



Artículo original

Perfeccionamiento curricular de la asignatura Español del comercio para estudiantes sinohablantes de lengua española

Curriculum improvement of the subject Spanish of commerce for students who are not Spanish speakers

Melhoria curricular da disciplina Espanhol de comércio para alunos não falantes de espanhol

Valodia Pacheco Rivera¹



<https://orcid.org/0000-0002-2139-0939>

Luyang Jing¹



<https://orcid.org/0000-0002-4316-4879>

¹Universidad Normal de Changchun. China.



pachecorivera7703@gmail.com,
491008637@qq.com

Recibido: 06 de junio 2023

Aceptado: 21 de septiembre 2023

RESUMEN

La formación en español con fines académicos y concretamente del español con fines profesionales para el comercio de los estudiantes sinohablantes de la Licenciatura en Lengua Española de la Changchun Normal University constituye una prioridad y a la vez una demanda cada vez más creciente por parte de los aprendices. El objetivo del artículo fue socializar una nueva propuesta didáctica para la asignatura "Español del Comercio" basada en el enfoque comunicativo y la aplicación del método de la simulación y el de tareas de aprendizaje ubicada en el cuarto curso de la carrera para un nivel B1 y/o B2. Para alcanzar los resultados científicos previstos se aplicaron los métodos histórico y lógico, análisis y síntesis, inducción y deducción y el sistémico-estructural, además de la entrevista a directivos de la carrera, la observación de clases, el análisis de documentos rectores de la carrera para valorar la factibilidad de la propuesta didáctica y su implementación para ello se empleó el criterio de expertos. Se corroboró la pertinencia de la nueva propuesta didáctica la que combina de manera estructurada y secuenciada las destrezas comunicativas de la lengua y a la vez posibilita que los estudiantes incorporen de manera coherente el vocabulario, fraseologías y expresiones idiomáticas propias del ámbito comercial y que a su vez lo apliquen para desarrollar una comunicación efectiva y eficaz en las empresas donde sean ubicados para laborar.

Palabras claves: Didáctica de la lengua; español fines académicos; lenguaje comercial; diseño curricular; enseñanza a sinohablantes.

ABSTRACT

Training in Spanish for academic purposes and specifically Spanish for professional purposes for commerce for Sino-speaking students of the Bachelor's Degree in Spanish Language at Changchun Normal University constitutes a priority and at the same time an increasingly growing demand on the part of learners. The objective of the article was to socialize a new didactic proposal for the subject "Spanish for Commerce" based on the communicative approach and the application of the simulation method and learning tasks located in the fourth year of the degree for a level B1 and /or B2. To achieve the planned scientific results, the historical and logical methods, analysis and synthesis, induction and deduction and the systemic-structural method were applied, in addition to the interview with directors of the course, class observation, and the analysis of governing documents of the course. To assess the feasibility of the didactic proposal and its implementation, expert judgment was used. The relevance of the new didactic proposal was confirmed, which combines in a structured and sequenced way the communicative skills of the language and at the same time enables students to coherently incorporate the vocabulary, phraseologies and idiomatic expressions typical of the commercial field and that in turn apply it to develop effective and efficient communication in the companies where they are located to work.

Keywords: Didactics of the language; Spanish for academic purposes; business language; curricular design; teaching Chinese speakers.

RESUMO

A formação em espanhol para fins acadêmicos e especificamente espanhol para fins profissionais para o comércio para estudantes de língua chinesa do Bacharelado em Língua Espanhola da Universidade Normal de Changchun constitui uma prioridade e ao mesmo tempo uma procura cada vez mais crescente por parte dos alunos. O objetivo do artigo foi socializar uma nova proposta didática para a disciplina "Espanhol para Comércio" baseada na abordagem comunicativa e na aplicação do método de simulação e tarefas de aprendizagem localizadas no quarto ano da licenciatura para um nível B1 e/ou B2. Para alcançar os resultados científicos planejados foram aplicados os métodos histórico e lógico, análise e síntese, indução e dedução e o método sistêmico-estrutural, além da entrevista com diretores do curso, observação de aulas e análise de documentos normativos de curso. Para avaliar a viabilidade da proposta didática e sua implementação, utilizou-se a opinião de especialistas. Confirmou-se a relevância da nova proposta didática, que combina de forma estruturada e sequenciada as habilidades comunicativas da língua e ao mesmo tempo permite aos alunos incorporar de forma coerente o vocabulário, fraseologias e expressões idiomáticas típicas do campo comercial e que por sua vez aplicá-lo para desenvolver uma comunicação eficaz e eficiente nas empresas onde trabalham.

Palavras-chave: Ensino de línguas; espanhol para fins acadêmicos; língua comercial; desenho curricular; ensino para falantes de chinês.

