Fecha de aprobación: **26/06/2024**

Guía docente de la asignatura

Inglés para la Comunicación Intercult. y Negociac. (23611H1)

Grado	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	**Rama**	Ciencias Sociales y Jurídicas
Módulo	Inglés para la Comunicación Intercultural y la Negociación	**Materia**	Inglés para la Comunicación Intercultural y la Negociación

Curso	4º	**Semestre**	1º	**Créditos**	6	**Tipo**	Optativa

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Poseer un nivel equivalente al B2 según el Marco Común Europeo de Referencia para la Lenguas.

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Grado)

- Estereotipos interculturales
- Establecimiento de relaciones y contactos entre diversas culturas
- La gestión del tiempo
- La gestión de las reuniones
- La gestión de los contratos entre culturas diferentes
- Reglas de protocolo en la esfera internacional
- El papel del lenguaje en la negociación
- Las fases de la negociación

COMPETENCIAS ASOCIADAS A MATERIA/ASIGNATURA

COMPETENCIAS GENERALES

- CG07 - Conocimiento de una lengua extranjera
- CG11 - Capacidad de trabajo en un contexto internacional
- CG13 - Capacidad de reconocer la diversidad y multiculturalidad
- CG22 - Conocimiento de otras culturas y costumbres
- CG23 - Capacidad de aprendizaje autónomo
- CG24 - Capacidad para aplicar los conocimientos de Marketing e Investigación de Mercados a la práctica

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 9D04B5A8ABD80735B249FE6149AFEC69 Pág. 1 de 5

- CT01 - Capacidad para analizar y comprender las fuerzas del mercado que influyen en las actividades comerciales y para valorar críticamente situaciones empresariales.
- CT07 - Capacidad para planificar acciones de venta orientadas al cliente y liderar equipos de ventas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

Capacidad para manejar las técnicas de comunicación en inglés.
Capacidad para trabajar en medios culturales diferentes desde un punto de vista lingüístico.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

Intercultural resource pack:
Topic 1: Why does culture matter?
Topic 2: Types and stereotypes
Topic 3: Profiling national cultures
Topic 4: Profiling corporate cultures
Topic 5: Culture and communication
Complementary topics:
Topic 1: Developing intercultural skills.
Topic 2: Intercultural competence
Topic 3: Communicating effectively: oral and written
Topic 4: Negotiating across cultures
Estos temas se irán desarrollando a partir del texto citado y otras referencias incluidas en la sección Fuentes.
Por otra parte, cada alumno (individualmente, por parejas o en grupo) tendrá que realizar una presentación oral ante la clase de un tema relacionado con las claves para la comunicación intercultural de un país específico o de una comparativa entre dos o más países.
Fuentes (Texto para clase):
- UTLEY, DEREK (2004/2013): Intercultural Resource Pack. (Cambridge Professional English). Cambridge: Cambridge University Press.
Estos temas se irán desarrollando a partir del texto citado y algunos documentos específicos consignados en la sección EVALUACIÓN.

PRÁCTICO

Actividades de desarrollo de los contenidos teóricos expresados en el programa de contenidos teóricos.
TEMARIO PRÁCTICO: Las clases prácticas se dedicarán a la realización de actividades interactivas a partir de materiales específicos destinados a la ampliación del léxico especializado y las destrezas comunicativas.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 9D04B5A8ABD80735B249FE6149AFEC69 Pág. 2 de 5

UTLEY, DEREK (2004/2013): Intercultural Resource Pack. (Cambridge Professional English). Cambridge: Cambridge University Press.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- CHANEY, LILLIAN H.; MARTIN, JEANNETTE S. (1995 / 2012 [6ª Edición]): Intercultural Business Communication . Boston-Upper Saddle River, N.J.: Pearson
- ENGLISH, LAURA M.; LYNN, SARAH (1995): Business across Cultures: Effective Communication Strategies. White Plains, N.Y.: Longman.
- FARDANESH, BAGHER (2010): Global Communications and Misunderstandings. (An Exploratory Study of Interpersonal Relationships, Management, Business Negotiations and Promotional Marketing in Diverse Cultural Settings). West Conshohocken, PA: Infinity.
- GIBSON, ROBERT (2002): Intercultural Business Communication. (Oxford Handbooks for Language Teachers). Oxford: O.U.P.
- HOFSTEDE, GERT JAN; PEDERSEN, PAUL B.; HOFSTEDE, GEERT (2002): Exploring Culture: Exercises, Stories and Synthetic Cultures. Boston/London: Intercultural Press.
- LEWIS, RICHARD C. (2018, 4th ed.): When Cultures Collide: Leading across Cultures. Boston/London: Nicholas Brealey.
- MASCULL, BILL (2017 [3ª ed.]): Business Vocabulary in Use (Intermediate). Cambridge: Cambridge University Press.
- PILBEAM, ADRIAN (2010): Working across Cultures. (Market Leader Series). Harlow, Essex: Pearson/Longman. .
- VERLUYTEN, PAUL S. (2010): Intercultural Skills for International Business and International Relations. The Hague: Acco.

