



DEPARTMENT OF LANGUAGES & CULTURE STUDIES (LACS)

College of Liberal Arts and Sciences

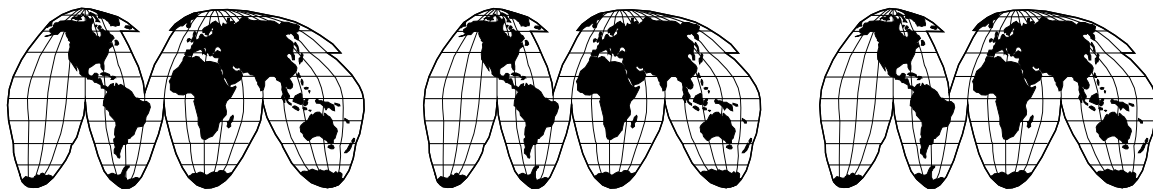
LACS address: COED 427, 9201 University City Boulevard, Charlotte, NC 28223-0001

LACS Phone Number: 704-687-8754

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

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

Moodle Support Center for Students: <https://helpdesk.uncc.edu>; 704-687-5500



SPAN/LTAM 4121-5121 (001): ADVANCED BUSINESS SPANISH II

Prerequisites: SPAN 3201, SPAN 3202, or SPAN 3203; and SPAN 3220; or permission of department.

(Those enrolled in SPAN/LTAM 5121 should refer also to the Graduate Student Addendum)

Created by MSDoyle 12/28/15



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

Semester: Spring 2016

Location: COED 168

Meeting times: MW, 2-3:15

Office Hours: MW 1-1:45 and 3:30-4:15, and by appointment

Office: COED 424B

E-mail: msdoyle@uncc.edu

Tel: 687-8754

NOTICE TO THE PROSPECTIVE STUDENT. This syllabus contains the policies and expectations I have established for **SPAN/LTAM 4121-5121: 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 in order to earn a grade of A. 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.

DESCRIPTION. **Advanced Business Spanish II** is one of two required Advanced Business Spanish courses which constitute the content core for the **CERTIFICATE IN BUSINESS SPANISH (CBS)**. These two upper-division Business Spanish courses (SPAN/LTAM 4120 or 5120 **and** SPAN/LTAM 4121 or 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://languages.uncc.edu/sites/languages.uncc.edu/files/media/Global_Visions_brochure.pdf. Also, **YOU** must complete and submit to Ms. Carol Hartley in the Department of Languages and Culture Studies (LACS) a Checklist for Completion of Requirements in order for the CBS to be processed, filed, and awarded to you*

(https://languages.uncc.edu/sites/languages.uncc.edu/files/media/Certificate_in_Business_Spanish_checklist.pdf).
 You should do this toward the end of the semester in which you are completing your course work for the CBS.

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* (6th 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 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)

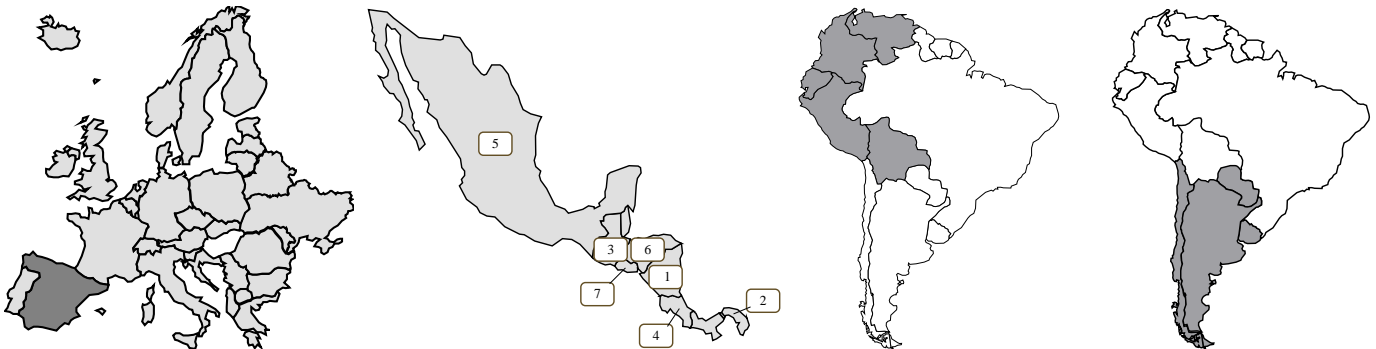
The course and core text book constitute a descriptive (not theoretical) approach to business with a clear developmental sequencing of the functional business areas. As such, in the words of Dr. Jorge Valdivieso (professor emeritus, American Graduate School of International Management, “Thunderbird”),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

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, 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.