INTRODUCCIÓN

Una nueva lengua, distinta a la materna con su cultura, tradición, identidad y aparato lingüístico, es todo un reto para su aprendizaje. En el caso de los estudiantes sinohablantes que estudian y aprenden español, demanda de ellos un esfuerzo y dedicación mayor; deben transitar de una lengua a otra en las que no hay puntos de coincidencia y, además, incorporar a su sistema de conocimientos el léxico, la gramática, las teorías de la lengua meta, entre otros aspectos. De hecho, a nivel mundial "(...) ya existen asociaciones que reúnen lingüistas con un enfoque proactivo y que toman diversas iniciativas para revisar los currículos de estudio existentes a fin de responder mejor a las necesidades de la población estudiantil (...)" (Vraniæ-Petkoviæ y Georgijev, 2019, p. 2891).

De manera que se coincide con Martínez (2021, s/p) que cuando se desarrolla un proceso de enseñanza-aprendizaje en una lengua extranjera es necesario "(...) crear condiciones para un mayor acercamiento del sujeto que aprende a la realidad comunicativa en el contexto del salón de clases. (...). (...) que garanticen una profunda interiorización de la realidad que se presenta y una adecuada simulación en condiciones muy cercanas a la realidad. (...). Tal aseveración refuerza la concepción de enseñar el español con fines profesionales para el comercio desde una perspectiva y un enfoque comunicativo, pero muy semejante al entorno empresarial.

De tal forma que no es solo apropiarse de unos contenidos generales o más específicos en el caso de la lengua meta (referido al español como lengua extranjera), también es importante que los estudiantes aprendan cuándo es apropiado hablar, cómo hacerlo y los intervalos de intercambio con los interlocutores. El proceso de enseñanza-aprendizaje (PEA) será entonces más complejo aún, dinámico y cambiante, porque el o los contextos donde se usa la lengua española así lo demandan.

Las complejidades y retos anteriores pueden ser aún mayores, cuando el estudiante sinohablante de una carrera de lenguas extranjeras como el español, tiene en su currículo asignaturas de español con fines profesionales (EFP), que puede ser para el turismo, comercio, salud, deporte, entre otras más. Una de las que siempre está presente es el Español para el comercio, y con ello todo el sistema de contenidos que entraña esta especialidad, que a su vez hacen más engorroso el proceso de enseñanza-aprendizaje de la lengua meta, pero que les sirve a ello. A lo anterior se le añade que las empresas internacionales son cada vez más multiculturales, diversas y cambiantes, lo cual a día de hoy es una realidad que permite que "(...) todos los individuos de una organización aprendan unos de otros cómo lograr mejores resultados en el trabajo [desde] una cultura organizacional de cooperación que la respalde, así como un liderazgo y unas habilidades que faciliten el funcionamiento eficaz (...)." (Lara et al, 2021, p. 83).

El estudiante sinohablante debe estar preparado no solo para ser usuario de la lengua española, sino también para ser un profesional de la lengua en español. El sistema de contenidos que reciba en cualquiera de los escenarios posibles para desarrollar el PEA tendrá que caracterizarse por tener presente unas marcas discursivas propias, rasgos sintácticos y estilísticos, precisión y orden.

Según plantea González, (2015, p.4) los cursos de EFP, por lo general enseñan a que los estudiantes durante su discurso sepan realizar "(...) párrafos breves y frases cortas buscando la eficacia comunicativa, así como el uso de la impersonalidad, el empleo de la primera persona del plural como presencia de equipo y el uso de abundante información gráfica adicional (...)." En consecuencia con el planteamiento anterior es preciso reconocer que la enseñanza de EFP y más concretamente de "Español para el comercio" o los negocios no está, en lo absoluto, desligada de la didáctica de español como lengua extranjera.

De acuerdo con lo anterior y en correspondencia con las demandas y exigencias del sector empresarial y de lo que deben dominar los estudiantes para desempeñarse de manera eficiente y eficaz en el entorno empresarial, es necesario precisar que el PEA tiene que ser capaz de responder a las necesidades de los estudiantes, a la vez que tribute al desarrollo de destrezas específicas en ellos.

Por otra parte, es necesario resaltar que el PEA del EFP tiene que abordarse como un sistema que integre las aspiraciones y necesidades de los estudiantes de ELE y las características relacionadas con un entorno para los negocios y el comercio. Además de lograr "(...) la integración y el trabajo explícito en el aula con diferentes recursos semióticos multimodales (p. ej., planos filmicos, ritmos, colores, etc.), con el fin, (...), de facilitar, mediante técnicas de andamiaje multimodales que permitan a los estudiantes apoyarse en todo su repertorio semiótico, (...)" (Gironzetti et al, 2020, pp. 8-9)

En este sentido es que en la Facultad de Lenguas Extranjeras, específicamente en la carrera de Licenciatura en Lengua española de la Changchun Normal University, de la provincia de Jilin en China, requiere de la actualización de los programas de enseñanza de EFP, con especial referencia a los de Español para el comercio que en gran medida no respondían a los intereses formativos de los estudiantes, se encontraban falencias en su concepción y el componente práctico, interaccional y discursivo tenía un carácter atomista. Porque "(...) a medida que el intercambio entre China y el mundo hispánico se vuelve más importante, el contexto socioeconómico subraya la gran importancia de la educación en lenguas y, particularmente, la relevancia de las lenguas en el currículum formativo de las instituciones de Educación Superior Vocacional y Aplicada." (Hong y Álvarez, 2020, p.6)

