SÍLABO DE LA ASIGNATURA: INGLÉS DE NEGOCIOS I

1. DATOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Unidad Académica:	Facultad de Ciencias Administrativas					
Carrera:	Ingeniería en Marketing					
Eje de formación:	Formación profesional		Periodo académico / Semestre:	SEPTIMO		
Tipo de asignatura	Obligatoria		Paralelo:	A		
			Año lectivo:	2018-2019(2)		
Organización del tiempo:	Componente presencial					
	Horas teóricas	Horas en otros escenarios	Total del componente	Componente autónomo	Total de horas	Créditos
	32	32	64	64	128	4
Pre requisito:	Ninguna					
Docente/s responsable/s:	Mgs. Wagner Villafuerte Muñoz					

2. RELACIÓN DE LA ASIGNATURA CON EL PERFIL DE EGRESO

Competencia del perfil de egreso	Nivel de impacto	Nivel de dominio de la competencia (asignatura)	Desempeños esperados (por unidad)
Desarrollar el Mix de Marketing, sobre precios, Productos, Publicidad y distribución, con conocimiento del consumidor	MEDIO	El estudiante podrá fundamentar los diferentes conceptos de marketing en el idioma inglés. Argumentar los contenidos básicos de las ventas en el idioma inglés. Y obtendrá un conocimiento en temas comerciales en el idioma inglés.	Saludos básicos. Se establece una idea general del escenario local y global de negocios, así como la aplicación de la empresa. "Decida ser un Emprendedor y hombre/ mujer de negocios".
			desarrollar destrezas para analizar las expectativas de las personas al ingresar a un trabajo/ Análisis de Problemas
			Hablar acerca de los viajes de negocios / escoger un sitio de comida para una reunión de negocios
			Establecer negocios de compra y ventas con diferentes productos y escenarios

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DECANATO MANTA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS COORDINACIÓN ACADÉMICA PRESIDENCIA MANTA

SÍLABO DE LA ASIGNATURA: INGLÉS DE NEGOCIOS I

1. DATOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Unidad Académica:	Facultad de Ciencias Administrativas					
Carrera:	Ingeniería en Marketing					
Eje de formación:	Formación profesional		Periodo académico / Semestre:	SEPTIMO		
Tipo de asignatura	Obligatoria		Paralelo:	A		
			Año lectivo:	2018-2019(2)		
Organización del tiempo:	Componente presencial					
	Horas teóricas	Horas en otros escenarios	Total del componente	Componente autónomo	Total de horas	Créditos
	32	32	64	64	128	4
Pre requisito:	Ninguna					
Docente/s responsable/s:	Mgs. Wagner Villafuerte Muñoz					

2. RELACIÓN DE LA ASIGNATURA CON EL PERFIL DE EGRESO

Competencia del perfil de egreso	Nivel de impacto	Nivel de dominio de la competencia (asignatura)	Desempeños esperados (por unidad)
Desarrollar el Mix de Marketing, sobre precios, Productos, Publicidad y distribución, con conocimiento del consumidor	MEDIO	El estudiante podrá fundamentar los diferentes conceptos de marketing en el idioma inglés. Argumentar los contenidos básicos de las ventas en el idioma inglés. Y obtendrá un conocimiento en temas comerciales en el idioma inglés.	Saludos básicos. Se establece una idea general del escenario local y global de negocios, así como la aplicación de la empresa. "Decida ser un Emprendedor y hombre/ mujer de negocios".
			desarrollar destrezas para analizar las expectativas de las personas al ingresar a un trabajo/ Análisis de Problemas
			Hablar acerca de los viajes de negocios / escoger un sitio de comida para una reunión de negocios
			Establecer negocios de compra y ventas con diferentes productos y escenarios

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DECANATO MANTA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS COORDINACIÓN ACADÉMICA PRESIDENCIA MANTA

