



HAL
open science

Diseño y elaboración de un programa en EFE: el caso de la asignatura Español de negocios en Lenguas Extranjeras Aplicadas (LEA)

Dalila Chine-Lehmann, David Abraham Macias Barres, Allison Taillot

► To cite this version:

Dalila Chine-Lehmann, David Abraham Macias Barres, Allison Taillot. Diseño y elaboración de un programa en EFE: el caso de la asignatura Español de negocios en Lenguas Extranjeras Aplicadas (LEA). Crisol, 2018, Nuevas perspectivas e investigaciones en la enseñanza del español para uso profesional, 1. hal-01802006

HAL Id: hal-01802006

<https://hal.science/hal-01802006>

Submitted on 28 May 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA EN EFE: EL CASO DE LA ASIGNATURA *ESPAÑOL DE NEGOCIOS* EN LENGUAS EXTRANJERAS APLICADAS (LEA)

DALILA CHINE LEHMANN*, **DAVID MACIAS BARRES****, **ALLISON TAILLOT***

dlehmann@u-paris10.fr, davidmaciasb@gmail.com, allison.taillot@wanadoo.fr

**UNIVERSIDAD PARÍS NANTERRE, **UNIVERSIDAD JEAN MOULIN - LYON 3*

Introducción

1. La formación en *Lenguas Extranjeras Aplicadas* (LEA) de la Universidad París Nanterre se caracteriza por ser profesionalizante y multilingüe, con múltiples combinaciones de idiomas. En el plan de estudios de la licenciatura (3 años), existen tres bloques de igual importancia. Dos bloques son de lengua –lengua A y lengua B– y el tercero es de materias de aplicación –derecho, economía, informática y mercadotecnia–. Por ende, la formación lingüística que se imparte en el departamento de LEA reclama no sólo el manejo de las competencias relativas a la lengua oral y escrita –competencia gramatical, sociolingüística, por mencionar algunas de ellas– sino también el manejo de las habilidades sociales –persuasión, capacidad de comunicación– y profesionales –argumentación, capacidad de síntesis–. Por lo tanto, el papel del docente es doble y complejo tanto más cuanto que este, por lo general, maneja la lengua meta pero no forzosamente el área profesional en el que va a desarrollarse el aprendiz ni el uso de la lengua meta en este contexto. Por consiguiente es necesario para el docente informarse y formarse para poder informar y formar al aprendiz. En el presente estudio, vamos a exponer las distintas fases de la elaboración de la asignatura *Español de negocios* que se da en el departamento de LEA de la Universidad París Nanterre y en la que intervienen docentes con distintos perfiles. En primer lugar, veremos las modalidades de concepción del programa y en segundo lugar las competencias exigidas a nivel profesional y lin-

güístico. Por último, presentaremos el tipo de evaluación escogido y los criterios determinados para evaluar dichas competencias.

Concepción del programa

2. En Nanterre, la asignatura *Español de negocios* forma parte de la especialidad¹ (o *parcours* en francés) *Negocios y empresa* y se imparte en segundo y tercer año de la carrera. Por consiguiente, se considera que va dirigida a aprendices cuyo nivel corresponde, en segundo año, al nivel intermedio B2 del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas, *i.e.* a estudiantes capaces de “relacionarse con hablantes nativos con grado suficiente de fluidez y naturalidad”, capaces de “entender las ideas principales de textos complejos [...] incluso de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización²” y deseosos de profundizar en un campo más específico del español. A la hora de elaborar el programa de los dos años de la asignatura, el factor más determinante resultó ser la heterogeneidad de los perfiles de los docentes encargados de impartirla. Por carecer de experiencia directa en el mundo de la empresa, la mayoría se enfrentó a un reto: formarse para poder formar a los aprendices de segundo año. La primera etapa consistió entonces en consultar distintos manuales especializados y relacionados con el ámbito laboral y en seleccionar los más adecuados³. Ante la profusión de temas y actividades posibles, fue necesario identificar las nociones elementales que se deben transmitir en un curso de introducción al *Español de negocios* para entonces poder determinar los grandes ejes del programa de segundo año. Por una parte, se adaptaron al nivel de lengua de los aprendices. Por otra parte, se privilegiaron las competencias

1 La titulación LEA en la Universidad París Nanterre propone tres especialidades: (1) Negocios y empresa, (2) Turismo y (3) Prensa, media y comunicación.

