



CH4421 Español
para la empresa

Nivel: B2.1



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

Centro de Estudios Hispánicos

Asignatura: CH3421 Español de la empresa
Nivel: B2.1
Número de horas: 45 horas
Manual: *Material propio*
Requisitos del curso: haber superado el nivel B1

Profesora/profesor:
Correo electrónico:
Horario de atención al estudiante: se comunica el primer día de clase

1. Descripción del curso

Este curso está diseñado para estudiantes cuyos intereses académicos estén orientados hacia las Ciencias Empresariales, el márketing y el entorno laboral en España. El curso presenta diversos temas relacionados con la realidad económica y empresarial en España. Se profundiza en el estudio del léxico específico relacionado con temas y situaciones comunicativas recurrentes en el español de la empresa. Los contenidos se trabajarán a través de tareas semiguías y libres vinculadas al mundo de los negocios en España y en el contexto internacional. Del mismo modo, se abordan temas relacionados con la interculturalidad en la empresa con la finalidad de crear en el discente una conciencia intercultural que le ayude a comprender las similitudes y diferencias entre la cultura del estudiante y la española.

2. Objetivos de aprendizaje

Los objetivos generales de aprendizaje de este curso son:

- Profundizar en temas relacionados con la realidad empresarial española.
- Dominar el léxico específico y los exponentes lingüísticos relacionados con el ámbito de la empresa.
- Manejar diversas tipologías textuales relacionadas con el mundo empresarial y laboral en España.
- Desarrollar habilidades para desenvolverse en diferentes situaciones comunicativas asiduas en el mundo de la empresa en España.
- Dotar al estudiante de una sensibilidad intercultural que le permita saber relacionar su cultura de origen con la cultura corporativa española.

3. Actividades formativas

Las actividades formativas básicas correspondientes a este curso son las siguientes:

- Clases participativas.
- Presentaciones del alumno en clase relacionadas con conceptos básicos de la *empresa española* y al márketing estratégico (liderazgo directivo, estrategias de captación de clientes, el ciclo de vida de un producto, márketing estratégico, neuromárketing, entre otros).
- Revisión de actividades elaboradas dentro y fuera de clase. Corrección y comentario por parte del profesorado y del alumnado de manera individual, por parejas o en grupo.
- Presentación y comentarios sobre trabajos individuales y en grupo: simulación de la creación de una PYME y el proceso de logística de un producto, entre otras actividades.
- Actividades de formación complementaria: casos prácticos de empresas reales relacionados con los contenidos del curso.
- Actividades de aprendizaje de los distintos contenidos dentro y fuera del aula: departamentos en una empresa, estrategias de crecimiento de una empresa, entre otras.

- Actividades prácticas de comunicación oral, en contexto, en relación con los contenidos aprendidos: negociaciones interculturales, presentaciones orales interactivas profesionales.

4. Metodología

En este curso se siguen las líneas metodológicas propias de un enfoque comunicativo, basado en una concepción procesual y constructiva de la adquisición de la lengua. Esta metodología se fundamenta en una enseñanza-aprendizaje centrada en el alumno. Se potencia la participación activa al mismo tiempo que se favorece el desarrollo de competencias generales y específicas que demuestren conocimientos, habilidades y actitudes aplicables en una comunicación efectiva y real con hispanohablantes.

5. Contenidos

Los contenidos de los cursos se especifican en las tablas que figuran al final del documento. Se presentan, en horizontal, contenidos específicos y actividades.

6. Evaluación

La evaluación de los aprendizajes de los alumnos está inspirada por los principios de la evaluación formativa. En consecuencia, se desarrolla una evaluación continua, lo que significa que toda actividad o tarea que se desarrolla fuera y dentro del aula es susceptible de ser evaluada.

6.1. Sistema de calificación

En nuestro sistema educativo, se exige expresar cuantitativamente los resultados de la evaluación de cada estudiante. Para ello, el profesorado se sirve de diferentes estrategias e instrumentos, tales como: trabajos, exámenes, pruebas, proyectos, actividades de autoevaluación, etc. Para emitir la calificación final se establece el siguiente baremo:

- **33 % participación activa en clase**
- **33 % trabajo diario**
- **34% Proyecto parcial y examen escrito final**

- La **participación activa** en clase se evalúa a través de distintas actividades, tales como:
 - corrección de ejercicios y actividades
 - reflexión sobre el uso de los diferentes contenidos teóricos, léxicos e interculturales
 - actividades orales (individuales, en parejas o en grupos). Se valoran en cuenta la fluidez, la corrección gramatical y la riqueza léxica
- Con **trabajo diario** nos referimos a cualquier actividad o tarea que se realiza dentro y fuera del aula, así como dentro y fuera del horario de clase.
- **Exámenes/trabajos:**
 1. Se realiza un proyecto parcial, individual, que consiste en la presentación oral relacionada con un tema vinculado al departamento de Márquetin. Este proyecto se presenta de forma oral y haciendo uso de un apoyo audiovisual (ya sea *Power Point* u otra herramienta digital).
 2. Se realiza un examen final escrito en el que se incluyen todos los contenidos teóricos, léxicos y socioculturales que se han abordado a lo largo del curso.Si un alumno no realiza el proyecto parcial o el examen final escrito sin causa justificada, recibirá un 0 en el concepto de participación.

