

	PROGRAMA OFICIAL DE CURSO (Pregrado y Posgrado)
	UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

1. INFORMACIÓN GENERAL			
Unidad Académica:	Facultad de Ciencias Económicas		
Programa académico al que pertenece:	Administración de Empresas		
Programas académicos a los cuales se ofrece el curso:	Administración de Empresas – Contaduría Pública - Economía - Desarrollo Territorial		
Vigencia:	2022-1 y 2022-2	Código curso:	1501790
Nombre del curso:	Inglés IV		
Área o componente de formación del currículo:	Complementaria		
Tipo de curso:	Teórico - práctico	Créditos académicos¹:	2
Características del curso:	Validable ☒	Habilitable ☐	Clasificable ☒ Evaluación de suficiencia ☐
Modalidad del curso:	Presencial		
Pre-requisitos:	1501787 Inglés III		
Co-requisitos:	Ninguno		
Horas docencia directa:	4	Horas de trabajo independiente:	5
Horas totales del curso:	9		
Profesor(a) que elaboró:	Germán Darío Mira	Correo electrónico:	german.mira@udea.edu.co

2. INFORMACIÓN ESPECÍFICA
Descripción general y justificación del curso: El curso desarrolla en los estudiantes las habilidades comunicativas (habla, escucha, lectura y escritura) en el idioma inglés necesarias para lograr un desempeño satisfactorio y enriquecer sus conocimientos en el campo profesional y en el ámbito empresarial y de negocios, aumentando así su competitividad laboral.
Justificación: Las relaciones empresariales y de negocios exigen que las personas estén en capacidad de desenvolverse en situaciones comunicativas específicas. Es así como mediante temáticas relacionadas con su campo de estudio, los estudiantes desarrollan habilidades comunicativas pertinentes a sus expectativas de desempeño laboral - profesional y que son típicas de las diferentes situaciones comunicativas empresariales y de negocios.

¹ El número de créditos y la intensidad horaria debe estar acorde con el plan de estudios del programa para el que fue diseñado el curso.

Objetivo general:

Brindar a los estudiantes los elementos necesarios para desarrollar las habilidades comunicativas en el idioma inglés en situaciones típicas de los ámbitos empresariales y de negocios.

Objetivos específicos:

- Llevar al aula de clase el mundo empresarial y de negocios a través del idioma inglés en las áreas que se especifican en los contenidos del curso.
- Involucrar al estudiante en el ámbito actual empresarial y de negocios a nivel nacional e internacional para estimular y potenciar su participación activa en el proceso de aprendizaje del idioma.
- Incentivar al estudiante para que exprese en inglés sus opiniones relativas a problemas específicos y reales del ámbito empresarial y de negocios, y para plantear soluciones en forma oral y escrita a dichos problemas.
- Hacer uso del lenguaje técnico empleado en el ámbito empresarial y de negocios con aceptable facilidad y fluidez, el cual se convierte en una herramienta fundamental para escuchar, hablar, leer, y escribir sobre temas relacionados con esta rama de la actividad económica.
- Desarrollar habilidades de comunicación escrita aplicadas a la elaboración de comunicaciones corporativas, reportes comerciales y folletos de venta.
- Desarrollar las habilidades de comunicación oral para llevar a cabo negociaciones y toma de decisiones y realizar presentaciones empresariales.

Competencias:**Competencias genéricas:**

Los estudiantes desarrollan la capacidad de análisis y toma de decisiones mediante la resolución grupal de tareas comunicativas y estudios de caso; y desarrollan sus habilidades de comunicación y manejo de tecnología por medio de la socialización y presentación de dichas actividades.

Competencias específicas:

Los estudiantes se expresan de manera efectiva en inglés en situaciones relacionadas con la preparación de una campaña de mercadeo, la elaboración de un plan de negocio, la mediación en diferencias laborales, la selección de un país para establecer una empresa, y la presentación de un producto en una feria internacional.