2 CONSEJO DE EUROPA, INSTITUTO CERVANTES, *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*, Madrid, MEC-ANAYA, 2002. Consultado el 12 de mayo de 2017. [En línea] http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf.

3 M. González, F. Martín, *Socios 1. Curso de español orientado al mundo del trabajo*, Barcelona, Difusión, 2007; J. Corpas, L. Martínez, *Socios 2. Curso de español orientado al mundo del trabajo*, Barcelona, Difusión, 2008.

transversales que se podían aplicar en distintos ámbitos tales como el análisis de una oferta de trabajo, la elaboración de un *currículum vitae* o la preparación de una entrevista de trabajo. Para seleccionar y organizar el conjunto de actividades orientadas a un proceso de búsqueda de empleo, se impuso como tarea final oral *asistir a una entrevista de trabajo*⁴, en la cual el docente era el entrevistador y el estudiante el entrevistado. Para esta simulación, los aprendices tenían que venir preparados y acudir no sólo con los documentos necesarios (una carta de presentación y su *currículum*) sino también con la vestimenta que tal situación requiere.

3. Algunos miembros del equipo, en cambio, habían trabajado en distintas empresas –departamento de marketing, servicio de importación/exportación–, habían podido familiarizarse con los distintos documentos y operaciones vinculados al estudio de mercado, a las ofertas comerciales o al transporte internacional y pudieron determinar de manera más espontánea las nociones y competencias adecuadas para un nivel más avanzado. Pero surgió entonces otro reto: la necesidad de armonizar los contenidos del segundo y del tercer año para evitar las repeticiones y asegurar una coherencia entre los dos años de la formación. El programa que se había establecido para el segundo año les proporcionó a los responsables de la asignatura en tercer año un punto de partida –la entrevista de trabajo– y un marco conceptivo –respecto de la cronología–, lo que se adecuaba además a una exigencia común, *i.e.* las competencias estudiadas en segundo año no se volverían a estudiar en tercer año, debían ser conocimientos ya adquiridos que sólo se reactivarían y reforzarían. En tercer año, se puso el acento en las actividades y los documentos relacionados con las distintas funciones dentro de la empresa. Se identificaron nueve temas: el correo comercial, el proceso de cita/invitación/reserva, las ofertas, las solicitudes, los pedidos, los transportes, las reclamaciones, el proceso de cobros/pagos y los informes comerciales. Para la tarea final, se escogió la producción de mensajes comerciales de diferentes contenidos partiendo de

4 Las competencias desarrolladas para dicha entrevista son aplicables a otro tipo de candidaturas, por ejemplo para un intercambio interuniversitario (opcional en la carrera) o incluso para una práctica (obligatoria para obtener la licenciatura de LEA).

un único escrito profesional conciso. Se trata, por ende, de un ejercicio más completo y complejo ya que combina las competencias interpretativas y productivas del aprendiz.

4. El diseño de estos dos programas, distintos y complementarios a la vez, y la ejecución de esta formación pensada y elaborada como un conjunto se articularon así en torno a una prioridad, *i.e.* la necesidad para todos los miembros del equipo pedagógico implicados en la especialidad *Español de negocios* de trabajar en sinergia. Para conseguir tal fin, se ha adoptado un enfoque metodológico ecléctico que permita asociar elementos procedentes de diferentes métodos de enseñanza.

Competencias y progresión de la formación

5. Esta asignatura se articula alrededor de una metodología basada en el desarrollo de competencias o *Competency-based Methodology*⁵. Así, se han fijado tanto competencias lingüísticas en un entorno profesional determinado como competencias profesionales necesarias para desenvolverse en dicho entorno profesional. Las competencias lingüísticas corresponden a las “funciones” –o *fonctions*– y abarcan lo que el aprendiz tiene que ser capaz de realizar utilizando el idioma extranjero (*cf.* cuadros 1 y 2 en documentos anexos). Se relacionan tanto con la competencia gramatical, *i.e.* con el manejo de las reglas gramaticales que le permitirán al aprendiz expresarse de manera correcta oralmente o por escrito, como con la competencia sociolingüística que le permitirá adaptar su discurso en función de su interlocutor⁶.
6. Para ilustrarlo podemos citar el tema “La oferta de trabajo” enseñado en segundo año. A este se le asocian no sólo competen-

5 U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION, *Competency-Based Learning or Personalized Learning*, 2017. Consultado el 12 de mayo de 2017. [En línea] <https://www.ed.gov/oii-news/competency-based-learning-or-personalized-learning>