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.



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=IAwzWoDOyho>). 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**.* Being well prepared means that you have done all of the reading and homework prior to class and that you are alert 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 and voluntary participation is required—no credit for simply showing up and warming a seat!

- Active participation means that you:
 - **Speak only Spanish** once you enter the classroom
 - Make **positive contributions** during every class session
 - **Volunteer** to answer and ask pertinent questions rather than simply waiting to be called on to do so
 - **Lead and involve fellow students** in classroom discussions and activities

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, 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 just before class or 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/sites/legal.uncc.edu/files/media/UP409-ReligiousAccommodationForStudents.pdf>).**

As in the real world of business, 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 NOTE, NO EATING, DRINKING, “móviles,” social chit-chat, or other inappropriate distractions once the class has begun—you would not do so in a formal professional meeting or during a job interview (I hope!). 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. Laptops can create barriers between students in small discussion groups. Please close laptops when engaged in face-to-face interaction.**

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. 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://legal.uncc.edu/legal---topics/classroom---policies---and---practices/suggested---standard---syllabus---policies#disability>.

GRADE DISTRIBUTION

Active Oral Participation.....	10%
Homework Assignments.....	10%
**Two Business Letters.....	10% (Feb 17, Mar 28)
Oral Presentation.....	10%
*Quizzes (including pop quizzes)...	15% (Jan 20, Feb 1, Feb 15, Mar 23, April 4, April 20)
***Midterm Examination.....	15% (Feb 29)

GRADING SCALE

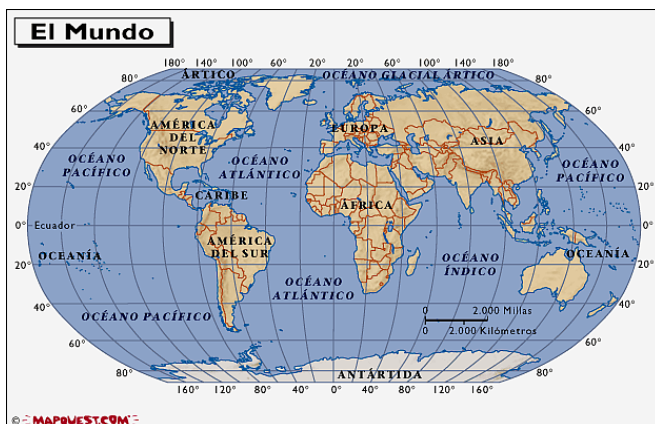
A = 90-100 POINTS
B = 80-89
C = 70-79
D = 60-69
F = BELOW 60

Job Interview (20 minutes)..... 10%
 Final Examination..... 20% (Monday, May 9, 2-4:30 in COED 168)

NOTE. For the first class meeting, please complete and turn in the “Hoja informativa estudiantil” attached to the end 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 confirmed for the next class (this allows for flexibility and variety). Written homework to be submitted will either be indicated in Moodle 2 or announced in class with “Entregar...”
 - Instructor reserves the right to revise this syllabus as deemed necessary.
- Students will work together in teams and make group presentations on Spanish-speaking countries covered during the semester (see and study 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!**
- Toward the end of the semester—see April 1, 6 and 10 dates—, there will be a 20-minute mock job interview in Spanish. This is the **ORAL COMPONENT OF YOUR FINAL EXAM** (based on Apéndice 4, pp. 557-562 of *Exito comercial*, 6th edition). You will be required to submit a job interview scenario for a company or organization that you currently work for or that you would like to work for so that you actually rehearse for a real or desired position.

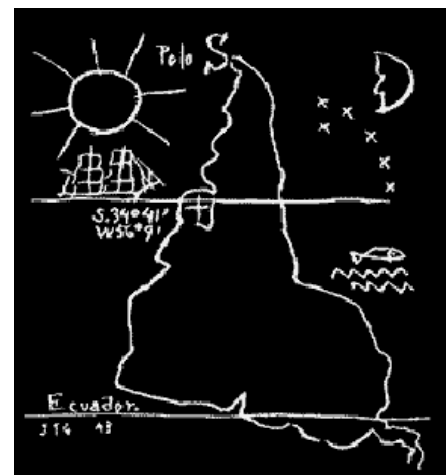
Past student reviews of the course over the years have unanimously indicated that it entails a considerable amount of work. The reason for this is that “you learn to do what you do” (Dr. Kenneth Chastain, Professor Emeritus, UVA). If you want to be able to use Spanish effectively on the job or in a business situation, if you want to develop your ability to use Spanish at a professional level, with correct grammar and a broad business 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. You take away what you put in!