Contenido:

1. Mercadeo
2. Planeación
3. Dirección de personal
4. Resolución de conflictos
5. Apertura de una empresa en el exterior
6. Presentación de un nuevo producto

Unidades:	Temas:	Subtemas:
1.	Mercadeo	a. Conceptos básicos del mercadeo b. Investigación de problemas de pérdida de participación de mercado de una marca c. Campaña de relanzamiento de un producto d. <i>Language focus: Questions</i>
2.	Planeación	a. Etapas de un proyecto comercial b. Elaboración de un plan de negocio enfocado en la inversión y la estrategia organizacional c. <i>Language focus: Expressing plans and expectations</i>
3.	Dirección de personal	a. Cualidades y habilidades de un buen gerente b. El trabajo en equipo

		c. Mediación en diferencias laborales generadas por los distintos estilos de trabajo al interior de un grupo de trabajo d. <i>Language focus: Reported speech</i>
4.	Resolución de conflictos	a. Situaciones que generan conflictos al interior de una organización b. Técnicas de negociación de conflictos c. Solución de un problema de conflicto entre dos empleados d. <i>Language focus: Conditionals</i>
5.	Apertura de una empresa en el exterior	a. Conceptos e indicadores económicos b. Condiciones y reglamentos comerciales en los sectores públicos y privados c. Escogencia de un país para establecer una empresa, teniendo en cuenta situación económica, legislativa y sociopolítica d. <i>Language focus: Time clauses</i>
6.	Presentación de un nuevo producto	a. Definición de las características y beneficios de un nuevo producto b. Participación en una feria internacional con el fin de conseguir distribuidores para un nuevo producto c. <i>Language focus: Passives</i>

3. METODOLOGÍA

En el curso se desarrollan las cuatro habilidades comunicativas (hablar, escuchar, leer y escribir) en el ámbito empresarial y de los negocios, promoviendo la adquisición de la lengua y la interacción comunicativa con propósitos específicos.

El desarrollo de dichas habilidades se logra mediante la participación de los estudiantes en actividades comunicativas como tareas, estudios de caso y juegos de rol, las cuales promueven el trabajo en equipo y son tomadas de la realidad o simulan situaciones típicas del entorno laboral que los estudiantes encontrarán en su futuro profesional. Esta metodología, basada en competencias y resultados de aprendizaje (desempeño), está centrada en las necesidades de los estudiantes y está alineada con la de los modelos pedagógicos de los programas de pregrado de la facultad.

EVALUACIÓN

Se busca que las actividades evaluativas permitan verificar el logro del objetivo general y los objetivos específicos del curso. Los métodos de evaluación deben ser coherentes con la metodología del curso y con el modelo pedagógico del programa, permitiendo valorar conocimientos, habilidades y actitudes (saber, hacer y ser). En este sentido, se recomienda el uso de técnicas de evaluación diversas que apunten a las diferentes dimensiones (exámenes, talleres, estudios de caso, proyectos, etc.). Deben realizarse al menos tres actividades evaluativas a lo largo del curso. Al menos el 50% de la evaluación total debe realizarse de forma individual, de tal forma que se facilite la valoración del nivel de aprendizaje de cada estudiante.

Actividad de evaluación	Porcentaje	Fecha
1. Speaking quiz:	15%	Semana 4
2. Speaking quiz:	15%	Semana 6
3. First midterm exam:	20%	Semana 8
4. Speaking quiz*:	15%	Semana 10
5. Production quiz (speaking/writing)*:	15%	Semana 12
6. Second midterm exam:	20%	Semana 14

* El orden de las evaluaciones 4 y 5 puede intercambiarse

Actividades de asistencia obligatoria²:

Asistencia del 80% de las actividades programadas. 20% de inasistencia. (Art. 78 del reglamento estudiantil)
De conformidad con el artículo 30 del Acuerdo Superior 432 de 2014, cuando un estudiante supere el 30% de faltas de asistencia en un curso sin causa justificable legalmente, reprobará por inasistencia y se calificará con una nota de cero, cero (0.0)