Ante tal situación se plantea como **objetivo**: socializar una nueva propuesta didáctica para la asignatura "Español del

Comercio" basada en el enfoque comunicativo y la aplicación del método de la simulación y el de tareas de aprendizaje ubicada en el cuarto curso de la carrera para un nivel B1 y/o B2

MATERIALES Y MÉTODOS

Para darle cumplimiento al objetivo se emplearon los siguientes métodos:

De nivel teórico:

Histórico y lógico: evaluar la evolución de las teorías relacionadas con la enseñanza del español con fines específicos (EFP), concretamente del español para el comercio en el contexto internacional y el chino, así como los referentes teóricos relacionados con el PEA en contextos virtuales.

Análisis y síntesis: profundizar en los aspectos que caracterizan, singularizan y regularizan el PEA de EFP en contextos híbridos y las metodologías para la integración de las destrezas comunicativas.

Inducción y deducción: para arribar a conclusiones relacionadas con el proceso de enseñanza-aprendizaje de EFP en contextos híbridos, concebido este como un hecho sociocultural, lingüístico y pragmático.

Sistémico-estructural: para hacer una correcta conformación del diseño didáctico de la nueva propuesta para las clases de Español del comercio en el que se establecieron las relaciones esenciales entre el sistema de contenidos, los métodos, las formas y la evaluación y sus adecuaciones para contextos híbridos en la Changchun Normal University de China.

Los métodos del nivel empírico:

Entrevista aplicada a directivos y profesores de la carrera y la encuesta a los

estudiantes del cuarto año de la licenciatura.

Observación científica para evaluar en la práctica cómo se desarrolla el PEA de EFE en contextos híbridos.

Análisis de documentos especialmente el Modelo de Formación del Profesional en Lengua Española y las directrices emitidas por la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Changchun Normal University.

Criterio de expertos para valorar la factibilidad de la propuesta didáctica y su implementación en la práctica.

Se realizó un estudio exploratorio empírico para la constatación de la situación problemática que permitió detectar las tendencias más significativas después de aplicados y procesados los instrumentos. Se emplearon procedimientos y técnicas que combinan lo cualitativo y lo cuantitativo para mostrar con mayor veracidad los resultados que se obtienen.

Se determinó como unidad de observación el 4to. año de la Licenciatura en Lengua española de la Facultad de Lenguas Extranjeras de la Changchun Normal University.

Se estableció una escala de medición para los indicadores de ambas dimensiones, la cual consta de los siguientes rangos de: 0 a 4 Nada Adecuado (NA); 5 a 9 Poco Adecuado (PA), 10 a 14 Adecuado (A); 15 a 19 En Gran Parte Adecuado (GPA) y de 20 en adelante Muy Adecuado (MA).

I. Selección y caracterización de la muestra

Se determinó trabajar con una población compuesta por diferentes unidades de análisis, la Licenciatura en Lengua española de Facultad de Lenguas Extranjeras de la Changchun Normal University. La población total de estudiantes fue de 36, así como 3 profesores de la carrera y 1 directivo, 40 en total.

RESULTADOS

Situación que presentaba la asignatura Español para el comercio. Regularidades del diagnóstico

Después de aplicados los instrumentos y procesados se obtuvo como principales resultados los siguientes:

Se hace una evaluación curricular de la asignatura Español para el comercio en la Licenciatura en Lengua española de Facultad de Lenguas Extranjeras de la Changchun Normal University, a partir de la evaluación de las dimensiones curricular y extracurricular y sus respectivos indicadores, a los que se les otorgó calificación de MA, GPA, A, PA y NA. Del análisis anterior se pudo establecer que:

La dimensión curricular fue evaluada de NA en un 63%; de PA en un 25 % y solo de MA en un 12%. De forma general, el comportamiento anterior se debió a que:

“ Los contenidos de la asignatura aparecen de manera atomista y es muy escasa la integración que se refleja entre los aspectos culturales de la lengua y las especificidades de los contenidos del comercio, economía y negocios.

“ Aunque se declara como método el enfoque comunicativo en el ulterior diseño de los contenidos va más dirigido a abordar aspectos concretos de la lingüística de la lengua española.

“ El 100% de todos los encuestados opinaron que la asignatura tiene una direccionalidad más a lo reproductivo que a la práctica o la creación individual o colectiva.

“ No aparecen indicaciones para darle tratamiento a los aspectos socioculturales y pragmáticos de la lengua vinculados al mundo empresarial y de los negocios.

“ En cuanto al reconocimiento del valor formativo desde otras maneras de adquirir

y desarrollar el aprendizaje del español con fines profesionales el 77,96% de los estudiantes plantearon estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con que necesitan de nuevas maneras o enfoques y así poder interactuar de manera eficiente y poder asumir con efectividad el doble rol de profesional-usuario de la lengua española. Aspecto significativo debido a que los estudiantes reconocen sus insuficiencias en el aspecto formativo.