At 9:55 p.m., Charlotte time, on 12/28/15 there were 7,295,122,385 people in the world and 322,738,934 in the United States (<http://www.census.gov/popclock/>). World population continues to increase at a rate of about one billion people very 15 years.

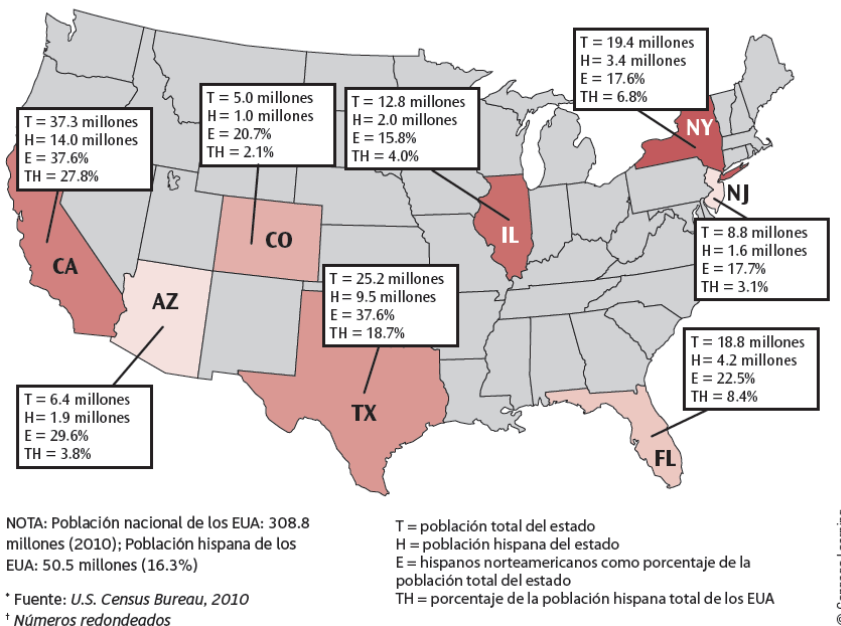
There are 193-250 countries in the world, including Taiwan and Vatican City.

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



On the right, 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**. HOW DO YOU SEE THE WORLD?

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



FINAL EXAMINATION: MONDAY, MAY 9, 2-4:30 P.M. IN COED 168. 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. *Éxito comercial: Prácticas administrativas y contextos culturales* (EC) by Doyle and Fryer. Cengage Learning, 2015, 6th edition. **REQUIRED.** (Web address: http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235)
2. *Éxito comercial: Cuaderno de correspondencia, documentos y ejercicios comerciales* (CC) by Doyle and Fryer. Cengage Learning, 2015, 6th edition. **REQUIRED.**
3. *Éxito comercial Premium Website* (access card required). **REQUIRED.**

PLEASE NOTE THAT THESE COURSE MATERIALS ARE USED FOR BOTH SPAN/LTAM 4120/5120 AND 4121/5121, SO THAT THE PRICE IS DIVIDED OVER TWO SEMESTERS.

Éxito comercial has a very useful Web page at http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235.

The **Premium Website** 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 incorporate this Website throughout this semester's learning. It will aid in your learning and mastery of the material.

USEFUL RESOURCES

1. Dr. Orlando Kelm's Website for Business Spanish (<http://orlandokelm.wordpress.com/>) is useful for further developing business cultural awareness. I encourage you to view and study the cultural interviews on an ongoing basis.
2. For Spanish vocabulary definitions, orthographic and grammatical clarifications, and correct 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>).
3. 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/>).
4. 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 11 Lo que se indica para cada día de clase es lo que se cubrirá en clase ese día. Introducción al curso: ¿Hay preguntas sobre el Plan de Estudios? Repaso de países, capitales, gentilicio y divisas. Véase el Apéndice 3, “Los números y sistemas de pesos, medidas y temperatura,” pág. 463. **Nota: Será la responsabilidad de cada estudiante aprender de memoria el vocabulario que se presenta al principio y al final de cada capítulo.**

13 Cap. 1, Introducción a la carta comercial, de CC (cuaderno), págs. 1-24. **Asignación de las primeras presentaciones orales el 2 de febrero: Perú y Bolivia.**

Semana 2

18 DÍA DE MARTIN LUTHER KING – NO HAY CLASE.

20* Prueba sobre países, capitales, gentilicio y divisas. Empezar Cap. 8 de EC, Bienes y servicios, págs. 246-260 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 8ª conversación telefónica del CD.

