



**Universidad del Magdalena**  
**Vicerrectoría de Docencia**  
**Microdiseño INGLES IV- COMPANY HISTORY**

1 Ficha de Identificación			
<b>1.1 Código y Nombre del Curso</b>			
04092604 - INGLES IV - COMPANY HISTORY			
<b>1.2 Unidad Académica Responsable del Curso</b>			
Programa de Negocios Internacionales			
<b>1.3 Ubicación curricular</b>			
Componente Curricular	Pre-Requisitos	Co-Requisitos	
Área de Idiomas	Ingles III- The art of Management	N/A	
<b>1.4 Créditos Académicos</b>			
Créditos	HAD	HTI	Proporción HAD:HTI
2	96	192	1:2
<b>1.5 Descripción resumida del curso</b>			
BENCHMARK- PRE-INTERMEDIATE TO INTERMEDIATE FIRST PART			
<p>Este interesante y estimulante material de 24 unidades ( solo se verán 12 en este nivel, de la unidad 1 a la 12 y 12 en el nivel siguiente) está diseñado para aquellos estudiantes de negocios por su versatilidad, dinamismo y vocabulario, con situaciones de la vida cotidiana empresarial, sus problemas y soluciones, además que fortalece las habilidades de comunicación en el área de trabajo con ejercicios de escucha, lectura, habla, escritura y gramática necesarios para las personas que necesitan Ingles para trabajar en negocios en un mundo globalizado. Pero aquí se va</p> <p>El estudiante que se prepara con este material adquiere conocimientos que lo colocan en la categoría B2 (de acuerdo al marco común Europeo y utilizado por el MEN) Igualmente este libro ofrece una preparación para una certificación de BEC ( Business English certificate) que lo acreditara como una persona conocedora del área de los negocios y empresas.</p>			

1.6 Elaboración, Revisión y Aprobación		
Elaboró	Revisó	Aprobó
Rubén Darío Muñoz Docente Catedrático	Carlos Alberto Labarces Ballestas Director Académico del Programa de Negocios Internacionales	Acta de Concejo de Programa No. 014 de Diciembre de 2011

## 2 Justificación

A medida que la economía global crece, resulta cada vez más evidente la necesidad de las compañías de diferentes países en establecer canales de trabajo, comunicación y comercio entre ellas. El inglés es con frecuencia la lengua usada para estas comunicaciones, no solo entre personas donde la lengua **madre** es inglés, sino también entre aquellos de diferentes nacionalidades que necesitan comunicarse en una lengua **franca** (Una lengua vehicular o adaptada para para un entendimiento común entre personas que no tienen la misma). Teniendo en cuenta esta necesidad se escogió como material de estudio de este curso el libro pre-intermediate to intermediate por las ventajas del Inglés superior en los negocios.

## 3 Competencias a Desarrollar

### 3.1 Competencias Genéricas

- **COMPETENCIAS COGNITIVAS**, los estudiantes deberán ser capaces de buscar soluciones a los problemas que se presenten en la clase, tener un pensamiento crítico frente a la materia, formular preguntas, investigar información relevante, emitir juicios documentados, uso eficiente de la información, dirigir observaciones, investigaciones, inventar y crear cosas nuevas, analizar datos, presentar datos, expresión oral y escrita;
- **CAPACIDAD PARA APRENDER**, los estudiantes deben mostrar interés en mejorar su nivel de inglés a través de actividades escritas, orales y auditivas;
- **COMPETENCIAS METACOGNITIVAS**, a la hora de desarrollar autorreflexión y autoevaluación;
- **COMPETENCIAS SOCIALES**, como conducir discusiones y conversaciones, persuadir, cooperar, trabajar en equipo; desarrollando trabajos en grupo para facilitar el aprendizaje de sus compañeros, competirán conocimientos e ideas referentes a la materia en cuestión;
- **DISPOSICIÓN AFECTIVA**, como perseverancia, motivación, iniciativa, responsabilidad, autoeficacia, independencia, flexibilidad (Tait y Godfrey, 1999)
- **ACTITUDES**; Los estudiantes mostrarán entusiasmo, optimismo, persistencia y búsqueda de la excelencia en la materia.
- **INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD**, los estudiantes mostrarán interés en el desarrollo de las actividades estipuladas en la clase y lo harán de una manera creativa e innovadora, con el fin de facilitar su aprendizaje.
- **RESPONSABILIDAD**, los estudiantes deberán mostrar que poseen la capacidad para entregar sus trabajos a tiempo, presentar los exámenes y quizzes correspondientes a la materia en los plazos establecidos.

### 3.2 Competencias Específicas

- **SPEAKING**, comunicarse eficazmente tanto en el salón de clase como en un ambiente de trabajo en Inglés, no solo en temas relacionados con negocios sino en temas de la cotidianidad como son clima, programas de televisión, viajes, reuniones sociales.
- **LISTENING**, escuchar, comprender, asimilar e interpretar eficientemente el Inglés dentro del ámbito académico como laboral, las diferentes pronunciaciones, permitiéndole al estudiante interactuar de manera autónoma y segura de sus respuestas.
- **READING**, Leer poniendo en práctica los niveles de lecturas necesarios para la comprensión y asimilación adecuada de los contenidos del curso, así como los contenidos de temas cotidianos y aquellos propios de su carrera.
- **WRITING**, Organizar ideas, pensamientos, propuestas, proyectos en textos comprensibles e idóneos, con sentido completo y claro a pesar de no ser el Inglés la lengua nativa.
- **GRAMMAR**, en gramática se busca conocer e implementar las reglas y principios que regulan el uso de la lengua Inglesa, al igual que la organización adecuada de las palabras dentro de una oración, para que esta posea un sentido completo y claro.

