



DEPARTMENT OF LANGUAGES & CULTURE STUDIES (LACS)

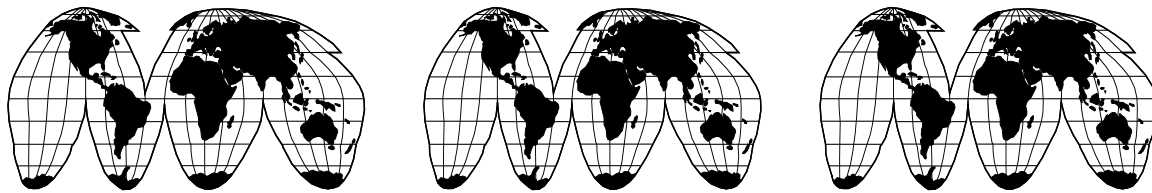
College of Liberal Arts and Sciences

LACS address: COED 427, 9201 University City Boulevard, Charlotte, NC 28223-0001

LACS Phone Number: 704-687-8754

LACS Web Address: <http://languages.uncc.edu>

Language Resource Center (LRC): <http://lrc.uncc.edu>



SPAN/LTAM 5121 (001): ADVANCED BUSINESS SPANISH II

Created by MSDoyle 12/18/19



Professor: Dr. Michael Scott Doyle (<http://clas-pages.uncc.edu/michael-scott-doyle/>)

Semester: Spring 2020

Location: COED 434

Meeting times: TR, 1:00-2:15

Office Hours: TR 2:30-3:30 and by appointment

Office: COED 424B

E-mail: msdoyle@uncc.edu

NOTICE TO THE PROSPECTIVE STUDENT. This syllabus contains the policies and expectations I have established for SPAN/LTAM 5121, **Advanced Business Spanish II**. Please review the entire syllabus carefully before continuing in this course, which will require a considerable commitment to excellence on your part. The clearly outlined policies and expectations are intended to foster a productive learning atmosphere for all students enrolled and to provide the parameters for individual responsibility and conduct during the course. You should expect that if your conduct during class disrupts the learning atmosphere, you will not be permitted to participate further. You are expected to have a positive attitude in the class. This will count significantly toward your participation grade.

DESCRIPTION. **Advanced Business Spanish II** is one of two required Advanced Business Spanish courses that constitute the content core for the **CERTIFICATE IN BUSINESS SPANISH (CBS)**. These two upper-division Business Spanish courses (SPAN/LTAM 5120 and SPAN/LTAM 5121) **are not sequential and may be taken in any order.** Neither course requires a background in business.

NOTE: *In order to be awarded the CBS, each of the five courses that counts toward the CBS must be completed with at least a grade of B (3.0 on a 4.0 scale). For more information, please see https://catalog.uncc.edu/preview_program.php?catoid=22&poid=5200&returnto=1608. You should declare for the Certificate BEFORE you apply for graduation. You can do this by registering for the CBS officially with Bridget Stipicevic, Administrative Support Associate in the Department of Languages and Culture Studies (LCS). All it takes is your name and student ID number!*

Advanced Business Spanish II is a course in Spanish for the Professions and Specific Purposes (SPSP) that seeks to enhance your ability to function effectively in an increasingly important commercial language throughout the United States and abroad. The course and core text book, *Éxito comercial* (7th edition), are based on a proven tripartite theoretical and pedagogical model for Business Language Studies, whose principal components are: **business content + cultural context + geographic setting (regional studies: the Spanish-speaking countries)**. **Business ethics and leadership with integrity** will constitute a combined overall framework for the course, and you are expected to develop and show leadership while this class is in session.

El *Diccionario de la lengua española* define el liderazgo o liderato como la «condición de líder, persona a la que un grupo sigue, reconociéndola como jefe u orientadora». [S]e relaciona con los siguientes atributos: ver más que los otros, abrir caminos, comprometerse con una idea, soñar, tener una visión, valorar y facilitar la innovación, entender lo que puede ser, crear oportunidades, realizar, empujar y guiar a otros, inspirar, atreverse, dar el ejemplo, ser seguido, hacer, transformar, demostrar integridad y respeto. (*Éxito comercial*, pp. 5-6)

The course and core text book constitute a descriptive (not theoretical) approach to business with a clear developmental sequencing of the functional business areas. As such, in the words of Dr. Jorge Valdivieso (professor emeritus, American Graduate School of International Management, “Thunderbird”), «es una clase de español para negocios, no de negocios en español». (For theoretical explanations and clarification of any functional areas of business, please consult with your business faculty. They are the business content experts!)

COURSE OBJECTIVES

The course is designed to provide you with a **broad foundation in the vocabulary and discourse used in Spanish** when dealing with goods and services; marketing (advertising and logistics); finance; foreign market entry (into Spanish-speaking countries); and import-export. The business context focuses on the roles of leaders and managers who must rely on knowledge, analysis, critical thinking, problem solving, and clear communication in their decision making and actions taken. The course will develop your geographic literacy and cultural understanding of the Spanish-speaking world, as these are central to being able to do business successfully in Spanish. To be conducted primarily in Spanish, with a communicative goal of further developing the four foundational language skills—speaking, listening comprehension, reading, and writing—the course will also include translating and interpreting activities, language skills frequently used in the world of international business and of special importance for managers and leaders who must be able to communicate effectively and make well-informed decisions. The course also requires that you visualize, develop, and demonstrate your leadership potential; that you take an inventory of your leadership strengths and weaknesses; and that you reflect on how to improve your leadership skills in order to better position yourself for future managerial and leadership opportunities in the world’s multilingual and multi-cultural environment.

LEARNING OUTCOMES

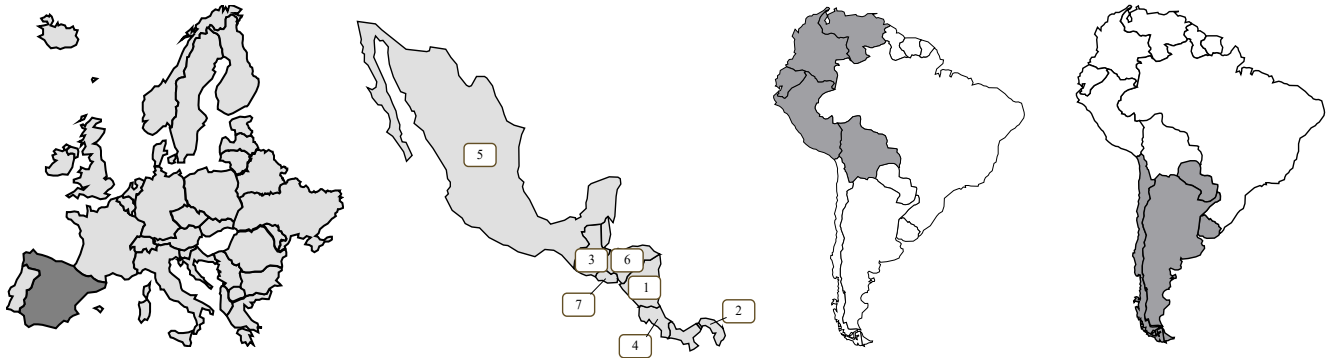
By the end of this course, students will be able to:

- Use specific business-related terminology and phraseology in Spanish when dealing with goods and services; marketing (advertising and logistics); finance; foreign market entry (into Spanish-speaking countries); and import-export.
- Gain awareness of the geographic, economic and business realities of Spanish-speaking countries
- Gain awareness of cultural considerations in doing business with Spanish-speaking counties and communities.
- Discuss, engage in, and present on a variety of business-related topics in a variety of communicative settings related to the content above.
- Further develop six communicative skills related to the business content above: speaking, listening comprehension, reading, writing, translating, and interpreting.
- Write correct and effective business correspondence.
- Do individual research and write a substantive research paper in Spanish on an economic or business-related topic, or do a substantive translation of an economic or business-related text.
- Discuss leadership-with-integrity in business, and reflect on their own leadership development.
- Better understand how fundamental business is in their lives and how being able to do business in Spanish can be a job or career asset.

