

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

**Código:** 35875  
**Nombre:** Inglés para los negocios II  
**Ciclo:** Grado  
**Créditos ECTS:** 6  
**Curso académico:** 2025-26

**TITULACIONES**

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

**MATERIAS**

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

**COORDINACIÓN**

ANDREU BESO JOSE VTE

**RESUMEN**

La asignatura que nos ocupa tiene carácter obligatorio y se ofrece en el segundo cuatrimestre. Tiene continuidad en el segundo año con un tercer nivel (Inglés para los Negocios III) y está adscrita al grado de International Business. 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 III, los estudiantes podrán centrarse y ampliar sus conocimientos de lengua inglesa especializada en tareas y destrezas más concretas y 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.

Actualmente, el dominio de la lengua inglesa en sus ámbitos profesionales se ha convertido en un requisito imprescindible para trabajar con eficacia y tener éxito en el mundo empresarial internacional. La asignatura está diseñada: (a) para que los estudiantes mejoren y desarrollen los conocimientos adquiridos en la asignatura Inglés para los Negocios I, (b) para que vayan aplicando al inglés los términos, las nociones y las habilidades profesionales que van adquiriendo en las demás asignaturas del curso, y (c) para que



progresivamente adquieran un nivel intermedio alto (B2 según CEFR) de dominio sobre la lengua inglesa y un grado óptimo de especialidad en la comunicación para los negocios internacionales, ambos necesarios para su futuro profesional.

Además del desarrollo de las competencias necesarias para la comunicación efectiva en inglés para los negocios internacionales, el estudiante desarrollará otras habilidades esenciales tanto para su posterior formación, tanto dentro de la titulación como para su futuro éxito profesional, tales como:

Dnivel geográfico, contextual, sociolingüístico e intercultural.

comunicativas complejas.

Desarrollar su capacidad de búsqueda, análisis y síntesis de textos y desarrollar la capacidad de producir y expresar ideas originales, creativas e través de la labor en grupo como del trabajo autónomo.

és de la labor en grupo como del trabajo autónomo.p>

## 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 (B1) de la lengua inglesa ya que el nivel de partida será el intermedio (B1) de conocimiento de la lengua.

## COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

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

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.

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



intermedio e intermedio-alto.

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

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

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

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).

Tener capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares e interculturales.

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. Cualidades laborales. Ventas

Vocabulario: Descripción de trabajos

Gramática: Comparativos y superlativos

Comprensión escrita: 'The worst job in the world?' 'Truths and myths about selling'

Comprensión oral: Ventas

Producción oral: Comparación de trabajos. Una conversación sobre ventas

Producción escrita: Una propuesta de ventas

### 2. Formación laboral. Mostrar que estás escuchando

Vocabulario: Frases de cohesión

Gramática: Formas verbales en -ing e infinitivo

Comprensión escrita: 'Training courses' 'The importance of listening'

Comprensión oral: Evaluación de las necesidades formativas. Buenos y malos oyentes. Responder a una carta de reclamación

Producción oral: Dar razones a favor y en contra. Mostrar que estás escuchando. Argumentar sobre las necesidades formativas en el mundo laboral

Producción escrita: Una carta de reclamación

Vocabulario: Expresiones para mantener una conversación telefónica

Gramática: Oraciones de relativo

Comprensión escrita: 'Sensory branding' 'Writing a marketing email' 'Chinese luxury obsession'

Comprensión oral: Sistemas de mensajes de voz automáticos

Producción oral: Promocionar a través de los sentidos. Realizar llamadas telefónicas



### 3. Marcas. Contactando

Vocabulario: Expresiones para mantener una conversación telefónica

Gramática: Oraciones de relativo

Comprensión escrita: 'Sensory branding' 'Writing a marketing email' 'Chinese luxury obsession' Producción escrita: Corrección y comprobación

### 4. Dirección. Resolución de problemas

Vocabulario: Dirigir proyectos. Causa y efecto

Gramática: Oraciones condicionales

Comprensión escrita: 'How Jay Chou manages success'

Comprensión oral: Problemas y soluciones

Producción oral: Clasificar destrezas. Estudio de caso. Hablar de problemas

Producción escrita: Informe de una reunión. Email

### 5. Economía ética. Hablar de tendencias

Vocabulario: Terminología de las finanzas y el comercio. Fuentes de energía. Descripción de tendencias

Gramática: El artículo

Comprensión escrita: 'How ethical is the economics of drinking coffee?' 'Investing in green energy'

Comprensión oral: Comercio justo. Razones de tendencias

Producción oral: La economía de tu país. Hablando de tendencias

Producción escrita: Una propuesta

### 6. Leyes de comercio. Manejar preguntas

Vocabulario: Términos legales

Gramática: Preguntas indirectas y preguntas coletillas 'tag'

Comprensión escrita: 'Business law' 'Press releases'

Comprensión oral: Un problema de color. Preguntas complejas.

Producción oral: Responder a preguntas

Producción escrita: Un comunicado de prensa

## VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

### ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	15,00
Prácticas en aula	15,00
Laboratorio	30,00
<b>Total horas</b>	<b>60,00</b>

**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
<b>Total horas</b>	<b>90,00</b>

**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 II" 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 II", 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](https://www.uv.es/graus/normatives/2017_108_Reglament_avaluacio_qualificacio.pdf)

## BIBLIOGRAFÍA



- John Hughes; Paul Dummett; Helen Stephenson; Rolf Cook; Mara Pedretti; Colin Benn (2019) 2nd Edition, 'Success with Business B2 Vantage, Intermediate'. National Geographic. ISBN: 9781473772458
- Allinson, J. et al. (2008). The Business (Upper Intermediate). Oxford: Macmillan.
- Book-Hart, G. (2006). Business Benchmark (Upper-Intermediate). Cambridge: Cambridge University Press.
- Corbalis, T. (2009). English for Management Studies. Reading: Garnet Education.
- Cotton, D., Galvey, D. & Kent, S. (2005). Market Leader ( Upper Intermediate Business English). Harlow: Longman.
- Diccionario Español-Inglés/ Inglés -Español. Collins (2000). Barcelonal: Grijalbo.
- Emmerson, P. (2009). Business Vocabulary Builder. MacMillan.
- Foley, M. & D. Hall (2012). My Grammar Lab (Intermediate-Upper- Intermediate). Harlow: Pearson.
- Mackenzied, I. (2006). Professional English in Use. Finance. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oxford Business English Dictionary. Oxford: Oxford University Press.
- Strutt, P. (2010). Market Leader. Essential Business Grammar and Usage. London: Pearson. Longman.
- 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.