

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA**

Código: 35874
Nombre: Inglés para los negocios I
Ciclo: Grado
Créditos ECTS: 6
Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business	Facultat d'Economia	1	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business	Idioma moderno para los negocios II (Inglés)	OPTATIVA

COORDINACIÓN

CASTELLANO ORTOLA ELENA

RESUMEN

La asignatura que nos ocupa tiene carácter optativo, se ofrece en el primer cuatrimestre y tiene continuidad en el segundo cuatrimestre con un segundo nivel (Inglés para los Negocios II). Está adscrita al grado de Negocios Internacionales. La asignatura está diseñada para que los estudiantes aprendan y practiquen las distintas destrezas necesarias (*writing, reading, speaking y listening*) de la comunicación internacional en el ámbito de la empresa. Con posterioridad con la asignatura Inglés para los Negocios II, los estudiantes podrán centrarse y ampliar sus conocimientos de lengua inglesa especializada en tareas y destrezas más concretas esenciales para la comunicación profesional en este sector. Al ser una asignatura de primer curso el contenido de especialidad se va impartiendo de forma general e introductoria ofreciendo al estudiante una perspectiva global de los diversos ámbitos (destrezas comunicativas y aspectos culturales) que cubre la comunicación en este campo de acción profesional. La metodología es comunicativa basada en múltiples tareas diseñadas para la práctica de la comprensión y expresión tanto oral como escrita en entornos del ámbito de la empresa.

CONOCIMIENTOS PREVIOS**RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN**

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.



OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Se asumen los conocimientos previos que corresponden a primero y segundo de bachillerato en la rama de humanidades y ciencias sociales. En concreto, para afrontar con éxito esta asignatura, es conveniente que el estudiante cuente con un nivel de inglés básico. Por lo tanto, es conveniente que el alumno tenga un nivel de conocimiento elemental (A2) de la lengua inglesa ya que el nivel de partida será el nivel pre-intermedio (B1) de conocimiento de la lengua.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1314 - Grado en Negocios Internacionales /International Business

Actuar con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos, emitiendo juicios en base a la experimentación y el análisis y transfiriendo el conocimiento a nuevas situaciones.

Adquirir fluidez en la comunicación oral y escrita en inglés y una segunda lengua extranjera (francés, alemán) en el ámbito de los negocios.

Aplicar técnicas avanzadas de negociación en contextos multiculturales y desarrollar planes de comunicación para el desarrollo de relaciones internacionales.

Aprender a detectar las desigualdades entre personas para diseñar, implementar y evaluar las políticas pertinentes que faciliten la eliminación de dicha discriminación en empresas e instituciones.

Aprender de manera autónoma y continua, tomando decisiones informadas en contextos diversos, analizando críticamente la información obtenida mediante la práctica y el estudio, y aplicando los conocimientos a situaciones nuevas dentro del ámbito de los negocios internacionales.

Colaborar eficazmente en equipos de trabajo, asumiendo responsabilidades y funciones de liderazgo y contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo.

Comprender los aspectos fundamentales de la diversidad cultural y su impacto en los negocios internacionales, incluyendo las diferencias en los modelos de organización, gestión y negociación

Comunicarse eficazmente en inglés y una segunda lengua extranjera en contextos profesionales internacionales, tanto de forma oral como escrita, adaptándose a las características de cada situación y de la audiencia.

Comunicarse oralmente en inglés o en una segunda lengua extranjera (francés/alemán) en contextos socioculturales y profesionales dentro del ámbito de la empresa y la economía en un entorno internacional.

Comunicarse por escrito en inglés o en una segunda lengua extranjera (francés/alemán) en contextos socioculturales y profesionales dentro del ámbito de la empresa y la economía en un entorno internacional.

Conocer y comprender, desde el propio ámbito de la titulación, las desigualdades por razón de sexo y género en la sociedad; integrar las diferentes necesidades y preferencias por razón de sexo y de género en el diseño de soluciones y resolución de problemas.

Conocer y usar léxico especializado en inglés o en una segunda lengua extranjera (francés/alemán) a nivel



intermedio e intermedio-alto.

