

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

I. - IDENTIFICACIÓN

1. Materia	: Inglés III
2. Semestre	: Tercero
3. Horas semanales	: 4 horas
3.1. Clases teóricas	: 4 horas
3.2. Clases prácticas	: 0 horas
4. Total real de horas disponibles	: 64 horas
4.1. Clases teóricas	: 64 horas
4.2. Clases prácticas	: 0 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

La asignatura Inglés III presenta una estructura que permite al alumno adquirir destreza en las habilidades básicas y afianzar lo aprendido en los anteriores semestres. Las unidades programáticas integran ejercicios y actividades de lectura de textos (READING), comprensión oral (LISTENING COMPREHENSION), escritura (WRITING) y conversación (SPEAKING), incluyendo la terminología y vocabulario que se utilizan en el área de marketing. Se incluye la revisión de aspectos gramaticales, así como la práctica de la pronunciación para fomentar la comunicación oral básica por medio de presentaciones individuales y grupales. Clases participativas e interactivas con la colaboración de los alumnos de quienes se espera responsabilidad y pensamiento creativo para con el curso.

III. - OBJETIVOS

1. Practicar por medio de actividades integrativas las cuatro habilidades básicas: reading, writing, listening and speaking.
2. Afianzar los aspectos gramaticales aprendidos por medio de ejercicios en las distintas habilidades.
3. Leer textos técnicos para la práctica de lectura comprensiva (reading comprehension)
4. Escuchar conversaciones para la práctica de la comprensión auditiva (listening comprehension)
5. Practicar la pronunciación de vocabulario técnico, frases y expresiones de área de marketing.
6. Escribir breves textos haciendo uso de vocabularios técnicos.
7. Presentar en forma oral conversaciones y situaciones (individual y grupal)
8. Utilizar técnicas que ayuden a incrementar el vocabulario, la práctica de conversación, comprensión de textos y auditivos en el idioma Inglés.
9. Demostrar actitudes de responsabilidad, colaboración y pensamiento creativo.

IV. - PRE - REQUISITO

1. Inglés II

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. First Meetings
2. You and your Company
3. Visiting a Client
4. Business Activities
5. Company and Personal History
6. Making Plans
7. Describing Trends
8. Marketing specific technical vocabulary (in each unit)

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. FIRST MEETINGS
 - 1.1. Greetings
 - 1.2. Introducing yourself
 - 1.3. Personal Information
 - 1.4. Numbers, telephone and fax numbers
 - 1.4.1. GRAMMAR: Simple Present, Simple Questions and answer forms, regular and irregular verbs.
 - 1.4.2. LISTENING AND READING: Greetings, personal information.
 - 1.4.3. WRITING: Business cards
 - 1.4.4. SPEAKING: Greetings, personal information.
2. YOU AND YOUR COMPANY
 - 2.1. Job Description
 - 2.2. Company Activities
 - 2.3. Telling Time (1)

