

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

Información del Plan Docente

Año académico	2018/19
Asignatura	27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)
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. Objetivos de la asignatura

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*

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

1.2. 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.

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

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.

1.3.Recomendaciones para cursar la 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.

Esta asignatura está vinculada a la que se imparte en el Grade en ADE

2.Competencias y resultados de aprendizaje

2.1.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.

2.2.Resultados de aprendizaje

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.

2.3.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.

3.Evaluación

3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

El estudiante deberá demostrar que ha logrado los resultados de aprendizaje mediante las siguientes actividades de evaluación:

Primera convocatoria: existen dos formas de evaluación,

Evaluación continua

El alumnado tiene que ir elaborando un **dossier** (10% de la nota final) 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% de la nota final)

El alumnado tiene que intervenir al menos en 3 **exposiciones orales** (20% de la nota final") 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% de la nota final) en alemán con la profesora en la que se comentará y analizará el dossier y la profesora pondrá; 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

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% de la nota final)
- Comprensión de un texto escrito sobre algún tema de los tratados en clase. (30% de la nota final)
- Producción de una breve redacción relacionada con algún tema de los tratados en clase. (20% de la nota final)
- Prueba oral que consistirá en improvisar una teatralización de una de las situaciones comunicativas del programa.

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

(20% de la nota final)

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

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.

4. Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1. Presentación metodológica general

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.

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.

4.2. Actividades de aprendizaje

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:

1. El mundo laboral: diferentes actividades laborales y mis capacidades...
2. El curriculum vitae: Cómo presentar por escrito mis competencias, mis estudios y mi formación ...
3. El puesto de trabajo: estrategias de búsqueda de empleo, las ofertas de empleo, solicitudes de un puesto, la entrevista, entrar en una empresa, formalidades, diferencias culturales, el contrato de trabajo, mis tareas y mi función en la empresa...

De cada uno de estos 3 bloques 7 horas estarán dedicadas a clases teóricas, 10 a clases prácticas y 25 al estudio del alumnado, trabajo en el portafolio y actividades de evaluación.

4.3. Programa

Lektion 1: Arbeit

Was ist Arbeit; Die Sozialversicherungen; Beschäftigungsformen; Der Angestellte

Lektion 2: Persönliche Kompetenzen

Kompetenz?; über sich sprechen; Meine Kompetenzen; Interkulturelle Kompetenz.

Lektion 3: Formale Qualifikationen und Bildungswege

Berufe und Tätigkeiten; einen Abschluss erwerben; Meine formale Qualifikationen

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

Lektion 4: Der tabellarische Lebenslauf

Lebenslauf International; Überschriften im Lebenslauf; Lücken und Brüche; Der passende Inhalt die Form

Lektion 5: Wunsch und Wirklichkeit

Zufall und Planung; Ihre berufliche Vision; Ihr Berufswunsch als Visitenkarte.

Lektion 6: Strategien für die Stellensuche

Strategien; Stellenanzeigen lesen und verstehen; Gleichbehandlung und Diskriminierung; Telefontraining

Lektion 7: Das Anschreiben und die Bewerbungsmappe

Werbung für mich?; das Anschreiben; Textbausteine; Anschreiben überzeugend formulieren; Ihre Bewerbungsmappe

Lektion 8: Das Vorstellungsgespräch

Vorbereitung, Ablauf; Smalltalk, Körpersprache; Standardfragen; Biographische Lücken und Brüche; Vorurteile

Lektion 9: Arbeit gefunden

Mein erster Arbeitstag; Formalitäten; Sich vorstellen; Arbeitsverträge lesen; Probleme ansprechen; Der Betriebsrat; Arbeitszeugnis und Tätigkeitsnachweis.

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

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 o se comunicará en la primera semana de clase.

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.

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

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

comunicarán oportunamente a los estudiantes.

