



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Castiñeira, Beatriz

Inglés comercial. Conversación



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Castiñeira, B. (2023). *Inglés comercial. Conversación (Programa)*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4126>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Carrera: -Licenciatura en Comercio Internacional (RCS N° 564-12/ RCS N° 449-15/ RCS N° 207-23)

Año: 2023

El presente programa tendrá una validez de 3 (tres) años a partir de su aprobación, según artículo 7 de la Resolución (CS) N° 171/22.

Profesor/a: Beatriz Castiñeira

Carga horaria semanal: 2 hs áulica y 1h virtual

Horas de consulta extra-clase: 1 hora antes de clase

Créditos: 6 créditos Plan 2012, 2015 y 2023 - Lic. Comercio Internacional

Núcleo al que pertenece: Obligatorio de Formación

Tipo de Asignatura: Teórica- Práctica.

Presentación y Objetivos:

La inclusión de la enseñanza de un nivel más de Inglés Comercial en el ciclo de Licenciatura en Comercio Internacional responde a las necesidades formativas específicas de l@s alumn@s, relacionadas con los campos académico, laboral y profesional. A través de los procesos de globalización y especialmente dada la evolución del comercio a partir de los años 60 y, teniendo en cuenta la gran expansión y desarrollo que han experimentado los países de habla inglesa en este campo, el inglés se ha convertido en la lengua más utilizada en negociaciones e intercambios comerciales internacionales.

El sentido formativo de la enseñanza de inglés en la carrera de Comercio Internacional se sustenta entonces en la necesidad de dar respuesta a las demandadas comunicativas en la lengua extranjera por parte de los y las estudiantes, con el fin de que puedan desenvolverse eficazmente en sus contextos académicos y profesionales.

Al finalizar el trayecto formativo se espera que los y las estudiantes hayan logrado:

- Escuchar y comprender los mensajes producidos en situación áulica.
- Interactuar con otros estudiantes y con la docente a cargo.

Aprobado por R (CD) N°103/23

Departamento de Economía y Administración

- Escuchar y comprender textos escritos, gráficos y/u orales en distintos formatos (impresos, digitales y multitextos), reproducidos en el aula o incluidos en el campus virtual.
- Producir textos orales con cierta fluidez y con un registro apropiado al contexto planteado.
- Demostrar un manejo apropiado de los aspectos formales de la lengua hablada.
- Seguir las noticias del Comercio Internacional semanalmente y comentarlas con fluidez, atendiendo a los rasgos característicos del tema tratado (ejemplo: registro, vocabulario específico, usos lingüísticos genéricos).
- Identificar y reconstruir casos del Comercio Internacional que surgen de las noticias durante el semestre en el cual se acredita la materia.
- Identificar las partes de una negociación (reales o potenciales) y los argumentos utilizados por cada una de las partes.
- Desempeñarse correctamente en una reunión de negocios.
- Debatir y negociar ideas con suficiente y apropiado dominio lingüístico en la situación.
- Utilizar eficazmente las herramientas retóricas adecuadas para una reunión de trabajo y para la negociación.

Contenidos mínimos:

Comunicación telefónica en el ámbito empresarial: atender el teléfono, dar información, comunicar a diferentes personas, tomar mensajes, tomar datos personales y de empresas. Atender reclamos a través de atención al cliente. Derivar llamados. Presentaciones personales y empresariales orales para conferencias, paneles, exposiciones. Responder preguntas luego de una presentación oral

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad I

Funciones: Acordar una reunión/ negociación. Interpretación, inferencias y especulaciones sobre textos visuales (ejemplo; tiras cómicas) y otros relacionados con el ámbito comercial general. **Contenidos temáticos:** Etiqueta. Las redes sociales en el lugar de trabajo. Trabajo en equipo. Marketing. Servicio al cliente. Buen manejo de la empresa. La propiedad intelectual. Discriminación en el trabajo. Gente de negocios famosa. Globalización. Protección del consumidor.

Bibliografía Obligatoria:

Schofield, J. and Osborn, A. (2011) Speaking. UK: Harper Collins.