ENLACES RECOMENDADOS

Durante el curso se irán proporcionando diferentes enlaces a páginas web que puedan ser de utilidad al alumno, pero dado que cambian constantemente preferimos no incluirlas en el programa. Asimismo, se va a proporcionar una serie de enlaces a vídeos de YouTube que servirán para comprender mejor los temas del curso, así como la observación de situaciones prácticas

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 - Docencia presencial en el aula
- MD02 - Estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones.
- MD03 - Tutorías individuales y/o colectivas y evaluación

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

La evaluación de la asignatura se realizará de la siguiente forma:

- Exámenes escritos: 60%

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 9D04B5A8ABD80735B249FE6149AFEC69 Pág. 3 de 5

- Prácticas (Trabajos y presentación oral): 40%
- Asistencia y participación: La participación activa en clase puede suponer un incremento de la nota final entre un 5% y un 10%.

Para aprobar la asignatura el alumno tendrá que superar al menos la mitad del porcentaje del examen escrito, así como la mitad del porcentaje de las demás pruebas de evaluación propuestas durante el curso.
El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R. D 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional.
La calificación "no presentado" se otorgará a aquellos estudiantes que no se hayan presentado al examen final ni hayan tomado parte en otros procedimientos de evaluación en un porcentaje superior al 50%.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

La convocatoria extraordinaria se evaluará mediante un examen escrito y oral final (100%) siguiendo en líneas generales el protocolo de la evaluación ordinaria.

- Exámenes escritos: 70%
- Prácticas (Trabajos y presentación oral): 30%

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

Los alumnos que se presenten a la evaluación única final deberán superar el 50% del examen escrito y el 50% del examen oral que realizarán en el día de su evaluación y cuyos contenidos serán idénticos a los ya descritos para los alumnos presenciales. No se tendrá en cuenta, en este caso, ni la asistencia ni la participación.
El alumno que se presente exclusivamente a la prueba final (escrita y oral), tendrá que preparar el temario correspondiente al siguiente volumen:
- UTLEY, DEREK (2004/2013): Intercultural Resource Pack. (Cambridge Professional English). Cambridge: Cambridge University Press.
Además, deberá preparar los contenidos adicionales que figuren en el directorio de la plataforma PRADO 2 de esta asignatura.

- EXAMEN ESCRITO (Contenidos disponibles en la plataforma docente Prado 2):70%
- EXAMEN ORAL (Presentación oral de contenido que debe acordar con el profesor): 30%

Las clases y las actividades (exámenes, pruebas, presentaciones orales, etc.) se realizarán en inglés.

INFORMACIÓN ADICIONAL

METODOLOGÍA DOCENTE:
- La materia se presenta sobre la base de las clases interactivas con el profesor para favorecer la adquisición de las destrezas orales y la supervisión de las lecturas y las actividades escritas.
- Se favorecerá la participación del alumno en clase mediante la organización de grupos y el desarrollo de actividades de simulaciones y estudio de casos.
- Asimismo, se distribuyen artículos y materiales complementarios sobre los temas desarrollados y otros complementarios. Paralelamente, se le asignará a cada alumno que desarrolle una tarea conectada con la comunicación intercultural en la empresa. La citada actividad la irá desarrollando el alumno a lo largo de todo el curso y se entregará con el examen final previa presentación oral ante sus compañeros.

Información de interés para estudiantado con discapacidad y/o Necesidades Específicas de Apoyo

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): 9D04B5A8ABD80735B249FE6149AFEC69 Pág. 4 de 5

Educativo (NEAE): Gestión de servicios y apoyos (https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad).

Firma (1): Universidad de Granada
CIF: Q1818002F

Firmado electrónicamente según artículo 41.1 del Reglamento de Adm. Electrónica de la Universidad de Granada (BOJA nº 85 de 6 de mayo de 2021)
Este documento firmado digitalmente puede verificarse en https://sede.ugr.es/verifirma/ 19/02/2025 - 14:59
Código seguro de verificación (CSV): **9D04B5A8ABD80735B249FE6149AFEC69** Pág. 5 de 5