COURSE RELEVANCE

Fair questions to ask are: **Why and how is this course in advanced business Spanish relevant to me and my career path? How can I benefit from taking this class?** Spanish is the second most spoken native language in the world, and the third overall (counting first and second language users). The United States is now the second largest Spanish-speaking country, in

terms of persons of Hispanic origin, after Mexico and ahead of Spain, Colombia, Argentina, etc. Spanish is a *very* useful language to know in the Americas and Europe. All of us—students, faculty, communities, agencies, companies, countries—live in a world of business, from management to human resources, banking, marketing, and finance, to how we make money and what we do with it, and how we budget for today and plan for the future (retirement one day?) in financial terms. Business is also a central part of culture: what is the language of business, how is business conducted and by whom, what is it that is bought and sold, and where? This course is highly relevant for these reasons and because «el mundo de los negocios es el mundo en el que vivimos». It is important to understand the world of business—in which ethical leadership is at a premium—because it is a major part of our lives and how the world works, whether in the private or public sector. **I consider this to be one of the most important Spanish courses that you will take!**



Observation on Culture and Intercultural Communication: The development of intercultural communicative competence for business purposes means that an individual is able to draw on his or her knowledge of business (concepts, language, and practices) and culture (from geographic literacy to high “C” and low “c” culture), and apply this knowledge effectively in communicative situations. High “C” culture refers to the primary historical figures, events, institutions, and artistic achievements by which a nation identifies itself, whereas low “c” culture refers to the social values and norms that underlie and shape everyday interaction and conduct within a given society, e.g., how people actually live and work when they are not in a classroom, museum, etc. Both of these dimensions of culture are important for those who conduct business or otherwise interact with Spanish speaking countries and communities (“Chistes de Eugenio”:

<https://www.youtube.com/watch?v=lAwzWoDOyho>). Ever since its first edition in 1991, *Éxito comercial*, the core text book that we will be using, has factored into its pedagogical design what has become known as the five C’s of foreign language education—Communication, Cultures, Connections, Comparisons, and Communities—before these were articulated per se as national standards for foreign language learning in 1996 by the American Council on the Teaching of Foreign Languages, the American Association of Teachers of Spanish and Portuguese, and its sister organizations (the American Association of Teachers of French and the American Association of Teachers of German). For the National Standards on Foreign Language Education and more on the topic of Culture, please visit <http://www.actfl.org/node/192>.

GUIDELINES. *As in the real world of business, you are expected to be punctual and to come to each class very well prepared and with a positive attitude toward being in the class (which is the equivalent of being at work).* Well prepared means you are alert, focused, and engaged in the class. I take roll at the beginning of each class, not after the class has begun. **If you are late and I have already taken roll, you are absent.** If parking is an issue, and it often is, then you must adjust accordingly and make plans to arrive on campus earlier. **Parking is not a valid excuse for arriving late to class!**

Your active, voluntary, and positive e-attitude participation is required—no credit for simply showing up and warming a seat!

- Active participation means that you:
 - **Speak Spanish** once you enter the classroom
 - Make **positive, thoughtful, and relevant contributions** to the class
 - **Volunteer** to answer and ask questions, rather than wait to be called on
 - **Lead** and **involve fellow students** in classroom discussions and activities; this is part of your own leadership development

More than three (3) unexcused absences will result in your final grade (evaluation of job performance) being lowered automatically by five points (half a letter grade) for each absence thereafter. In other words, keep track of your absences, check on these with your professor, and DO NOT MISS MORE THAN THREE CLASSES DURING THE SEMESTER (including those formally accommodated by the University)! Should extenuating circumstances require you to miss a class beyond the limit of three, you are expected to provide me well in advance with a formal justification or send an email (also well in advance). My being informed after the fact is generally unacceptable. Excepting formally excused classes by the University (see, for example, religious obligations in accordance with [University Policy #409: Religious Accommodation for Students](#)), no late work will be accepted and there will be no make-up quizzes or exams. There is absolutely no make-up work for extra credit. If the observation of religious holidays conflicts with your class attendance, please provide me with the Request for Religious Observances form by the end of the drop/add period

(<https://legal.uncc.edu/policies/up-409> and <https://legal.uncc.edu/sites/legal.uncc.edu/files/media/UP409-ReligiousAccommodationForStudents.pdf>). Certain categories of absences may be excused with a Verification of Absence of the Dean of Students Office (<https://sass.uncc.edu/services/absence-verification>).

As in the real world of business, a meeting begins **ON TIME**, a contract is due **ON** the due date, and a 10:00 flight will not wait just for you if you arrive at 10:15! Also, **PLEASE, NO EATING, DRINKING, "MÓVILES," OR OTHER INAPPROPRIATE AND UNPROFESSIONAL DISTRACTIONS IN CLASS**—you would not do so in a formal professional meeting or during a job interview (I hope!). **Such distractions will lower your participation grade.** All cell phones **must be turned off** during the class to avoid a grade penalty. Laptop computers may be used only to facilitate in-class work. **Using them in class repeatedly for extracurricular purposes will lower your participation grade.** Laptops can create barriers between students in small discussion groups. Please close laptops unless their use is otherwise approved.

NOTE. The University has enacted “The UNC Charlotte Code of Student Academic Integrity,” presented in the “University Regulation of Student Conduct” section of the *UNC Charlotte Catalog*. Cheating, plagiarism, fabrication and falsification are expressly forbidden, i.e., one may not intentionally or knowingly present the work of another as his or her own, and one may not invent or alter facts or information for use in any academic exercise. If you are using the ideas and words of another person, you *must* credit the source. Be especially careful when using internet sources—I will check these! All students are required to read and abide by the “Code of Student Academic Integrity.” Any violation of this Code will result in disciplinary action as provided in the Code. **THIS IS SERIOUS BUSINESS WITH VERY SERIOUS CONSEQUENCES!** You may access the Code and related information online at The Code of Student Academic Integrity at <http://legal.uncc.edu/policies/up-407> and The Code of Student Responsibility at <http://legal.uncc.edu/policies/up-406>.

LEARNING DISABILITIES. UNC Charlotte is committed to access to education. If you have a disability and need academic accommodations, please send me your accommodation letter as early as possible. You are encouraged to meet with the professor to discuss the accommodations outlined in your letter. For more information on accommodations, **YOU** must contact the Office of Disability Services at 704-687-0040 (Fretwell 230). Students in the course seeking accommodations for disabilities must first consult with the Office of Disability Services and follow the instructions of that office for obtaining accommodations: <https://ds.uncc.edu/students>.

INCIDENTS OF SEXUAL HARASSMENT, SEXUAL ASSAULT, DATING VIOLENCE, DOMESTIC VIOLENCE, OR STALKING. UNC Charlotte is committed to providing an environment free of all forms of discrimination and sexual harassment, including sexual assault, domestic violence, dating violence, and stalking. If you (or someone you know) has experienced or experiences any of these incidents, know that you are not alone. UNC Charlotte has staff members trained to support you in navigating campus life, accessing health and counseling services, providing academic and housing accommodations, helping with legal protective orders, and more.

Please be aware that many UNC Charlotte employees, including all faculty members, are considered Responsible Employees who are required to relay any information or reports of sexual misconduct they receive to the Title IX Coordinator. This means that if you tell me about a situation involving sexual harassment, sexual assault, dating violence, domestic violence, or stalking, I must report the information to the Title IX Coordinator. Although I have to report the situation, you will still have options about how your case will be handled, including whether or not you wish to pursue a formal complaint. Our goal is to make sure you are aware of the range of options available to you and have access to the resources you need.