6 Por ejemplo: (1) en función de si se trata de un latinoamericano o un español, tratarlo de *usted* o de *tú*; (2) utilizar los modalizadores del discurso para parecer menos o más asertivo, etc.

cias profesionales sino también competencias lingüísticas como lo vemos en la siguiente tabla:

Tabla 1:
Oferta de trabajo: Competencias profesionales y lingüísticas

Competencias profesionales	Competencias lingüísticas
Leer y entender una oferta de trabajo indicando las distintas partes que la componen. Redactar una oferta de trabajo respetando el formato de esta.	Utilizar la forma impersonal, el futuro del indicativo, la forma pasiva y la nominalización

7. Para favorecer el desarrollo de estas competencias, se han organizado los módulos⁷ en tareas sucesivas y de dificultad creciente. El enfoque *comunicativo*, que se utilizó en las fases introductorias para las actividades preliminares -introducción al mundo laboral en segundo año y presentación de la organización de un correo comercial en tercer año-, ha sido sustituido por el enfoque *orientado a la acción*, es decir, por un método “basado en las necesidades y circunstancias concretas con problemas que solucionar por medio del idioma, así como en un acercamiento intercultural⁸”.

8. Además se ha procurado adoptar el método directo o «natural» otorgando una absoluta prioridad a la lengua oral y propugnando la enseñanza en la lengua meta⁹. Se aplican las estrategias del aprendizaje activo a través de clases y actividades participativas e interactivas. Sin embargo, los intercambios no siempre se pueden realizar en la lengua meta y se recurre al uso puntual de la lengua materna de los aprendices -el francés- para explicar

7 Módulo de 12 horas en segundo año y de 12 horas en tercer año en 2016-2017.

8 INSTITUTO CERVANTES, « 2.1. Un enfoque orientado a la acción », *Marco Común Europeo de Referencia*, 2017. Consultado el 12 de mayo 2017. [En línea] http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cap_02.htm

9 INSTITUTO CERVANTES, « Método directo », *Diccionario de términos clave de ELE*, 2017. Consultado el 12 de mayo 2017. [En línea] http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodo_directo.htm.

nociones demasiado abstractas o complejas. Este enfoque metodológico supone el uso de un material auténtico, destinado a hispanohablantes y por consiguiente no pedagogizado. Tanto en segundo como en tercer año, se han utilizado manuales de comercio y economía¹⁰, ficheros audio y vídeos producidos por empresas y centros especializados -ADsourcing, entrevistadetrabajo.org- y se ha incitado a los aprendices a utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) tales como el correo electrónico, las redes sociales, las diapositivas Powerpoint y las hojas de cálculo Excel.

9. El carácter cronológico del programa establecido para los dos años de la formación y el empleo de un método por competencias ha exigido de los docentes definir de manera precisa la competencia *macro*. Es decir, la competencia que se le exige al aprendiz al finalizar el curso y que se evalúa a través de las tareas finales: la entrevista (de trabajo) en segundo año y la producción de cuatro mensajes comerciales distintos en tercer año. A partir de dichas competencias, se han fijado las competencias *micro* y el número de tareas a las que éstas dan lugar. Esta secuenciación debe asegurar el aprendizaje progresivo y continuo del contenido del programa por el aprendiz y su entrenamiento sistemático. A medida que avanza el curso, la tarea inicial va englobando otras y se torna cada vez más compleja hasta volverse la tarea final. A modo de ejemplo, en segundo año, la entrevista de trabajo final se realiza a partir del análisis de una oferta de trabajo inédita y se acompaña de la producción de un *currículum vitae* y de una carta de presentación/solicitud, es decir, de tareas en las que se han formado en clase y fuera de ella los aprendices. La definición de estas competencias *micro* facilita la identificación de otras -las lingüísticas y las profesionales- a las que se aludió más arriba. También le permite al docente identificar los marcadores¹¹ de adquisición de estas competencias.

10 Véase en Bibliografía.

11 Entendemos por marcadores los “indicadores” visibles y medibles que permiten evaluar el progreso del aprendiz en su proceso de aprendizaje.