Contribuir en el diseño, desarrollo y ejecución de soluciones que den respuesta a demandas sociales, teniendo en cuenta como referente los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Demostrar razonamiento crítico y autocrítico aplicando principios éticos y morales, y de responsabilidad social en la gestión económico empresarial internacional.

Demostrar razonamiento crítico y autocrítico en el ámbito de la titulación, considerando aspectos tales como la ética profesional, los valores morales y las implicaciones sociales de las diferentes actividades realizadas.

Desarrollar la sensibilidad intercultural y la capacidad de adaptación a otros contextos geopolíticos.

Diseñar, desarrollar e implementar estrategias y/o proyectos de internacionalización empresarial adaptadas a diferentes contextos económicos (entorno económico global), geográficos, sociales y culturales, teniendo en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Elaborar informes técnicos y presentaciones profesionales adaptados a diferentes contextos culturales y empresariales que puedan contribuir a la toma de decisiones de agentes públicos y privados.

Evaluar e identificar oportunidades de negocio y riesgos en mercados internacionales, elaborar planes de viabilidad, así como desarrollar y ejecutar planes financieros y de marketing, comercialización, producción y logística en empresas internacionales (domésticas y/o multinacionales)

Examinar con una perspectiva global el mundo y sus retos, desde el compromiso, ética empresarial, la promoción y el respeto a los derechos humanos y los derechos fundamentales (los valores democráticos, la tolerancia, la justicia social), así como el respeto al medio ambiente, para actuar individual y colectivamente en favor del bienestar global y del desarrollo sostenible afrontando los retos que plantea el cambio climático.

Familiarizarse con las diversas culturas de los países anglófonos o de habla francesa/alemana y con sus variedades lingüísticas.

Identificar e integrar las tendencias y prácticas empresariales emergentes en el contexto de la globalización utilizando técnicas matemáticas, estadísticas y econométricas adecuadas, e incluyendo la transformación digital y la innovación.

Incorporar la perspectiva de género en el análisis y diseño de resolución de problemas mediante la identificación las desigualdades y sesgos por razón de sexo y género, para lograr la igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social

Integrar la diversidad social y cultural y gestionar equipos multiculturales y coordinar operaciones y proyectos en entornos internacionales diversos y cambiantes, asumiendo responsabilidades y funciones de liderazgo y contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo

Liderar y gestionar, adoptando una actitud emprendedora, equipos multidisciplinares en entornos internacionales diversos.

Manejar técnicas de comunicación en inglés o en una segunda lengua extranjera (francés/alemán).



Negociar y mediar eficazmente en contextos internacionales y situaciones de conflicto.

Plantear el "estado de la cuestión" en el ámbito de los negocios internacionales y desarrollar pensamiento crítico y disponer de capacidad de análisis en entornos empresariales complejos y multiculturales.

Proponer soluciones creativas e innovadoras a situaciones o problemas complejos, propios del ámbito de conocimiento, para dar respuesta a las diversas necesidades profesionales y sociales.

Reconocer la diversidad cultural y social.

Reconocer y usar el discurso apropiado en diversas situaciones comunicativas específicas dentro del contexto de los negocios internacionales en inglés o en una segunda lengua extranjera (francés/alemán).

Resolver problemas complejos en contextos multiculturales y entornos empresariales cambiantes.

Saber comunicarse de manera efectiva, tanto de forma oral como escrita, adaptándose a las características de la situación y de la audiencia.

Tener capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares e interculturales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Modos de trabajo. Establecimiento de contacto

Vocabulario: Diferentes modos de trabajo. Responsabilidades laborales

Gramática: Tiempos verbales en presente

Comprensión escrita: 'Offering your staff more flexibility'. 'How to be an effective networker'

Comprensión oral: Trabajar desde casa. Iniciar una conversación

Producción oral: Una breve presentación. Desarrollar una conversación

Producción escrita: Correspondencia comercial

2. Beneficios empresariales. Presentación de una empresa

Vocabulario: Beneficios e incentivos. Términos y condiciones de una empresa

Gramática: Tiempos verbales en pasado

Comprensión escrita: 'More to a career than money'

Comprensión oral: Presentaciones

Producción oral: Formular preguntas sobre trabajos. Pausa, entonación y acento. Dar una presentación

