1. **Planeación Didáctica**

|  |
| --- |
| **Datos generales** |
| Unidad académica: | Zona Sur (**X** ) Zona Norte ( )  |
| Campus: | Chetumal Bahía ( X ) Chetumal Salud ( ) Playa del Carmen ( ) Cancún ( ) Cozumel ( ) |
| Bloque formativo  | AFB /AG ( ) AFI /AAAD ( ) AFD / ACP ( ) AFMD / AD ( ) |
| División/ Área académica: |  DCIT ( ) DCPE ( ) DCS ( ) DHL ( ) DATM ( X ) DDS ( ) DCSD ( ) SA ( )  |
| Departamento académico: | Departamento de Mercadotecnia |
| **Programa educativo:** | Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios |
| **Nombre de la asignatura:**  | Inglés para negocios |
| **Clave de la asignatura:** | ACPSC-134 | Sección:  | **SC0801** |
| **Nombre del Docente:** | Jose.colli@uqroo.edu.mx |
| **Correo electrónico institucional:** | José Adolfo Collí May |
| **Horario y escenario de aprendizaje (Modalidad):** |  Lunes y miércoles 11:00 a 13:00 aula 025 |
| **Total de horas del curso:** | 64 horas |

|  |  |
| --- | --- |
| **Competencias / Objetivos genéricos que se favorecen:** | Se comunica de forma oral y escrita con respeto y empatía a un nivel B1, de acuerdo con el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas con el fin de fortalecer su formación integral y perfil profesional, acceder a oportunidades de movilidad nacional e internacional, así como desarrollar su sentido de autonomía. |
| **Competencia / Objetivos genéricos que se favorecen de la asignatura:** | El propósito de esta asignatura es que los estudiantes desarrollen habilidades, conocimientos, actitudes y estrategias de aprendizaje para participar e interactuar en prácticas sociales del lenguaje, orales y escritas, propias de diferentes contextos comunicativos y culturales rutinarios, habituales y conocidos con hablantes nativos y no nativos del inglés así como utilizar la lengua extranjera para organizar el pensamiento y el discurso; analizar de modo crítico y resolver problemas, así como participar en diversos intercambios y expresiones culturales propias y de otros países a nivel b1 de acuerdo con el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. |
| **Propósito o Justificación de la Asignatura:** | Inglés para negocios pretende consolidar las habilidades propias para el aprendizaje del idioma inglés que le permiten al estudiante desarrollar actividades de su ámbito profesional, utilizando un lenguaje apropiado y especializado al contexto y objetivo comunicativo de esta asignatura. Esta experiencia de aprendizaje está diseñada con el enfoque de formación por competencias a través del cual se promueve el desarrollo de las habilidades lingüísticas, comunicativas y profesionales que concluyan en un nivel B1 según el Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER). |
| **Función de perfil de egreso que el programa educativo favorece:**  | Identifica el proceso sistemático de una investigación de mercados integrando la problemática, objetivos, metodología obtención, análisis e interpretación de datos, considerando las necesidades del mercado, gustos, y preferencias del consumidor. |
| **Relación docente-estudiante-contenido****(Código de comportamiento)** | **Alumno/a:*** Unirse en tiempo a las sesiones sincrónicas (10 minutos de tolerancia)
* Observar reglas básicas de comportamiento en las sesiones sincrónicas (mantener micrófono cerrado mientras no se le solicite)
* Uso responsable de la cámara, etc.
* Cumplir en tiempo y forma con las actividades señaladas en la plataforma
* Avisar que no pudo realizar alguna tarea en línea (justificar)
* Hacer solo uso académico de los medios de comunicación creados para esta clase
* Evitar plagio académico en cualquiera de sus modalidades. Esta falta será notificada al Jefe del Departamento Académico. El plagio o copia de trabajos/tareas/investigaciones etc., no son permitidos. La penalización será la cancelación del producto y un total de - 20 % en el promedio final.
* Utilizar el dispositivo móvil durante la clase con fines académicos autorizados por el docente
* Participar proactivamente y estar en disposición para el trabajo colaborativo durante o fuera de la clase
* Encender la cámara durante las sesiones sincrónicas cuando el profesor lo indique
* Consultar la plataforma TEAMS para identificar y estudiar los materiales que se usen en clase.
* Las tareas fuera de fecha de entrega se aceptan y revisan pero con la mitad del valor original.