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

- BB** [Diccionario económico-empresarial] - Eichborn, Reinhart v. Wirtschaftsspanisch = [Diccionario Económico- Empresarial] Deutsch-Spanisch / Eichborn, Puime . Burscheid [RFA] : Lexiport, [1990?]
- BB** [Diccionario económico-empresarial] - Eichborn, Reinhart v. Wirtschaftsspanisch = [Diccionario Económico- Empresarial] Spanisch-Deutsch = [Español-Alemán] / Isabelle von Eichborn traducción a la lengua española, Mario Puime-Heuler] . Buenos Aires : Lexiport, [1990?]
- BB** [Diccionarios generales] - Alvarez-Prada, Enrique. Langenscheidts Handwörterbuch Spanisch. Teil II, Deutsch-Spanisch / von Enrique Alvarez-Prada ; bearbeitet von Gisela Haberkamp de Antón . 16. Aufl. Berlin [etc.] : Langenscheidt, 2002
- BB** [Diccionarios generales] - Diccionario Español-Alemán Merriam-Webster.. 2006
- BB** [Diccionarios generales] - Langenscheidts Handwörterbuch Spanisch. Teil I, Spanisch -Deutsch / von Heinz Müller und Günther Haensch . 14. Aufl. Berlin [etc.] : Langenscheidt, 2002
- BB** [Diccionarios generales] - Slaby, Rudolf J.. Diccionario de las lenguas española y alemana. T. I, Español-Alemán / por Rudolf J. Slaby y Rodolfo Grossmann . 4a ed.(con un suplemento totalmente revisada y muy ampliada por José Manuel Banz Sáenz de Miera Barcelona : Herder, 1981
- BB** [Diccionarios generales] - Slaby, Rudolf J.. Diccionario de las lenguas española y alemana. T. II, Alemán-Español / por Rudolf J. Slaby y Rodolfo Grossmann . 6a ed.(con un nuevo suplemento / ampliada y totalmente revisada por Carlos Illig Barcelona : Herder, 1983
- BB** [Gramáticas] - Castell, Andreu. Ejercicios. Gramática de la lengua alemana / Andreu Castell, Brigitte Braucek . [Madrid] : Ediciones Idiomas, 2000
- BB** [Gramáticas] - Corcoll, Brigitte. Programm : alemán para hispanohablantes. T. 1, Gramática = Grammatik / Brigitte y Roberto Corcoll . 5ª ed. rev. y redactada según las nuevas normas de ortografía de la lengua alemana Barcelona : Herder, 2001
- BB** [Gramáticas] - Corcoll, Brigitte. Programm : alemán para hispanohablantes. T. 2, Ejercicios, soluciones = Übungen, Lösungsschlüssel / Brigitte y Roberto Corcoll . 5ª ed. rev. Barcelona : Herder, 2002
- BB** [Gramáticas] - Gierden Vega, Carmen. Strukturen : Manual práctico de la lengua y gramática alemanas / Carmen Gierden Vega, Bárbara Heinsch . Valladolid : Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial, D.L. 1987
- BB** [Gramáticas] - Reimann, Monika. Gramática esencial del alemán con ejercicios / Monika Reimann ; traducción, Sophie Caesarián María Jesús Gil- Valdés . 2. Aufl., [4.] Druck Ismaning (Alemania) : Max Hueber, 2004
- BB** [Gramáticas] - Ruipérez, Germán. Gramática alemana / Germán Ruipérez . Madrid : Cátedra, D.L. 1992

27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

- BB** [Manuales] - Becker, Norbert. Alltag, beruf & Co. 5 : Kursbuch
Arbeitsbuch : Niveau B1/1 / Norbert Becker, Jörg Braunert,
Ismaning : Hueber, 2011
- BC** [Manuales] - Guenat, Graziella. Deutsch für das Berufsleben
Graziella Guenat; Peter Hartmann. 1, kursbuch, B1, Kursbuch
Aufl Stuttgart : Klett, 2011
- BC** [Manuales] - Niemann, Rita Maria. Studio d A1 : Deutsch als
Fremdsprache : Sprachtraining / von Rita Maria Niemann,
Ha Kim . 1. Auflage, 3. Druck Berlin : Cornelsen Verlag, 20