Semana 3

25 Cap. 8 de EC, Bienes y servicios, págs. 261-281 (Vista panorámica y actualidad económica—**Colombia y Ecuador**—y lectura cultural). Preguntas culturales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235).

27 Cap. 8 de EC, Bienes y servicios, págs. 281-290 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del VídeoTexto 8 en el Premium Website en línea (acceso en casa con su tarjeta: (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235): Ej. 8-9, pp. 283-284, **entregar** respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y entregar otro fin (75-100 palabras) que se imagina para el guión de VídeoTexto 8.

Semana 4

Febrero 1* Prueba sobre Cap. 8. Luego, Cap. 8 de CC, Bienes y servicios, págs. 125-138.

3 Empezar Cap. 9 de EC, Marketing I: Mercados y publicidad, 291-302 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 9ª conversación telefónica del CD.

Semana 5

8 Cap. 9 de EC, Marketing I: Mercados y publicidad, 303-319 (Vista panorámica, actualidad económica y lectura cultural). Preguntas culturales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 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).

10 Cap. 9 de EC, Marketing I: Mercados y publicidad, 319-326 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del VídeoTexto 9 en el Premium Website en línea (acceso en casa con su tarjeta: (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235): Ej. 9-9, p. 321, **entregar** respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y entregar otro fin (75-100 palabras) que se imagina para el guión de VídeoTexto 9. GeoReconocimiento (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235) y Posibilidades profesionales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235).

Semana 6

15* Prueba sobre Cap. 9. Luego, Cap. 9 de CC, Marketing I: Mercados y publicidad, 139-154.

Febrero 17** Entregar 1ª carta comercial, N° 1 de la pág. 149 de CC. Luego, empezar Cap. 10 de EC, Marketing II: Compraventa, transporte y almacenaje, 327-339 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario).

Preguntas comerciales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 10ª conversación telefónica del CD.

Semana 7

- Febrero 22 Cap. 10 de EC, Marketing II: Compraventa, transporte y almacenaje, 340-351 (Vista panorámica, actualidad económica y lectura cultural). Preguntas culturales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). Presentación oral estudiantil sobre **Chile** (en equipos de 2-3 estudiantes—véase un ejemplo de formato recomendado al final de este plan de estudios). Vídeo *Cómo es Chile* o *Doing Business in Chile*, seguido por discusión general.
- 24 Cap. 10 de EC, Marketing II: Compraventa, transporte y almacenaje, 351-362 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del VídeoTexto 10 en el Premium Website en línea (acceso en casa con su tarjeta: (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235): Ej. 10-9, p. 354, **entregar** respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y entregar otro fin (75-100 palabras) que se imagina para el guión de VídeoTexto 10. Posibilidades profesionales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235).

Semana 8

29*** **EXAMEN PARCIAL SOBRE CAPÍTULOS 8-10 DE EC Y CC.**

Marzo 2 Cap. 10 de CC, Marketing II: Compraventa, transporte y almacenaje, 155-172.

Semana 9

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

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

Semana 10

- 14 Cap. 11 de EC, Las finanzas, 363-376 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 11ª conversación telefónica del CD.
- 16 Cap. 11 de EC, Las finanzas, 377-393 (Vista panorámica, actualidad económica y lectura cultural). Preguntas culturales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 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

- 21 Cap. 11 de EC, Las finanzas, 393-401 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del VídeoTexto 11 en el Premium Website en línea (acceso en casa con su tarjeta: (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235): Ej. 11-9, p. 395, entregar respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y entregar otro fin (75-100 palabras) que se imagina para el guión de VídeoTexto 11. Posibilidades profesionales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235).
- 23* Prueba sobre Cap. 11. Luego, Cap. 11 de CC, Finanzas, 173-188.