If you wish to speak to someone confidentially, you can contact any of the following on-campus resources, who are not required to report the incident to the Title IX Coordinator: (1) University Counseling Center (counselingcenter.uncc.edu, 7-0311); (2) Student Health Center (studenthealth.uncc.edu, 7-7400); or (3) Center for Wellness Promotion (wellness.uncc.edu, 7-7407). Additional information about your options is also available at titleix.uncc.edu under the “Students” tab.

GRADE DISTRIBUTION

Active Oral Participation.....	5%	
Homework Assignments.....	10%	
**12 Bus. Letters	10%	(see due dates below)
Oral Presentation.....	10%	
*Quizzes (including pop quizzes)...	10%	(Jan 9, Jan 16, Jan 28, Feb 11, March 31, April 9)
***Midterm Examination.....	15%	(Feb 27)
****Term paper.....	15%	(Due no later than noon on May 4; 10-12 pages; DRAFT due on April 8; see additional information at end of syllabus)
Job Interview (20 minutes).....	10%	(Scheduled for Monday, April 27; times TBD)
Final Examination.....	15%	(Thursday, May 7, 8:00-10:30 in COED 168)

GRADING SCALE

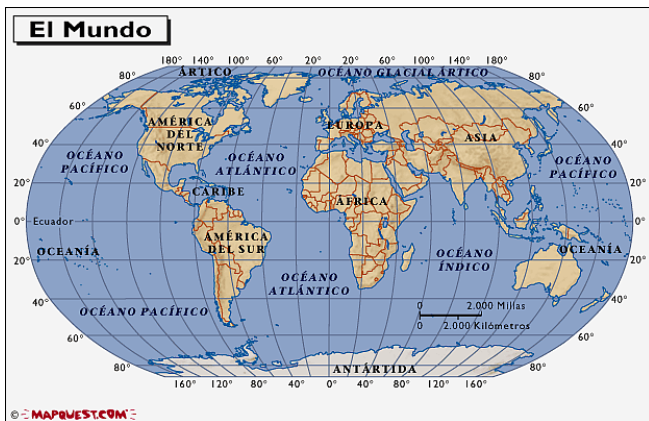
A = 90-100 (Commendable)
B = 80-89 (Satisfactory)
C = 70-80 (Marginal)
U = Below 70

BUSINESS LETTER DUE DATES	ASSIGNMENTS
Enero 28	Ch. 8 of SW (Student Workbook), #s 1 and 2, p. 132
February 13	Ch. 9 of SW, #s 1 and 2, p. 147
Febrero 25	Ch. 10 of SW, #s 1 and 2, p. 163
March 24	Ch. 11 of SW, #s 1 and 2, p. 180
April 14	Ch. 12 of SW, #s 1 and 2, p. 197
April 21	Ch. 13 of SW, #s 1 and 2, pp. 210 and 211

NOTE. For the first class meeting, you must **COMPLETE AND TURN IN** the “Hoja informativa estudiantil” on p. 20 of this syllabus so that I can familiarize myself with your background and learning interests in taking this class.

- Prior to the end of each class, homework assignments will be clarified for the next class (this allows for flexibility and variety). Written homework to be submitted will either be indicated in Canvas (the daily syllabus) or announced and reinforced in class with “**Entregar...**”
 - Instructor reserves the right to revise this syllabus as deemed necessary.
- Students will work together in teams and make group or panel presentations on the countries covered during the semester (see example of possible format at the end of this syllabus).
- Dates for formally scheduled quizzes are indicated in the syllabus with a single *, business letters with a double **, and the Midterm Examination with a triple ***. **DO NOT MISS THESE DATES!**

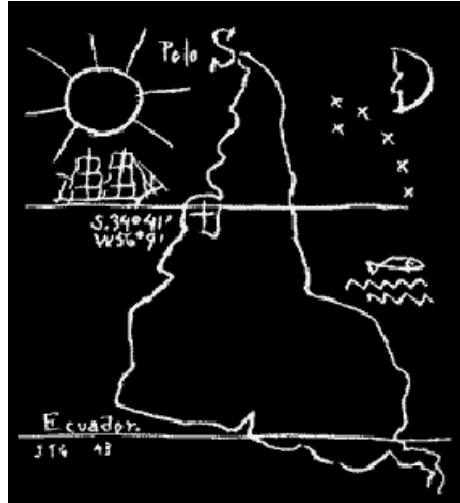
“You learn to do what you do” (Dr. Kenneth Chastain, Professor Emeritus, UVa). If you want to be able to use Spanish effectively on the job or in a business situation, if you want to develop your ability to use Spanish at a professional level, with appropriate grammar and a broad business and professional vocabulary, and if you want to be able to use it with confidence... then you must make the investment in constant practice and rehearsal in the context of high standards and expectations.



At 11:28 a.m., Charlotte time, on 12/11/19 there were 7,616,684,535 people in the world and 330,124,033 in the United States (<http://www.census.gov/popclock/>). World population continues to increase at a rate of about one billion people every 15 years.

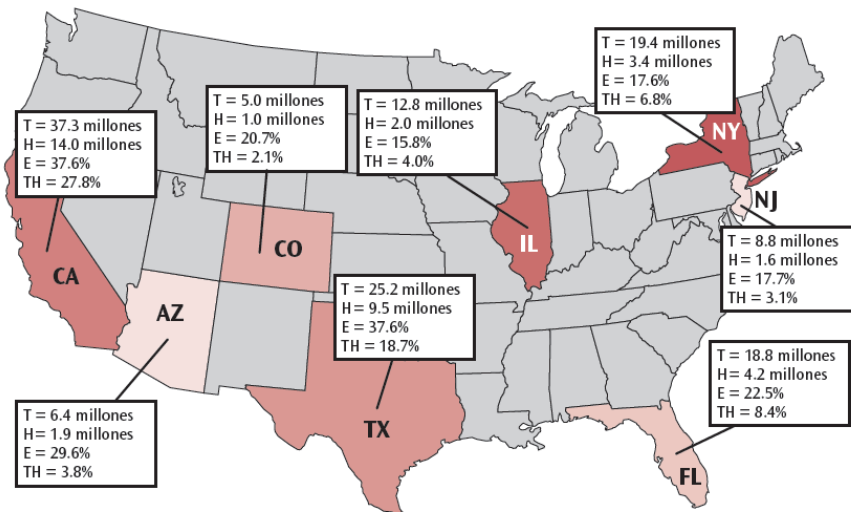
There are 196-241 countries in the world (<http://geography.about.com/cs/countries/a/numbercountries.htm> and <http://www.wisegeek.com/how-many-countries-are-there-in-the-world.htm>)





Above, in black and white, the famous illustration of South America by Uruguayan modernist Joaquín Torres-García, often called the *Upside-down Map* (1943). This may have been one of the first of these kinds of maps. This illustration became a centerpiece in the **history of Latin American efforts at reclaiming themselves in a world vision.**

Figura 14-1 Los ocho estados con mayor población hispana de los EUA en 2010*† (Mapa de M.S. Doyle)



NOTA: Población nacional de los EUA: 308.8 millones (2010); Población hispana de los EUA: 50.5 millones (16.3%)

* Fuente: U.S. Census Bureau, 2010
† Números redondeados

T = población total del estado
H = población hispana del estado
E = hispanos norteamericanos como porcentaje de la población total del estado
TH = porcentaje de la población hispana total de los EUA

© Cengage Learning

FINAL EXAMINATION: THURSDAY, MAY 7, 11:00-1:30 P.M. IN COED 434. DATE AND TIME ARE NON-NEGOTIABLE UNLESS OFFICIALLY MODIFIED BY THE UNIVERSITY. DO NOT MISS THIS EXAM. DO NOT MAKE PREMATURE TRAVEL PLANS.

