

Currículum de Español de los Negocios Centro de Lenguas Modernas-Universidad de Granada

El currículum de Español de los Negocios del Centro de Lenguas Modernas se articula alrededor de una visión global e integradora sobre la formación de los estudiantes, intentando fomentar en ellos tanto su competencia comunicativa en el ámbito laboral como su desarrollo personal. Es por esto que, conforme a las directrices europeas en cuanto a la enseñanza de idiomas (*Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas*, 2001 –desde ahora, MCERL–) desarrolladas para el español por el Instituto Cervantes en su *Plan Curricular*, 2006, el CLM propone un currículum de Español de Negocios que trata al estudiante desde múltiples perspectivas, las cuales se pueden agrupar en tres principales:

- 1. El estudiante como agente social** que lleva a cabo una serie de tareas en sociedad que implican el uso de los recursos lingüísticos a su disposición en transacciones de la vida diaria, en interacciones sociales, y en la recepción y producción de determinados textos relacionados con el ámbito laboral.
- 2. El estudiante como hablante intercultural** que desarrolla una serie de destrezas interculturales, un conocimiento del mundo y una competencia existencial que le permiten acercarse a las nuevas culturas, establecer puentes entre la cultura propia y los nuevos fenómenos culturales y resolver posibles conflictos interculturales consigo mismo o con otras personas.
- 3. El estudiante como aprendiz autónomo y en grupo** que hace uso de determinadas estrategias de aprendizaje y de uso de la lengua, así como de las habilidades necesarias para desarrollar labores cooperativas durante y después de su aprendizaje formal, haciendo por lo tanto de éste un proceso para toda la vida.

El enfoque aquí adoptado, en sentido general, se centra en la acción en la medida en que considera a los usuarios y alumnos que aprenden una lengua principalmente como agentes sociales, es decir, como miembros de una sociedad que tiene tareas (no sólo relacionadas con la lengua) que llevar a cabo en una serie determinada de circunstancias, en un entorno específico y dentro de un campo de acción concreto.

PERFIL DE LOS ESTUDIANTES

NIVEL AVANZADO

El estudiante de nivel avanzado se denomina “usuario independiente” de la lengua, lo cual implica que es capaz de desenvolverse con soltura en la mayoría de las situaciones de la vida cotidiana y en otros contextos que requieran un nivel más alto en el idioma, con un mínimo de conocimientos específicos del lenguaje de los negocios, suficiente para el desarrollo de las actividades más elementales dentro de la empresa. En este nivel se capacita al aprendiente a obtener un mejor nivel de competencia en la lengua española para que le permita usar estrategias en la comunicación diaria, en situaciones de la vida profesional y en situaciones de la actividad administrativa y comercial del mundo empresarial.

Para llegar a poder actuar como agentes sociales de manera exitosa en el ámbito laboral de la cultura meta, pretendemos que los aprendientes consigan una instrucción en las siguientes competencias:

a.- Las **competencias generales** de los alumnos se componen de sus *conocimientos, sus destrezas y su competencia existencial*, además de su *capacidad de aprender*.

b.- Las **competencias sociolingüísticas** se refieren a las condiciones socioculturales del uso de la lengua. Mediante su sensibilidad a las convenciones sociales (las normas de cortesía, las normas que ordenan las relaciones entre generaciones, sexos, clases y grupos sociales, la codificación lingüística de determinados rituales fundamentales para el funcionamiento de una comunidad), el componente sociolingüístico afecta considerablemente a toda la comunicación lingüística entre representantes de

distintas culturas, aunque puede que los integrantes a menudo no sean conscientes de su influencia.

c.- Las **competencias pragmáticas** tienen que ver con el uso funcional de los recursos lingüísticos (producción de funciones de lengua, de actos de habla) sobre la base de guiones o escenarios de intercambios comunicativos. También tienen que ver con el dominio del discurso, la cohesión y la coherencia, la identificación de tipos y formas de texto, la ironía y la parodia. Respecto a este componente, incluso más que en el caso del componente lingüístico, apenas es necesario resaltar el gran impacto que ejercen las interacciones y los entornos culturales en el que se desarrollan las mencionadas capacidades.

1.- Competencia pragmática.

1.1.- Competencia discursiva. Esta sección está orientada a dotar al usuario de la capacidad de estructurar y controlar los diferentes tipos de discurso que se dan en el área de la correspondencia comercial en función de la coherencia, la cohesión, la ordenación lógica, el estilo, el registro, la eficacia retórica y la organización del texto.

2.- Competencia lingüística.

2.1.- Competencia léxica. En esta sección se pretende proporcionar al usuario el conocimiento amplio del vocabulario y la capacidad de usarlo a través de fórmulas fijas, modismos y frases hechas, debiendo manifestar un buen dominio del léxico en situaciones formales e informales de negociación o en los temas pertinentes relacionados con el ámbito profesional.

3.- Competencia sociolingüística

3.1.- Registros. Se pretende dotar al usuario del conocimiento y las destrezas necesarias para abordar la dimensión social del uso de la lengua por medio de la adquisición de elementos tales como los marcadores lingüísticos de relaciones sociales, las normas de cortesía, las expresiones de la sabiduría popular y las diferencias de registro para que el usuario se exprese con convicción y claridad en un registro formal e informal que sea adecuado a la situación.

4.- Competencia sociocultural

4.1.- Competencia cultural. Está dirigida a dotar al usuario del conocimiento de la cultura corporativa meta para desarrollar la habilidad de desenvolverse adecuadamente en diferentes situaciones del ámbito profesional español y latinoamericano. Además se analizan algunos aspectos clave de las economías tanto de España como de América Latina desde una perspectiva sectorial y actual.

5.- Competencia intercultural

5.1- Se pretende dotar al usuario de la capacidad de relacionar entre sí la cultura de origen y la cultura extranjera para poder adquirir el papel de intermediario o mediador cultural entre la cultura corporativa del propio país y la cultura corporativa meta para poder superar relaciones estereotipadas y abordar con eficacia los malentendidos interculturales y las situaciones conflictivas a través de mecanismos que sirvan para desarrollar la sensibilidad cultural y utilizar una gran variedad de estrategias para establecer contactos con personas que proceden de otras culturas corporativas.

Todas estas competencias estarán enmarcadas dentro del ámbito **profesional**, el cual abarca todo lo relativo a las actividades y las relaciones de una persona en el ejercicio de su profesión. Para el

entrenamiento de estas competencia en dicho ámbito, el alumno será entrenado por medio de la siguiente tipología de actividades y estrategias:

- Actividades y estrategias de expresión
- Actividades y estrategias de comprensión
- Actividades y estrategias de interacción