del grado de control que puede ejercer sobre su propio proceso de aprendizaje

3.2.Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura "Lengua extranjera empresarial (Alemán)" se imparte en el primer semestre del último curso del Grado.

Pertenece al Módulo, "Marketing", formando parte de la Materia "Idioma moderno" y cuenta con 5 créditos ECTS.

Siendo una asignatura de carácter optativo, se la puede considerar de carácter transversal ya que, en realidad, es un vehículo para poder implementar los conocimientos adquiridos en las demás asignaturas del grado en todas aquellas situaciones comunicativas en las que la lengua alemana sea necesaria o conveniente.

3.3.Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

Competencias Específicas :

- Conocer la estructura de los diferentes mercados internacionales y globales.
- Comprender y analizar el comportamiento del cliente-consumidor, los factores que le influyen, así como las nuevas tendencias de consumo.
- Analizar y valorar estrategias de marketing para la internacionalización de la actividad empresarial.

Competencias Transversales :

- Presentación en público de ideas, productos o informes en lengua alemana.
- Redacción de informes y proyectos en lengua alemana.
- Actitud de respeto a los derechos y valores y no discriminación.

3.4.Importancia de los resultados de aprendizaje

El alumnado conseguirá desenvolverse someramente en el contexto del comercio internacional vinculado a la lengua alemana, lo que le va a facilitar la inserción laboral y la movilidad dentro del mercado europeo.

4.Evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

Primera convocatoria : existen dos formas de evaluación,

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

Evaluación continua

El alumnado tiene que ir elaborando un **dossier** (10%) en el que incluirá:

- las prácticas semanales realizadas en ordenador ya corregidas

- cuadros gramaticales realizados por ellos mismos

- fotocopias que se repartan en clase

- mapas de los 4 países germanoparlantes

El alumnado tendrá que subir semanalmente las **prácticas** propuestas a moodle, la profesora corregirá los ejercicios y los valorará. (20%)

El alumnado tiene que intervenir al menos en 3 **exposiciones orales** (20%) ya sea individualmente, en pareja o en grupo (este último aspecto se tratará personalmente con el profesorado de la asignatura). En el caso de exposiciones en pareja o grupo, la nota será individualizada dependiendo de la puesta en escena de cada miembro.

Al final del cuatrimestre se mantendrá una **entrevista oral** (50%) en alemán con la profesora en la que se comentará y analizará el dossier y se pondrá la nota de este; además se dialogará dramatizando algunas de las diferentes situaciones comunicativas que se han trabajado durante el curso.

Será obligatorio realizar TODAS las actividades de evaluación. Para superar la asignatura será necesario obtener un 50% del total, aunque las diferentes pruebas o actividades podrán compensarse entre sí.

Evaluación global

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

Los estudiantes que no sigan la evaluación continua, o que no la hayan superado, o que deseen mejorar su calificación, podrán presentarse a una prueba global que tendrá lugar al final del cuatrimestre, prevaleciendo en cualquier caso la mejor de las calificaciones obtenidas.

Dicha prueba se compondrá de 5 partes equivalentes a las 4 destrezas básicas y una parte de carácter más gramatical:

- Comprensión auditiva. (20%)

- Comprensión de un texto escrito sobre algún tema de los tratados en clase. (30%)

- Producción de una breve redacción relacionada con algún tema de los tratados en clase. (20%)

- Prueba oral que consistirá en improvisar una teatralización de una de las situaciones comunicativas del programa. (20%)

- Completar un ejercicio de carácter gramatical. (10%)

Segunda convocatoria

La evaluación se llevará a cabo mediante una prueba global que tendrá el mismo contenido y forma que la prueba global en primera convocatoria.

5.Actividades y recursos

5.1.Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

Aunque la distribución de los créditos ECTS de la asignatura Lengua Extranjera empresarial (Alemán) plantea 0.8 créditos teóricos y 4.2 prácticos, la asignatura tiene una orientación fundamentalmente aplicada, y se alternarán espacios de tiempo dedicados a explicar aspectos teóricos con su aplicación práctica.