TEXTS :

1. **Exito comercial: Prácticas administrativas y contextos culturales** (EC) by Doyle and Fryer. Cengage Learning, 2019, 7th edition. **REQUIRED.** Please use the **online MINDTAP edition.**
2. **Exito comercial: Student Workbook** (SW) by Doyle and Fryer. Cengage Learning, 2019, 7th edition. This is included in the **online MINDTAP edition.**

How to Register for Your SPAN/LTAM 5121 (section 001) Spring 2020 Course

1. Go to GetEnrolled.com
2. Enter this Course Key: MTPP4DRN1TK2
3. Follow the on-screen instructions to complete your *MindTap* registration

The online **MINDTAP** edition provides exercises to help you develop and confirm your geographic literacy (*GeoReconocimiento*), flashcards to help you master the business vocabulary, information on work and career possibilities (*Posibilidades profesionales*), self-graded quizzes you can take to help confirm your understanding of the business and cultural content covered in each chapter (*Preguntas comerciales* and *Preguntas culturales*), and grammar review tutorials and podcasts. I encourage you to use **MINDTAP** throughout this semester's learning. It will aid in your learning and mastery of the material.

USEFUL RESOURCES

1. For Spanish vocabulary definitions, orthographic and grammatical clarifications, and conventional use of punctuation, etc., I highly recommend the online *Diccionario de la lengua española* (<http://www.rae.es/>) and the *Diccionario panhispánico de dudas* (<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/dpd>).
2. For contextual English-Spanish translations, I highly recommend the online *Linguee*, “la combinación única de un diccionario y un buscador con el cual puede acceder a más de 100 millones de traducciones realizadas por personas y buscar equivalencias para palabras y expresiones en otro idioma” (<http://www.linguee.es/>).
3. For English-Spanish translations, I also recommend the *WordReference.com* online *Spanish-English Dictionary* (<http://www.wordreference.com/es/translation.asp>), which offers three useful dictionaries (*WordReference Spanish Dictionary*, *Diccionario Espasa Concise* [*Espasa Concise English-Spanish dictionary*], and the *Collins Spanish Dictionary - Complete and Unabridged*), a [Spanish verb conjugator](#) and some very [active forums](#) where contextual translations are discussed and proposed.

PLAN DE ESTUDIOS

Semana 1

Enero 9

PRIMERA PRUEBA: CONFIRMACIÓN DE QUE HA LEÍDO ESTE PLAN DE ESTUDIOS.

Lo que se indica para cada reunión de clase a continuación es lo que el estudiante preparará de antemano para cubrir en clase ese día. Si no se ha anunciado como tal en Canvas o en clase, no habrá tarea escrita para entregar ese día. **NOTA: Será la responsabilidad de cada estudiante aprender de memoria todo el vocabulario que se presenta al principio y al final de cada capítulo.**

CÓMO USAR Y OPTIMIZAR LA NUEVA EDICIÓN EN LÍNEA CON MINDTAP:

<https://ng.cengage.com/static/nb/ui/evo/index.html?snapshotId=908211&id=354443187&eISBN=9781337554985>

How to Register for Your SPAN/LTAM 5121 (section 001) Spring 2020 Course

1. Go to [GetEnrolled.com](https://www.getenrolled.com)
2. Enter this Course Key: MTPP4DRN1TK2
3. Follow the on-screen instructions to complete your *MindTap* registration

Empezar el repaso de países hispanoparlantes: Nombre oficial, gentilicio, capital y unidad monetaria

- Repartir hojas de repaso: Mapas (completar la información requerida: nombre oficial, gentilicio, capital y unidad monetaria)
 - EC, Figura 1-3 (p. 13) y Figura 1-4 (p. 14)
 - Vea también EC la Tabla 2-3, págs. 52-53
 - GeoReconocimiento (países, capitales, gentilicios y divisas) y Posibilidades Profesionales (MINDTAP, Chapter 1)

Véase también el Apéndice 3, “Los números y sistemas de pesos, medidas y temperatura,” pág. 463.

Semana 2

Enero 14

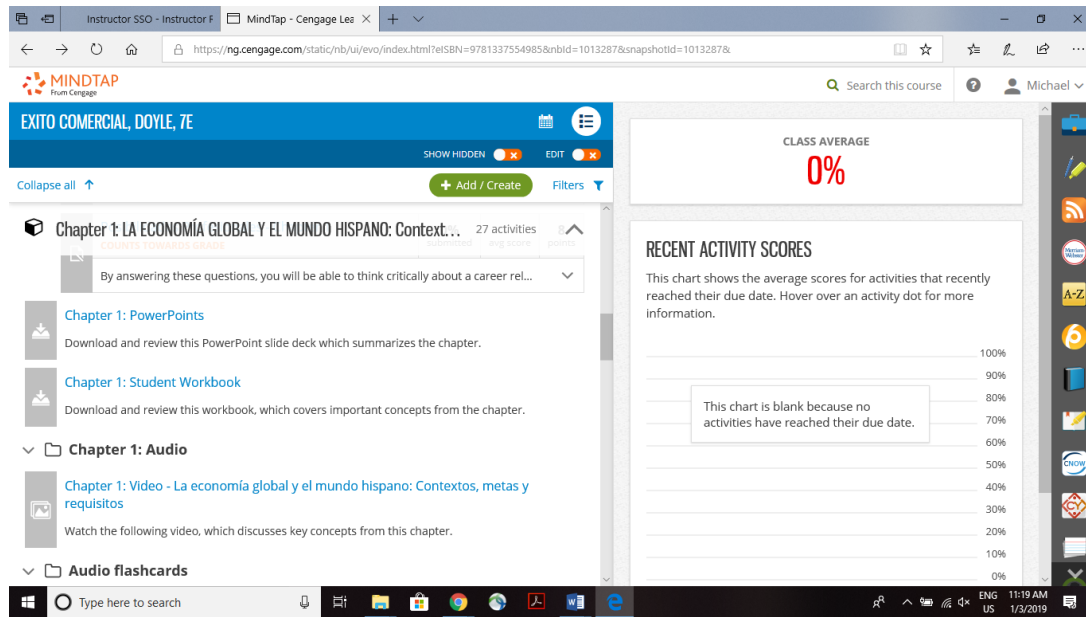
CONTINUAR CON CÓMO USAR Y OPTIMIZAR LA NUEVA EDICIÓN EN LÍNEA CON MINDTAP:

<https://ng.cengage.com/static/nb/ui/evo/index.html?snapshotId=908211&id=354443187&cISBN=9781337554985>

Continuar el repaso de países, capitales, gentilicio y divisas.

Asignación de las primeras presentaciones orales el 2 de febrero: Perú y Bolivia.

Cap. 1, Introducción a la carta comercial, de CC (cuaderno), EC págs. 1-24 y **MINDTAP**.



