

next EDUCACIÓN



# Máster en Dirección de Comunicación Corporativa y Marketing Digital

Asignatura

**BUSINESS ENGLISH**

Curso 2025-2026

## **I. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA**

Asignatura: Business English  
Semestre: Segundo  
Tipo de asignatura: Obligatoria  
Créditos ECTS: 5  
Modalidad: Presencial  
Idioma de impartición: Inglés

## **II. PROFESORADO**

Coordinadora: Vesta Rounsaville  
Correo electrónico: info@nexteducacion.com  
Tipo: Profesora especializada

Perfil profesional:

Especialista en comunicación empresarial en lengua inglesa, negociación internacional y formación en entornos multiculturales. Cuenta con experiencia docente en inglés profesional aplicado a negocios, comunicación corporativa y contextos internacionales, así como en el desarrollo de competencias lingüísticas orientadas al entorno empresarial.

## **III. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA**

La asignatura Business English tiene como finalidad desarrollar las competencias comunicativas del estudiante en lengua inglesa dentro del ámbito profesional y empresarial, favoreciendo su capacidad para desenvolverse eficazmente en entornos internacionales de comunicación y negocio.

La materia aborda situaciones reales vinculadas a reuniones, negociaciones, entrevistas de trabajo, networking, liderazgo y comunicación corporativa, trabajando tanto la comunicación oral como escrita en contextos profesionales. Asimismo, se profundiza en la adecuación del lenguaje, el protocolo comunicativo y las diferencias culturales que intervienen en los procesos de comunicación internacional.

La asignatura combina contenidos lingüísticos con dinámicas prácticas orientadas al desarrollo de habilidades comunicativas aplicadas al entorno empresarial, reforzando la seguridad, fluidez y capacidad de interacción profesional del alumnado en lengua inglesa.

Su carácter transversal dentro del máster permite complementar las competencias estratégicas y profesionales del estudiante, preparándolo para participar en contextos internacionales vinculados a comunicación corporativa, marketing, empresa y relaciones institucionales.

## IV. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias

- Aplicar el conocimiento de la lengua inglesa en situaciones profesionales del ámbito empresarial, favoreciendo una comunicación eficaz en contextos internacionales. (Competencias Instrumentales)
- Interactuar eficazmente con interlocutores diversos en lengua inglesa, facilitando la negociación, la cooperación y la construcción de relaciones profesionales. (Competencias Interpersonales)
- Desenvolverse en contextos internacionales de negocio, adaptando el discurso, el comportamiento y las estrategias comunicativas a distintos entornos culturales. (Competencias Sistémicas)

### Conocimientos

- Analizar las situaciones comunicativas propias de reuniones, negociaciones, procesos de selección y contextos de networking en lengua inglesa.
- Sintetizar información oral y escrita procedente de intercambios profesionales para transformarla en mensajes eficaces como correos, informes o presentaciones.
- Evaluar la adecuación del registro lingüístico, el protocolo comunicativo y la estrategia relacional en distintos entornos de negocio internacionales.

### Destrezas

- Comunicar en lengua inglesa en situaciones del entorno empresarial con seguridad, claridad y confianza. (Plano subjetivo)
- Ejecutar intervenciones orales en reuniones, entrevistas y negociaciones en lengua inglesa en contextos profesionales. (Plano psicomotor)

## V. CONTENIDOS

1. Reuniones y visitas de negocio
2. Negociaciones internacionales
3. Entrevistas de trabajo y elaboración de CV
4. E-mails, cartas e informes profesionales
5. Conversaciones telefónicas y face-to-face contact
6. Liderazgo y trabajo en equipo
7. Networking profesional

### I. ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad formativa	Modalidad	Horas
Sesiones expositivas en aula orientadas a la transmisión de contenidos teóricos del programa	Presencial	25

Resolución y análisis de casos prácticos orientados a la aplicación de los conocimientos adquiridos	Presencial	30
Trabajo individual del estudiante orientado al estudio, lectura de materiales y desarrollo de actividades	Presencial	35
Seguimiento, orientación y apoyo académico al estudiante	Presencial	10
Participación en seminarios y sesiones orientadas al refuerzo y actualización de conocimientos	Presencial	10
TOTAL		110

## II. METODOLOGÍAS DOCENTES

- Clases prácticas orientadas al desarrollo de competencias comunicativas en lengua inglesa aplicadas al entorno empresarial.
- Simulación de reuniones, entrevistas, negociaciones y presentaciones profesionales en contextos internacionales.
- Resolución de casos prácticos relacionados con comunicación corporativa y situaciones de negocio.
- Desarrollo de ejercicios de expresión oral y escrita vinculados al ámbito profesional.
- Actividades colaborativas orientadas al trabajo en equipo y la comunicación intercultural.
- Presentaciones individuales y grupales en lengua inglesa.
- Seminarios y dinámicas orientadas al desarrollo de habilidades de networking y liderazgo.
- Tutorías académicas individuales y grupales destinadas al seguimiento y mejora del desempeño lingüístico del estudiante.
- Trabajo autónomo orientado a la mejora de la comprensión oral, escrita y capacidad de interacción profesional.