BIBLIOGRAFÍA:**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

- COTTON, David; FALVEY, David y KENT, Simon. Market Leader Pre Intermediate. New Edition. Pearson Education Limited. 2007.
- COTTON, David; FALVEY, David y KENT, Simon. Market Leader Pre Intermediate. Third Edition. Pearson Education Limited. 2012.
- GRANT, David, HUGHES, John and TURNER, Rebecca. Business Result Pre Intermediate. Oxford University Press. 2011.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- EVANS, David. Business English Verbs. Penguin Guide Books. Pearson Education Limited. 2000.
- GRANT, David and MCLARTY, Robert. Business Basics. Student Book. Oxford University Press, 2002. 176
- GRANT, David, HUGHES, John and TURNER, Rebecca. Business Result. Oxford University Press. 2011. Workbook. Audio.
- HOLLETT, Vicki. Business objectives. Oxford University Press. 1996
- JOHNSON, Christine. Banking and Finance. Market Leader. Longman Pearson Education. 2000.
- LONGMAN BUSINESS ENGLISH DICTIONARY. Longman.
- MASCULL, Bill. Business Vocabulary in Use. Cambridge University Press. 2002.
- MILTON, Roth. Business Companion. Self-study practice for Spanish Speakers. Cambridge University Press. 2002.
- POWELL, MARK. In Company. Macmillan. 2008
- STRUTT, Peter. Business Grammar and Usage. Market Leader. Longman. Pearson Education Limited 2000.

CIBERGRAFIA

- <http://www.betteratenglish.com>
- <http://www.breakingnewsenglish.com>
- <https://www.businessenglishebook.com>
- <http://www.businessenglishmaterials.com>
- <https://www.businessenglishpod.com>
- <http://www.businessenglishsite.com>
- <http://www.businessenglishstudy.com>
- <http://www.efl4u.com>
- <https://www.ello.org>
- <http://english-zone.com>
- <http://www.english-grammar-lessons.com>
- <http://www.englishlearning.com>
- <http://www.englishpage.com>
- <http://www.esl-lab.com>
- <http://www.ft.com>
- <https://learnenglish.britishcouncil.org/business-english>
- <https://www.lingua-house.com>

² De conformidad con el artículo 30 del Acuerdo Superior 432 de 2014, cuando un estudiante supere el 30% de faltas de asistencia en un curso sin causa justificable legalmente, reprobará por inasistencia y se calificará con una nota de cero, cero (0.0)

- <http://www.ompersonal.com.ar>
- <http://www.usingenglish.com>
- <https://www.voanews.com>
- <https://www.youtube.com>

4. PROFESORES

Nombres y Apellidos	Dependencia	Formación en pregrado y posgrado	Unidad N°	N° Horas	Fechas
Roger Eugenio Guzmán Arteaga Luis Carlos Arango Vieira Isabel Cristina Vélez Álvarez Elizabeth Serna Jaramillo Lucas Suarez Ramírez Johan Herley Gutiérrez Chica	Facultad de ciencias económicas		Todas		2022

5. Aprobación del Consejo de Unidad Académica

Aprobado en Acta 2022-07 del 18 de abril de 2022.

Jenny Moscoso Escobar

Nombre Completo Secretario del Consejo de la Unidad Académica



Firma

Vicedecana

Cargo

1501790_Inglés_IV

Informe de auditoría final

2022-09-13

Fecha de creación:	2022-09-13
Por:	Departamento de Economía Facultad de Ciencias Económicas (departamentoeconomia@udea.edu.co)
Estado:	Firmado
ID de transacción:	CBJCHBCAABAAMYZRpFvGsJG2ZUTGVVEPdYYw1g2kDPzz

Historial de “1501790_Inglés_IV”

 Departamento de Economía Facultad de Ciencias Económicas (departamentoeconomia@udea.edu.co) ha creado el documento.

2022-09-13 - 14:44:18 GMT

 El documento se ha enviado por correo electrónico a jenny.moscoso@udea.edu.co para su firma.

2022-09-13 - 14:44:47 GMT

 jenny.moscoso@udea.edu.co ha visualizado el correo electrónico.

2022-09-13 - 15:18:57 GMT

 El firmante jenny.moscoso@udea.edu.co firmó con el nombre de Jenny Moscoso Escobar

2022-09-13 - 15:19:14 GMT

 Jenny Moscoso Escobar (jenny.moscoso@udea.edu.co) ha firmado electrónicamente el documento.

Fecha de firma: 2022-09-13 - 15:19:16 GMT. Origen de hora: servidor.

 Documento completado.

2022-09-13 - 15:19:16 GMT