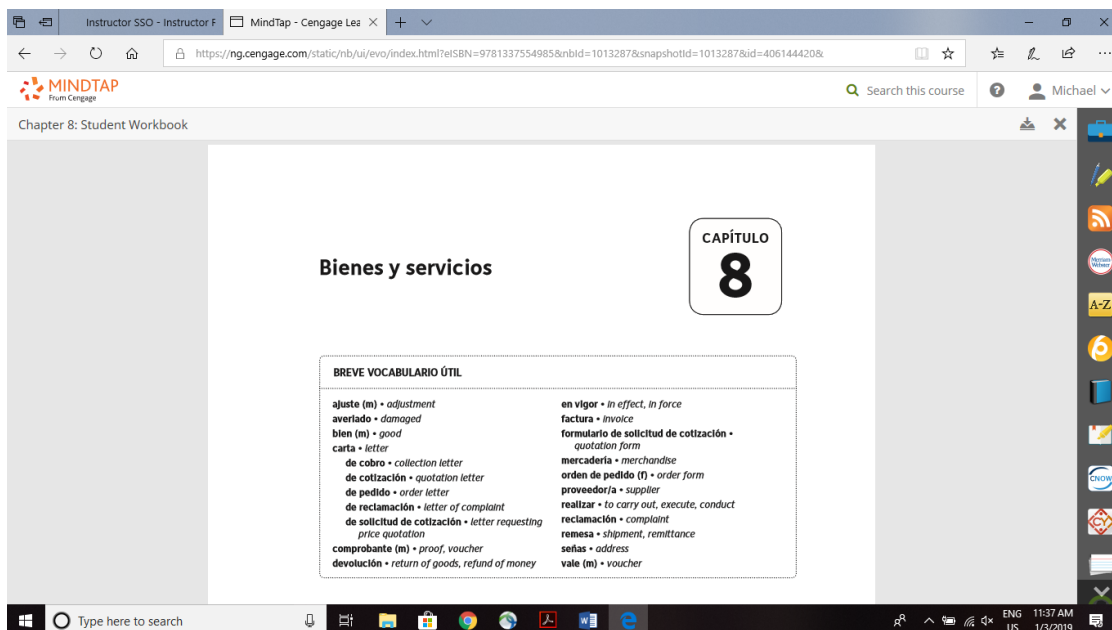
Enero 16* **Prueba sobre países, capitales, gentilicio y divisas.** Empezar Cap. 8 de EC, Bienes y servicios, EC págs. 241-255 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales. Escuchar en casa la 8ª conversación telefónica (**MINDTAP**).

Semana 3

- 21 Cap. 8 de EC, Bienes y servicios, págs. 256-276 (Vista panorámica, actualidad política y económica—**Colombia y Ecuador**—y lectura cultural). Preguntas culturales (**MINDTAP**).
- 23 Cap. 8 de EC, Bienes y servicios, págs. 276-285 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del Video 8 (**MINDTAP**): Ej. 8-9, pp. 278-280, discutir en clase respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y otro fin que se imagina para el guión de Video 8.

Semana 4

28* **Prueba sobre Cap. 8.** Luego, Cap. 8 de SW (Student Workbook), Bienes y servicios, págs. 123-136. (**MINDTAP**)



Enero 30 Empezar Cap. 9 de EC, Marketing I: Mercados y publicidad, 286-297 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales. Escuchar en casa la 9ª conversación telefónica (MINDTAP).

Semana 5

Febrero 4 Cap. 9 de EC, Marketing I: Mercados y publicidad, 298-314 (Vista panorámica, actualidad política y económica, y lectura cultural). Preguntas culturales (MINDTAP). Presentaciones orales estudiantiles sobre **Perú y Bolivia** (estas presentaciones orales estudiantiles se harán en equipos de 2-3 estudiantes—véase posible formato hacia el final de este plan de estudios).

6 Cap. 9 de EC, Marketing I: Mercados y publicidad, 314-321 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del Video 9 (MINDTAP): Ej. 9-9, pp. 316-317, discutir en clase las respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y otro fin que se imagina para el guión de Video 9.

Semana 6

11* **Prueba sobre Cap. 9.** Luego, Cap. 9 de SW (Student Workbook), Marketing I: Mercados y publicidad, págs. 137-152. (MINDTAP)

13** **Entregar cartas comerciales.** Luego, empezar Cap. 10 de EC, Marketing II: Compraventa, transporte y almacenaje, 322-334 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales. Escuchar en casa la 10ª conversación telefónica (MINDTAP).

Semana 7

18 Cap. 10 de EC, Marketing II: Compraventa, transporte y almacenaje, 335-346 (Vista panorámica, actualidad política y económica, y lectura cultural). Preguntas culturales (MINDTAP). Presentación oral estudiantil sobre **Chile** (en equipos de 2-3 estudiantes—véase un ejemplo de formato recomendado al final de este plan de estudios). Video *Cómo es Chile* o *Doing Business in Chile*, seguido por discusión general.

20 Cap. 10 de EC, Marketing II: Compraventa, transporte y almacenaje, 346-357 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del Video 10 (MINDTAP): Ej. 10-9, pp. 349-350, discutir en clase las respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y otro fin que se imagina para el guión de Video 10.

Semana 8

25 **Entregar cartas comerciales.** Cap. 10 de SW (Student Workbook), Marketing II: Compraventa, transporte y almacenaje, págs. 153-170. (MINDTAP)

27*** **EXAMEN PARCIAL SOBRE CAPÍTULO 8-10 DE EC Y SW.**

Semana 9

Marzo 3 **DESCANSO DE PRIMAVERA – NO HAY CLASE.**

5 **DESCANSO DE PRIMAVERA – NO HAY CLASE.**

Semana 10

10 Cap. 11 de EC, Las finanzas, 358-371 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales. Escuchar en casa la 11ª conversación telefónica (MINDTAP).

12 Cap. 11 de EC, Las finanzas, 372-388 (Vista panorámica, actualidad política y económica, y lectura cultural). Preguntas culturales (MINDTAP). Presentaciones orales estudiantiles sobre **Paraguay y Uruguay** (en equipos de 2-3 estudiantes—véase un ejemplo de formato recomendado al final de este plan de estudios).

Semana 11

- Marzo 17 Cap. 11 de EC, Las finanzas, 388-396 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del Video 11 (MINDTAP): Ej. 11-9, pp. 390-391, discutir en clase respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y otro fin que se imagina para el guión de Video 11.
- 19* **Prueba** sobre Cap. 11. Luego, Cap. 11 de SW (Student Workbook), Finanzas, págs. 171-186. (MINDTAP)

Semana 12

- 24** **Entregar cartas comerciales.** Luego, empezar el Cap. 12 de EC, La entrada en el mercado internacional: Los países hispanoparlantes, 397-413 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales. Escuchar en casa la 12ª conversación telefónica (MINDTAP).
- 26 Cap. 12 de EC, La entrada en el mercado internacional, 414-432 (Vista panorámica, actualidad política y económica, y lectura cultural). Preguntas culturales (MINDTAP). Presentación oral estudiantil sobre **Argentina** (en equipos de 2-3 estudiantes—véase un ejemplo de formato recomendado al final de este plan de estudios). Luego, continuar con Cap. 12 de EC, La entrada en el mercado internacional, 433-442 (Síntesis comercial y cultural).

Semana 13

- 31* **Prueba** sobre Cap. 12. Luego, continuar con Cap. 12 de EC, La entrada en el mercado internacional, 433-442 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del Video 12 (MINDTAP): Ej. 12-9, pp. 436-437. Repasar el Apéndice 5, pp. 559-567.
- Abril 2 Cap. 13 de EC, La importación y la exportación, 443-458 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales. Escuchar en casa la 13ª conversación telefónica (MINDTAP).