**Docente:*** Respetar a los miembros de la comunidad universitaria.
* Mostrar disponibilidad y apertura al intercambio de ideas.
* Diversificar los métodos y técnicas de evaluación del aprendizaje.
* Llegar puntualmente a la hora de clase.
* Cumplir en tiempo y forma con el objetivo de aprendizaje del curso.
 |

| Unidad I | Making your way |
| --- | --- |
| El El alumno elabora expedientes de contratación (Currículum vitae, carta de presentación y entrevista de trabajo)  |
| Semana | Temas | # de horas | Objetivo especifico del tema  | Estrategias de enseñanza (¿Qué hace él / la docente?) | Estrategia de aprendizaje ( ¿ Qué hace el estudiantado?) | Evidencias de aprendizaje (Productos esperados) |
| Semana 1 - 3*(16 de enero – 01 de feb)* | Repaso de elaboración de cartas formalesVocabulario sobre entrevistas de trabajoElaboración de currículum vitae | 16 | El alumno aprende y expresa las fortalezas y debilidades individuales y externas de la personas para poder desenvolverse y aplicar en un trabajo formal.  | Enseñanza explicita de forma sincrónica y asincrónicaExposición oral AudiosResolución de problemasTrabajo individual | <https://learnenglishteens.britishcouncil.org/study-break/games/wordshake>Describe y redacta una lista de habilidades, fortalezas y debilidades personales (adjetivos)Escribe cartas formalesRedacta su currículum vitae | Retratar su empleo favorito que tuvieron desde niños con un dibujo y agregar adjetivos positivos y negativos de él. Texto personal individual que describe sus fortalezas y debilidades.Carta formal de solicitudCurrículum vitae |

| Unidad II | Selling is what it’s all about  |
| --- | --- |
| El alumno prepara una presentación de dos productos similares pero diferente marca en el cual evalúa y compara utilidad, objetivo, uso, labor. |
| Semana  | Temas | # de horas | Objetivo específico del tema | Estrategias de enseñanza (Qué hace él /ella docente?) | Estrategias de enseñanza (¿Qué hace el estudiantado?) | Evidencias de aprendizaje (Productos esperados) |
| 4 – 8*(08 de feb - 01 de mar)* | *Adjetivos y Vocabulario sobre descripción de artículos, marcas, tiendas.**Repaso de cartas formales de queja o argumento sobre un servicio, objeto, tienda, marca,* *Repaso de cartas formales de respuesta o contestación a* una queja o argumento | 16 | El alumno aprende a expresarse de manera formal al presentar una queja sobre un artículo, servicio, tienda, marca que no haya sido de su agrado con argumentos personales; al igual que se expresa y evalúa la calidad de precio, utilidad, labor de dos productos con un el fin de argumentar su punto de vista.  | Enseñanza explicita de forma sincrónica y asincrónicaExposición oral AudiosResolución de problemasTrabajo individual | <https://learnenglishteens.britishcouncil.org/study-break/games/wordshake>Redacta cartas formales de quejaRedacta cartas formales de respuesta ante una queja Hace una comparación de productos en la plataforma digital educativa de su elección | Carta de quejaCarta de contestación de un quejaPresentación en PPT, Prezi, Canva, Quizizz etc de su comparación en la investigación de dos productos al igual que un audio con su voz explicando ese documento que elaboró y envió.  |

| Unidad III | Financial matters |
| --- | --- |
| El El alumno elabora un reporte sobre una posible apertura de negocio. |
| Semana  | Temas | # de horas | Objetivo específico del tema | Estrategias de enseñanza (¿Qué hace él/ella docente?) | Estrategias de aprendizaje (¿Qué hace el estudiantado?) | Evidencias de aprendizaje (Productos esperados) |
| Semana 9 – 13*(8 de mar – 29 de mar)* | Plan de marketing Origen y creación de logotipo, isotipo, slogan, marcaCreación de una empresa o producto | 16 | El alumno aprende sobre el origen y creación de una empresa, desde lo interno hasta lo externo. Plan de marketing, logo, slogan, medio de distribución de la empresa, marca o producto.  | Enseñanza explicita de forma sincrónica y asincrónicaExposición oral AudiosResolución de problemasTrabajo individual | Aprende y estudia la teoría o literatura sobre la creación de una empresa.Hace una presentación final en la plataforma digital educativa de su elección | Presentación en PPT, Prezi, Canva, Quizizz etc de su empresa ficticia o producto que quiera lanzar al mercado con los siguientes elementos: Frase de la empresaLogo/sloganPlan de marketingMedios de comunicación donde se socializaráFlyers / menú / propaganda / promociónLocación con mapa y dirección (calles)Posibles fotos¿Por qué es viable el negocio?al igual que un audio con su voz explicando ese documento que elaboró y envió |

