

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Contaduría y Administración
Licenciatura en Mercadotecnia



PROGRAMA DE ESTUDIOS
DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

INGLÉS 6

Elaboró: Dirección de Aprendizaje de Lenguas

Fecha de aprobación: 21 de marzo de 2017

Adaptado para la Licenciatura en Mercadotecnia por:

Dra. en Ed. Claudia Uribe Carrillo

M. en Ed. María del Rosario Alonso Espinoza

Fecha de adaptación: 20 de febrero de 2019

Fecha de
aprobación:

H. Consejo Académico

H. Consejo de Gobierno

28/mayo/2019

28/junio/2019

Facultad de Contaduría y Administración



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
CONSEJO ACADEMICO
FECHA DE _____



FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
CONSEJO DE GOBIERNO
FECHA DE _____



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	8
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	9
VII. Acervo bibliográfico.	11



I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Contaduría y Administración
 Unidad Académica Profesional Acolman**

Estudios profesionales **Licenciatura en Mercadotecnia, 2018**

Unidad de aprendizaje **Inglés 6** Clave

Carga académica
 Horas teóricas Horas prácticas Total horas de Créditos

Carácter **Obligatorio** Tipo **Curso-taller** Periodo escolar **Tercero**

Área curricular **Idiomas** Núcleo de formación **Básico**

Seriación
 UA Antecedente UA Consecuente

Formación común

Licenciatura en Contaduría, 2018	<input checked="" type="checkbox"/>	Licenciatura en Mercadotecnia, 2018	<input checked="" type="checkbox"/>
Licenciatura en Informática Administrativa, 2018	<input checked="" type="checkbox"/>		



II. Presentación del programa de estudios.

El presente programa es una guía de contenidos mínimos expresados en términos lingüísticos que indican, de manera general, los conocimientos que durante el curso el estudiante debe adquirir como herramientas para desarrollar competencias comunicativas que le permitan interactuar de manera fluida y cómoda en situaciones comunes utilizando un lenguaje sencillo y un vocabulario básico.

La unidad de aprendizaje Inglés 6 junto con el curso que le antecede, Inglés 5, están encaminados a llevar al estudiante a un nivel de desarrollo de la lengua que le permita lograr las competencias descritas por el Marco Común Europeo de Referencia para el Aprendizaje de Lenguas correspondientes al umbral del nivel de usuario independiente (B1), por ello, el profesor que imparta esta unidad de aprendizaje debe apoyarse en esta guía mínima y en materiales adecuados e implementar métodos y estrategias de enseñanza que lleven a sus estudiantes a desarrollar la destreza comunicativa para comprender y producir discursos de manera oral y escrita al interactuar en situaciones comunes, a ser capaces de tomar la iniciativa al momento de enfrentar situaciones poco usuales en las que sea necesario pedir alguna aclaración o explicación para comprender con precisión, así como parafrasear y hacer uso de estrategias comunicativas cuando la idea a expresar y el contexto requieran mayor puntualidad.



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
O B L I G A T O R I A S	Mercadotecnia 3 1 4 7	Administración de la Mercadotecnia 4 2 6 10	Comportamiento del consumidor 2 2 4 6	Mercadotecnia de servicios 2 2 4 6	Innovación y desarrollo de productos 2 2 4 6	Publicidad 1 3 4 5	Relaciones públicas 2 2 4 6	Mercadotecnia estratégica 1 3 4 5	P r á c t i c a p r o f e s i o n a l 30
	Gestión 4 0 4 8	Legislación de la Mercadotecnia 3 1 4 7	Herramientas de diseño de estrategias I 2 2 4 6	Herramientas de diseño de estrategias II 2 2 4 6	Negocios electrónicos 1 3 4 5	Estrategias de promoción de ventas 2 2 4 6	Promoción de ventas 2 2 4 6	Mercadotecnia sostenible 3 1 4 7	
	Derecho de los negocios 3 1 4 7	Deontología y responsabilidad social 4 0 4 8	Modelos de optimización 3 1 4 7	Canales de distribución 2 2 4 6	Administración de la cadena de suministro 2 2 4 6	Marcas y patentes 2 2 4 6	Inteligencia de negocios 2 2 4 6	Tendencias de Mercadotecnia 3 3 6 9	
	Habilidades matemáticas 3 1 4 7	Matemáticas financieras 3 1 4 7	Estadística descriptiva 3 1 4 7	Estadística inferencial 3 1 4 7	Investigación de mercados I 2 4 6 8	Investigación de mercados II 2 4 6 8	Mercadotecnia internacional 2 4 6 8	Mercadotecnia industrial 2 2 4 6	
	Economía en los negocios 2 2 4 6	Información financiera 3 1 4 7	Costos y presupuestos para Mercadotecnia 3 1 4 7	Análisis y planeación financiera 3 1 4 7	Mercadotecnia social 3 1 4 7	Métodos y estrategias de precios 2 2 4 6	Gestión de compras 3 1 4 7	Administración estratégica 3 1 4 7	
	Comunicación para la Mercadotecnia 4 0 4 8		Capital humano 3 1 4 7	Administración de las pymes y empresa familiar 3 1 4 7	Administración de ventas y negociación 1 3 4 5	Integrativa profesional* ** ** 8	Modelos de negocios 1 3 4 5		
	Inglés 5 2 2 4 6	Inglés 6 2 2 4 6	Inglés 7 2 2 4 6	Inglés 8 2 2 4 6					
O P T A T I V A S						Optativa 1 1 3 4 5	Optativa 2 1 3 4 5	Optativa 3 1 3 4 5	
								Optativa 4 1 3 4 5	
	HT 19 HP 5 TH 24 CR 43	HT 19 HP 7 TH 26 CR 45	HT 18 HP 10 TH 28 CR 46	HT 17 HP 11 TH 28 CR 45	HT 13 HP 17 TH 30 CR 43	HT 10 HP 16** TH 26** CR 44	HT 13 HP 17 TH 30 CR 43	HT 14 HP 16 TH 30 CR 44	HT -- HP ** TH ** CR 30



