

## 27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

### Información del Plan Docente

<b>Año académico</b>	2017/18
<b>Centro académico</b>	109 - Facultad de Economía y Empresa
<b>Titulación</b>	450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
<b>Créditos</b>	5.0
<b>Curso</b>	4
<b>Periodo de impartición</b>	Primer Semestre
<b>Clase de asignatura</b>	Optativa
<b>Módulo</b>	---

### 1. Información Básica

#### 1.1. Introducción

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.

#### 1.2. 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.

#### 1.3. 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.

## 27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

### 1.4. 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.

## 2. Resultados de aprendizaje

### 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. 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. Objetivos y competencias

### 3.1. Objetivos

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

## 27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

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

### 3.2. 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.

## 4. Evaluación

### 4.1. Tipo de pruebas, criterios de evaluación y niveles de exigencia

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, Evaluación continua

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

## 27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

- 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:

## **27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)**

- 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. (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.

## **5. Metodología, actividades, programa y recursos**

### **5.1. 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.

### **5.2. 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)...

## 27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

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

I. El mundo laboral: diferentes actividades laborales y mis capacidades

II: El curriculum vitae: Cómo presentar por escrito mis competencias, mis estudios y mi formación ...

III. 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.

### 5.3. 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

#### 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

## 27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

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

## 5.4. Planificación y calendario

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 la profesora (tutorías programadas individualmente o en parejas) y que además servirán como preparación para la entrevista final.

## 5.5. Bibliografía y recursos recomendados

- |    |  |
|----|--|
| BB | [Diccionario económico-empresarial] - Eichborn, Reinhart von.<br>Wirtschaftsspanisch = [Diccionario Económico- Empresarial]. 1, Deutsch-Spanisch / Eichborn, Puime . Burscheid [RFA] : Lexiport, [1990?]   |
| BB | [Diccionario económico-empresarial] - Eichborn, Reinhart von.<br>Wirtschaftsspanisch = [Diccionario Económico- Empresarial]. 2, Spanisch-Deutsch = [Español-Alemán] / Isabelle von Eichborn ; traducción a la lengua española, Mario Puime-Heuler] . Burscheid : Lexiport, [1990?] |
| BB | [Diccionarios generales] - Alvarez-Prada, Enrique. Langenscheidts Handwörterbuch Spanisch. Teil II, Deutsch -Spanisch / von Enrique Alvarez-Prada ; bearbeitet von   |

## 27656 - Lengua extranjera para marketing (alemán)

- BB Gisela Haberkamp de Antón . 16. Aufl.  
Berlin [etc.] : Langenscheidt, 2002  
[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  
Rodolfo J. Slaby y Rodolfo Grossmann .  
4a ed.(con un suplemento) / totalmente  
revisada y muy ampliada por José Manuel  
Banzo y Sáenz de Miera Barcelona :  
Herder, 1981
- BB [Diccionarios generales] - Slaby, Rudolf J..  
Diccionario de las lenguas española y  
alemana. T. II, Alemán-Español / por  
Rodolfo 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] :  
Editorial 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.  
2001
- BB [Gramáticas] - Reimann, Monika.  
Gramática esencial del alemán con  
ejercicios / Monika Reimann ; traducción,  
Sophie Caesar, 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 / von Graziella Guenat; Peter Hartmann. 1, kursbuch, B1, Kursbuch. 1. Aufl Stuttgart : Klett, 2011
- BC** [Manuales] - Niemann, Rita Maria. Studio d A1 : Deutsch als Fremdsprache : Sprachtraining / von Rita Maria Niemann, Dong Ha Kim . 1. Auflage, 3. Druck Berlin : Cornelsen Verlag, 2009