

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
INGENIERIA EN MARKETING
PLAN 2008
PROGRAMA DE ESTUDIO

I. - IDENTIFICACIÓN

1. Materia	: Inglés V
2. Semestre	: Quinto
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

La asignatura Inglés V permite al alumno afianzar aspectos gramaticales así como vocabulario y conocimientos técnicos de Marketing mediante las unidades programáticas, las cuales integran la práctica de las habilidades básicas; escritura (Writing), comprensión oral (Listening comprehension), lectura comprensiva (Reading comprehension) conversación (Speaking) en el idioma inglés.

El análisis, comparación, descripción y la interpretación de datos, gráficos y textos técnicos, se presentan con énfasis en las lecciones, pretendiendo de esta manera la producción, por parte de los alumnos, de presentaciones orales y escritas en el idioma.

III. - OBJETIVOS

1. Afianzar las distintas habilidades básicas en el idioma Inglés: reading, writing, listening and speaking
2. Describir productos y servicios en forma oral y escrita.
3. Promocionar productos y servicios en inglés utilizando varios aspectos gramaticales y técnicos.
4. Analizar, comparar y describir datos y gráficos de presupuestos y estudios de mercados en Inglés.
5. Demostrar actitudes de colaboración, solidaridad y creatividad.

IV. - PRE-REQUISITO

1. Inglés IV

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Introduction and Contacts / Marketing Definitions and Concepts
2. Schedules and Appointments / Globalization
3. Requests and Offers / Communication in the Global World
4. Company Performance / Stock Markets
5. Describing Products / Marketing and Advertisement
6. Talking about Decisions / Budgets and Sponsorship
7. Checking Progress / Marketing Planning I and II
8. Future Prospects / Imports and Exports

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Introduction and contacts / Marketing definitions and concepts
 - 1.1 Conversation: Starting and ending, continuing.
 - 1.2 Present Simple: Replying appropriately (Yes, of course / Yes, and you?)
 - 1.3 Regular and irregular verbs.
 - 1.4 Describing companies activities.
 - 1.5 Marketing Definitions and Concepts. Reading Comprehension, Vocabulary bank.
2. Schedules and appointments / Globalization
 - 2.1 Making arrangements: setting up meetings, organizing schedules
 - 2.2 Present Continuous as future (-ing form)
 - 2.3 Practicing Pronunciation contractions and stress.
 - 2.4 Globalization. Reading Comprehension, reflection, vocabulary bank.
3. Requests and offers / Communication in the global world
 - 3.1 Telephoning: Placing an order, making requests, making offers, checking information.
 - 3.2 Standard expressions : (Could you...? / Would you like me to...?)

- 3.3 Numbers: decimals, exchange rates.
- 3.4 Communication in the Global World .Reading Comprehension, reflection, vocabulary bank.
- 4. Company performance / Stockmarkets
 - 4.1 Describing graphs, interpreting data, comparing data.
 - 4.2 Past Simple Tense: regular and irregular verbs.
 - 4.3 Interpreting Headlines
 - 4.4 Numbers review: large numbers, dates, percentages.
 - 4.5 Describing and comparing work routines.
 - 4.6 Stock Markets. Reading Comprehension, reflection, vocabulary bank.
- 5. Describing products /Marketing and advertisement
 - 5.1 Asking for details.
 - 5.2 Describing different products (What's made of? /How big is it? / What can it do?)
 - 5.3 Nouns and adjectives
 - 5.4 Language for advertisement
 - 5.5 Marketing and Advertisement. Reading Comprehension, Vocabulary bank.
- 6. Talking about desicions / Budgets and sponsorship
 - 6.1 Reporting Decisions
 - 6.2 Cause and Effect: Because, so, as a result, etc.
 - 6.3 Practicing Pronunciation: Word Stress
 - 6.4 Decision Making Styles
 - 6.5 Budgets and Sponsorship. Reading Comprehension, reflection, vocabulary bank.
- 7. Checking progress / Marketing planning I and II
 - 7.1 Monitoring a Project
 - 7.2 Describing a process
 - 7.3 Present Perfect: (Have you called yet? / Yes, I Have.)
 - 7.4 Time Expressions: now, soon, later, recently, ago, etc.
 - 7.5 Hiring Personnel, hiring procedures in different countries.
 - 7.6 Marketing Planning I and II
- 8. Future prospects / Imports and exports
 - 8.1 Talking about the future
 - 8.2 Asking about future prospects
 - 8.3 Predicting
 - 8.4 Future with "will" "going to", first conditional
 - 8.5 Degrees of certainty: probably, definitely, might, etc.
 - 8.6 Imports and Exports. Reading Comprehension. Vocabulary interpretation.

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Clases participativas e interactivas (alumnos ↔ profesor) (alumnos ↔ alumnos)

Escucha de diálogos, así como descripciones y presentaciones modelo para la practica de la correcta pronunciación y acentuación de vocabularios, frases, preguntas y respuestas.

Presentaciones individuales y grupales en forma oral y escrita de definiciones, conceptos y planeamiento de Marketing, y de tópicos específicos relacionados.

Práctica de diálogos en forma oral y escrita basados en los aspectos gramaticales aprendidos en cada lección.

Interpretación y reflexión de textos técnicos.

Uso de diccionario monolingüe y bilingüe.

Tareas en clase y homework con ejercicios de refuerzo para la práctica de las distintas habilidades.

Grabación de descripciones de productos y servicios en el idioma inglés.

Exposición de las grabaciones a una audiencia radial.

Autocorrecciones, entre pares y grupal, de tareas, grabaciones y exposiciones orales.

VII. - MEDIOS AUXILIARES

Se utilizará para el desarrollo de las clases:

1. Radiograbador
2. Retroproyector
3. Grabador de voz para conversaciones y exposiciones
4. Radio Aranduka 87.9
5. Carteles, láminas
6. Transparencias
7. Cassettes
8. CDs
9. Textos
10. Materiales impresos
11. Diccionarios Ingles/Español
12. Pizarra
13. Marcadores

VIII. - EVALUACIÓN

- El estudiante se presentará a los exámenes parciales y finales establecidos en cada periodo académico, ajustándose a lo establecido al respecto por el Reglamento General de Cátedra.
- Los requisitos para obtener el derecho a examen final se establecen en el Reglamento General de Cátedra y en la Planilla de Cátedra.
- La modalidad del examen final será establecida en la Planilla de Cátedra.
- Se aplicará el sistema de calificación establecido por el Reglamento General de Cátedra.

IX. - BIBLIOGRAFÍA

- BARNARD, R. ; CADY, J. 2002. Business venture 2 . Oxford: OUP.
- BUSSINES AND MANAGEMENT : Level one and two. 2000. Richmond Publishing.
- ENGLISH / SPANISH DICTIONARY. Oxford .
- HADFIELD, J. ; HADFIELD, C. 2003. Presenting new language. Oxford: OUP. p.
- HOLLETt, VICKli 2000. Business objectives : Oxford: OUP. p.
- MARKETING GLOSARY : words, phrases, and situations taken from the Internet.
- OXFORD FOR ADVANCEND LEARNERS DICTIONARY.
- SWAN, M. ; WALTER, C. 1997. How English works. Oxford: OUP. P.
- THOMBURY, SCOUTt. 2004. Natural grammar. Oxford: OUP. P.