**Proyecto curricular de la Licenciatura en Mercadotecnia
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales**



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

P
T
A
T
I
V
A

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9																								
					<table border="1"> <tr><td>Gestión de marca</td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>5</td></tr> </table>	Gestión de marca	1		3		4		5	<table border="1"> <tr><td>Gerencia de franquicias y exposiciones</td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>5</td></tr> </table>	Gerencia de franquicias y exposiciones	1		3		4		5	<table border="1"> <tr><td>Integradora de investigación de mercados</td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>5</td></tr> </table>	Integradora de investigación de mercados	1		3		4		5	
Gestión de marca	1																															
	3																															
	4																															
	5																															
Gerencia de franquicias y exposiciones	1																															
	3																															
	4																															
	5																															
Integradora de investigación de mercados	1																															
	3																															
	4																															
	5																															
					<table border="1"> <tr><td>Herramientas digitales de Mercadotecnia</td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>5</td></tr> </table>	Herramientas digitales de Mercadotecnia	1		3		4		5	<table border="1"> <tr><td>Manejo de medios</td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>5</td></tr> </table>	Manejo de medios	1		3		4		5	<table border="1"> <tr><td>Inglés para los negocios</td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>5</td></tr> </table>	Inglés para los negocios	1		3		4		5	
Herramientas digitales de Mercadotecnia	1																															
	3																															
	4																															
	5																															
Manejo de medios	1																															
	3																															
	4																															
	5																															
Inglés para los negocios	1																															
	3																															
	4																															
	5																															
							<table border="1"> <tr><td>Data mining I</td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>5</td></tr> </table>	Data mining I	1		3		4		5																	
Data mining I	1																															
	3																															
	4																															
	5																															

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

➔ 9 líneas de seriación.

* Actividad académica.

** Horas de las actividades académicas

Créditos mínimos 21 y máximos 48 por periodo escolar.

I UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

- | |
|--|
| |
|--|

 Núcleo básico obligatorio.
- | |
|--|
| |
|--|

 Núcleo sustantivo obligatorio.
- | |
|--|
| |
|--|

 Núcleo integral obligatorio.
- | |
|--|
| |
|--|

 Núcleo integral optativo

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 16 UA	47
	19
	66
	113

Total del núcleo básico:
acreditar 16 UA para cubrir
113 total de créditos

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 24 UA	52
	48
	100
	152

Total del núcleo sustantivo
acreditar 24 UA para cubrir
152 total de créditos

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA +2*	20
	20+**
	40+**
	98

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4 UA	4
	12
	16
	20

Total del núcleo integral
acreditar 13 +2* para cubrir
118 total de créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	49+2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	53+2 Actividades académicas
Créditos	383



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de la licenciatura formar profesionales con un alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio, con una visión integral para mejorar la comercialización de bienes tangibles e intangibles y así contribuir a:

Generales

- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Evaluar el progreso, integración e incertidumbre de las ciencias, ante la creciente complejidad de las profesiones.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.

Particulares

- Aplicar las condiciones legales, económicas y políticas en materia de mercado para la adecuada distribución y posicionamiento de un bien tangible o intangible en el contexto nacional e internacional.
- Satisfacer las necesidades o deseos de los clientes mediante la identificación de sus preferencias a través de la investigación de mercados para posicionar un producto tangible o intangible y/o una marca en un segmento específico.
- Desarrollar programas de pronóstico y presupuesto de bienes tangibles e intangibles a través de la identificación de canales de distribución, segmentación de mercados, estrategias de precios y comunicación de la promoción para pronosticar ventas, estimular compras y evolucionar en el campo de la mercadotecnia.



Objetivos del núcleo de formación:

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Desarrollar las habilidades lingüísticas, auditivas y comunicativas del idioma inglés, en su forma oral y escrita, que permita una comunicación efectiva de tal modo que apoye el desarrollo profesional integral.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Aplicar estructuras, vocabulario y estrategias comunicativas del idioma inglés en la expresión de situaciones presentes y anhelos a futuro, así como en la descripción de procesos, eventos y hechos haciendo énfasis en el objeto que recibe la acción.