La dimensión extracurricular fue evaluada de NA en un 72%; de PA en un 21 % y solo de MA en un 7%. De forma general, el comportamiento anterior se debió a que:

“ El enfoque comunicativo desde la dimensión curricular no se aplica claramente y ello incide en que para las actividades curriculares no se diseñen en tal sentido.

“ Las experiencias de interacción e intercambio con el contexto empresarial solo se dan cuando termina el semestre y con ello la asignatura, de manera que no hay una retroalimentación con la calidad de las prácticas realizadas por los estudiantes.

“ Calidad de las actividades extracurriculares ejecutadas tenían un carácter atomista y sesgado, y eran gestionadas desde las formas tradicionales de la enseñanza de la lengua extranjera. Falta de concepción de un programa o estrategia que aglutinara estas propuestas para su sistematización e integración en los planes de la universidad.

De forma general se pudo apreciar que existe la necesidad de una transformación dado por las regularidades encontradas en el diagnóstico: no existe claridad en cuanto al uso adecuado del enfoque comunicativo para la asignatura; el método de la simulación y el de tareas de aprendizaje no se declaran y por tanto no se implementa, hay carencias en cuanto a cómo los profesores desarrollar clases más motivadoras y complementarias en su vínculo entre las teorías de la lingüística y la enseñanza de la lengua con fines

profesionales; las actividades extracurriculares se planifican al finalizar el semestre y no de manera gradual y secuenciada durante el desarrollo de toda la asignatura.

Actualización del diseño de la asignatura Español del comercio desde un enfoque práctico-comunicativo

Presentación de la asignatura

El curso de Español para el comercio está dirigido a la adquisición y desarrollo del lenguaje específico para temas relacionados con la empresa, la gestión y el marketing. Se incluye la interacción oral en contextos simulados del ámbito empresarial, además de visualización de videos, la lectura de textos relacionados con la economía, los negocios, la cultura empresarial, así como comentarios de textos periodísticos, críticas a anuncios publicitarios, participación en entrevistas de trabajo.

Lo planteado para la asignatura no supone en modo algunas actividades aisladas que aborden un aspecto único de la lengua, muy por el contrario, tiene que ser un engranaje de contenidos que de manera orgánica sea significativo y desarrollador en el estudiante, que se va a expresar de manera inmediata en los actos comunicativos que estos desarrollen en cualesquiera contextos donde requieran usar la lengua meta que aprenden.

Se toman como referencia para la simulación en el aula empresas chinas como Huawei, Sinopec, CofcoAfri, Yutong, las cuales tienen intercambio comercial con países hispanohablantes, además de ser punteras y claves en el comercio chino. Ver Fig. 1 para una mejor comprensión.

El rediseño curricular de la asignatura de Español para el comercio tiene como fundamento la didáctica de las lenguas extranjeras, con un enfoque comunicativo y mediante la aplicación de las teorías relacionadas con los actos del habla la teoría del contexto y la de la lingüística del

texto que en su conjunto focalizan de manera muy especial la comprensión y estudio de la lengua como para la comunicación social y sus adecuaciones en las diferentes situaciones comunicativas en las que los hablantes demanden hacer uso de ella.



Fig. 1- Diseño del aula simulando la organización de 4 empresas chinas en las que los estudiantes estarán agrupados. Elaboración propia.

De manera general estará presente en toda la asignatura como eje vertebrador el enfoque comunicativo desde una concepción problémica, porque al decir de Hernández, Liu y Santamaría, (2021, s/p) con este método se pueden realizar muchas actividades interactivas, motivadoras, basadas en el contenido, centradas en el desarrollo de funciones comunicativas, a veces incluso lúdicas, entre otras; también se pudiera exponer una forma natural del lenguaje, basado en la comunicación diaria y como aspecto fundamental da la "(...) justa importancia a los aspectos gramaticales, léxicos y fonológicos, que en otros métodos cobran especial protagonismo y en este, en cambio, están integrados en el proceso comunicativo."

La metodología que se va a seguir para el desarrollo de las clases es el simulado y por tareas los que contribuyen de manera decisiva a la motivación de los estudiantes y, con ello, una clase amena y enriquecedora, puesto que los estudiantes reconocen en las diferentes actividades la aplicación y utilidad del curso que realizan y su preparación en las distintas destrezas de la lengua española aplicadas al mundo empresarial y del comercio. Aunque junto con el de la simulación se van a combinar

enfoques y procedimientos como: simulaciones, proyectos, tareas y presentaciones orales. Además, los estudiantes valoran que el aprendizaje del español con fines profesionales para el comercio es la oportunidad y posibilidad de adquirir los contenidos necesarios para desempeñarse de manera eficaz como profesionales-usuarios de la lengua española en el contexto empresarial.

La organización del curso está estructurada en 6 lecciones para 32 h/c en una secuencia de interdependencia lo cual se garantiza a través del sistema de tareas que se diseñan las que a su vez integrarán de manera armónica y congruente las diferentes destrezas y estrategias de aprendizaje, diseñadas en el marco de contenidos temáticos específicos del ámbito de los negocios.