Evaluación

10. Para evaluar las distintas competencias, se han considerado varios criterios. Primero, el aprendiz debe tener un nivel de competencia profesional y lingüística en español dentro del ámbito de los negocios y de la empresa, tanto en la expresión/comprensión oral como en la expresión/comprensión escrita. Por otra parte, según las cuatro habilidades lingüísticas básicas definidas por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas –escuchar, leer, hablar y escribir–, los contenidos teóricos exigidos para un nivel de segundo año incluyen las estructuras sintácticas y el léxico correspondientes al nivel intermedio B2, así como los contenidos comunicativos, económicos y comerciales que cubren todas las actividades de la empresa. Para el tercer año, se exige un nivel B2 consolidado y hasta próximo al C1, *i.e.* pensado para aprendices capaces de “comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia, así como reconocer en ellos sentidos implícitos [,] expresarse de forma fluida y espontánea sin muestras muy evidentes de esfuerzo para encontrar la expresión adecuada [,] hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines sociales, académicos y profesionales [,] producir textos claros, bien estructurados y detallados sobre temas de cierta complejidad, mostrando un uso correcto de los mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto¹²”. En cuanto a las capacidades comunicativas en las que se centra el programa, se exige no sólo el manejo del lenguaje técnico-comercial, sino también el desarrollo de las competencias compensatorias tales como la expresión de ideas claras, la organización del pensamiento, la interpretación y la producción de mensajes de diferentes contenidos. Al ser el estudiante el futuro empleado de una empresa, y consecuentemente un futuro *agente social*¹³, debe demostrar que es

12 CONSEJO EUROPEO, INSTITUTO CERVANTES *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*, 2002. Consultado el 12 de mayo de 2017. [En línea] http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf.

13 El alumno como *agente social*, que ha de conocer los elementos que constituyen el sistema de la lengua y ser capaz de desenvolverse en las situaciones habituales de comunicación que se dan en la interacción social”. INSTITUTO CERVANTES, « Objetivos generales. Introducción », *Plan curricular*, 2017. Consultado el 12 de mayo de 2017. [En línea]

capaz de producir una comunicación correcta destinada al ámbito laboral.

11. En este sentido, en cuanto al tipo de evaluación, se ha escogido la *evaluación directa*¹⁴. Esta evaluación está limitada a la expresión oral, la expresión escrita y la comprensión oral en interacción. Para los dos años, se ha aplicado una evaluación doble –escrita/ oral– a través de dos pruebas –intermedia a mitad de semestre y final a finales de semestre– (cf. cuadros 3 y 4).
12. Para los estudiantes de segundo año, la prueba intermedia es un examen escrito en el que se requiere el dominio del vocabulario del mundo empresarial, la presentación de los distintos departamentos de una empresa, el conocimiento de las relaciones laborales, de la estructura de una oferta de trabajo, la redacción formal de un *currículum vitae* (historial académico y experiencias profesionales). La prueba final es la entrevista de la que se habló antes. Considerada una “actuación adecuada en una situación auténtica¹⁵” y relacionada con el mundo de los negocios –el enfoque general está centrado en la acción–, exige del estudiante que proporcione los documentos obligatorios y explique el motivo por el cual su candidatura puede ser interesante para la empresa. Los estudiantes de tercer año, en la primera evaluación directa, a mitad del semestre, deben presentar una empresa, usar las normas idiomáticas para alabar un producto y/o servicio, así como ser capaces de presentar la estrategia marketing de una empresa produciendo distintos documentos –catálogo o folleto técnico con las características de los productos–, proponiendo descuentos, promociones, condiciones de entrega y pago. En la evaluación escrita final, como se explicó más arriba, los estudiantes tienen que producir una serie de cuatro cartas escritas comerciales partiendo de un supuesto o un escrito profesional conciso. Las cartas

http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/niveles/01_objetivos_introduccion.htm.

- 14 “Es la evaluación que está haciendo el estudiante que se somete a examen”. CONSEJO EUROPEO, INSTITUTO CERVANTES, *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*, Madrid, MEC-ANAYA, 2002. Consultado el 12 de mayo de 2017. [En línea] http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf.

15 Ibidem.

que va a redactar el aprendiz tienen que ser el reflejo de la imagen de la empresa.