Producción escrita: Carta de solicitud de trabajo. Memo



3. Iniciar un negocio. Dejar y recibir mensajes

Gramática: will y el futuro

Comprensión escrita: 'To franchise or not to franchise? That is the question'

Comprensión oral: Consejos sobre franquicias. Planificar un seminario. Dejar mensajes de voz

Producción oral: Hablar de programaciones y horarios. Dejar un mensaje de voz

Producción escrita: Tomar notas y mensajes

4. Publicidad. Delegar en terceras personas

Vocabulario: Tipos de publicidad

Gramática: Verbos modales

Comprensión escrita: 'Social media advertising'

Comprensión oral: Publicidad en la web. Un mal representante

Producción oral: Una presentación corta. El acento en la oración. Delegar el trabajo en terceros.

Producción escrita: Redactar un informe

5. El lugar de trabajo. Participar en una reunión de negocios

Gramática: Estilo indirecto

Comprensión escrita: 'Let's not meet'

Comprensión oral: Entrevista con un asesor de arte. Opiniones sobre arte. Informe de una reunión

Producción oral: Una reunión sobre obras de arte. Expresiones para reuniones de negocios

Producción escrita: Redactar las minutas de una reunión

6. Selección de plantilla. Comunicación digital

Vocabulario: Contratación y despido. Términos y condiciones en el envío de un correo electrónico.

Gramática: La voz pasiva

Comprensión escrita: 'Employment news' 'Banning phones in the workplace' 'Internal communication and emails'

Comprensión oral: Estudios de caso sobre empleabilidad.

Producción oral: Hablar sobre temas de empleabilidad

Producción escrita: Redactar un email

**VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)****ACTIVIDADES PRESENCIALES**

Actividad	Horas
Teoría	15,00
Prácticas en aula	15,00
Laboratorio	30,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	35,00
Estudio y trabajo autónomo	30,00
Preparación de clases	10,00
Preparación de actividades de evaluación	5,00
Resolución de casos prácticos	10,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología aplicada será mayoritariamente comunicativa y participativa, buscando siempre la efectividad expresiva y operativa del alumnado según las distintas tareas profesionales específicas en lengua inglesa que se van abordando a lo largo del curso. No obstante, si es necesario y, dependiendo de los niveles de inglés de los alumnos, también se irán intercalando actividades complementarias de índole formal para paliar cualquier laguna gramatical que pueda existir y ayudar al grupo a mejorar su competencia, no sólo expresiva sino, también, lingüística.

El desarrollo de cada tema se estructura en tres partes o sesiones. En la primera sesión, más teórica, en forma de clase expositiva, se introduce el área temática básica (siguiendo la estructura que se aporta en el apartado 7 de la guía), explicando la terminología y los conceptos técnicos más importantes. En la segunda sesión, en forma de clase participativa, se comienza su aplicación práctica a través de diversas actividades en las que el estudiante desarrolla las destrezas comunicativas implicadas o relacionadas con el área temática dada. La última sesión, en forma de grupo de trabajo, se diseña para fomentar la asimilación y la práctica tanto individual como en equipo a través del desarrollo de actividades comunicativas características del entorno profesional específico (por ejemplo, redacción de documentación, búsqueda de datos, estudios de casos y diversos tipos de interacción como los debates, las negociaciones o las reuniones).

Además del trabajo en el aula, el estudiante deberá dedicar a cada tema varias horas de trabajo no presencial e independiente (por ejemplo, elaboración de trabajos, informes, ejercicios y preparación para las clases y los exámenes).

EVALUACIÓN



La asignatura de "Inglés para los Negocios I" ofrece dos modalidades de aprendizaje, entre las cuales el alumno deberá escoger. Se le evaluará a partir de la consideración de los siguientes aspectos, de acuerdo con la modalidad escogida:

Opción A: Modalidad de evaluación continua: participación e implicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, resolución de problemas, elaboración de trabajos y exposiciones orales, realización de pruebas de evaluación. La superación de esta modalidad de evaluación (es decir, el haber aprobado todas las pruebas correspondientes a dicha evaluación y realizado todos los trabajos, exposiciones orales y actividades pertinentes) supone la no obligatoriedad de la prueba final escrita y la prueba final oral, puesto que se harán pruebas parciales escritas y orales durante el curso.