El presente curso no está diseñado para una situación en específico, sino que se pretende tenga una carácter y visión más general, abierta y flexible. Por ello, solo aparecen los objetivos generales y los contenidos específicos. Se hace de esta manera para que el profesor tenga las invariantes del contenido y con ello pueda programar y planificar cada clase que dependerá del contexto y de las necesidades de sus estudiantes.

El curso está dirigido a los estudiantes que cursan el cuarto año de la Licenciatura en lengua española con un nivel intermedio (correspondiente al B1) y avanzado (correspondiente al B2) de acuerdo al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

Objetivos generales

Al finalizar el curso los estudiantes serán capaces de:

- Emplear de manera adecuada un sistema de conceptos básicos en torno al mundo empresarial (gestión, negociación, cultura organizacional, finanzas).

- Intervenir adecuadamente en diferentes situaciones comunicativas propias del ámbito empresarial mediante el uso de la terminología técnica.
 - Explicar las características de los perfiles laborales y de los tipos de contrato que se establecen en una empresa determinada.
 - Comprender el sentido general, la información esencial y los puntos principales de textos (escritos, películas, documentales, videos publicitarios) en lengua español relacionados con el ámbito empresarial, el comercio y los negocios que les permita la realización de un debate con argumentos teóricos y prácticos desde una posición crítica y valorativa.
 - Producir textos orales (presentación y explicación de las características de una empresa, explicación del organigrama de una empresa, hacer entrevistas de trabajo) para el desarrollo de la interacción oral.
 - Producir textos escritos (carta de presentación, carta de renuncia, carta de recomendación laboral, guía para una entrevista de trabajo, ofertas de empleo, currículum, anuncios empresariales, convocatoria de reuniones y otras actividades laborales) en los que usen de manera adecuada los recursos de cohesión y coherencia textual y las convenciones ortográficas y de puntuación más elementales.
 - Demostrar el uso de estrategias y técnicas de comunicación empresarial para desempeñarse con eficacia en la mayor parte de las situaciones que requieren una comunicación básica en el mundo laboral, tales como: intercambio de mensajes, desarrollo de conversaciones (presenciales, telefónicas), comunicación mediante correos electrónicos, completamiento de formularios, desenvolverse en una reunión de trabajo)
 - Adquirir saberes socioculturales y pragmáticos propios de contextos labores multiculturales (marcadores lingüísticos de relaciones sociales, diferencias de registro, etc.).
- Seguidamente se muestran los temas que componen el curso:
1. El mercado laboral.
 2. La empresa (generalidades; clasificación de las empresas; características de las empresas chinas, su organización, organigrama empresarial).
 3. El ámbito profesional (perfiles laborales; relaciones laborales, intercambio internacional).
 4. Recursos humanos (currículum, búsqueda de empleo, anuncios de trabajo, oferta de empleo, la entrevista de trabajo y la guía para la entrevista de trabajo).
 5. Comunicación empresarial (técnicas de comunicación empresarial: verbal y no verbal, telefónica y escrita).
- Contenidos específicos:**
- Se seleccionaron en correspondencia al nivel y a las necesidades de los alumnos, y a las características específicas del curso, el objetivo general y los objetivos específicos, y están divididos en cuatro apartados, y siguiendo también lo expuesto por Vraniaë y Georgijev (2019, pp. 307-309):
- Gramaticales:
- Presente de indicativo, pretérito perfecto, pretérito imperfecto, pretérito indefinido, pretérito pluscuamperfecto, futuro imperfecto, condicional simple: uso, forma y significado.
 - Presente de subjuntivo para la expresión de deseos.
 - Imperativo afirmativo y negativo.

- Verbos que expresan cambios de ánimo.
- Usos de ser y estar.
- Adjetivos (gradación, posición y usos adverbiales de los adjetivos).
- Determinantes (artículos, posesivos, demostrativos, numerales).
- Marcadores temporales.
- Conectores discursivos.
- Construcciones oracionales (comparaciones: superlativo relativo).
- Los pronombres de sujeto, complemento directo y complemento indirecto

Contenidos funcionales (en forma oral o escrita):

- Saludar y responder a un saludo; presentarse formalmente (hablar de su profesión u ocupación); presentar formalmente a otras personas, introducir a alguien; dar la bienvenida, realizar acciones de protocolo.
- Solicitar, emitir y/o confirmar determinada información acerca de la profesión, el puesto de trabajo, la empresa, los trabajadores, directivos, incluso los productos o servicios que se producen.
- Determinar las formas y expresiones (formales y coloquiales) para dirigirse a sus compañeros de trabajo.
- Reconocer los tipos de contratos de trabajo y emitir acuerdo o desacuerdo
- Expresar sus criterios, valoraciones, opinión, actitud sobre un determinado tema.
- Proponer, aconsejar o sugerir de manera oportuna y convincente cuando se le solicite.
- Emitir una orden, permiso, autorización (vacaciones, días de descanso, días para la superación, ausencias).
- Reclamar por la calidad del trabajo realizado
- Expresar emoción (preocupación, satisfacción etc.) con la debida

adecuación al contexto sociocultural en el que está inmersa la empresa.