13. La valoración de las competencias se hace mediante una matriz de evaluación que consiste en evaluar al aprendiz según una lista de criterios. Cada criterio corresponde a una serie de puntos que van de 0 a 5, de 5 a 10, de 10 a 15 y de 15 a 20. Esta valoración global permite medir el avance de los conocimientos y pretende reducir la subjetividad para llegar a una evaluación consciente y relativa a otros criterios específicos. Esta organización se explica por la considerable presión de tiempo bajo la cual el docente tiene que realizar la evaluación oral. Por tener que evaluar a grupos de casi cuarenta estudiantes, sólo le puede dedicar a cada candidato una entrevista de cuatro minutos manejando una lista estrictamente determinada de criterios.
14. Entre estos criterios está una categoría *global* de tipo “expresión oral” o “interacción” a la que se asigna una calificación. El aprendiz tiene que proporcionar una muestra lingüística de forma hablada. En segundo año, durante la entrevista final, una serie de preguntas directas permite evaluar la capacidad de interacción del candidato y su grado de control lingüístico. Por ejemplo, se evalúa si es convincente y asertivo, si su dominio del idioma es bueno, si su lenguaje corporal refleja tranquilidad y soltura. En tercer año, en la mitad del semestre, los aprendices presentan en clase un proyecto en grupos con una duración máxima de veinte minutos con soportes gráficos y audiovisuales para mostrar los aspectos del ámbito económico-comercial y profesional que tienen lugar en español. Se valora el contenido comercial –definición del producto, necesidad del consumidor, definición del mercado, las estrategias para anteponerse a los competidores-, la claridad, la organización en la exposición y la (auto)corrección gramatical.
15. En cuanto a la expresión escrita, se averigua si el estudiante de segundo año ha presentado un currículum con una puesta en página o una presentación adecuada para un trabajo universitario y profesional. Se analiza si el *currículum* se adapta a la entrevista a la que se presenta el candidato. Para los estudiantes de tercer año, se evalúa el dominio de las técnicas de correspondencia -

estructura y terminología- y la autonomía en la redacción de éstas. No se considera la redacción de cartas como un todo unitario sino más bien como un proceso en el que se reutilizan las distintas competencias abordadas a lo largo del semestre¹⁶ y la prueba final permite en este sentido medir la capacidad de los aprendices de sintetizar e interpretar los distintos contenidos profesionales. La prueba intermedia representa el 50% de la calificación y la tarea final el 50%. El alumno debe movilizar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos, hacer una aplicación práctica de los mismos, similar a la que se realiza en el mundo empresarial y desarrollar las capacidades de autoaprendizaje.

Conclusión

16. La elaboración y puesta en marcha de un plan de estudios para *Español de negocios* en LEA es un proceso complejo y evolutivo. En este estudio se presenta un programa piloto que, pensamos, brindará a los aprendices los conocimientos suficientes sobre la organización empresarial. Estos conocimientos y competencias les permitirán desenvolverse en el mundo laboral y/o realizar estudios universitarios de posgrado relacionados con la empresa. Indudablemente, los objetivos definidos por el equipo docente, por precisos y complementarios que sean, tendrán que ser perfeccionados en función de las reacciones y de los resultados de los aprendices. Se deberán integrar otros parámetros como el tiempo de duración de cada clase, el número de aprendices y la heterogeneidad de los grupos. También habría que relacionar los conocimientos adquiridos en otras asignaturas (economía, derecho, marketing, etc.) con el contenido de *Español de negocios*. En fin, el diseño y la elaboración de este plan de estudio suponen tomar en cuenta las realidades comerciales y económicas, *i.e.* adaptar el contenido de la lengua de especialidad a un contexto laboral siempre cambiante.

16 “Se destacan las operaciones necesarias para la realización de los diferentes tipos de escritos”. ONIEVA MORALES, Juan Luis, *Curso básico de redacción: de la oración al párrafo*, Madrid, Editorial Verbum, 2006, p.11.

Bibliografía

BLANCO CANALES, Ana, VILLARRUBIA ZÚÑIGA, M^a Sol, *Negocios. Manual de español profesional*, Alcalá de Henares, Universidad de Alcalá, 2005.

CONSEJO EUROPEO, INSTITUTO CERVANTES, *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*, Madrid, MECD-ANAYA, 2002. Consultado el 12 de mayo de 2017. [En línea] http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf.

CORPAS, Jaime, MARTÍNEZ, Lola, *Socios 2. Curso de español orientado al mundo del trabajo*, Barcelona, Difusión, 2008.

GONZÁLEZ, Marisa, MARTÍN, Felipe, RODRIGO, Conchi, VERDIA, Elena, *Socios 1. Curso de español orientado al mundo del trabajo*, Barcelona, Difusión, 2007.

INSTITUTO CERVANTES, «Objetivos generales. Introducción», *Plan curricular*, 2017. Consultado el 12 de mayo de 2017. [En línea] http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/niveles/01_objetivos_introduccion.htm.