Opción B: Modalidad de evaluación final: realización de una prueba final escrita en la fecha oficial de examen, que constará de preguntas teóricas y prácticas, así como una prueba final oral. Dichas pruebas únicamente tendrán carácter obligatorio en aquellos casos en que el alumnado opte por la modalidad de evaluación final (opción B) o no haya superado la evaluación continua (opción A), siendo su superación, en tales casos, condición indispensable para aprobar la asignatura.

En la asignatura "Inglés para los Negocios I", de acuerdo con las diferentes modalidades de evaluación, la evaluación total se desglosa de la siguiente forma:

Opción A: Modalidad de evaluación continua:

- Un 50% de la nota global corresponde a la realización de pruebas escritas.
- Un 20% de la nota global corresponde a la realización de pruebas orales.
- Un 20% de la nota global corresponde a la evaluación de tareas y proyectos tanto individuales como en grupo.
- Un 10% de la nota global corresponde a asistencia y participación en todas las clases: teoría, práctica y laboratorio.

Para aprobar la asignatura es necesario obtener un mínimo de 50%, tanto en las pruebas orales como en las escritas.

Opción B: Modalidad de evaluación final: El alumno realizará una prueba final escrita (50%) y una prueba final oral (20%) en la convocatoria oficial. La máxima puntuación que se podrá obtener sumando las dos pruebas es un 70% ó 7/10 (el alumno renunciaría, por tanto, al 20% correspondiente a la nota de las tareas de evaluación continua y al 10% correspondiente a asistencia y participación).

Para aprobar la modalidad de evaluación final es necesario obtener mínimo 3.8/5 en la prueba escrita y 1.2/2 en la prueba oral ($3.8 + 1.2 = 5$)

Hacer trampa en un examen o plagiar la obra escrita de los demás se considera una infracción muy grave y no se tolerará en esta asignatura



Para más información sobre la normativa de evaluación puede consultarse el siguiente enlace:

https://www.uv.es/graus/normatives/2017_108_Reglament_avaluacio_qualificacio.pdf

avaluacio_qualificacio.pdf\"\">https://www.uv.es/graus/normatives/2017_108_Reglament_avaluacio_qualificacio.pdf

BIBLIOGRAFÍA

- Business English Dictionary (2004). Longman.
- COURSEBOOK: John Hughes; Paul Dummett; Helen Stephenson; Rolf Cook; Mara Pedretti; Colin Benn (2019), Success with Business (B2) Vantage. Student's Book. National Geographic, ISBN: 9781473772458
- Cambridge Advanced Learner's Dictionary (2002). Cambridge: Cambridge University Press.
- Cotton, D.; D. Falvey & S. Kent (2002). Market Leader. Pre-Intermediate Business English. Longman.
- Diccionario Español-Inglés/Inglés-Español Collins (2000). Barcelona: Grijalbo.
- Foley , M. & D.Hall (2012). My Grammar Lab (Intermediate). Harlow. Pearson Education Limited.
- Gershon, S. (2002). Present Yourself. Cambridge.
- Guffey and Du-Babcock (2008). Essentials of business communication. - Hood, M. (2007). Dynamic Presentations. Pearson and Longman.
- Hughes. J. & J. Naunton (2007). Business Results (Intermediate). Oxford: Oxford University Press.
- Johnson, C. (2008). Intelligent Business. Skills Book. Pearson, Longman. - Lesiker, Flatley, and Rentz (2008). Business communication: Making connections in a digital world. International Student Edition.
- Lott, H. (2008). Real English Grammar. Marshall Cavendish Education. - Mascull, B. & J. Comfort (2007). Best Practice (Intermediate). London: Thomson (Heinle).
- Ober (2004). Fundamentals of contemporary business communications.



- Speak Up (revista)
- Sweeney, S. (2003). English for Business Communication. Cambridge: Cambridge University Press.
- Whitby, N. (2009). Business Benchmark. Pre-Intermediate to Intermediate Preliminary. Cambridge.
- Powell, M.; Clarke, S.; Allison, J.; Pegg, E.; de Chazal, E. (2014). In Company 3.0., Intermediate (B1+). Oxford: MacMillan Education. ISBN (Student's Book Pack): 978-0-230-45523-8.