- Expresar una hipótesis o probabilidad.
- Recepcionar mensajes de texto escrito o de voz y ponerlos en conocimiento de la o las personas que lo requieran y hacerlo con eficiencia.

Pragmáticos-discursivos:

- Demostrar el uso adecuado de recursos léxico-semánticos y gramaticales para mantener una comunicación adecuada en el entorno empresarial.
- Marcadores del discurso y sus usos de manera coherente: conectores, estructuradores del discurso, operadores discursivos, deixis.
- Emplear las normas de cortesía y su adecuación a los contextos laborales, especialmente los multiculturales para insertarse favorablemente en el entorno laboral.
- Demostrar el uso adecuado de la entonación y el lenguaje verbal y no verbal en correspondencia con las costumbres, identidad y cultura organizacional del contexto laboral donde se desempeñe.

Contenidos socioculturales, que estarán relacionados con todo el entramado diverso y sociocultural que está implícito en el repertorio lingüístico de la lengua meta:

- Dominio de los aspectos más generales del mundo hispano (política, historia, sistema económico, poblamiento, valores, religión, idiosincrasia).
- Las comidas y bebidas tradicionales.
- Relaciones interpersonales en un ámbito personal, público o profesional.
- Días festivos, fiestas y celebraciones.
- Uso de refranes, fraseologías y otras expresiones del saber popular

más autóctono siempre que el contexto y las situaciones lo ameriten

Sistema de valores a potenciar:

- Sentido de identidad con el equipo de trabajo.
- Entendimiento de la diversidad cultural del contexto hispanohablante.
- Valoraciones justas y atemperadas de acuerdo al contexto económico, histórico y cultural de los países hispanohablantes, con especial referencia a aquellos con los cuales China tiene mayores relaciones comerciales.
- Responsabilidad en la resolución de las actividades.

Tabla de contenidos por lecciones y horas de clase asignadas:

Lecciones	Total de horas/c	Tipo de actividad
Lección 1. El Mercado laboral	4 h/c	Todas las lecciones son prácticas. Los estudiantes los escucharán- visionarán los audios y resolverán ejercicios y actividades prácticas de manera que progresivamente demuestren la comprensión de los audiovisuales
Lección 2. La empresa (generalidades; clasificación de las empresas; características de las empresas chinas, su organización, organigrama empresarial)	6 h/c	
Lección 3. El ámbito profesional (perfiles laborales; relaciones laborales, intercambio internacional).	6 h/c	
Lección 4. Recursos humanos (currículum, búsqueda de empleo, anuncios de trabajo, oferta de empleo, la entrevista de trabajo y la guía para la entrevista de trabajo).	8 h/c	
Lección 5. Comunicación empresarial (técnicas de comunicación empresarial: verbal y no verbal, telefónica y escrita)	6 h/c	
Trabajo final	4 h/c	
Total	32 h/c	

Sistema de medios

Los medios a utilizar son documentos reales de empresas españolas, películas, videos cortos que aborden la realidad de la economía española, imágenes de los productos y las empresas españolas más relevantes.

Sistema general de evaluación

El sistema de evaluación será del tipo "procesual y auténtica" que implica evidenciar los procesos de manera integral (desempeño del estudiante como observador, oyente y comunicador), y la capacidad para contextualizar la información y su progreso en el dominio de la lengua meta. De tal forma, los estudiantes serán evaluados en todas las clases sistemáticamente de manera oral y escrita, incluso hasta aptitudinalmente.

La evaluación de procedimiento consta de dos porcentajes que suman 100% en total:

- 20%: referido a la asistencia.
- 80%: distribuido de la siguiente forma:
 - 20%: tareas generales.
 - 30%: Conocimiento del contexto de uso de la lengua en el comercio.
 - 30%: Conocimiento de las características y procesos de la comunicación para el comercio.
 - Tareas generales (10%): **20 pts.**

Descriptor (para B2)	Ma	Limitad	Aceptabl	Bie	Excelent
	l	o	e	n	e
1. Competencia sociolingüística: comprensión del contexto comercial en el que se usa el español (4 pts.)					
1.1. Comprensión del contexto comercial	0	0.05	0.20	0.35	0.4
1.2. Importancia de los registros léxicos comerciales	0	0.05	0.20	0.35	0.4
1.3. Registro lingüístico intercultural	0	0.05	0.20	0.35	0.4

1.4. Uso apropiado de frases y expresiones propias del comercio	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2. Competencia discursiva: producción de un texto oral en relación con el ámbito comercial (6 pts.)					
2.1. Producción de frases y cadenas de lengua a partir del uso del léxico técnico referido al comercio	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.2. Conexión del discurso	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.3. Seguridad en el acto comunicativo en un contexto comercial simulado	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.4. Explicar el uso y las implicaciones semánticas del vocabulario técnico referido al comercio	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.5. Desarrollar el lexicón mental	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.6. Relacionar formas con significados y utilizarlas adecuadamente en el ámbito comercial	0	0.05	0.20	0.35	0.4
3. Competencia lingüística: aplicación de las reglas gramaticales (normativa) (3 pts.)					
3.1. Uso del léxico adecuado al nivel	0	0.05	0.20	0.35	0.4
3.2. Léxico específico o técnico	0	0.05	0.20	0.35	0.4
3.3. Gramática	0	0.05	0.20	0.35	0.4
4. Competencia léxica: la unidad de significado en el lexicón mental empleada como elemento vehiculador de la cultura del español y que puede estar formada por una o más palabras (7 pts.)					