JUAN, Olga, DE PRADA, Marisa, ZARAGOZA, Ana, *Curso de español de los negocios. En equipo.es 2.*, Madrid, Edinumen, 2003.

MORENO FERNÁNDEZ, Francisco, *La comunicación escrita de la empresa*, Madrid, Arco Libros, 2000.

MORENO FERNÁNDEZ, Francisco, *La comunicación en las reuniones de trabajo*, Madrid, Arco Libros, 2005.

MORENO FERNÁNDEZ, Francisco, *Comunicaciones por teléfono*, Madrid, Arco Libros, 2002.

MORENO FERNÁNDEZ, Francisco, *Informes y proyectos en el mundo empresarial*, Madrid, Arco Libros, 2005.

D. CHINE, D. MACIAS BARRES, A. TAILLOT, « Diseño y elaboración de un programa... »

ONIEVA MORALES, Juan Luis, *Curso básico de redacción: de la oración al párrafo*, Madrid, Editorial Verbum, 2006.

PROST, Gisèle, NORIEGA FERNÁNDEZ, Alfredo, *Al día: curso superior de español para los negocios. Libro del alumno*, Madrid, SGEL, 2010.

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION, *Competency-Based Learning or Personalized Learning*, 2017. Consultado el 12 de mayo de 2017. [En línea] <https://www.ed.gov/oii-news/competency-based-learning-or-personalized-learning>

VON HOOFT COMAJUNCOSAS, Andreu (coord.), *Textos y discurso de especialidad: el español de los negocios*, Amsterdam, Editions Rodopi B.V., 2004.

Anexos

Cuadro 1: Funciones, competencias profesionales e idiomáticas, 2do año

UNIDAD	FUNCIONES	COMPETENCIAS PROFESIONALES	COMPETENCIAS IDIOMÁTICAS
SEGUNDO AÑO DE LEA			
Unidad 1	El mundo laboral	<ul style="list-style-type: none"> - Familiarizarse con la estructura y el funcionamiento de la empresa - Describir una empresa y su organización - Presentar a un compañero de trabajo y presentarse 	<ul style="list-style-type: none"> - Explicar cómo se organiza y cómo funciona la empresa utilizando el vocabulario necesario - Presentarse y presentar a alguien adaptándose al tipo de situación (formal e informal)
Unidad 2	La oferta de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Leer y entender una oferta de trabajo identificando las distintas partes que la componen - Redactar una oferta de trabajo respetando el formato de esta 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar la forma impersonal (se + verbo) - Utilizar la forma pasiva - Utilizar el Futuro del indicativo en estos contextos - Utilizar la nominalización con el fin de sintetizar
Unidad 3	El CV y la carta de presentación	<ul style="list-style-type: none"> - Redactar un currículum respetando la estructura dada en clase - Redactar una carta de presentación respetando la estructura dada en clase 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar el vocabulario necesario para la redacción del CV - Utilizar la puntuación correcta y requerida para estos contextos - Utilizar las frases idiomáticas (saludos, fórmulas de trato, etc.) requeridas para la redacción de un CV - Conjuguar los verbos a la primera persona del singular
Tarea 1	Presentaciones, CV y carta de presentación (escrito)	<ul style="list-style-type: none"> - Preparar los documentos necesarios para una entrevista de trabajo 	

Unidad 4	La entrevista de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistar a un candidato para un puesto de trabajo (ser el entrevistador) - Pasar una entrevista de trabajo (ser el entrevistado) conservando la actitud y postura necesarias 	<ul style="list-style-type: none"> - Darle consejos a un amigo para que pase exitosamente una entrevista de trabajo - Hacerle preguntas a un candidato
Tarea final	Entrevista de trabajo (oral)	<ul style="list-style-type: none"> - Acudir a una entrevista de trabajo con los documentos necesarios - Responder a las preguntas del entrevistador - Preparar los documentos adecuados - Comportarse de manera adecuada - Preparar las respuestas más adecuadas 	