- 2.3.1. GRAMMAR: Present Simple Tense, Verbs.
- 2.3.2. LISTENING COMPREHENSION: Telling Time
- 2.3.3. WRITING AND READING COMPREHENSION: a fax message, profile.
- 2.3.4. SPEAKING: socializing, profile presentation.
- 3. VISITING A CLIENT
 - 3.1. Meeting Business Clients
 - 3.2. Introducing People
 - 3.3. Showing Visitors Around
 - 3.4. Asking about Location
 - 3.4.1. GRAMMAR: Polite Questions and responses, verbs, Simple Present and Continuous
 - 3.4.2. LISTENING AND READING COMPREHENSION: At a Reception, Introducing People, The Portable Office.
 - 3.4.3. WRITING: An e-mail message.
 - 3.4.4. SPEAKING: What's your office like?
- 4. BUSINESS ACTIVITIES
 - 4.1. Talking about routines
 - 4.2. Work and Leisure
 - 4.3. Describing Processes
 - 4.4. Telling Time (2)
 - 4.4.1. GRAMMAR: Sequencing: First, Then, etc., Adverbs of Frequency, verbs.
 - 4.4.2. READING COMPREHENSION: Office Life, Producing an advertisement.
 - 4.4.3. WRITING: Producing an Advertisement.
 - 4.4.4. LISTENING COMPREHENSION: Job description, sequencing, describing processes
 - 4.4.5. SPEAKING: Oral Presentation of an Advertisement.
- 5. COMPANY AND PERSONAL HISTORY
 - 5.1. Talking about your Company
 - 5.2. Talking about your Career
 - 5.3. A Job Interview
 - 5.4. A Resumé
 - 5.5. Numbers
 - 5.6. Company Departments
 - 5.6.1. GRAMMAR: Past Simple Tense, regular and irregular verbs, Past Continuous
 - 5.6.2. LISTENING AND READING COMPREHENSION: Company History, Career Description.
 - 5.6.3. WRITING: A Resumé, Company Departments.
 - 5.6.4. SPEAKING: Talking about your Career.
- 6. MAKING PLANS
 - 6.1. Company Objectives
 - 6.2. Discussing Plans
 - 6.3. Percentages
 - 6.4. Market Share
 - 6.4.1. GRAMMAR: Future "be going to ", infinitives, Verbs, Present Simple.
 - 6.4.2. READING AND LISTENING COMPREHENSION: Companies Objectives.
 - 6.4.3. SPEAKING: Market Share
 - 6.4.4. WRITING: Market Share
- 7. DESCRIBING TRENDS
 - 7.1. Rises and Falls
 - 7.2. Describing Changes
 - 7.3. Describing Graphs
 - 7.3.1. GRAMMAR: Prepositions, verbs of change, adjectives and adverbs, cause and effect connectors
 - 7.3.2. READING AND LISTENING COMPREHENSION: Rises and falls, describing changes, graphs
 - 7.3.3. WRITING: Describing Graphs
 - 7.3.4. SPEAKING: Describing Graphs.

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Clases participativas e interactivas (alumnos - profesor) (alumnos - alumnos)
2. Uso del diccionario Inglés/Español y vocabulary notebooks.
3. Lectura de textos técnicos para comprensión de vocabularios.
4. Escucha de conversaciones para la práctica de la comprensión auditiva.
5. Escribir breves textos, y análisis de gráficos haciendo uso de vocabularios aprendidos.
6. Presentaciones en forma oral de temas selectos (individual y grupal)
7. Tareas en clase y homework con ejercicios de práctica de la gramática, de la lectura comprensiva, comprensión auditiva, escritura y conversación.
8. Autocorrección de tareas, corrección entre pares y grupal.

VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Radiograbador
2. Retroproyector
3. Carteles, láminas
4. Transparencias

5. Cassettes
6. CDs
7. Textos
8. Materiales impresos
9. Diccionarios Ingles/Español
10. Pizarra
11. Marcadores

VIII. - EVALUACIÓN

En la asignatura INGLÉS III, la evaluación es considerada en su función diagnóstica, formativa (parciales) y sumativa (finales). Los exámenes parciales y finales se basan en las unidades programáticas desarrolladas en clase conforme al planeamiento de cátedra semestral así como los trabajos prácticos cuya modalidad será establecida por el profesor. Los requisitos para los exámenes finales así como la calificación final se detalla en el planeamiento de cátedra semestral conforme al Reglamento General de Cátedra vigente.

IX. - BIBLIOGRAFÍA

- Barnard, R. and J. Cady. Business Venture 1: New Edition. Oxford: OUP, 2002.
- Hadfield, J. and C: Hadfield. Presenting New Language. Oxford: OUP, 2003.
- Hollet, Vicki. Business Objectives: New Edition. Oxford: OUP, 2000.
- Marketing Glossary: words, phrases, and situations taken from the Internet.
- Oxford for Advanced Learners Dictionary.
- Oxford Spanish/English --- English/Spanish Dictionary.
- Swan, M. and C. Walter. How English Works. Oxford: OUP, 1997.
- Thornbury, Scout. Natural Grammar. Oxford: OUP, 2004