Semana 12

- 28** Entregar 2ª carta comercial. N° 2 de la pág. 182 de CC. Luego, empezar el Cap. 12 de EC, La entrada en el mercado internacional: Los países hispanoparlantes, 402-418 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 12ª conversación telefónica del CD.
- 30 Cap. 12 de EC, La entrada en el mercado internacional, 419-437 (Vista panorámica, actualidad económica y lectura cultural). Preguntas culturales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). Presentación oral estudiantil sobre **Argentina** (en equipos de 2-3 estudiantes—véase un ejemplo de formato recomendado al final de este plan de estudios). Vídeo *Doing Business in Argentina*, seguido por discusión general.

Semana 13

Abril 4* Prueba sobre Cap. 12. Cap. 12 de EC, La entrada en el mercado internacional, 438-447 (Síntesis comercial y cultural). Breve análisis del VídeoTexto 12 en el Premium Website en línea (acceso en casa con su tarjeta: (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235): Ej. 12-9, p. 441, entregar respuestas para “Antes de ver” y “Al ver” y entregar otro fin (75-100 palabras) que se imagina para el guión de VídeoTexto 12. GeoReconocimiento (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). Posibilidades profesionales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235).

6 Empezar preparación para **la entrevista de trabajo: técnicas y práctica (Apéndice 4, págs. 557-562)** y el *Premium Website* en línea, acceso en casa con su tarjeta: http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235.

Semana 14

11 **La entrevista de trabajo: técnicas y práctica (Apéndice 4, págs. 557-562)** y el *Premium Website* en línea, acceso en casa con su tarjeta: http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235. **ESTA CLASE DE PRÁCTICA SE REÚNE EN EL LANGUAGE RESOURCE CENTER (LRC). Se completa y entrega la grabación de la entrevista de trabajo antes de las 3:00 p.m. de la tarde, viernes, 15 de abril.**

13 Cap. 13 de EC, La importación y la exportación, 448-463 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 13^a conversación telefónica del CD.

Semana 15

18 Cap. 13 de EC, La importación y la exportación, 464-480 (Vista panorámica, actualidad económica y lectura cultural). Preguntas culturales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 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).

20* Prueba sobre Cap. 13. Cap.13 de EC, La importación y la exportación, 480-490 (Síntesis comercial y cultural). Posibilidades profesionales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235).

Semana 16

25 Cap. 14 de EC, Las perspectivas para el futuro, 491-505 (la Lectura comercial y los ejercicios de vocabulario). Preguntas comerciales (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235). 14^a conversación telefónica del CD.

27 Cap. 14 de EC, Las perspectivas para el futuro, 506-519. 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 (http://college.cengage.com/site_engine/#0538489235).

Semana 17

Mayo 2 **ÚLTIMO DIA DE CLASES.** EC, Las perspectivas para el futuro, 519-527: La presencia hispana en EUA. Repaso para el examen final, el cual será el día **LUNES, 4 DE MAYO, DE 2-4:30 P.M. EN COED 168.**



SAMPLE JOB INTERVIEW

PLEASE CREATE A JOB INTERVIEW SCENARIO (SIMILAR TO THE ONE BELOW OR SEE *ÉXITO COMERCIAL* EXAMPLES ON PP. 65-66) FOR A COMPANY OR ORGANIZATION THAT YOU REALLY WOULD LIKE TO WORK FOR 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, SEE THE *ÉXITO* DVD AND APÉNDICE 4 (pp. 472-476).

EXAMPLE (also, please check pp. 62-63 of *Éxito comercial* and sites such as the following for Spanish wording in real ads: www.bumeran.com o www.monster.es; and <http://videoblog.empleare.com/la-carta-de-presentacion.html>, http://html.rincondelvago.com/entrevista-de-trabajo_2.html, [http://www.bing.com/videos/search?q=evaluaci%
c3%b3n+de+la+entrevista+de+trabajo&qpv=evaluaci%
c3%b3n+de+la+entrevista+de+trabajo&FORM=VDRE#](http://www.bing.com/videos/search?q=evaluaci%c3%b3n+de+la+entrevista+de+trabajo&qpv=evaluaci%c3%b3n+de+la+entrevista+de+trabajo&FORM=VDRE#)):

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

WORLDMARK, INC. manufactures and sells furniture and has been very successful in the United States and Europe, particularly with its latest line of small-sized furniture for children. Last year sales totaled \$322 million, up 8% from the previous year. **WORLDMARK, 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 **WORLDMARK, INC.**

NOTE: There have been over 125 applicants for the position and you have made it down to a group of 12 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 accordingly, etc. You really want this job! Portions of the interview may be video taped or taped on an audiocassette in order to provide you with feedback.