Cuadro 2: Funciones, competencias profesionales e idiomáticas, 3er año

UNIDAD	FUNCIONES	COMPETENCIAS PROFESIONALES	COMPETENCIAS IDIOMÁTICAS
TERCER AÑO LEA			
Unidad 1	Actividad preliminar: la organización de un correo comercial	-La carta como reflejo de la imagen de la empresa -Características y normas de comunicación empresarial: -Conocer las reglas generales (cuerpo de la carta y forma)	-Saber estructurar la información (encabezamiento/ cuerpo/cierre y complementos) -Cuidar el aspecto de la carta y ofrecer un aspecto atrayente -Familiarizarse con una serie de documentos breves (fax, memorándum) -Tratamiento de usted -Normas mecanográficas
Unidad 2	Cita/ Invitaciones/ Reserva	-Concertar una cita -Pedir información -Agradecer, disculparse, felicitar -Confirmar una reserva, quejarse	-Elaborar diferentes tipos de comunicaciones breves -Redactar de un modo sencillo, escribir frases cortas -Sintaxis, signos de puntuación, abreviaturas
Unidad 3	Ofertas	-Potenciación de la imagen de la empresa -Anuncio de constitución de empresa -Ofrecer y alabar un producto destacando sus ventajas	-Uso de un vocabulario cortés, amplio y no repetitivo: cómo alabar, expresiones, glosario marketing/producto, análisis de mercado. -Exponer el motivo con orden y de manera clara

Unidad 4	Solicitudes	-Atender la petición del posible cliente -Solicitar catálogos, precios, muestras, presupuestos... -Respuestas a las solicitudes	-Redactar y organizar un catálogo -Redactar una lista de precios -Expresiones: solicitar algo, agradecer la solicitud, anunciar el envío de documentos.
Unidad 5	Pedidos	-Oferta de mercancías -Cursar un pedido/solicitar la prestación de un servicio -Responder a órdenes de pedido	-Expresiones: pedir las mercancías, definir las condiciones de entrega, proponer descuentos comerciales
Tarea 1	Estudio de caso: Presentar su empresa y alabar un producto o servicio (oral)	-Marketing Mix (Producto, Precio, Punto de venta (distribución), Promoción = 4P) -Presentar la empresa (oferta de producto, responder a las necesidades del consumidor/blanco, definir el mercado, exponer las estrategias, diferenciarse de los competidores) -Integrar los aspectos socioeconómicos y culturales para entender las situaciones de comunicación	-Expresarse oralmente de una manera continua + contestar a las preguntas del cliente -Comprender y elaborar mensajes orales de especialidad (dentro del ámbito de los negocios y de la empresa) -Considerado como un futuro empleado de empresa, el alumno deberá tener un dominio y conocimiento del vocabulario comercial para responder a las exigencias del ámbito de trabajo.
Unidad 6	Transportes	-Condiciones de entrega, despacho de mercancías Anunciar el cumplimiento de un pedido/tratamiento de un encargo	-Terminología (Incoterms, Exportación) -Glosario <i>Transportes</i> español-francés

Cuadro 2 (bis): Funciones, Competencias profesionales e idiomáticas, 3er año

Unidad 7	Reclamaciones	-La calidad de servicio como elemento de competitividad de la empresa -Tratamiento de las anomalías producidas en la prestación del servicio -Asistencia posventa	-Hacer referencia al pedido que origina el reclamo -Explicar el problema -Manifestar expresiones de malestar y descontento -Pedir disculpas y proponer una solución -Redactar cartas argumentativas (respuestas a las reclamaciones, presentar disculpas, ofrecer soluciones, solicitar arreglos, etc.).
Unidad 8	Cobros/Pagos	-Finanzas -Anunciar el envío de pagos y facturas, reclamar pagos no atendidos, aconsejar. -Solicitud de prórroga de pago	-Anunciar el cumplimiento de un pago (envío de medios de pago y facturas) -Explicar incidencias en el tratamiento de un pago (problemas y retrasos) -Evitar malentendidos entre las empresas utilizando un lenguaje específico -Conocer la ortografía de los números
Unidad 9	Informes comerciales	-Redactar un informe -Solicitar datos sobre la solvencia de un cliente	-Producir comunicaciones escritas destinadas a los servicios internos de la empresa o organismos oficiales/Administración pública -Expresiones: informar, garantizar confidencialidad, ofrecerse a corresponder, etc.
Tarea final	Producción de cartas comerciales: redacción de 4 escritos comerciales partiendo de un supuesto o un escrito profesional conciso	-Interpretar y producir mensajes de diferentes contenidos	-Expresar ideas claras, organizar el pensamiento -Pasar del registro informal al formal para escribir sobre cualquier tema que requiera especialización -Vincular los conocimientos adquiridos en otras asignaturas y adaptarlos al español de los negocios

