



**Universidad Autónoma del Estado de México
Licenciatura en Mercadotecnia**



PROGRAMA DE ESTUDIOS

Inglés 7

Elaboró:

**Fecha de
aprobación:**

H. Consejo Académico

H. Consejo de Gobierno

23/01/2020

23/01/2020

Facultad de Contaduría y Administración



**FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION
CONSEJO ACADÉMICO**

1



**FACULTAD DE CONTADURIA
Y ADMINISTRACION**



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.	12





I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

Estudios profesionales

Unidad de aprendizaje Clave

Carga académica
Horas teóricas Horas prácticas Total horas de Créditos

Carácter Tipo Periodo escolar

Área curricular Núcleo de formación

Seriación
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común

Licenciatura en Administración 2018
Licenciatura en Informática Administrativa, 2018

Licenciatura en Contaduría, 2018





II. Presentación del programa de estudios.

El programa de la Unidad de Aprendizaje Inglés 7 fue diseñado con base en los descriptores señalados por el Marco Común Europeo de Referencia para el nivel B1+. Este documento plantea una metodología en la que el conocimiento es importante, pero es más significativo lo que los estudiantes puedan hacer con él, específicamente, en términos comunicativos. Los objetivos señalados en este programa responden a este enfoque y hacen énfasis en lo que los estudiantes podrán comunicar al final de cada unidad y del curso.

Los temas descritos en este programa se relacionan principalmente con la estructura de la lengua como instrumento para el logro de competencias comunicativas. Estos, giran en torno al uso de tiempos verbales y su función, se hace énfasis en el aspecto y el modo verbales, así como en estructuras y expresiones que dan coherencia al discurso. Los temas aquí incluidos, están encaminados a reforzar conocimientos y habilidades, y ser herramienta para continuar desarrollando la sensibilidad por el idioma.

Al finalizar esta unidad de aprendizaje se espera que el estudiante: se desenvuelva con fluidez en intercambios sociales habituales al poner en práctica estrategias para comenzar y sostener una conversación, así como para aclarar y confirmar información; se exprese con seguridad en una entrevista en la que se solicite información personal; sea capaz de emitir sugerencias y opiniones; cuestione y especule acerca de situaciones reales, probables e irreales; narre eventos y anécdotas; describa objetos, lugares y personas; llegue a acuerdos y exprese planes a futuro, así como eventos imprevistos.

Se plantea también que durante esta unidad de aprendizaje el estudiante sea capaz de comunicar y comprender, con más precisión, una mayor cantidad de información, sea más preciso al hacerlo. Del mismo modo, se espera que pueda variar el grado de formalidad de su discurso, identifique rasgos del discurso académico y comience a recibir y a producir información relacionada con su área disciplinar a través de una segunda lengua. Esto, le permitirá encontrar una motivación al percibir al idioma como un medio para compartir y adquirir conocimientos de su área y abrirse oportunidades en el ámbito laboral.

Las principales contribuciones de este curso a la formación profesional del estudiante serán: el acceso que los alumnos puedan tener a información de vanguardia mediante el dominio intermedio-avanzado de inglés; la destreza para aplicar estrategias y competencias comunicativas que podrán extrapolar a otras áreas del ámbito personal, profesional y laboral; el conocimiento de otras culturas, y el desarrollo de hábitos de estudio autónomo que le permitirán continuar aprendiendo. El cumplimiento de los objetivos descritos en este programa será atribuible principalmente al tiempo y las actividades que tanto el docente como los alumnos dediquen al aprendizaje de la lengua dentro y fuera del aula. El docente deberá fungir como facilitador de conocimientos, patrones lingüísticos y comunicativos, oportunidades de interacción, y contextos que guíen el entendimiento de la lengua y su uso.





