

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

I. - IDENTIFICACIÓN

1. Materia	: Inglés II
2. Semestre	: Segundo
3. Horas semanales	: 4 horas
Clases teóricas	: 4 horas
Clases prácticas	: 0 horas
4. Total real de horas disponibles	: 64 horas
Clases teóricas	: 64 horas
Clases prácticas	: 0 horas

I. - JUSTIFICACIÓN

La mayor parte de los aspectos gramaticales básicos del idioma inglés, se desarrollan en INGLÉS I, asignatura precedente del Primer Semestre.

La asignatura INGLÉS II, complementa lo desarrollado en INGLÉS I y enfatiza el uso del idioma inglés, a través de una variedad de ejercicios prácticos, que entrenan y estimulan al alumno a combinar su conocimiento del idioma inglés, con su conocimiento técnico, reconociendo la importante terminología de esta disciplina, con la introducción al vocabulario técnico y a útiles estructuras del lenguaje, por medio de escritos técnicos.

Abarca auténticos pasajes de lectura y audición, mediante una amplia variedad de fuentes.

II. - OBJETIVOS

1. Reconocer y estimular la importancia de aprender el idioma inglés.
2. Identificar elementos básicos de la gramática inglesa.
3. Escuchar y reconocer la pronunciación básica en inglés.
4. Extraer y utilizar vocabulario técnico.
5. Entrenar básicamente para traducir párrafos, oraciones, frases, etc.
6. Compartir conocimientos del idioma inglés con conocimientos técnicos.
7. (trabajos en aula por grupo de alumnos)
8. Promover actitud de confianza al acceso de textos técnicos en inglés

III. - PRE - REQUISITO

1. Inglés I.

IV. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Gramática – Tiempos verbales
2. Lectura comprensiva de Capítulos o párrafos técnicos en inglés, de temas relacionados con la carrera.
3. Desarrollo de cada Capítulo o párrafo.

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Gramática – Tiempos verbales
 - 1.1. Desarrollo de ejercicios de aplicación – Tiempos verbales
2. Lectura comprensiva de Capítulos o párrafos en inglés:
 - Unit 1: "Marketing".
 - Unit 2: "Marketing - Changes".
 - Unit 3: "Marketing Strategy".
 - Unit 4: "Customer".
 - Unit 5: "Marketing Plan".
 - Unit 6: "Evolution of Marketing".
 - Unit 7: "E-Commerce".
 - Unit 8: "E-Commerce – Historical development".
 - Unit 9: "Publicity".
 - Unit 10: "Promotion".
 - Unit 11: "importance of advertising".
3. Desarrollo por cada Capítulo o párrafo:

Traducir expresiones, frases, vocabularios, para reconocer y extraer abreviaciones y terminología electrónica.

Completar ejercicios o cuestionarios de comprensión, llamados "Tasks" o tareas. Ejemplos: "Fill in gaps - Find out the meaning of abbreviations - Complete or describe diagrams - Answer questions - Complete statements and tables using

given informations - Link facts, ideas and terms meanings - Describe graphs - Match words and phrases - Explain abbreviations means - Find references in a text - Short forms for terms - Select the correct answer".

Estudio de palabras y estructuras del idioma.

(Language *study and Word study*).

V. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Desarrollar clases participativas.
2. Dar lectura de oraciones o párrafos (traducir al español en clase si fuese necesario).
3. Utilizar Diccionario "Español/Inglés-Inglés español".
4. Reconocer y extraer vocabulario técnico.
5. Completar ejercicios varios o responder cuestionarios (en cada clase).
6. Corregir ejercicios en clase.
7. Dar tarea para la siguiente clase (homework).
8. Organizar tareas prácticas (en grupo o individual) a ser evaluadas en clase.
9. Devolver a los alumnos sus tareas corregidas y/o evaluadas.
10. Resolver cuestionario de ejercicios (modo repaso antes de los exámenes).

VI. - MEDIOS AUXILIARES

1. Para el Profesor:
2. Textos ver Bibliografía).
3. Cassette Oxford English for Electronics: audio y pronunciación básica del inglés.
4. Equipo informático multimedia.
5. Otras cintas de vídeo y audio.
6. Pizarra.
7. Marcadores para pizarra ó tiza.
8. Para el alumno:
9. Copias de fragmentos de textos a entregarse en cada clase
10. Diccionario Español /Inglés-Inglés /Español.

VII. - EVALUACIÓN

1. Los temas de Exámenes Parciales y Finales: se basan en todo lo desarrollado por el profesor, hasta antes de cada período de examen, conforme al Planeamiento de Cátedra semestral.
2. Los requisitos para derecho a Examen Final están fijados en el Reglamento General de Cátedra vigente y conforme al respectivo Planeamiento de Cátedra.
3. Los temas y la modalidad de Trabajos Prácticos (individual o grupal), los determina el profesor, a desarrollarse en clase o ser entregados con posterioridad (homeworks).
4. La incidencia de los mismos sobre la calificación final en la asignatura, se establece en el Planeamiento de Cátedra semestral, conforme al Reglamento General de Cátedra vigente.

VIII. - BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Eastwood, John. A Basic English Grammar Spanish Edition. John Eastwood & Ronald Mackin.–Oxford:Oxford University Press, 1993.—159 p. – ISBN 0 19 432944 5.
- Scharampfer Azar, Betty. Basic English Grammar Second Edition – Longman Lib

Complementaria

- Murphy, Raymond. Essential Grammar in Use. Raymond Murphy. – Cambridge UP.
- Swan, Michael. How English Works. Michael Swan, Catherine Walter. Oxford: Oxford University Press.
- Thomson, A.J. A Practical English Grammar A.J.Thomson, A.V.Martinet.- Oxford: Oxford University Press, 1991.- 383 p. – ISBN 0 19 431384 4.