Cuadro 3: Matriz de evaluación, 2do año

Descripción: currículum vitae	Puntuación
El estudiante no ha presentado un currículum que respete las normas dadas en clase ni adaptado a la entrevista.	0 - 5
El estudiante ha presentado un currículum que no tiene una puesta en página ni una presentación de un trabajo universitario. Además, el currículum no se adapta totalmente a la entrevista de trabajo al que está aplicando. El CV tiene también errores (de gramática y de ortografía) que demuestran que él/ella no buscó las palabras en el diccionario.	5 - 10
El currículum se adapta a la entrevista. El estudiante ha presentado un CV con una puesta en página y una presentación buenas. Sin embargo, el currículum posee ciertos errores (de puesta en página o de lengua).	10 -15
El estudiante ha conseguido presentar un CV adecuado a la entrevista. No hay (o son muy pocos) los errores en él (ya sea de puesta en página, de contenido o de lengua).	15 - 20
Descripción: entrevista de trabajo	Puntuación
El estudiante no ha preparado su entrevista. Comete demasiados errores y no ha investigado nada ni sobre la empresa ni sobre los productos/servicios de esta.	0 - 5
El estudiante no suena convincente y parece poco seguro. Su lenguaje corporal tampoco es el adecuado. Se equivoca y es incapaz de corregirse sin la ayuda del profesor. El estudiante ha investigado un poco sobre la empresa y sus productos/servicios, por ende sus argumentos no son los suficientemente fuertes.	5 -10
El estudiante suena convincente y asertivo. Su lenguaje corporal es apropiado. A veces se equivoca, pero puede corregirse él mismo y reformular. El estudiante ha igualmente investigado sobre la empresa y sus productos/servicios. Así, él/ella puede justificar su candidatura.	10 - 15
El estudiante es convincente y asertivo. Su lenguaje corporal refleja tranquilidad y soltura. Su dominio del idioma es bastante bueno y comete pocos errores. El estudiante ha investigado sobre la empresa y sus productos/servicios. Así, él/ella puede justificar y convencer al entrevistador.	15 - 20

Cuadro 4: Matriz de evaluación, 3er año

Descripción: presentar su empresa y alabar los productos o servicios	Puntuación
El estudiante no ha preparado su presentación. Comete demasiados errores y no ha investigado nada ni sobre el mercado ni sobre la estrategia marketing. No alaba los productos ni destaca sus ventajas.	0 - 5
El estudiante no suena convincente y parece poco seguro. Su lenguaje corporal tampoco es el adecuado. Se equivoca y es incapaz de corregirse sin la ayuda del profesor. El estudiante ha investigado un poco sobre la empresa y su producto. Sus argumentos no son los suficientemente fuertes. La presentación de su folleto técnico y/o su estrategia no es adecuada.	5 - 10
El estudiante suena convincente y asertivo. Su lenguaje corporal es apropiado. A veces se equivoca, pero puede corregirse él mismo y reformular. El estudiante ha igualmente investigado sobre una empresa, sus productos y respeta los requisitos (folleto técnico, lista de precios, condiciones de entrega y pago).	10 - 15
El estudiante es convincente y asertivo. Su lenguaje corporal refleja tranquilidad y soltura. Su dominio del idioma es bastante bueno y comete pocos errores. El estudiante ha investigado sobre una empresa y su estrategia marketing. Justifica y convence al cliente.	15 - 20
Descripción: escribir cartas comerciales	Puntuación
El estudiante no ha presentado una carta que respete las normas dadas en clase ni que se adapte a las peticiones.	0 - 5
El estudiante ha presentado una carta que no tiene una puesta en página ni una presentación profesional. Además, la carta no se adapta totalmente al intercambio comercial. El trabajo tiene también errores (de gramática y de ortografía) que demuestran que él/ella no es capaz de producir una comunicación correctamente escrita destinada a los servicios de una empresa.	5 - 10
La carta se adapta al intercambio comercial. El estudiante ha presentado una carta con una puesta en página y una presentación buenas. Además, puede interpretar y producir algunos mensajes de diferentes contenidos. Sin embargo, la carta posee ciertos errores de lengua.	10 - 15
El estudiante ha conseguido presentar una carta adecuada a todo nivel. Demuestra que puede interpretar y producir mensajes de diferentes contenidos. Sabe expresar ideas claras y organizar su pensamiento. Usa un registro formal y profesional para escribir sobre cualquier tema. No hay (o son muy pocos) los errores en la carta (ya sea de puesta en página, de contenido o de lengua).	15 - 20