EJEMPLOS DE PREGUNTAS

1. ¿Por qué quiere trabajar para nuestra compañía?
2. ¿Qué sabe del puesto que solicita con nosotros?
3. ¿Qué preparación tiene para este puesto? (= educación y experiencia)
4. ¿Cuáles son sus dos atributos más sobresalientes?
5. ¿Cómo describiría a su jefe/a ideal?
6. ¿Cuál ha sido el mayor reto o problema al que usted se ha enfrentado en el trabajo? ¿Qué solución halló?
7. ¿Qué ha aprendido de sus errores en el trabajo?
8. Favor de hacer una breve llamada telefónica al Sr. Miguel Matute (ejecutivo de Matute, S.A.) en Panamá para venderle el nuevo producto (servicio) que acabamos de lanzar al mercado. Descríble el nuevo producto (y sus accesorios, periféricos y ventajas). Intente convencerlo de hacer una compra para su empresa.
9. ¿Cuáles son sus metas profesionales? ¿Dónde se ve en tres, cinco, diez años? ¿Cómo piensa realizar sus metas?
10. ¿Qué puede aportar usted a nuestra empresa? ¿Cuándo podría incorporarse al trabajo?
11. ¿Tiene usted alguna pregunta para nosotros?

EVALUACIÓN DE LA ENTREVISTA DE TRABAJO – ESPAÑOL 4120/5120 Y 4121/5121

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 y <http://www.sampleforms.org/job-interview-evaluation-form.html>; http://humanresources.about.com/cs/recruiting/a/candidateeval_2.htm; <http://www.free-legal-document.com/employee-evaluation.html>;

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	15				
	Gramática oral	20				
	Vocabulario (registro profesional)	15				
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 entrevista (e.g., de una nota de una A a una B o C).						
Observaciones y recomendaciones constructivas:						
Adapted Simulated ACTFL-OPI Proficiency Rating:						

EJEMPLO DE POSIBLE FORMATO PARA LA PRESENTACION PROFESIONAL SOBRE UN PAIS HISPANO

(DURACION MAXIMA: 25 MINUTOS)

- 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.
- III. Aspectos o temas, socioeconómicos o de comercio (p. ej., un producto o servicio), 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 ACTUALIZADOS.**
- 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 (u otro programa parecido) y preparar profesionalmente materiales (hojas informativas, folletos, etc.) para repartir.

LA PRESENTACIÓN TAMBIÉN SE PUEDE HACER COMO UN PANEL (UN GRUPO DE PERSONAS SELECCIONADO PARA TRATAR EN PÚBLICO UN 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 contacto de ojos con el público
 - No leer un texto—¡esto es pueril, carece de profesionalismo y aburre!
- Hace falta vestirse de manera profesional
- Se recomienda moverse un poco para dar vida a la presentación
 - Uno pasitos para allá, otros para acá, pero sin exagerar

PRESENTACION ORAL – ESPAÑOL 4120/5120 Y 4121/5121

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 en cassette (auralmente) la presentación mientras la ensayaba? Sí No
8. ¿Se grabó en video-cassette (aural y visualmente) la presentación mientras la ensayaba? Sí No
9. ¿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>)	15						
Gramática oral	20						
Vocabulario (registro profesional)	20						
Organización y estructura	20						
CONTENIDO	45						
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						
TOTAL POSIBLE DE PUNTOS	200						
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 constructivas:							
Adapted Simulated ACTFL-OPI Proficiency Rating:							

SPAN/LTAM 4121/5121 – ADVANCED BUSINESS SPANISH II

PRESENTACIONES ESTUDIANTILES

PAIS	FECHA	ESTUDIANTE	ESTUDIANTE	ESTUDIANTE
Colombia	25 enero	EN CLASE - TODOS		
Ecuador	25 enero	DOYLE		
Perú	8 febrero			
Bolivia	8 febrero			
Chile	22 febrero			
Paraguay	16 marzo			
Uruguay	16 marzo			
Argentina	30 marzo			
República Dominicana	18 abril			
Cuba	18 abril			
Puerto Rico	27 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. Ultimo 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): _____