6.2. Normas y criterios relativos a la asistencia y la participación

6.2.1. Normas y criterios sobre asistencia a clase

La asistencia a clase es obligatoria. En caso de que el estudiante alcance o supere 5 ausencias en un mismo curso, recibirá un 0 en el concepto de ausencia y participación. Dos retrasos

superiores a 15 minutos serán considerados una falta de asistencia. La no asistencia a clase no exime de la presentación de tareas, trabajos o ensayos.

6.2.2. Criterios para evaluar la participación

Criterios para evaluar la participación	Calificación
El alumno participa muy activamente en las actividades de clase. Realiza aportaciones valiosas e interesantes. Realiza con éxito las tareas que se piden. Contribuye al buen desarrollo del curso. Anima a sus compañeros. Favorece el debate en clase.	8.5 - 10
El alumno participa activamente en las actividades de clase. Realiza las tareas que exigen y las entrega puntualmente. Muestra gran interés por aprender, aunque sus aportaciones no sean demasiado valiosas.	7 - 8.4
El alumno, en ocasiones, hace algunos comentarios interesantes, pero sobre todo se limita a contestar cuando se le pregunta. No muestra un claro interés por el curso. En ocasiones, falta a clase o llega con retraso.	5 - 6.9
El alumno no participa si no es cuando se le pregunta. Tiene faltas de asistencia y retrasos, sin justificar. Su actitud es demasiado poco participativa. Sus aportaciones carecen de interés.	0 - 4.9

6.2.3. Criterios para evaluar el trabajo diario

Criterios para evaluar el trabajo diario	Calificación
El alumno realiza siempre el trabajo requerido por el profesor, el que debe realizar en clase o en casa. Siempre cumple con los plazos establecidos para su realización. El trabajo cumple con los objetivos de aprendizaje.	8.5 - 10
El alumno realiza casi siempre el trabajo solicitado por el profesor, tanto en clase como fuera de clase. Ocasionalmente, lo entrega fuera del plazo requerido.	7 - 8.4
El alumno realiza de manera ocasional el trabajo requerido por el profesor, tanto en clase como fuera de clase. Frecuentemente, no se ajusta a los plazos establecidos e incluso de manera ocasional, no entrega el trabajo.	5 - 6.9
El alumno no realiza nunca o casi nunca el trabajo requerido por el profesor. Nunca o casi nunca cumple con los plazos establecidos para su realización.	0 - 4.9

6.3. Equivalencias entre sistemas de calificación

La nota final será el resultado de hacer la media entre el trabajo diario, la participación y los exámenes.

Calificación numérica	Calificación alfabética	Calificación porcentual
10	A+	100%
9.5 - 9.9	A	95 - 99 %
9 - 9.4	B	90 - 94 %
8.5 - 8.9	B+	85 - 89 %
7.5 - 8.4	B	75 - 84 %
7 - 7.4	B-	70 - 74 %
6.5 - 6.9	C+	65 - 69 %
6 - 6.4	C	60 - 64 %
5 - 5.9	C-	5 - 59 %
0 - 4.9	F	0 - 49 %

6.4. Aviso sobre el plagio

Cuando se escribe un ensayo o trabajo universitario y se hace referencia a determinados autores, es de obligado cumplimiento citarlos por medio de una nota a pie de página o de una referencia directa. En ningún caso es admisible que un estudiante utilice un texto por breve que sea escrito

por otra persona sin entrecomillarlo porque esto supone que pretende hacerlo pasar como propio. A esto se le llama plagio. En la vida universitaria puede llegar a estar penalizado con la expulsión.

Está totalmente prohibido copiar en los exámenes. En caso de que esto suceda, el estudiante recibirá un 0 en el porcentaje correspondiente al examen parcial o final, según corresponda.

7. Bibliografía

- Felices, A., Iriarte, E., et al., (2010). *Cultura y negocios. El español de la economía española y latinoamericana*, Madrid: Edinumen.
- Iriarte, E. y Núñez, E., (2006). *Empresa siglo XXI. El español en el ámbito profesional*, Madrid: Edinumen.
- Prost, G. y Nogueira, A. (2010). *Al Dí@. Curso superior de español para los negocios B1- B2*, Madrid: SGEL.
- Tano, M. (2009). *Expertos. Curso de español orientado al mundo del trabajo*, Barcelona: Difusión.
- Moreno, C. (2005). *Temas de gramática*, Barcelona: Difusión.