## III. CRONOGRAMA

Temas	Periodo temporal
Tema 1. Reuniones y visitas de negocio	Semana 1
Tema 2. Negociaciones internacionales	Semana 2
Tema 3. Entrevistas de trabajo y CV	Semana 3
Tema 4. E-mails, cartas e informes	Semana 4
Tema 5. Conversaciones telefónicas y comunicación interpersonal	Semana 5
Tema 6. Liderazgo y trabajo en equipo	Semana 6
Tema 7. Networking profesional	Semana 7

**Nota:** La distribución temporal tiene carácter orientativo y podrá ajustarse en función del desarrollo académico del curso y de las necesidades docentes.

#### IV. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Sistema de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Prueba práctica y teórica de comunicación profesional en lengua inglesa	30	30
Simulación de reuniones, negociaciones y presentaciones orales	30	30
Desarrollo de ejercicios escritos profesionales (e-mails, informes, CV y cartas)	25	25
Participación activa e implicación en dinámicas y actividades presenciales	15	15

El sistema de evaluación podrá incorporar actividades de evaluación continua, orientadas a verificar la adquisición progresiva de competencias, conocimientos y destrezas previstas en la asignatura. La evaluación será coherente con las actividades formativas desarrolladas y con los resultados de aprendizaje establecidos en la guía docente.

El profesor/a responsable de la asignatura podrá modificar la parte de la guía docente relativa al sistema de evaluación y su explicación únicamente durante los primeros quince días desde el inicio del semestre y previo acuerdo con los estudiantes.

El sistema de evaluación de una asignatura impartida por más de un profesor/a deberá ser homogéneo, manteniendo criterios y objetivos equivalentes entre los distintos grupos y modalidades de impartición. Asimismo, la calificación final será considerada globalmente en relación con el conjunto de actividades evaluables desarrolladas durante el curso.

La matrícula de la asignatura da derecho a dos convocatorias de evaluación, ordinaria y extraordinaria. La convocatoria extraordinaria tendrá como finalidad permitir al estudiante recuperar aquellas pruebas o actividades evaluables no superadas durante la convocatoria ordinaria, siempre que estas sean susceptibles de recuperación conforme a la planificación docente de la asignatura.

#### X. NORMAS ÉTICAS Y DE COMPORTAMIENTO ACADÉMICO

El estudiante deberá mantener un comportamiento ético y responsable durante el desarrollo de la asignatura, respetando los principios de integridad académica, honestidad intelectual y autoría original en todas las actividades formativas y evaluables.

Se considerará plagio la copia total o parcial de obras, documentos, publicaciones, recursos digitales o trabajos de terceros sin la correspondiente cita o referencia bibliográfica. Asimismo, se considerará conducta académica

inadecuada la presentación de trabajos elaborados por otras personas o reutilizados de cursos anteriores sin autorización expresa del profesorado.

El uso de herramientas de inteligencia artificial generativa podrá permitirse únicamente cuando el profesorado lo autorice expresamente y siempre como herramienta de apoyo complementaria. En cualquier caso, el estudiante será plenamente responsable de la originalidad, veracidad, calidad académica y adecuación ética de los contenidos presentados.

El alumnado deberá identificar y citar adecuadamente el uso de herramientas basadas en inteligencia artificial cuando estas hayan sido utilizadas en procesos de búsqueda de información, apoyo a la redacción, generación de contenidos o elaboración de materiales académicos.

La detección de plagio, fraude académico, falsificación de evidencias o uso inadecuado de herramientas tecnológicas podrá suponer la calificación de suspenso en la actividad o asignatura, sin perjuicio de otras medidas académicas que pudieran derivarse conforme a la normativa interna del centro.

Asimismo, se espera del alumnado una actitud respetuosa y profesional en el aula, en las actividades académicas y en las interacciones con profesores, compañeros y profesionales invitados.

## **XI. BIBLIOGRAFÍA**

### **Bibliografía básica**

- Ashley, A. (2021). Oxford Handbook of Commercial Correspondence. Oxford University Press.
- Cotton, D., Falvey, D. y Kent, S. (2018). Market Leader Advanced Business English Course Book. Pearson.
- Emmerson, P. (2019). Business Grammar Builder. Macmillan.
- Mascull, B. (2017). Business Vocabulary in Use: Advanced. Cambridge University Press.
- Powell, M. (2018). Dynamic Presentations. Cambridge University Press.

### **Bibliografía complementaria**

- Comfort, J. (2016). Effective Telephoning. Oxford University Press.
- Goodale, M. (2017). Professional Presentations. Cambridge University Press.
- Lewis, R. (2018). When Cultures Collide. Nicholas Brealey Publishing.
- Rogers, J. (2016). Market Leader: Working Across Cultures. Pearson.
- Wallwork, A. (2014). English for Presentations at International Conferences. Springer.