4.1. Conocimiento del vocabulario de una lengua y la capacidad para utilizarlo	0	0.05	0.20	0.35	0.4
4.2. Discriminar las palabras altamente especializadas de las de uso general para la comunicación	0	0.05	0.20	0.35	2.60
4.3. Reconocer el léxico semi-técnico o semi-científico del comercio	0	0.05	0.20	0.35	0.4
4.4. Inferir el léxico correspondiente al registro formal requerido en el discurso científico general	0	0.05	0.20	0.35	0.4
4.5. Relacionar el lexema con propiedades, situaciones, entidades, y de forma general con el mundo extralingüístico o del comercio	0	0.05	0.20	0.35	0.4

60 pts. Distribuidos de la siguiente manera:

- Conocimiento del contexto de uso de la lengua en el comercio, (30%): **30 pts.**
- Conocimiento de las características y procesos de la comunicación para el comercio, (30%): **30 pts.**

Descriptor (para B2)	M	Limite	Acepta	Bie	Excele
	al	do	ble	n	n
1. Competencia sociolingüística: comprensión del contexto comercial en el que se usa el español (4 ptos.)					
1.1. Comprensión del contexto comercial	0	0.05	0.20	0.35	0.4
1.2. Importancia de los registros léxicos comerciales	0	0.05	0.20	0.35	0.4
1.3. Registro lingüístico intercultural	0	0.05	0.20	0.35	0.4
1.4. Uso apropiado de frases y expresiones propias del comercio	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2. Competencia discursiva: producción de un texto oral en relación con el ámbito comercial (6 ptos.)					
2.1. Producción de frases y cadenas de lengua a partir del uso del léxico técnico referido al comercio	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.2. Conexión del discurso	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.3. Seguridad en el acto comunicativo en un contexto comercial o simulado	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.4. Explicar el uso y las implicaciones semánticas del vocabulario técnico referido al comercio	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.5. Desarrollar el lexicon mental	0	0.05	0.20	0.35	0.4
2.6. Relacionar formas con significados y utilizarlas adecuadamente en el ámbito comercial	0	0.05	0.20	0.35	0.4
3. Competencia lingüística: aplicación de las reglas gramaticales (normativa) (6 ptos.)					
3.1. Uso del léxico adecuado al nivel	0	0.10	0.30	0.40	1.20
3.2. Léxico específico o técnico	0	0.10	0.30	0.40	1.20
3.3. Gramática	0	0.10	0.30	0.40	1.20
4. Competencia léxica: la unidad de significado en el lexicon mental empleada como elemento vehicular de la cultura del español y que puede estar formada por una o más palabras (44 ptos.)					
4.1. Conocimiento del vocabulario de una lengua y la	0	0.30	0.60	3.10	4

capacidad para utilizarlo					
4.2. Discriminar las palabras altamente especializadas de las de uso general para la comunicación	0	0.30	0.60	3.10	5
4.3. Reconocer el léxico semi-técnico o semi-científico	0	0.30	0.60	3.10	5
4.4. Inferir el léxico correspondiente al registro formal requerido en el discurso científico general	0	0.30	0.60	3.10	5
4.5. Relacionar el lexema con propiedades, situaciones, entidades, y de forma general con el mundo extralingüístico	0	0.30	0.60	3.10	5

Para la asistencia de 12 h/c (20%): **20 ptos.**

Escala a aplicar para definir la puntuación:

0 ausencias: 20 ptos.

1-2 ausencias: 17 ptos.

3-5 ausencias: 12 ptos.

6 ausencias: 0 ptos.

DISCUSIÓN

La aplicación del diagnóstico inicial en la carrera para medir grado de satisfacción de los estudiantes con las asignaturas de español con fines profesionales permitió corroborar en el año 2019 la necesidad de hacer una reestructuración didáctica de la asignatura Español del Comercio, tener en cuenta como aspecto fundamental que el enfoque comunicativo tenía que estar presente y la metodología a seguir sería mediante la simulación.

De tal forma que a partir de los principios del Marco Común Europeo de Referencia y

las indicaciones del Instituto Cervantes, unido a los criterios de profesores y estudiantes, se hizo nueva propuesta didáctica para la asignatura "Español del comercio".

Esta nueva propuesta para la asignatura conllevó a hacerle un rediseño curricular integral y se aplica desde el curso 2020-2021 en la Changchun Normal University, la que sin dudas ha contribuido a que los estudiantes muestren una satisfacción de más del 92%, dado principalmente por el enfoque basado en la simulación, que refuerza el carácter eminentemente práctico del proceso.