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

En el proceso de aprendizaje, el papel del alumnado será eminentemente activo, ya sea en grupo (mediante el trabajo en parejas o en pequeños grupos, en los que los estudiantes intentarán resolver un problema, redactarán un informe, comentarán un texto o realizarán un ejercicio de comprensión oral, etc.) o individual, para lo que contará con las indicaciones de la profesora y con recursos en línea publicados en Moodle semanalmente.

Las tutorías se realizarán a lo largo de todo el curso de forma presencial en el horario establecido o a través de correo electrónico o por coordinación directa a través de MOODLE.

5.2. Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

Esta asignatura no se limita al uso de un único libro de texto al uso, sino que se basa en materiales originales provistos por la docente, ya sea en soporte papel, informático (moodle)...

Alrededor de los siguientes bloques temáticos se desarrollarán los siguientes contenidos :

I. El acceso a la empresa: Curriculum Vitae, profesiones, la oficina, máquinas, aparatos, actividades...

II. Negociaciones: decisiones, reservas, alquilar, el hotel, agencias de viajes, visitas a otras empresas y fábricas, demandas, pedidos, plazos de suministro...

III. Resolución de problemas: defectos en las mercancías, en el pedido formal, en la facturación, fechas; cartas comerciales, faxes, e-mails...

5.3. Programa

Lektion 1 : Kennen Sie jemand der..?

Eigenschaften, Merkmale und Fähigkeiten von Personen; Mietangebote; beruflicher Werdegang; Geräte und Werkzeuge benennen; Leistungsmerkmale von Geräten; Berufe, Maschinen/Tätigkeiten

Lektion 2: Entscheiden, buchen- Mieten-reservieren

Ferien/ Tagungshotel/Betriebsausflug: Vorzüge/Nachteile abwägen, entscheiden und begründen. Anbietung von Geschäftsräumen: Lage, Größe, Konditionen vergleichen.

Lektion 3: Ich hätte Interesse an Ihrem Angebot

Bewertung von Stellen- und Wohnungsangeboten. Ansprüche, Erwartungen, Wünsche. Verhalten im Vorstellungsgespräch. Bewältigung von eventuellen Zwischenfällen bei Gesprächen.

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

Lektion 4: Haben Sie...? Und wann können Sie liefern?

Abwicklung einer Bestellung: im Café, beim Zulieferer. Auftragsabwicklung: Anfrage, Angebot, Bestellung, Auslieferung; Rechnungstellung

Lektion 5 : Und jetzt?

Defekte an Geräten und Einrichtungen. Empfehlungen zur Behebung von Defekten und Störungen. Reklamationen: bestellung und Lieferung.

Lektion 6: Was würden Sie machen?

Möglichkeiten benennen und abwägen. Entscheidungskriterien. Reaktionen auf ungeplante Ereignisse. Handlungsalternativen. Verhalten bei Falschlieferungen. Problemlösungen. Fehlermanagement.

5.4. Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Las clases se imparten según horario establecido por el Centro y publicado con anterioridad a la fecha de comienzo del curso. Aunque la asistencia no es obligatoria es extremadamente difícil aprobar mediante la evaluación continua si no se asiste regularmente a clase. Un calendario más concreto con las actividades de la asignatura se hará público en la plataforma moodle de la Universidad de Zaragoza.

El primer bloque se trabajará en las primeras 3 sesiones y los bloques II, III tendrán 6 sesiones cada uno.

Los ejercicios y prácticas se subirán semanalmente a moodle y deberán resolverse cada semana sin posibilidad de corregirse fuera de este plazo.

Las prácticas y ejercicios que ya estén corregidos habrá que imprimirlos y añadirlos al dossier. A la vez que los dossiers van siendo elaborados, los alumnos irán a tutoría para revisarlos con el profesor (tutorías programadas individualmente o en parejas) y que además servirán como preparación para la entrevista final.

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

La bibliografía del año académico en curso se mantiene actualizada y se consulta por la web de la Biblioteca

(buscar bibliografía recomendada en biblioteca.unizar.es)