| Unidad IV | Marketing the product |
| --- | --- |
| El alumno prepara un reporte de oportunidad de franquicia que pueda funcionar en la ciudad |
| Semana  | Temas | # de horas | Objetivo específico del tema | Estrategias de enseñanza (¿Qué hace él /ella docente?) | Estrategias de enseñanza (¿Qué hace el estudiantado?) | Evidencias de aprendizaje (Productos esperados) |
| Semana 14 – 18*(17 de mar - 10 de may)* | Plan de marketing Franquicias en MéxicoInformación breve sobre política legal, impuestos, permisos sobre la apertura de un negocios en México | 16 | El alumno aprende sobre franquicias, proceso de apertura de una en la ciudad, sondeo piloto y elaboración de encuestas | Enseñanza explicita de forma sincrónica y asincrónicaExposición oral AudiosResolución de problemasTrabajo individual | Aprende y revisa la teoría o literatura sobre la apertura de una franquicia en la ciudad. | Envío para revisión de la encuesta piloto antes de ser aplicada a la población muestraPresentación en PPT, Prezi, Canva, Quizizz etc con la información ya investigada y analizada con la posible viabilidad de la franquicia elegida explicando, precio, logo, slogan, menú, flyers o fotos de los productos, posible locación en Chetumal, análisis de los encuestados y una conclusión finalAl igual que un audio con su voz explicando ese documento que elaboró y envió |

| **Criterios de Evaluación** |
| --- |
| Estrategia de evaluación | Fecha de evaluaciones | Ponderación |
| Making your way(currículum y presentación) | ***01 de febrero de 2023*** |  ***2*** |
| Selling is what it’s all about(Presentación y audio) | ***01 de marzo de 2023*** | ***2*** |
| Financial matters(presentación y audio) | ***29 de marzo de 2023*** | ***2*** |
| Marketing the product(presentación y audio) | ***10 de mayo de 2023*** | ***2*** |
| Participación y tareas |  | ***2*** |
| *Total* | ***10*** |

| **Bibliografía Básica** |
| --- |
| Referencias y repositorios digitales de la biblioteca Universitaria |
| O’Brien J. (2007) *English for Business*. Thomson Heinle. United States.MacKenzie Ian. (2010) English for Business Studies. Cambrige University Press.UK. |
| **Bibliografía complementaria** |
| <http://www.englishclub.com/business-english/><http://www.rong-chang.com/business.htm><http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/business/><http://www.ego4u.com/en/business-english/communication><http://e4u.english.org.mx/business/index.html> |
|  |
|  |

| **Elaborado por:** |
| --- |
| Profesorado de tiempo completo |  | **Profesorado de asignatura** |  X |
| *M.E José Adolfo Collí May* |

|  |
| --- |
| **Autorización de la persona titular de la Jefatura de Departamento**  |
| *Dra. Elda Patricia Beltrán Manzanero* |

|  |
| --- |
| **Vo. Bo. de la de la persona titular de la Dirección de División** |
| *Dr. Víctor Andrés Gáber Bustillos* |

| **Retroalimentación del Área Funcional de Psicopedagogía** |
| --- |
| *Se revisará y proporcionará retroalimentación a la planeación didáctica en lo que se refiere a su alineación al Modelo Educativo y Académico vigente de la UQROO.*  |

*Aviso importante*

*Estudiantes UQROO: Les solicitamos que, ante cualquier situación física, mental o de acceso tecnológico que te impida cumplir con tu asistencia a clases (presencial o virtual) y entrega de evidencias evaluables, lo comuniques inmediatamente a tu tutor(a) y profesorado asignado para el seguimiento correspondiente.*