## 4 Contenido y Estimación de Créditos Académicos

Unidades Temáticas		Temas		Tiempos				
N	Nombre	N	Nombre	HAD		HTI		Total
				T	P	T	P	
1	THE WORKING DAY	1.1	Job swapping at work	0.5	0.5	1	1	3
		1.2	Being a PA	0.5	0.5	1	1	3
		1.3	Talking about your job	0.5	0.5	1	1	3
2	CORPORATE CULTURE	2.1	What kind of corporate culture would suit you?	0.5	0.5	1	1	3
		2.2	Asking questions about companies	0.5	0.5	1	1	3
		2.3	Conversation	0.5	0.5	1	1	3
		2.4	Reading about OLYMPUS	0.5	0.5	1	1	3
3	COMPANY HISTORY	3.1	Levi Strauss history	0.5	0.5	1	1	3
		3.2	Past simple and past continuous	0.5	0.5	1	1	3
		3.3	Describing past experiences	0.5	0.5	1	1	3
4	THE INTERNET	4.1	Designing your website	0.5	0.5	1	1	3
		4.2	Email addressess	0.5	0.5	1	1	3
		4.3	Writing formal and informal mails	0.5	0.5	1	1	3
		4.4	Email and website terms	1	1	2	2	6
5	DESCRIBING EQUIPMENT	5.1	Leasing equipment	1	1	2	2	6
		5.2	Listening to descriptions of gadgets	1	1	2	2	6
		5.3	Describing objects when you don't know the names	1	1	2	2	6
6	PROCESSES & PROCEDURES	6.1	WARATAH: an article on an Australian clothing company	1	1	2	2	6
		6.2	Channel #5: an interview about a production process	1	1	2	2	6
		6.3	Role-play: Interviewing a company owner.	1	1	2	2	6
7	DISTRIBUTION AND DELIVERY	7.1	Selling your product abroad	1	1	2	2	6
		7.2	Enquiring about orders and deliveries	1	1	2	2	6
		7.3	Phone messages	1	1	2	2	6
		7.4	Role-play: A phone call to a supplier	1	1	2	2	6
8	ADVERTISING AND MARKETING	8.1	Description of advertising media	1	1	2	2	6
		8.2	Methods of advertising	1	1	2	2	6
		8.3	Language to describe cause and effect	1	1	2	2	6
9	MAKING ARRANGEMENTS	9.1	Making and changing appointments	1	1	2	2	6
		9.2	Role-play: Planning a sales event	1	1	2	2	6
		9.3	Language for making appointments	1	1	2	2	6
		9.4	Present continuous for future arrangements	1	1	2	2	6
10	TRANSPORT	10.1	Travel arrangements	1	1	2	2	6
		10.2	Eurostar: an article about train travel	1	1	2	2	6



interacción entre pares, dentro del marco de la realización de talleres, dinámicas, ejercicios prácticos de la mano de recursos variados y actuales.

## 6 Estrategias y Criterios de Evaluación

Los criterios utilizados para evaluar el trabajo de los estudiantes se ubican en dos frentes:

Una evaluación integral por procesos con valoración cualitativa en la que el estudiante debe dar cuenta de:

- Compromiso académico.
- Aprendizaje de los contenidos.
- Aplicación de lo aprendido.

Una valoración cuantitativa coherente con los puntajes establecidos por la Universidad que tendrá en cuenta:

- Asistencia y participación activa en la clase.
- Realización de pruebas orales y escritas.
- Cumplimiento en la entrega de las asignaciones.
- Participación en jornadas de coevaluación y autoevaluación.

**Primer Examen Parcial: 30%** de la nota definitiva. **(150 Puntos)**.

Examen escrito: Reading, writing, listening, grammar and vocabulary por 80 puntos

Examen oral individual o en parejas: por 30 puntos

Valoración cuantitativa: 10 puntos

Quizzes por 30 puntos

**Segundo Examen Parcial: 30%** de la nota definitiva. **(150 puntos)**

Examen escrito: Reading, writing, listening, grammar and vocabulary por 80 puntos

Examen oral individual o en parejas: por 30 puntos

Valoración cuantitativa: 10 puntos

Quizzes por 30 puntos

**Examen Final: 40%** de la nota definitiva. **(200 puntos)**

Examen escrito: Reading, writing, listening, grammar and vocabulary por 90 puntos

2 exámenes orales, individual y en parejas: por 70 puntos

Valoración cuantitativa: 10 puntos

Quizzes por 30 puntos

## 7 Recursos Educativos

N	Nombre	Justificación
1	Humanos (comunidad educativa).	Hacen posible el desarrollo de la asignatura.
2	Físicos: aula, portátil, videobeam, grabadora, T.V, reproductor de DVD.	Para la aplicación de conceptos y afianzamiento de temas.
3	Bibliográficos	Es el material de apoyo para el estudiante y el docente para el desarrollo curricular.
4	Páginas Web	Trabajo autónomo.

## 8 Referencias Bibliográficas

<b>8.1 Libros y materiales impresos disponibles en la Biblioteca y Centros de Documentación de la Universidad</b> Business Benchmark Pre-intermediate to intermediate. Cambridge University Press.
<b>8.2 Libros y materiales digitales disponibles en la Biblioteca y Centros de Documentación de la Universidad</b> Grammar in use Intermediate. Second edition. Cambridge University Press.
<b>8.3 Documentos y Sitios Web de acceso abierto a través de Internet</b> <a href="http://www.dictionary.reference.com">www.dictionary.reference.com</a>
<b>8.4 Otros Libros, Materiales y Documentos Digitales</b> Audio CDs Passages Level 1