



## **GUÍA DOCENTE**

Inglés de Negocios

Curso académico 2024/25

RED DE EDUCACIÓN SUPERIOR

 Planeta Formación y Universidades

## Índice

1.	Organización general.....	3
1.1.	Datos de la asignatura.....	3
1.2.	Equipo docente .....	3
1.3.	Presentación de la asignatura .....	4
1.4.	Resultados de aprendizaje .....	4
2.	Contenidos/temario .....	4
3.	Metodologías docentes.....	5
4.	Actividades formativas .....	5
5.	Evaluación.....	6
5.1.	Sistema de evaluación.....	6
5.2.	Sistema de Calificación.....	7
6.	Bibliografía.....	8

## 1. Organización general

### 1.1. Datos de la asignatura

<b>Datos de la asignatura</b>	<b>Asignatura</b>	Inglés de Negocios
	<b>Código Asignatura</b>	11_1GrADE_FT-ES_206
	<b>Titulación</b>	<b>GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS</b>
	<b>Créditos</b>	6 ECTS
	<b>Carácter</b>	Obligatoria
	<b>Curso</b>	Segundo
	<b>Cuatrimestre</b>	Segundo
	<b>Idioma en que se imparte</b>	Inglés
	<b>Modalidad</b>	Presencial
	<b>Dedicación al estudio por cada ECTS</b>	25 horas

### 1.2. Equipo docente

<b>Docentes</b>	Elena Navrotskaya Markozashvili
-----------------	---------------------------------

### 1.3. Presentación de la asignatura

En la asignatura de Inglés de negocios se potencia la habilidad de estudio académico en lengua inglesa. La asignatura desarrolla la comprensión auditiva y la expresión oral eficaz del discurso económico en inglés en el entorno académico. Se fomenta la comprensión lectora y la expresión escrita eficaz del discurso económico en inglés y se promueven las presentaciones orales académicas en lengua inglesa.

### 1.4. Resultados de aprendizaje

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL TÍTULO ASIGNADOS

HD2. Informar en lengua inglesa, tanto oralmente como por escrito, sobre la organización de las empresas tanto al público en general como a personas expertas.

#### RESULTADOS DE LA ASIGNATURA

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

- R.A.1. Utilizar vocabulario específico del inglés de negocios
- R.A.2. Explicar en inglés su punto de vista sobre temas empresariales

## 2. Contenidos/temario

- Tema 1. Presenting and meetings
- Tema 2. Exchanging information
- Tema 3. Socializing
- Tema 4. Companies
- Tema 5. Leadership
- Tema 6. Finance
- Tema 7. Logistics
- Tema 8. Recruitment

### 3. Metodologías docentes

Las metodologías docentes que se seguirán en esta asignatura son las siguientes :

- Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.
- Métodos de aplicación: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de procedimiento o basadas en principios para adquirir nuevos conocimientos. Los métodos de aplicación incluyen el método de demostración práctica, resolución de problemas y ejercicios, estudio de casos, diseño de proyectos, simulaciones, investigación guiada y trabajos de proyecto.
- Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones guiadas (foros), trabajo colaborativo y tutoría.
- Métodos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos y el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

### 4. Actividades formativas

ACTIVIDAD	HORAS	PRESENCIALIDAD
Lección magistral participativa	28	100%
Clases prácticas: Resolución de ejercicios	30	100%
Presentaciones orales y escritas	4	50%
Evaluación	4	100%
Tutorías	10	25%
Trabajo autónomo	74	0%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	

## 5. Evaluación

### 5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Sistema de Evaluación	Ponderación
Evaluación del Portfolio	60 %
<i>Resolución de problemas:</i>	30%
Se evaluarán los ejercicios y problemas que el profesor solicite a los alumnos que realicen	
<i>Otras actividades de evaluación continua</i>	10%
<i>Estudio de casos/diseño de proyectos:</i>	20 %
Se realizarán trabajos individuales y/o grupales relacionados con situaciones reales de la administración de la empresa que sean solicitados por el profesor.	
Sistema de Evaluación	Ponderación
Pruebas objetivas*	40 %
Evaluación de las pruebas	

**\*Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de portfolio y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5 sobre 10.**

La nota final se calculará utilizando la ponderación antes descrita, excepto en el caso de no superación de al menos uno de los dos apartados. En este último caso, la nota final será la nota más baja entre las actividades de evaluación continua y las pruebas objetivas.

Para las sanciones asociadas a la falta de honestidad académica se aplicará la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes. En particular, la utilización de contenido de autoría ajena al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. En caso de coincidencia superior al 15% -reproducir información de fuentes sin citarlas convenientemente-, la sanción será un suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. En caso de comportamiento reiterado, la penalización será un suspenso (0) en la asignatura y pérdida de la convocatoria en la que ha ocurrido la falta, además de la decisión que tome el comité disciplinario por ser falta muy grave. Asimismo, el uso

de medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

Para poder ser evaluado en convocatoria ordinaria no se podrá tener más de un 25% de faltas de asistencia.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán los mismos resultados de aprendizaje utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir solo las actividades evaluativas que no haya superado en convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de “Suspenso” o “No presentado”.

## 5.2. Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

La mención de “Matrícula de Honor” se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

En cada una de las actividades realizadas se medirá **la consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

## 6. Bibliografía

### Básica

Thomas Booth, T. B., Bowen, T., et al (2017). English for Everyone – Business English. DK Books.

Guffey and Du-Babcock (2008). Essentials of business communication. Cambridge University Press.

Wild, J. J., & Wild, K. L. (2021). International Business: The Challenges of Globalization. Pearson.

### Complementaria

Cotton, D., Falvey, D. and Kent, K. (2004). Market Leader / Business English, Longman

Guffey, M. E. & Seefer, C. M. (2011). Business English. Ohio: Cengage Learning.

Johnson, C. (2008). Intelligent Business. Pearson, Longman.

Hughes. J. & J. Naunton (2007). Business Results (Intermediate). Oxford University Press.

Hughes, J. Dummett, P. Stephenson, H. ; Cook R. Pedretti, M. Benn. C. (2019), Success with Business (B2) Vantage. Student's Book.

Lesiker, Flatley, and Rentz (2008). Business communication. Mc Graw Hill

MacKenzie, I. English for Business Studies, Cambridge University Press 3 ed.

Mascull, B. (2018) Business Vocabulary in Use: Intermediate, 3rd Edition Cambridge University Press

Parkinson, D., Noble, J. Oxford Business English Dictionary. Oxford University Press

Sweeney, S. (2003). English for Business Communication. Cambridge: Cambridge University Press.



**unie\***  
Universidad  
[universidadunie.com](http://universidadunie.com)

**EAE** Business  
School  
Madrid  
[eaemadrid.com](http://eaemadrid.com)