3. ESTRUCTURA CONCEPTUAL Y DESARROLLO METODOLÓGICO DE LA ASIGNATURA

Nombre de la actividad curricular:	Introductions								
Desempeños esperados:	Saludos básicos. Se establece una idea general del escenario local y global de negocios, así como la aplicación de la empresa. "Decida ser un Emprendedor y hombre/ mujer de negocios".								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
Análisis basados en la bibliografía, ejercicios básicos (introduce yourself)	Framing and english language as a tool of global marketing	Sistematización de prácticas de investigación-intervención	-Pizarrón, -Proyector Marcadores,	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	0	lectura	2
	Business definitions Vocabulary:	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores,	1	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales.	2
	Reading: Workplaces problems Language focus 1: Present simple: negatives and questions	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores,	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales.	4
	Language focus 2: have; some and any Skills: Telephoning: solving problems	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores, -Aula Virtual -Recurso Bibliográfico	1	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	trabajos,	4
	Case study: reading from small town to global leader	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores,	2	Talleres,	Aula de clase Entornos virtuales	2	trabajos,	4
	Horas teóricas del componente presencial			**8**	**Horas prácticas del componente presencial**		**8**	**Horas del componente autónomo**	**16**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS COMISIÓN ACADÉMICA PRESIDENCIA MANTA

Nombre de la actividad curricular:	Work and leisure / Problems								
Desempeños esperados:	desarrollar destrezas para analizar las expectativas de las personas al ingresar a un trabajo/ Análisis de Problemas								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
Establecer habilidades para estrategias de ingresos a un trabajo	Business definitions Vocabulary 1: Choosing a product Reading: A success story	Sistematización de prácticas de investigación-intervención	Pizarrón, Proyector Marcadores,	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	lectura,	4
	Language focus 1: Past simple Vocabulary 2: Choosing a service Listening: How to sell	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores, -Aula Virtual -Recurso Bibliográfico	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales.	4
	Language focus 2: Past time references Skills: Describing a product	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores, -Aula Virtual -Recurso Bibliográfico	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales.	4
	Case study: Describing some problems Writing	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores,	2	Talleres,	Aula de clase Entornos virtuales	2	trabajos,	4
	Horas teóricas del componente presencial			8	Horas prácticas del componente presencial		8	Horas del componente autónomo	16

Nombre de la actividad curricular:	Travel / Food and entertaining								
Desempeños esperados:	Hablar acerca de los viajes de negocios / escoger un sitio de comida para una reunión de negocios								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
Elaboración de presentaciones para viajes y temas de comidas	Business definitions Vocabulary 1: Describing companies, travels Listening: A favourite company, food and entertaining	Conferencias	Pizarrón, Proyector Marcadores,	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	lectura,	4
	Languge focus 1: Present continuous Reading: Gamesa	Conferencias	Pizarrón, Proyector Marcadores,	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales.	4
	Language focus 2: Present simple or present continous Skills: Starting a presentation	Orientacion para estudios de caso	Pizarrón, Proyector Marcadores, -Aula Virtual -Recurso Bibliográfico	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales.	4
	Case study: Presenting your company Writing	Orientacion para estudios de caso	Pizarrón, Proyector Marcadores, -Aula Virtual -Recurso Bibliográfico	2	Talleres,	Aula de clase Entornos virtuales	2	trabajos,	4
	Horas teóricas del componente presencial			8	Horas prácticas del componente presencial		8	Horas del componente autónomo	16

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
VICERRECTORADO ACADÉMICO
PRESIDENCIA
MANTA

Nombre de la actividad curricular:	Buying and selling								
Desempeños esperados:	Establecer negocios de compra y ventas con diferentes productos y escenarios								
Indicadores de verificación	COMPONENTE PRESENCIAL							COMPONENTE AUTÓNOMO	
	Contenidos	Procesos didácticos y estrategias	Recursos didácticos	Horas	Actividades prácticas	Escenarios de aprendizaje	Horas	Actividad	Horas
Conocimiento sobre las actividades de mercadeo	Business definitions Vocabulary: Internal communication, talk about buying diferent products Listening: Networing online	Sistematización de prácticas de investigación-intervención	Pizarrón, Proyector Marcadores,	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	lectura,	4
	Language focus 1: Global succes story Reading: an interview with a management consultant	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores, -Aula Virtual -Recurso Bibliográfico	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales.	4
	Language focus 2: will Skills: Making arrangements	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores, -Aula Virtual -Recurso Bibliográfico	2	Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios,	Aula de clase Entornos virtuales	2	análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, tanto analógicos como digitales.	4
	Case study: describing a product Writing: e-mail	Resolución de problemas o casos.	Pizarrón, Proyector Marcadores, -Aula Virtual -Recurso Bibliográfico	2	Talleres,	Aula de clase Entornos virtuales	2	trabajos,	4
	Practical Activities								
	Horas teóricas del componente presencial			8	Horas prácticas del componente presencial		8	Horas del componente autónomo	16