Semana 14

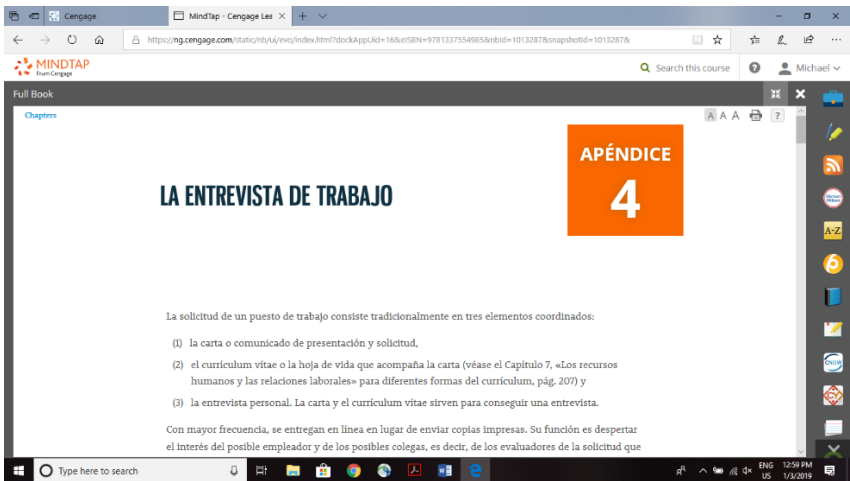
- 7 Cap. 13 de EC, La importación y la exportación, 459-475 (Vista panorámica, actualidad política y económica, y lectura cultural). Preguntas culturales (MINDTAP). Presentaciones orales sobre la **República Dominicana y Cuba** (en equipos de 2-3 estudiantes—véase un ejemplo de formato recomendado al final de este plan de estudios).
- 9* **Prueba sobre Cap. 13.** Cap.13 de EC, La importación y la exportación, 475-486 (Síntesis comercial y cultural).

Semana 15

- 14 **Entregar cartas comerciales.** Cap. 14 de EC, Las perspectivas para el futuro, 487-501 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales. Escuchar en casa la 14ª conversación telefónica (MINDTAP).
- 16 Cap. 14 de EC, Las perspectivas para el futuro, 502-523. Presentación oral sobre **Puerto Rico** (en equipos de 2-3 estudiantes—véase un ejemplo de formato recomendado al final de este plan de estudios). Preguntas culturales (MINDTAP).

Semana 16

- 21** **Entregar cartas comerciales.** La entrevista de trabajo: técnicas y práctica (Apéndice 4, págs. 553-558 y MINDTAP).



Abril 23 Continuar con la entrevista de trabajo: técnicas y práctica (Apéndice 4, págs. 553-558 y MINDTAP).

Semana 17

28 **ÚLTIMO DÍA DE CLASES.** Repaso para el examen final, el cual será el día **JUEVES, 7 DE MAYO, DE 11:00-1:30 P.M. EN COED 434.** Traiga a clase su computadora portátil para poder completar las encuestas y la evaluación en clase.



SAMPLE JOB INTERVIEW

Please create a job interview scenario (similar to the one below) for a company or organization that you currently work for or that you really would like to work for in the future so that you actually rehearse for that position. In a *Charlotte Observer* article titled “Spruce Up Your Job-Hunt Tools” (Sunday, Jan 10, 2010, 3D), Allison Doyle, a job search specialist, says that “this is one area where investing in a career coach may pay off...but if you can’t afford one, try to find a job group or service that conducts free mock interviews.” Aren’t you lucky this semester! TO HELP YOU PREPARE, STUDY THE ÉXITO DVD AND APÉNDICE 4 (pp. 553-558).

EXAMPLE (also, please check pp. 60-61 of *Éxito comercial* and sites such as the following for Spanish wording in real ads: www.bumeran.com o www.monster.es; and http://html.rincondelvago.com/entrevista-de-trabajo_2.html, <http://www.bing.com/videos/search?q=evaluaci%c3%b3n+de+la+entrevista+de+trabajo&qv=evaluaci%c3%b3n+de+la+entrevista+de+trabajo&FORM=VDRE#>):

Hypothetical: You are applying for the position of *Sales Director for Spanish-speaking Operations*, which includes Spain, Latin America, and the market segment of U.S. Hispanics as well. The company, OFITEC, INC. is located in Charlotte and is seeking a dynamic, university-educated, articulate, bilingually/biculturally competent individual to develop its sales potential in the Spanish-speaking Americas and Spain. Previous experience is desirable (you may make this up).

OFITEC, INC. manufactures and sells office equipment and computers, and has been very successful in the United States and Europe, particularly with its latest lines of laptop computers (incredible “bells and whistles” features and accessories), cell phones with internet and color TV features, and other high-tech innovations for the cutting edge professional and work place. Last year sales totaled \$622 million, up 10% from the previous year. OFITEC, INC. now wants to expand its market. The job will entail considerable travel.

You are scheduled for a bilingual screening interview with your professor, who will play the role of Senior Vice President of OFITEC, INC.

(NOTE: There have been over 75 applicants for the position and you have made it down to a select group of four candidates who are being considered further. You are strongly advised to rehearse and polish your interview technique prior to meeting with your professor. Please treat this as if it were a real-life situation—dress professionally, etc. You really want this job!)

EJEMPLOS DE PREGUNTAS

1. ¿Qué sabe usted de nuestra compañía y de nuestros productos (o servicios)?
2. ¿Por qué quiere trabajar para nuestra compañía?
3. ¿Qué preparación tiene para este puesto? (educación y experiencia)
4. ¿Cómo lo/la describiría un/a compañero/a de trabajo?
5. ¿Cuáles son sus puntos débiles?
6. ¿Cómo describiría usted a su jefe/a ideal? ¿Su propio estilo gerencial? ¿Se considera usted como un líder o un seguidor? Explique.
7. Favor de hacer una breve llamada telefónica al Sr. Miguel Matute (ejecutivo de Matute, S.A.) en Panamá para presentarse a nombre de nuestra compañía y para iniciar una venta de algunos de nuestros productos o servicios.
8. ¿Cuáles son sus metas profesionales? ¿Dónde se ve en tres, cinco, diez años? ¿Cómo piensa realizar sus metas?
9. ¿Por qué deberíamos contratarlo/la a usted y no a otra persona?
10. ¿Tiene usted alguna pregunta para nosotros?

EVALUACIÓN DE LA ENTREVISTA DE TRABAJO – ESPAÑOL 5120 Y 5121

ENTREVISTADO(A): _____ **FECHA:** _____

HAY QUE ENTREGAR ESTA HOJA AL HACER LA ENTREVISTA. SI NO SE ENTREGA, NO SE PUEDE HACER LA ENTREVISTA.

Autoevaluación de planificación estudiantil para la Entrevista de Trabajo (basada parcialmente en el Apéndice B del artículo de la Dra. Concepción Godev “A Procedure for Delivering Successful Oral Presentations in Conversation Classes,” Northeast Conference, *Review* 53, p. 36.

- 1. ¿Cuánto tiempo se preparó para esta entrevista? _____ horas
- 2. ¿Cuántas veces practicó o ensayó su entrevista? _____ veces
- 3. ¿Pidió que otra persona comentara sobre su técnica de entrevista? Sí No
- 4. ¿Se grabó en video (visualmente) o auralmente la entrevista mientras la ensayaba? Sí No
- 5. ¿Hizo un “role-play” para practicar sus respuestas a las posibles preguntas y comentarios? Sí No

EVALUACION DE LA ENTREVISTA DE TRABAJO						
(Leyenda: 4 = Supera los requerimientos; 3 = Satisface los requerimientos; 2 = Requiere capacitación o mejoramiento; 1= No satisface los requerimientos)						
Categoría	Puntos	A (=4)	B (=3)	C (=2)	D (=1)	Observaciones
Presentación profesional (atuendo, proyección natural y de confianza)	5					
Preparación	Conocimiento de la compañía	5				
	Conocimiento del puesto solicitado	5				
	Educación	5				
	Experiencia	5				
Comunicación	Mantenimiento de contacto de ojos con el/la entrevistador/a	5				
	Capacidad de escuchar bien	10				
	Pronunciación y claridad de expresión	20				
	Gramática oral	20				
	Vocabulario (registro profesional)	10				
Fluidez, soltura, desenvoltura en contestar las preguntas	10					
Motivación y entusiasmo	5					
Capacidad de trabajar en equipo	5					
Atributos para el puesto	5					
Capacidad de crecimiento profesional	5					
Capacidad de contribuir al éxito de la compañía	5					
TOTAL POSIBLE DE PUNTOS	125					
NOTA ASIGNADA (basada en 100 puntos)		A = 90-100, B = 80-89, C = 70-79, D = 60-69				
OBSERVACION: Puesto que se trata de una clase de lengua española a nivel avanzado, una evaluación baja en una categoría (e.g., la de Gramática Oral) o en un grupo de categorías (e.g., las de Pronunciación, Fluidez y Gramática Oral) puede resultar en una reducción de la nota general de la presentación (e.g., de una nota de una A a una B o C).						
Observaciones y recomendaciones:						
Simulated ACTFL-OPI Proficiency Rating:						