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	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		
B	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		
L	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 4 9		
I	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 2 4 6	Investigación de mercados II 2 2 4 6	Mercadotecnia Internacional 2 2 4 6	Mercadotecnia Industrial 2 2 4 6		
G	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		
A	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* 1 3 4 5	Modelos de negocios 1 3 4 5			
S		Inglés 5 2 2 4 6	Inglés 6 2 2 4 6	Inglés 7 2 2 4 6	Inglés 8 2 2 4 6	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 18 HP 10 TH 28 CR 46	HT 17 HP 11 TH 29 CR 45	HT 13 HP 17 TH 30 CR 43	HT 10 HP 16** TH 28** 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



P
T
A
T
I
V
A

DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

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

SIMBOLOGÍA

HT	Horas Teóricas
HP	Horas Prácticas
TH	Total de Horas
CR	Créditos

→ 9 líneas de seración

* Actividad académica

** Horas de las actividades académicas

Créditos mínimos 21 y máximos 48 por periodo escolar

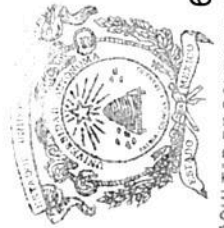
1 UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el

idioma inglés

■	Núcleo básico obligatorio
■	Núcleo sustantivo obligatorio
■	Núcleo integral obligatorio
■	Núcleo integral optativo

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 16 UA	47	19	66	113		
Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 24 UA	52	48	100	152		
Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA +*	20	20**	40**	59		
Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4 UA	4	12	16	20		
Total del núcleo básico: acreditar 16 UA para cubrir 113 total de créditos						
Total del núcleo sustantivo: acreditar 24 UA para cubrir 152 total de créditos						
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					



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

6



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



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 la estructura y función de tiempos verbales con el fin de comunicar eventos, hábitos, opiniones, planes y expectativas dando a su discurso matices de modo y aspecto tanto en lo oral como en lo escrito.





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

Unidad 1. Conversaciones y entrevistas

Objetivo: Intercambiar información personal, preferencias y opiniones; describir y dar información acerca de hábitos, situaciones pasadas y en progreso con la fluidez necesaria para comenzar y mantener una conversación en la que la comprensión de ideas generales y detalles permitan argumentar con una intención determinada.

Temas:

1.1 Situaciones que acontecen

- 1.1.1 Hábitos, hechos y eventos en progreso
- 1.1.2 Conectores aditivos, disyuntivos, causales, concesivos y temporales
- 1.1.3 Entonación enfática
- 1.1.4 Fórmulas para tomar y ceder turnos en la conversación, *tag question* y entonación

1.2 Eventos concluidos

- 1.2.1 Narraciones secuenciadas de acontecimientos pasados
- 1.2.2 Hábitos pasados expresados con *used to* y *would*

1.3 Entrevistas

- 1.3.1 Formulación de preguntas y respuestas
- 1.3.2 Confirmación de la información recibida
- 1.3.3 Experiencia laboral y académica
- 1.3.4 Requerimientos y habilidades para el empleo o estudios de posgrado
- 1.3.5 Escribir *emails* y cartas solicitando empleo o ingreso a una universidad

1.4 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral





Unidad 2. Situaciones condicionadas

Objetivo: Expresar condiciones reales e irreales, con el fin de prevenir, sugerir, cuestionar y emitir opiniones sobre situaciones probables e improbables.

Temas:

2.1 Condiciones reales

2.1.1 Hechos y consecuencias lógicas

2.1.2 Cuestionar posibles consecuencias de un acto

2.2 Condiciones irreales

2.2.1 Opiniones acerca de situaciones futuras hipotéticas

2.2.2 Situaciones improbables o imposibles en el futuro

2.2.3 Consecuencia o resultado de una situación imaginaria

2.3 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral

Unidad 3. Narraciones

Objetivo: Narrar eventos dando precisión a la secuencia y el grado de desarrollo de acontecimientos y a la descripción de lugares, objetos y personas.

