

---

---

### FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

---

---

Denominación de la asignatura	Alemán Comercial		
Materia	Lengua Extranjera		
Módulo	MARKETING Y COMUNICACIÓN INTERNACIONAL		
Titulación	MASTER EN COMERCIO EXTERIOR		
Plan	2019	Código	C 13
Periodo de impartición	Primer Semestre	Tipo/Carácter	Optativo
Nivel/Ciclo	MASTER	Curso	
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Alemán y español		
Profesores responsables	Dirk Hofmann		
Datos de contacto	<a href="mailto:dirk@fyl.uva.es">dirk@fyl.uva.es</a>		
Horario de tutorías	Sin precisar		
Departamento	Filología Francesa y Alemana		
Área de conocimiento	Filología Alemana		

---

---

### SITUACIÓN / SENTIDO DE LA ASIGNATURA

---

---

Contextualización	En materia de lenguas extranjeras el alumno podrá optar entre el inglés, el alemán o el francés. Se trata de ofrecer a aquel alumno que domine suficientemente el inglés la posibilidad de mejorar en una segunda lengua lo que incrementaría sustancialmente su empleabilidad.
-------------------	---


---



---

### CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

---

Generales	<p>G1. Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente al comercio y a los negocios internacionales y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos en el Departamento internacional de una empresa (exportación, importación, inversiones, etc.), en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.</p> <p>G2. Saber comprender lo que implican los procesos de globalización mundial del comercio y la economía para una empresa que pretenda competir en los mercados internacionales.</p> <p>G3. Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar una empresa en mercados internacionales.</p> <p>G4. Ser capaz de comunicar en español y en inglés (oralmente y por escrito) los resultados de los análisis, las propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.</p> <p>G5. Adquirir las habilidades de aprendizaje necesarias que le permita continuar formándose en Comercio Exterior de forma autónoma.</p> <p>G6. Adquirir la capacitación intercultural en sus distintos niveles (lingüísticos, económicos, sociales), tal que se puedan asimilar las oportunidades y dificultades que presentan los mercados, diferencias culturales y marcos legales.</p>
Específicas	<p>E7 Alcanzar un nivel intermedio-alto de comunicación oral y escrita en una lengua extranjera diferente al inglés (francés, alemán).</p>

---



---

### OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

---

Dotar de las competencias lingüísticas necesarias (expresión oral y escrita) para llevar a cabo labores de dirección relacionadas con el comercio y las inversiones internacionales y que deban realizarse en una lengua extranjera diferente del Inglés, como es el caso del Alemán. Para dicho objetivo el alumno tiene que alcanzar el nivel B1-2 del Marco común europeo de referencia para las lenguas. Cabe también la posibilidad de comenzar con nivel cero.

## TABLA DE DEDICACIÓN DEL ALUMNO A LA ASIGNATURA

HORAS PRESENCIALES			
Clases teóricas	Clases prácticas	Actividades académicamente dirigidas	Evaluación
25	25	12	12
HORAS NO PRESENCIALES			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos , informes, memorias, ...	Preparación orientada a la evaluación
18	25	12	12

## BLOQUES TEMÁTICOS

BLOQUE :	
Contextualización y justificación	En una perspectiva de transversalidad, el dominio de la Lengua Alemana dota al alumno de aptitudes específicas que se adecuan al contexto de los contenidos del Master.
Objetivos de aprendizaje	Adquisición de una competencia lingüística avanzada en la comunicación oral y escrita. Dominio del lenguaje propio del comercio en un nivel avanzado. Familiarización con la terminología específica del campo del comercio en un nivel avanzado
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el papel del producto en el mercado alemán, métodos para realizar el marketing de su producto y marketing intercultural en el mercado alemán</li> <li>• Informar al estudiante sobre las distintas ferias en Alemania, el trato con el cliente en la feria, comparar y recomendar los productos de su propia empresa, mantener los contactos establecidos en una feria</li> <li>• Comprender y expresar las condiciones comerciales y las condiciones de un contrato, negociar precios, ofertas, pedidos</li> <li>• Simular una comunicación de negocio mediante una llamada telefónica, expresar e intermediar sobre quejas con respecto a pedidos</li> <li>• Informar al estudiante sobre el mercado laboral en Alemania</li> <li>• Redactar y comprender anuncios del mercado laboral</li> <li>• Solicitar un puesto de trabajo y preparar una entrevista de trabajo</li> <li>• Entender y debatir sobre programas de economía en la televisión alemana.</li> </ul>
Métodos docentes	Clases teóricas, prácticas y seminarios.
Plan de trabajo	Se desglosará a principio de curso
Evaluación	Realización de un trabajo relacionado con los contenidos y competencias desarrollados durante el curso junto con la valoración de las actividades realizadas en el mismo.
Bibliografía básica	Se precisará a principio de curso
Bibliografía complementaria	Se precisará a principio de curso
Recursos necesarios	Los disponibles en el Centro.

Carga de trabajo en créditos ECTS	25h por ECTS (Alumno) De 5h a 8h presenciales por ECTS (Profesor)
-----------------------------------	--

---

### CRONOGRAMA

---

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO

---

### EVALUACIÓN – TABLA RESUMEN

---

INSTRUMENTO / PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Control continuo	60%	
Trabajo fin de master	40%	

---

### CONSIDERACIONES FINALES

---

En la asignatura se va a trabajar con el manual Alltag, Beruf & Co. ([http://www.hueber.de/huebershop/liste.html?refresh=true&selected\\_elka\\_id=548382&theme=default&re\\_direct=true](http://www.hueber.de/huebershop/liste.html?refresh=true&selected_elka_id=548382&theme=default&re_direct=true)). Dependiendo del nivel del alumno se va a elegir el tomo 3 o 4. Según sea el nivel se concretará en la primera semana de clase el contenido exacto.