**EJEMPLO DE POSIBLE FORMATO BÁSICO PARA LA PRESENTACIÓN PROFESIONAL
SOBRE UN PAÍS HISPANO
(DURACIÓN MÁXIMA: 25 MINUTOS.
DISTRIBUIR EL TRABAJO EQUITATIVAMENTE ENTRE LOS PRESENTADORES.)**

- I. Introducción (1-2 minutos).
- II. Información general (8-10 minutos para resumir los datos más relevantes).
 - A. Nombre oficial del país, gentilicio, fiesta nacional.
 - B. Capital y otras ciudades y puertos principales.
 - C. Sistema de gobierno y jefe de gobierno/estado actual.
 - D. Area nacional en millas y en kilómetros cuadrados. Observaciones geográficas (topografía, clima, países vecinos, etc.).
 - E. Población actual (No. de habitantes), % de población urbana, promedio de edad.
 - F. Grupos étnicos y % de analfabetismo.
 - G. Moneda y tipo de cambio actual con el dólar (EUA); tasa media de inflación.
 - H. PIB, distribución de PIB (agricultura, industria, servicios) y PIB per cápita.
 - I. Principales industrias.
 - J. Principales productos y destinos (mercados) de exportación.
 - K. Principales productos de importación y proveedores. Balanza comercial.
 - L. Transporte (millas y kilómetros) de carreteras y % pavimentadas, vías férreas y aeropuertos. Mejor modo de viajar al país desde la ciudad donde Ud. vive. Modos de transporte durante la visita de negocios o la estancia.
 - M. Ejemplos de comidas y bebidas típicas, gestos típicos y cortesía (no repetir lo que han dicho otros).
- III. Aspectos o temas, socioeconómicos o de comercio, interesantes o problemáticos (8-10 minutos). Aquí se presenta información y ejemplos que no aparecen en el texto. ESTA PARTE ES MUY IMPORTANTE. DEBERÍA INCLUIR TEMAS QUE NO SE CUBREN EN EL TEXTO Y DATOS RELEVANTES ACTUALIZADOS. Tiene que relacionarse con temas económicos y de comercio.
- IV. Conclusión (1-2 minutos).

NOTA: La presentación (individual o como miembro de un equipo) debe hacerse a nivel profesional, como si se tratara de un informe oral hecho por asesores transculturales y de comercio internacional. Sus compañeros de clase representarán la empresa, la junta directiva, el departamento, la agencia, etc., que constituye el público que asiste a su presentación. Como tal, y como buen público, ellos harán varias preguntas al final de su presentación. Se recomienda hacer la presentación usando PowerPoint y preparar profesionalmente algunos materiales (hojas informativas, folletos, etc.) para repartir. Su presentación debe incluir un mínimo de 20 palabras de negocios que hemos estudiado este semestre.

***LA PRESENTACIÓN TAMBIÉN SE PUEDE HACER COMO UN PLAN DE NEGOCIOS O UN PANEL (UN GRUPO DE PERITOS SELECCIONADO PARA TRATAR EN PÚBLICO ALGÚN ASUNTO).**

OBSERVACIONES:

- La presentación debe ser interesante
 - Debe captar el interés del público
 - Debe ser el resultado de muy buena preparación (haberla ensayado)
- Hace falta dirigirse a su público
 - Hablar un poco más lenta y claramente que de costumbre, para frenar el efecto de los nervios
 - Mantener un buen contacto ojos con los presentes
 - No leer un texto—¡esto es pueril y aburre!
- Hace falta vestirse de manera profesional
- Se recomienda moverse un poco al hacer la presentación
 - Uno pasitos para allá, otros para acá, pero sin exagerar

PRESENTACION ORAL – ESPAÑOL 5120 Y 5121

PRESENTADOR(A): _____

FECHA: _____

HAY QUE ENTREGAR ESTA HOJA ANTES DE HACER LA PRESENTACIÓN. SI NO SE ENTREGA, NO SE PUEDE HACER LA PRESENTACIÓN.

Autoevaluación de planificación estudiantil para la Presentación Oral (basada en el Apéndice B del artículo de la Dra. Concepción Godev “A Procedure for Delivering Successful Oral Presentations in Conversation Classes,” Northeast Conference, *Review* 53, p. 36):

1. ¿Cuánto tiempo se preparó para esta presentación? _____ horas
2. ¿Cuántas veces practicó o ensayó su presentación? _____ veces
3. ¿Preparó Ud. un esquema antes de crear sus diapositivas de PowerPoint? Sí No
4. ¿Pidió que otra persona repasara y comentara sobre sus diapositivas de PowerPoint? Sí No
5. Al ensayar su presentación, ¿calculó precisamente el tiempo de duración? Sí No
6. ¿Ensayó su presentación delante de otras personas y recibió su reacción? Sí No
7. ¿Se grabó digitalmente mientras ensayaba la presentación? Sí No
8. ¿Pidió que alguien revisara las notas que preparó para distribuir a su público? Sí No
10. ¿Hizo un “role-play” para practicar sus respuestas a las posibles preguntas y comentarios del público? Sí No

EVALUACION DE LA PRESENTACION ORAL							
Categoría	Puntos	A	B	C	D	F	OBSERVACIONES
Presencia profesional (atuendo, proyección de confianza)	5						
Evidencia de preparación y de haber ensayado bien la presentación – mantenimiento de contacto visual	5						
Pronunciación	20						
Fluidez, soltura	20						
Ritmo y control de tiempo (<i> pacing </i>)	10						
Gramática oral	20						
Vocabulario (registro profesional)	15						
Organización y estructura	20						
CONTENIDO	50						
Ortografía y gramática de texto escrito	15						
Desenvoltura en la presentación y al contestar las preguntas del público	10						
Interés despertado y mantenido entre el público	5						
Información distribuida al público (handout)	15						
TOTAL POSIBLE DE PUNTOS	210						
NOTA ASIGNADA (basada en 100 puntos)		A = 90-100, B = 80-89, C = 70-79, D = 60-69, F = below 60					
OBSERVACION: Puesto que se trata de una clase de lengua española a nivel avanzado, una evaluación baja en una categoría (e.g., la de Gramática Oral) o en un grupo de categorías (e.g., las de Pronunciación, Fluidez y Gramática Oral) puede resultar en una reducción de la nota general de la presentación (e.g., de una nota de una A a una B o C).							
Comentarios y recomendaciones:							
Simulated ACTFL-OPI Proficiency Rating:							

PRESENTACION ORAL – ESPAÑOL 5120 Y 5121**PRESENTADOR(A):** _____**FECHA:** _____**HAY QUE ENTREGAR ESTA HOJA ANTES DE HACER LA PRESENTACIÓN. SI NO SE ENTREGA, NO SE PUEDE HACER LA PRESENTACIÓN.****Autoevaluación de planificación estudiantil para la Presentación Oral (basada en el Apéndice B del artículo de la Dra. Concepción Godev “A Procedure for Delivering Successful Oral Presentations in Conversation Classes,” Northeast Conference, *Review* 53, p. 36):**