Temas:

3.1 Historias y anécdotas

3.1.1 Acciones concluidas y reiterativas

3.1.2 Acciones que se anticipan a otras

3.1.3 Eventos desarrollados en un tiempo indefinido

3.1.4 Énfasis en la duración de un evento concluido o aún en progreso

3.1.5 Conectores

3.2 Uso de tiempos perfectos y perfectos continuos

3.2.1 Experiencias reiterativas

3.2.2 Experiencias concluidas

3.2.3 Énfasis en la duración de un evento concluido o aún en progreso

3.2.3 Elementos que dan pauta otra acción

3.3 Descripciones

3.3.1 Adjetivos y adverbios

3.3.2 Comparativos y superlativos

3.3.3 Similitud

3.4 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral





Unidad 4. Negociación y restricción

Objetivo: Exponer ideas, aclarar y confirmar información para llegar a acuerdos, establecer diferentes grados de restricción y especular con respecto a eventos que acontecen o acontecerán.

Temas:

4.1 Negociación

- 4.1.1 Expresiones corteses de acuerdo y desacuerdo
- 4.1.2 Preguntas y respuestas para aclarar información
- 4.1.3 Estrategias de persuasión

4.2 Obligación, permiso y prohibición

- 4.2.1 Verbos modales que expresan obligación y permiso
- 4.2.2 Expresiones de no obligación
- 4.2.3 Verbos y perífrasis verbales que expresan obligación y permiso

4.3 Especulación

- 4.3.1 Verbos modales que expresan distintos grados de certeza
- 4.3.2 Especulación de acciones en progreso
- 4.3.3 Adverbios para expresar distintos grados de certeza
- 4.3.4 Formas de entonación para denotar grados de certeza

4.4 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral

Unidad 5. Planes futuros

Objetivo: Expresar acuerdos y planes a futuro, así como eventos imprevistos.

Temas:

5.1 Planes

- 5.1.1 Planes y acuerdos
- 5.1.2 Acciones concluidas en el futuro, aspecto perfectivo
- 5.1.3 Acciones en progreso en el futuro, aspecto progresivo

5.2 Eventos imprevistos

- 5.2.1 Ofrecimientos
- 5.2.2 Promesas
- 5.2.3 Predicciones

5.3 Uso de la lengua en el ámbito académico y laboral





VIII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Clare, A. & Wilson, J.J. (2011). *Speak Out Intermediate*. Londres: Pearson.
- Council of Europe. (2001). *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment (CEFR)*. Septiembre 18, 2013, de Council of Europe Sitio web: http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Source/Framework_EN.pdf
- Goldstein, B. (2012). *The Big Picture, Intermediate*. Oxford, UK: Richmond.
- Kerr, P. & Jones, C. (2012). *Straightforward Intermediate*. Second Edition. Oxford: Macmillan.
- Latham-Koenig, C. & Oxenden, C. (2013). *English File Intermediate*. Third Edition. Oxford: Oxford University Press.
- McDonald, A. & Hancock, M. (2009). *English Result Intermediate*. Oxford: Oxford University Press.
- Rea, D., Clementson, T., Tilbury, A. & Hendra L.A. (2011). *English Unlimited Intermediate*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Roberts, R., Clare, A. & Wilson J.J. (2011). *New Total English, Intermediate*. Londres: Pearson.

Complementario

- Goldstein, B. & Ruíz, J.M. (2009). *New Framework 3*. Oxford: Richmond.
- Fuscoe, K., Garside, B. & Prodromou, L. (2008). *Attitude 5*. Oxford: Macmillan.
- Falla, T. & Davies, P.A. (2008). *Solutions Intermediate*. Oxford: Oxford University Press.
- Redston, C. & Cunningham, G. (2006). *Face2face Intermediate*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stephenson, H., Dummett, P. & Hughes, J. (2013). *Life Intermediate*. Hampshire: National Geographic Learning.