Otro aspecto novedoso es que en la nueva concepción es posible aplicarla nueva tanto en el aula tradicional como en el entorno virtual, en este caso porque se incluye un sistema de guías de orientación para el alumno y otra los profesores; además, los programas informáticos ofrecen muchas ventajas que facilitan el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje.

La asignatura le brinda a los estudiantes la posibilidad de trabajar con textos auténticos y reales, relacionados con el mundo de los negocios, los que son considerados como textos especializados que para su mejor uso y comprensión han sido clasificados en tres categorías como plantea García, (2021, p.86), como "(...) los de especialización científica (el emisor y el receptor poseen una base científica); los semi-divulgativos (el emisor es especialista pero el receptor no lo es) y, los divulgativos (el emisor no es un investigador y el receptor es un interesado en el tema)." Todos los cuales se incluirán en cada clase en correspondencia con la lección que se imparta en cada momento.

Por otra parte, se plantea un sistema de actividades prácticas que da respuesta a las necesidades de los estudiantes de estar inmersos en un contexto práctico-simulado, con lo que se asegura la motivación de ellos y, a su vez se puede lograr una clase amena y enriquecedora, puesto que los estudiantes reconocen en

las diferentes actividades la aplicación y utilidad del objetivo final: el proyecto.

Es que cuando el estudiante realiza su proyecto concebido por parte del profesor como "(...) un proceso de construcción de conocimiento nuevo que se incorpora al existente mediante la asimilación de estructuras nuevas que se acomodan en las previas, [mediante] un reajuste o reestructuración (...)" (Ureña, 2022, p.232) los estudiantes pueden realizar con mayor facilidad esta tarea final. En la secuencia para llegar a la tarea final, se integran las diferentes destrezas y estrategias de aprendizaje, diseñadas en el marco de los contenidos temáticos específicos del ámbito de los negocios que permiten su aplicación y adquisición.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

García Martínez, I. (2021). Las críticas de TripAdvisor como herramienta didáctica en el aula de español del turismo. *Foro de profesores de E/LE*. (18).

<https://ojs.uv.es/index.php/foroel/article/view/21332/19899>

Gironzetti, E., Lacorte, M., Merediz, E. y Bartis, S. (2020). Evaluación y rediseño curricular para la integración de lengua, cultura y literatura en programas de español como L2. *Revista Nebrija De Lingüística Aplicada a La Enseñanza De Lenguas*. 14(28).
<https://doi.org/10.26378/rnlael1428401>

González Hernando, A B. (2015). Enseñanza del español para fines específicos: español para la salud. *Revista Electrónica del Lenguaje*, II(2).
<https://www.revistaelectronicalenlenguaje.com/?s=Gonz%C3%A1lez+Hernando%2C+Ana+B>

- Hong Z y Álvarez Álvarez, M. (2020). El Español como Lengua Extranjera (ELE) con el fin específico del comercio exterior en la Educación Vocacional y Aplicada en China: una revisión sistemática del estado de la cuestión. *México y la cuenca del pacífico*. 9(26). Guadalajara.
<http://www.mexicoylacuencadelpacifico.cucsh.udg.mx/index.php/mc/article/view/665>
- Hernández Lima, S. D., Liu X y Santamaría Rocha, C. L. (2021). El enfoque comunicativo y su aplicación en la enseñanza del español como lengua extranjera en China. *Varona*. (72). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-82382021000100006
- Lara García, A., Esquivel Zepeda, A. y Quijano-Gutiérrez, S. (2021). Importancia de la diversidad cultural en la empresa global. *Digital Publisher CEIT*, 6(6-1). <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.854>
- Martínez Linares, C. (2021). Didáctica general y específica de las Lenguas Extranjeras en Cuba, ¿Autonomía, dependencia, coexistencia o complementación? *RECIE. Revista Caribeña de Investigación Educativa*, 5(1). <https://doi.org/10.32541/recie.2021.v5i1.pp148-161>
- Plan Curricular del Instituto Cervantes. Niveles de referencia para el español. (2006). Instituto Cervantes, Biblioteca Nueva, 3vol. Madrid. ISBN: 84-9742-615-0
- Ureña Torno, C. (2022). El enfoque por proyectos en la enseñanza del español con fines específicos mediante una propuesta aplicada al español del turismo. *Foro de profesores de E/LE*. No. 18. <https://ojs.uv.es/index.php/foroel/article/view/24724/22022>
- Vraniæ Petkoviæ, I. y Georgijev, I. (2019) La enseñanza de español con fines específicos: propuestas básicas para el diseño de un curso de español para los negocios (nivel B1). *Colindancias: Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*. (10). <https://colindancias.uvt.ro/index.php/dj/article/view/76>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Los autores participaron en el diseño, análisis de los documentos y redacción del trabajo.

Citar como

Pacheco Rivera, V., & Jing, L. (2023). Perfeccionamiento curricular de la asignatura Español del comercio para estudiantes sinohablantes de lengua española. *Mendive. Revista de Educación*, 21(4), e3357. <https://mendive.upr.edu.cu/index.php/MendiveUPR/article/view/3557>



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)