Osborn, A. (2012). Reading. UK: Harper Collins.

Sweeny, S. (2005). English for business communication. UK: Cambridge University Press.

Allison, J. and Emmerson, P. (2008). The business (pre-intermediate). UK: Macmillan

Forbes team (2018). The Forbes 400 Book: Tales Of The Richest People In America Since 1982. US: Forbes Media (Historias 1 a 10)

Kourdi, J. (2009). 100 Great brilliant ideas from leading companies around the globe. Singapore: Marshall Cavendish (Historias 1 a 10)

Diarios y revistas actualizadas

Unidad 2

Funciones: Presentaciones personales y empresariales orales para conferencias, paneles, exposiciones. Responder preguntas luego de una presentación oral. Estilos. Estructuras y lengua. Las charlas TED y foros internacionales. **Contenidos temáticos:** La Organización Mundial del Comercio, el Banco Mundial, monedas corrientes, seguridad en internet, préstamos para el comercio, barreras comerciales, industrias, libre comercio, planes de expansión y de internacionalización, inversiones, nuevas aperturas al comercio. Relaciones comerciales entre países. Productos/marcas, oferta y demanda; los negocios y el medio; negocios entre distintas culturas.

Bibliografía Obligatoria:

Schofield, J. and Osborn, A. (2011) Speaking. UK: Harper Collins.

Aprobado por R (CD) N°103/23

Departamento de Economía y Administración

Osborn, A. (2012). Reading. UK: Harper Collins.

Sweeny, S. (2005). English for business communication. UK: Cambridge University Press.

Allison, J. and Emmerson, P. (2008). The business (pre-intermediate). UK: Macmillan
Diarios y revistas actualizadas

Unidad 3

Noticias sobre el desarrollo del comercio internacional. Fuentes. Estructura de la información. Características lingüísticas. Vocabulario específico. Noticia oral y noticia escrita. Los foros. Informes sobre casos estudiados sobre el comercio internacional. La reunión de negocios. Debates. La negociación.

Bibliografía Obligatoria:

Schofield, J. and Osborn, A. (2011) Speaking. UK: Harper Collins.

Osborn, A. (2012). Reading. UK: Harper Collins.

Sweeny, S. (2005). English for business communication. UK: Cambridge University Press.

Allison, J. and Emmerson, P. (2008). The business (pre-intermediate). UK: Macmillan

Driscoll, N. and Pilbeam, A. (1997). Meetings and discussions. UK: Longman

O'Connor, P. et al (1996) Negotiating. UK: Longman.

Diarios y revistas actualizadas

Páginas de internet sobre casos de Comercio internacional:

<https://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue/Business%20Environment/BENV030.htm>

<https://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue/Business%20Strategy/BSTR449.htm>

<https://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue/Business%20Strategy/BSTR498.htm>

<https://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue/Business%20Strategy/BSTR539.htm>

<https://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue/Business%20Strategy/BSTR543.htm>

<https://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue/Business%20Strategy/BSTR649.htm>

Bibliografía de Consulta:

Aprobado por R (CD) N°103/23

Departamento de Economía y Administración

Bennett, A. (2008). 25 Business stories: a practical guide for learners. USA: Merriam-Webster.

Emmerson, P. (2008). Business grammar builder essential. UK: Macmillan.

(2000) Longman business English dictionary. UK: Pearson.

Mascull, B. (2010). Business vocabulary in use. UK: Cambridge University Press.

Modalidad de dictado:

Las clases serán teórico-prácticas.

Se trabajará con textos y situaciones de comunicación específicos de la carrera. Los y las estudiantes leerán los diarios online (durante el primer mes, los titulares y copetes de noticias sobre economía y comercio internacional; el resto del tiempo lo dedicarán a seguir un caso que se sostiene por más tiempo).

Se trabajará sobre textos generales que hacen a la vida cotidiana del empleado en una oficina comercial. Los y las estudiantes prepararán los trabajos prácticos en el hogar antes de trabajarlos en el aula, aunque también se dará lugar a la expresión oral de ideas espontáneas.

Se construirán los patrones lingüísticos propios del discurso oral del área temática a tratar.