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

Unidad 1. Eventos presentes, pasados y futuros.

Objetivo: Reforzar conocimientos y habilidades receptivas y productivas desarrolladas previamente al compartir eventos pasados, hablar de situaciones presentes y expresar planes y anhelos a futuro.

Temas:

- 1.1 Expresiones en pasado
 - 1.1.1 Eventos concluidos
 - 1.1.2 Acontecimientos que estuvieron en progreso en un punto en el pasado
 - 1.1.3 Hábitos y eventos concomitantes en el pasado
- 1.2 Expresiones en presente
 - 1.2.1 Hechos, hábitos y rutinas presentes
 - 1.2.2 Acciones en progreso y acciones por llevarse a cabo
 - 1.2.3 Acciones reiterativas que tienen repercusiones en el presente
- 1.3 Expresiones en futuro
 - 1.3.1 Planes y acuerdos en el futuro
 - 1.3.2 Promesas, ofrecimientos y predicciones
- 1.4 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral

Unidad 2. Discurso indirecto.

Objetivo: Identificar y reportar información acerca de situaciones, eventos, hechos u opiniones emitidas por terceros.

Temas:

- 2.1 Características del discurso indirecto
 - 2.1.1 Uso de verbos comunes para reportar un discurso
 - 2.1.2 Vigencia del discurso indirecto al momento de expresarlo mediante el ajuste del sujeto, el tiempo verbal y los circunstanciales de lugar y tiempo
 - 2.1.3 Entonación y pronunciación del discurso indirecto
- 2.2 Estructuras del discurso indirecto
 - 2.2.1 Preguntas en el discurso indirecto
 - 2.2.2 Oraciones declarativas en el discurso indirecto
 - 2.2.3 Oraciones imperativas en el discurso indirecto
- 2.3 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral



Unidad 3. Procesos, eventos y hechos descritos con voz pasiva.

Objetivo: Describir procesos, eventos y hechos haciendo énfasis en el objeto que recibe la acción y dejando en segundo plano u omitiendo al sujeto que la lleva a cabo.

Temas:

- 3.1 Descripciones impersonales
 - 3.1.1 Descripción de procesos
 - 3.1.2 Desconocimiento u obviedad del sujeto en un evento
 - 3.1.3 Generalizaciones
- 3.2 Estructura de la voz pasiva
 - 3.2.1 Expresión del tiempo en oraciones pasivas
 - 3.2.2 Contraste de la voz activa y pasiva
 - 3.2.3 La negación e interrogación en voz pasiva
- 3.3 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral

Unidad 4. Especulaciones de hechos presentes y pasados.

Objetivo: Identificar el tono especulativo en el discurso y especular acerca de eventos presentes y pasados.

Temas:

- 4.1 Expresiones especulativas
 - 4.1.1 Especulación de eventos presentes
 - 4.1.2 Especulación de eventos pasados
 - 4.1.3 Grados de certeza (posibilidad e imposibilidad)
- 4.2 Otros elementos para expresar especulación
 - 4.2.1 Adverbios
 - 4.2.2 Marcadores de tiempo
 - 4.2.3 Entonación y pronunciación de expresiones especulativas
- 4.3 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral



VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Clare, A. & Wilson, J.J. (2011). Speak Out Pre-Intermediate. Londres: Pearson Education Limited.
- Crace, A. & Acklam, R. (2011). New Total English Pre-Intermediate. Londres: Pearson Education Limited.
- Consejo Europeo. (2001). Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación, recuperado de: http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf.
- Goldstein, B. (2012). The Big Picture Pre-Intermediate. Oxford: Richmond.
- Hancock, M. & McDonald, A. (2009) English Result Pre-Intermediate. Oxford: Oxford University Press.
- Kerr, P. & Jones, C. (2006). Straightforward Pre-Intermediate. Oxford: Macmillan Education.
- Oxenden, C. & Latham-Koenig, C. (2012) English File Pre-Intermediate. Oxford: Oxford University Press.
- Tilbury, A., Clementson, T., Hendra L.A. & Rea, D. (2010) English Unlimited Pre-intermediate. Cambridge: Cambridge University Press.

Complementario:

- Hughes, J., Stephenson, H. & Dummett, P. (2013) Life Pre-Intermediate. Hampshire: National Geographic Learning.
- Falla, T. & Davies, P.A. (2008) Solutions Pre-Intermediate. Oxford: Oxford University Press.
- Fuscoe, K., Garside, B. & Prodromou, L. (2006) Attitude 4. Oxford: Macmillan Education.
- Goldstein, B. & Gray, L. (2009). New Framework Pre-intermediate. Oxford: Santillana Educación/Richmond Publishing.
- Redston, C. & Cunningham, G. (2003) Face2face Pre-intermediate. Cambridge: Cambridge University Press