8. Recursos online

www.emprendedores.es
<http://www.revistapyme.com/>
<http://www.puromarketing.com/>
[Blog TodoPyme](#)
<http://www.unipymes.com/gerentepyme-revistero-virtual/>
[Pymes y Emprendedores - elEconomista.es](#)
[MuyPymes. La mejor información para pymes y autónomos.](#)

UNIDAD	CONTENIDOS ESPECÍFICOS	TAREAS
<p>1 LA IMAGEN DE ESPAÑA</p>	<p>1.1. Principales empresas y empresarios españoles 1.2. La imagen de España en el mundo 1.3. Léxico asociado en la unidad de aprendizaje</p>	<p>1.1. Test: <i>¿eres un buen emprendedor?</i> 1.2. Análisis de empresas españolas internacionales. 1.3. Textos sobre la imagen empresarial de España en el contexto internacional</p>
<p>2 LOS SECTORES ECONÓMICOS</p>	<p>2.1. Sectores económicos en España 2.2. Evolución de los sectores económicos en España durante el siglo XX y XXI 2.3. Las actividades económicas</p>	<p>2.1. Revisión crítica de la economía más importantes en la España del s. XX y s.XXI 2.2. Actividades de léxico sobre actividades económicas 2.3. Comentarios de texto sobre la situación actual de los sectores económicos en España</p>
<p>3 LA EMPRESA</p>	<p>3.1. Características de una PYME 3.2. Dirección estratégica de una empresa 3.2.1. Análisis DAFO 3.3. Factores generales y específicos para la formación de una empresa. 3.4. Organización formal e informal de una empresa</p>	<p>3.1. Realización de análisis DAFO en empresas españolas 3.2. Casos prácticos sobre la dirección estratégica en empresas españolas 3.3. Selección de los trabajadores para desempeñar las diferentes funciones en una empresa</p>
<p>4 LA EMPRESA (II)</p>	<p>4.1. Departamentos de una empresa. 4.1.1. Conceptos asociados 4.2. Tipos de organigrama de una empresa 4.3. Pasos para la creación de una empresa</p>	<p>4.1. Actividades de léxico asociado a los departamentos de una empresa 4.2. Análisis de las funciones en los departamentos de una empresa 4.3. Actividades sobre el proceso de creación de una empresa en España</p>
<p>5 LA EMPRESA (III) Y SU INTERNACIONALIZACIÓN</p>	<p>5.1. La internacionalización de la empresa 5.2. Estrategias de crecimiento de una empresa 5.2.1. Estrategias de diversificación 5.2.2. Estrategias de expansión</p>	<p>5.1. Actividades sobre los pasos para conseguir la internacionalización de la empresa 5.2. Casos prácticos sobre estrategias de crecimiento en algunas empresas españolas e internacionales 5.3. Análisis de videos sobre empresas españolas y su proceso de internacionalización</p>

<p>6 MARQUETIN ESTRATÉGICO</p>	<p>6.1. Márquetin estratégico. 6.1.1. Estrategias de márquetin estratégico 6.1.2. Conceptos asociados: el ciclo de vida de un producto, el consumidor digital, <i>Mobile marketing</i>, <i>E-marketing</i>, <i>E-advertising</i>, <i>Marketing Science</i> y <i>Neuromarketing</i>.</p>	<p>6.1. Análisis de estrategias de márquetin estratégico utilizadas en empresas españolas 6.2. Presentaciones orales de trabajos parciales sobre los conceptos asociados a márquetin estratégico</p>
<p>7 SITUACIÓN LABORAL EN ESPAÑA Y COMPETENCIAS PROFESIONALES</p>	<p>7.1. Situación del mercado laboral español 7.2. Conciliación e igualdad de género en el ámbito laboral empresarial. 7.3. Técnicas de desarrollo de competencias profesionales</p>	<p>7.1. Análisis de textos informativos sobre los temas de la unidad de aprendizaje 7.2. Dinámicas para identificar las competencias profesionales y cómo desarrollarlas</p>
<p>8 NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL</p>	<p>8.1. Técnicas de negociación 8.1.1. Diferencias interculturales en el ámbito laboral 8.1.2. Técnicas de negociación intercultural 8.2. Pasos para realizar una reunión eficaz de trabajo</p>	<p>8.1. Dinámicas para aplicar técnicas de negociación en situaciones laborales 8.2. Análisis de casos de empresas en negociaciones con otros países 8.3. Analizar las diferencias interculturales en una reunión de trabajo</p>
<p>9 PROCESO DE PRODUCCION EN LAS EMPRESAS</p>	<p>9.1. Proceso de producción en una empresa de servicios 9.2. Sistemas de calidad 9.3. Logística del producto terminado</p>	<p>9.1. Análisis y actividades sobre el proceso de producción en una empresa de servicios 9.2. Actividades de léxico asociado a sistemas de calidad 9.2. Elaboración y propuesta del proceso de logística en una empresa española</p>
<p>10 SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL</p>	<p>10.1. Conceptos asociados al Sistema financiero español 10.2. Diferencias entre bancos y cajas de ahorros 10.3. Tipos de impuestos directos e indirectos</p>	<p>10.1. Comentario de texto sobre el funcionamiento de las principales entidades financieras en España 10.2. Actividades de léxico asociadas a los bancos y cajas de ahorros</p>
<p>REVISIÓN</p>	<p>Revisión de los contenidos del curso para el examen final</p>	<p>Actividades de revisión del curso</p>