4. CRITERIOS NORMATIVOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

Parcial	Ámbito	Estrategias evaluativas	Escenario/Indicadores		Semana	Ponderación
PRIMER PARCIAL	Actuación	Control de lectura	Escenario de aprendizaje	Sala de estudio	1	25%
		Exposiciones grupales		Aulas de clases		
		Foros y chats		Aulas virtuales	2	
		Exposiciones individuales		Salas de clases	3	
	Producción (Trabajo autónomo)	Investigaciones	Indicadores de desempeño	Presentación de contenidos	4	25%
		Informes – exposiciones		Manejo de escenarios	5	
		Trabajos grupo – talleres		Resultado de evaluaciones escritas.	6	20%
	Producción (Prácticas)	Exposiciones Orales		Informes y exposiciones.	7	
		Evaluaciones escritas parciales				
	Acreditación	Evaluación final			8	30%
SEGUNDO PARCIAL	Actuación	Control de lectura	Escenario de aprendizaje	Sala de estudio	9	25%
		Exposiciones grupales		Aulas de clases		
		Foros y chats		Aulas virtuales	10	
		Exposiciones individuales		Salas de clases	11	
	Producción (Autónomo)	Evaluaciones escritas	Indicadores de desempeño	Presentación de contenidos	12	25%
				Manejo de escenarios	12	
	Producción (Prácticas)	Proyectos de integración		Resultado de evaluaciones escritas.	13	20%
				Informes y exposiciones.	14	
	Acreditación	Evaluación final			15	30%

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ACADÉMICA PRESIDENCIA MANTA

5. REFERENCIAS (Física y/o Digital)

Básica

- Cotton D., Falvey D. y Kent S. 2013- s/c. Market leader elementary. Pearson capítulos: 3, 6, 9, 10

Complementaria

- Rojas Risco, D. 2013 1970. LA BIBLIA DEL MARKETING. Capítulos 2
  Michael Handford, Martin Lisboa, Almut Koester y Angela Pitt. 2012. Bill Mascull. 2010. business vocabulary in use

6. PERFIL DEL PROFESOR QUE IMPARTE LA ASIGNATURA

- Dos cuartos Niveles aprobados por la Senescyt
- Diplomado en Gestión Directiva (ESPE), Maestría en Enseñanza Idioma Inglés (UNESUM)
- MASTERADO ENSEÑANZA INGLÉS SUPERIOR / NIVEL B2
- GRADUADO DE HONOR FUERZA AÉREA - USA
- DOCENTE ACADEMIA DE GUERRA
- RECTOR UEFAE – 4 (3 años), NOMBRAMIENTO MINISTERIO EDUCACIÓN
- OBSERVADOR AVANZADO ONU – AFRICA (2 años)
- CONDECORACIÓN COMANDO CONJUNTO FF.AA GRAN CABALLERO GRADO DE COMENDADOR
- Docente de 4 años ULEAM

7. REVISADO

APROBACIÓN Y REGISTRO DEL SÍLABO					
ELABORACIÓN		**REVISIÓN**		**APROBACIÓN**	
Firma		**Firma y sello**		**Firma y sello**	
Mgs. Wagner Villafuerte M		(f) Dra. Flor María Calero / Comisión Académica		(f) Dr. Pedro Quijije / Decano	
FECHA:		**FECHA:**	2018/10/12	**FECHA:**	