1. ¿Cuánto tiempo se preparó para esta presentación? _____ horas
2. ¿Cuántas veces practicó o ensayó su presentación? _____ veces
3. ¿Preparó Ud. un esquema antes de crear sus diapositivas de PowerPoint? Sí No
4. ¿Pidió que otra persona repasara y comentara sobre sus diapositivas de PowerPoint? Sí No
5. Al ensayar su presentación, ¿calculó precisamente el tiempo de duración? Sí No
6. ¿Ensayó su presentación delante de otras personas y recibió su reacción? Sí No
7. ¿Se grabó digitalmente mientras ensayaba la presentación? Sí No
8. ¿Pidió que alguien revisara las notas que preparó para distribuir a su público? Sí No
10. ¿Hizo un “role-play” para practicar sus respuestas a las posibles preguntas y comentarios del público? Sí No

EVALUACION DE LA PRESENTACION ORAL

Categoría	Puntos	A	B	C	D	F	TOTAL DE PUNTOS RESTADOS
Presencia profesional (atuendo, proyección de confianza)	5						
Evidencia de preparación y de haber ensayado bien la presentación – mantenimiento de contacto visual	5						
Pronunciación	20						
Fluidez, soltura	20						
Ritmo y control de tiempo (<i>pacing</i>)	15						
Gramática oral	20						
Vocabulario (registro profesional)	15						
Organización y estructura	20						
CONTENIDO	50						
Ortografía y gramática de texto escrito	15						
Desenvoltura en la presentación y al contestar las preguntas del público	10						
Interés despertado y mantenido entre el público	5						
Información distribuida al público (handout)	15						
TOTAL POSIBLE DE PUNTOS	215						
NOTA ASIGNADA (basada en 100 puntos)		A = 90-100, B = 80-89, C = 70-79, D = 60-69, F = below 60					

OBSERVACION: Puesto que se trata de una clase de lengua española a nivel avanzado, una evaluación baja en una categoría (e.g., la de Gramática Oral) o en un grupo de categorías (e.g., las de Pronunciación, Fluidez y Gramática Oral) puede resultar en una reducción de la nota general de la presentación (e.g., de una nota de una A a una B o C).

Comentarios y recomendaciones:

Simulated ACTFL-OPI Proficiency Rating:

SPAN/LTAM 5121 – ADVANCED BUSINESS SPANISH II

PRESENTACIONES ESTUDIANTILES

PAIS	FECHA	ESTUDIANTE	ESTUDIANTE	ESTUDIANTE
Colombia	21 enero	EN CLASE – TODOS JUNTOS		
Ecuador	21 enero			
Perú	4 febrero			
Bolivia	4 febrero			
Chile	18 febrero			
Paraguay	12 marzo			
Uruguay	12 marzo			
Argentina	26 marzo			
República Dominicana	7 abril			
Cuba	7 abril			
Puerto Rico	16 abril			

HOJA INFORMATIVA ESTUDIANTIL
(Favor de completar en español el siguiente cuestionario)

1. Su nombre: _____
2. N° de teléfono: _____
3. Correo electrónico: _____
4. Año universitario: _____
5. Especialización(es) (major/s): _____
6. Último curso de español tomado antes de matricularse en esta clase:

7. Otros cursos de español avanzado ya tomados o que se están tomando este semestre (e.g., SPAN 3201, Gramática avanzada).

8. Previa experiencia directa con la lengua española y la cultura hispana:

9. Países hispanos visitados o en los que ha vivido: _____

10. Razón(es) por la(s) cual(es) se ha matriculado en esta clase:

11. Carrera o profesión (ejercida o anticipada): _____

12. Trabajo actual (lugar/empresa y tipo de trabajo): _____

Submit a 10-12 page term paper (see below) or translation (business topic: only for those in the Translation concentration of the Spanish M.A.): Due on or before April 29.

If you are in the TTS track of the M.A. in Spanish, I encourage you to do a professional translation (10-12 pages) of a document related to the business content covered during the semester. I encourage you to consider this option instead of the term paper. If you want to do a term paper instead, please see the information below.

If you are in the Latin American Studies M.A. program, I encourage you to work on a topic of interest and relevance to your area of studies. This cannot be a translation of a previously written research paper.

EL TRABAJO DE INVESTIGACION. Trabajo escrito con computadora, de 10-12 páginas, a doble espacio, siguiendo el formato del *MLA Handbook*. El no seguir al pie de la letra el formato del MLA resultará en una reducción de una nota entera (e.g., de A a B). (NOTA: X país se refiere a cualquier país hispanohablante.)

La nota se basará en gran medida en los siguientes elementos de tema y tratamiento: originalidad, profundidad, nivel y calidad de expresión, y **forma, formato y presentación (el MLA)**.

EJEMPLOS DE POSIBLES TEMAS:

- El impacto económico de la inmigración en España
- La actualidad socioeconómica de México (o X país): Retos y oportunidades
- La constitución legal de una empresa en España (o en X país)
- Los estilos administrativos de EUA y el mundo hispano: Semejanzas y diferencias
- La contaduría en EUA y México (o X país o el mundo hispano): Semejanzas y diferencias
- El contrato de arrendamiento en X país (o comparación entre dos países): Análisis de requisitos, vocabulario y estructura
- El Banco Central de X país: Historia y actualidad
- La economía del Caribe hispano: Puerto Rico, la República Dominicana y Cuba
- La economía de los países andinos: Análisis y resumen
- La economía de los países del Cono Sur: Análisis y resumen
- El mercado hispanoparlante de EUA: Composición, distribución y tamaño
- Los requisitos legales de la importación y la exportación en Perú (o X país o el TLCAN, MERCOSUR, etc.)
- La industria petrolera de México (o Venezuela): Historia, actualidad y porvenir
- La industria vinícola de España: De La Rioja a Harris Teeter (o Food Lion) en Charlotte (o en X ciudad)
- Símbolos nacionales de España y México (o X país o los países andinos o del Cono Sur): Explicación de la bandera y la unidad monetaria
- La cerveza mexicana en EUA: Mercado, marcas y sistemas de distribución
- La economía cubana en el año 2000: Recientes experimentos capitalistas
- El mejor café del mundo: De Colombia a Charlotte (o X ciudad)
- La segmentación del mercado hispanoamericano
- Guinea Ecuatorial: Realidad sociopolítica y económica de un país afrohispano
- El vino y el salmón: Dos productos chilenos con mercado norteamericano (mundial, etc.)
- La pesca y la acuicultura en la economía de Ecuador
- La situación socioeconómica de la mujer en Hispanoamérica (el Caribe, los países andinos, etc.)
- Cómo prepararse para la entrevista de trabajo en español
- La economía fronteriza de EUA y México: Actualidad y porvenir
- Las maquiladoras en México
- El Tratado de Libre Comercio de América del Norte
- MERCOSUR: Historia y porvenir
- El Pacto Andino: Historia y porvenir
- El Mercado Común Centroamericano: Historia y porvenir
- España en la Unión Europea: Retos y oportunidades
- La peseta y el euro: El cambio de la unidad monetaria española
- Los sindicatos laborales de España (o de X país o de América Latina)
- Cómo prepararse para hacer los negocios en X país (o en X región, e.g., los países andinos, etc.)

- **Prensa y televisión: Los anuncios de productos en X país**
- **El turismo en la economía mexicana (o en el Caribe hispano, Perú, Argentina, etc.)**
- **El ecoturismo en Costa Rica: Nueva fuente de ingresos internacionales**
- **Los parques nacionales de América del Sur: Fuentes de divisas extranjeras**
- **El impacto de la tecnología en la economía de X país (o de X región)**
- **E comercio electrónico en X país**
- **Las principales industrias de X país**
- **Cómo realizar una fusión de empresas en México (o en X país)**
- **Como conseguir y operar una franquicia en México (o en X país)**
- **El fútbol profesional como fuente de ingresos en España (o en X país)**