Se pondrá énfasis en el desarrollo de la escucha y del habla.

Los recursos didácticos a utilizar son:

- Laboratorio de idiomas multimedia de la universidad.
- Pizarrón.
- Textos orales (escucha y video) y escritos.
- Trabajos Prácticos.
- Guías de estudio.
- Proyector, pantalla y laptop (en dos clases)

Para las presentaciones orales finales de la cursada: Aula multimedia ó proyector, pantalla y laptop.

Trabajo en el campus virtual

En la modalidad virtual, se aprovecharán los recursos del campus y de internet en general para trabajar las lecturas extendidas, como consultas en sitios de la red, y tareas de escucha, principalmente a través de videos. Esto permitirá a los y las estudiantes tener acceso al material y utilizarlo cuantas veces lo necesiten de acuerdo

al nivel de dificultad. Las tareas estarán equilibradas entre práctica con autocorrección, posteo de lecturas y ejercicios a corregir por parte de la docente.

Las clases virtuales serán subidas los días lunes (salvo inconvenientes técnicos o cambios acordados con los y las estudiantes). En el caso de que la conexión/ acceso al campus se dificulte insistentemente o sea nula, se utilizará la cuenta de Facebook de la docente, en grupo secreto o cerrado con los y las estudiantes de la materia, para facilitar el envío de material teórico/práctico conveniente por parte del docente, y los trabajos asignados por el docente y realizados por los y las estudiantes.

Actividades extra-áulicas obligatorias:

Se realizarán trabajos prácticos domiciliarios, monografías y guías de estudios complementarios a las actividades teórico-prácticas realizadas en el aula, que servirán para afianzar en el/la estudiante los contenidos de la asignatura. Se realizará un trabajo práctico por cada unidad

Evaluación:

La evaluación será continua. Se realizarán diversas instancias de exámenes y trabajos prácticos (particularmente, entre 2-4 TPS en el campus), cuya producción será también contemplada en la evaluación de proceso.

Además, habrá un trabajo final será una presentación oral en la que las/los alumnas/os investigarán una empresa a elección teniendo en cuenta los temas vistos en la cursada. La presentación será individual.

La aprobación de la asignatura se ajustará a los siguientes requisitos, según el Régimen de estudios vigente, aprobado por Res (CS) N° 201/18:

La evaluación consistirá de un examen presencial en la mitad de la cursada (con un recuperatorio), y la entrega de un trabajo escrito práctico (que se presenta junto a una exposición oral) al cierre de la materia.

Para ello los estudiantes deben:

A) obtener un promedio mínimo de 7 (siete) puntos en las instancias parciales de evaluación y un mínimo de 6 (seis) puntos en cada una de ellas; o,

B) un mínimo de 4 (cuatro) puntos en cada instancia parcial de evaluación; y

b.1. La obtención de un mínimo de 4 (cuatro) puntos en un examen integrador, que se tomará dentro de los plazos del curso y transcurrido un plazo de -al menos- 1 (una) semana desde la última instancia parcial de evaluación o de recuperación; o

b.2. En caso de no aprobarse o no rendirse el examen integrador en la instancia de la cursada, se considerará la asignatura como pendiente de aprobación (PA) y el/la

Aprobado por R (CD) N°103/23

Departamento de Economía y Administración

estudiante deberá obtener un mínimo de 4 (cuatro) puntos en un examen integrador organizado una vez finalizado el dictado del curso. El calendario académico anual establecerá la administración de 2 (dos) instancias de exámenes integradores antes del cierre de actas del siguiente cuatrimestre. Los/las estudiantes, deberán inscribirse previamente a dichas instancias. La Unidad Académica respectiva designará a un/a profesor/a del área, quien integrará con el/la profesor/a a cargo del curso, la/s mesa/s evaluadora/s del/los examen/es integrador/es indicado/s en este punto.

Ausente: Un estudiante no se haya presentado a la/s instancia/s de evaluación pautada/s en el programa de la asignatura o tenga una asistencia inferior al 75% a las clases presenciales.


BEATRIZ CASTIÑEIRA