

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN**  
**FACULTAD POLITÉCNICA**  
**INGENIERÍA EN MARKETING**  
**PLAN 2006**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

**I. - IDENTIFICACIÓN**

1.	Materia	: Inglés IV
2.	Semestre	: Cuarto
3.	Horas semanales	: 4 horas
3.1.	Clases teóricas	: 2 horas
3.2.	Clases prácticas	: 2 horas
4.	Total real de horas disponibles	: 64 horas
4.1.	Clases teóricas	: 32 horas
4.2.	Clases prácticas	: 32 horas

**II. - JUSTIFICACIÓN**

El idioma Inglés es sin duda, el idioma de las transacciones; del intercambio global; del mercado; de la economía; de la oferta y de la demanda; es en fin el idioma comercial por excelencia.

Además es el segundo idioma mas hablado en todo el planeta; razón por la cual es considerado idioma Internacional y por si esto fuera poco es el Idioma Oficial de las computadoras desde que Apple y IBM se hicieran dueñas del mercado.

El desconocimiento total o parcial de esta lengua supone sencillamente encontrarse en inferioridad de condiciones en un medio en el que la competencia se endurece cada día, y en el que mas que nunca las oportunidades no pueden ser desaprovechadas.

La sociedad toda tiende a globalizar sus aspiraciones mas caras mundializando esta herramienta compartida por casi todos sus habitantes.

Entonces desde English (SP) IV ofertamos una sólida base del conocimiento del Idioma Inglés, consolidando y construyendo significativamente al Ingeniero/a en Marketing del mañana. De este modo es justificada la inclusión de English SP IV en la malla curricular del Plan de Estudios de la Facultad de Politécnica en la carrera de Ingeniería en Marketing.

**III. - OBJETIVOS**

1. Proveer clima de confianza para la pronunciación correcta (Standard) del Inglés.
2. Afianzar y completar el vocabulario específico en "Marketing"
3. Identificar oralmente los elementos generales de la gramática inglesa.
4. Manejar correctamente los elementos gramaticales estudiados antes en conversaciones de (role-playing).
5. Interpretar y formular frases y oraciones oralmente.
6. Facilitar la práctica oral del Idioma Inglés en forma Interactiva (S.P.)
7. Formular y contestar cuestionarios relacionados a la teoría (Marketing)
8. Promover una apertura al acceso de medios alternativos como CD Room, magazines D.V.D. etc.
9. Utilizar adecuadamente diccionario Inglés – Inglés
10. Consolidar el uso fluido de los elementos gramaticales estudiados anteriormente.
11. Aclarar dudas interactuando positivamente.
12. Lograr uso correcto (Standard) del Idioma Inglés.

**IV. - PRE - REQUISITO**

1. Inglés III

**V. - CONTENIDO**

**5.1. Unidades programáticas**

1. Meeting people
2. Telephoning
3. Company Presentation
4. Product Description
5. Reporting
6. Socializing
7. Meetings
8. Making Arrangements
9. Describing Trends
10. Company Results
11. Comparing Alternatives
12. Planning Ahead
13. Business Travel
14. Achievements
15. Systems and Processes

## 16. Negotiations

**5.2. Desarrollo de las unidades programáticas**

1. Meeting people
  - 1.1. Prepositions – jobs
  - 1.2. Present simple tense
  - 1.3. Wh – question forms
2. Telephoning
  - 2.1. Alphabet pronunciation
  - 2.2. Can/Could/May I...?
  - 2.3. Can/Could/Would you...?
3. Company Presentation
  - 3.1. Present continuous tense
  - 3.2. Has got
  - 3.3. There is/There are
4. Product Description
  - 4.1. Adjectives
  - 4.2. Dimensions
  - 4.3. It Weighs/costs...
5. Reporting
  - 5.1. Past simple tense
  - 5.2. Prepositions – time
6. Socializing
  - 6.1. Countable and uncountable
  - 6.2. Nouns – some and any
  - 6.3. Would you like...?
  - 6.4. Shall I...? / Let me...
  - 6.5. Expressions of frequency
7. Meetings
  - 7.1. Should
  - 7.2. Expressing opinions
  - 7.3. Going to (future)
8. Making Arrangements
  - 8.1. Present simple and
  - 8.2. Continuous (future)
  - 8.3. Would
9. Describing Trends
  - 9.1. Prepositions –finance
  - 9.2. Verbs of change – rise, fall, increase, decrease
  - 9.3. Adjectives and adverbs
  - 9.4. Cause/effect connectors
10. Company Results
  - 10.1. Present perfect simple tense
11. Comparing Alternatives
  - 11.1. Comparatives and superlatives
  - 11.2. er / more than
  - 11.3. ...as...as
  - 11.4. the –est /the most...
12. Planning Ahead
  - 12.1. Countable and uncountable nouns – much and many
  - 12.2. Will – future facts and predictions
  - 12.3. You'd better (not)...
13. Business Travel
  - 13.1. Modals of obligation
  - 13.2. Mustn't vs. Don't have to
  - 13.3. Open conditionals
14. Achievements
  - 14.1. Present perfect vs. past
  - 14.2. For / Since / Ever / Never
15. Systems and Processes
  - 15.1. Passive voice
  - 15.2. Sequencers
16. Negotiations
  - 16.1. Would and Might
  - 16.2. Second conditional Supposing...

**VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

1. Ofertar un programa de radio 87.9 para promover los conocimientos del Marketing en Inglés.
2. Formular preguntas en Inglés acerca del Marketing.

3. Contestar correctamente en Inglés preguntas antes formuladas.
4. Organizar un cuadernillo de Marketing en preguntas y respuestas
5. Resolver en clase todos los ejercicios formulados en la guía.
6. Corregir ejercicios en clase.
7. Preparar a los alumnos que irán participando en los programas de radio.
8. Gravar lo expuesto en la radio y cotejar, pulir con el grupo.
9. Motivar para que el producto ofertado en servicios sea de calidad.

## VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Texto Técnico Guía recomendado: Business Objectives
2. Cassete Business objectives: audio y conversaciones de (role Playing)
3. Proyector de transparencias
4. Cintas de video o DVD
5. CD (s)
6. Grabaciones de la radio Aranduka 87.9
7. Pizarra acrílica
8. Stereo para CD o cassettes
9. Diccionario Inglés – Inglés
10. Inglés – Español
11. Diccionario Español – Inglés
12. Corrección de ejercicios en clase
13. Devolución a los alumnos de los ejercicios corregidos y evaluados.
14. Ejercicio tipo test a modo de repaso antes de los exámenes.

## VIII. - EVALUACIÓN

1. Las evaluaciones parciales y finales serán realizadas en todo conforme con los requisitos establecidos en el Reglamento de Cátedra de la Facultad Politécnica.

## IX. - BIBLIOGRAFÍA

- John East wood Oxford Practice Grammar Oxford University Press 1999
- Eric H. Glendinning Basic English For computing Oxford University Press 2002.
- Vichi Hollett Business Objectives. Oxford University Press 1991-1996
- Collins Concise English Dictionary. 1992.