



Universidad
del Valle

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE CIENCIAS DEL LENGUAJE
DEP. DE LENGUAS Y CULTURAS EXTRANJERAS
SECCIÓN DE INGLÉS PARA PROPÓSITOS ESPECÍFICOS

*** LECTURA DE TEXTOS ACADÉMICOS EN INGLÉS III**

PLAN: COMERCIO EXTERIOR
Código: 204140M Grupo 07
Intensidad horaria: 5 horas semanales
Profesor: Holmes Martínez Sánchez
foreigntradeholmes@hotmail.com

* Este curso es validable pero NO HABILITABLE

1. DESCRIPCIÓN

La asignatura está enfocada hacia los estudiantes del área de comercio exterior quienes ya han comenzado el proceso de la lengua extranjera (inglés) en los dos niveles anteriores (I y II) y busca continuar el desarrollo de una competencia en las cuatro habilidades básicas del inglés: lectura, escritura, habla y escucha; cumpliendo así con los propósitos académicos que plantea su plan de estudios.

Dentro de la socialización de la lengua extranjera encaminada hacia los aspectos técnicos y comerciales establecidos en el currículo, los estudiantes son expuestos a situaciones reales en distintos escenarios del mundo, haciendo especial énfasis en el estudio de aspectos socio culturales presentes en una negociación internacional y logrando de esta manera ampliar su conocimiento, no sólo del idioma inglés, sino también de aspectos generales en diferentes culturas. Esta visión interactiva supone la capacidad de establecer relaciones con interlocutores presentes y afianza el conocimiento que les permite utilizar herramientas para argumentar con propiedad y desenvolverse de forma oral en cualquier campo social

2. OBJETIVOS

GENERAL

Este tercer nivel tiene como objetivo familiarizar al estudiante con el inglés como medio para ofrecer y acceder a información general que le permita visualizar diferentes aspectos en los negocios alrededor del mundo. Así como aspectos socio-culturales de un mundo cada vez más globalizado.

ESPECÍFICOS

El curso tiene como propósitos que el estudiante al finalizar el curso pueda:

- ❖ Comunicarse efectivamente de manera oral en situaciones reales y/o simuladas tanto profesionales como sociales.

- ❖ Desarrollar una visión amplia de situaciones que se pueden presentar en un ámbito de negocios en diferentes localidades del mundo.
- ❖ Manejar con eficacia las estrategias que facilitan el proceso de escritura siguiendo los parámetros gramaticales establecidos en el currículo
- ❖ Identificar la lengua no formal presentada en contextos reales, propia de un mundo en continuo movimiento en el que vivimos
- ❖ Mejorar y precisar aspectos fonéticos que le permitan un manejo más acertado tanto del modo como punto de articulación.

3. CONTENIDOS

Los contenidos del curso comprenderán:

Componente gramatical:

- Expressing Contrast (Connectors)
- Past Perfect
- Simple Future: Will / Be going to / Present Continuous
- Future Perfect and Future Progressive
- Passive Voice
- Tag Questions
- Relative Pronouns
- Conditionals

Componente comunicativo:

- Economic Crisis (Housing Bubble)
- Business Skills
- Culture Files
- Cosmetic Surgery
- Packing and Packaging (Exporting Goods)
- Banking
- Meetings: Interrupting and Clarifying

Componente Escrito:

- Bill of Lading
- Presenting a Company
- Autobiography
- Writing a Letter
- Curriculum Vitae
- Future Plans

4. METODOLOGÍA

Las actividades y técnicas a realizar en clase buscarán, en primer lugar, estimular y llevar a cabo actos comunicativos en grupos, dando la oportunidad de iniciar, preguntar, continuar y terminar conversaciones reales o simuladas. Se desarrollarán, por tanto, actividades como diálogos reales y simulados, dinámicas comunicativas, discusiones sobre temas de actualidad, canciones, etc.

La orientación metodológica será, por tanto, altamente interactiva. El papel del profesor se centrará en ayudar al estudiante a desarrollar sus propios recursos de interacción frente a las diferentes situaciones de comunicación en las que se encuentre. Se llevará a cabo un trabajo permanente de construcción conjunta entre profesor y estudiantes, considerando que esta interrelación contribuye no solamente a que los estudiantes conozcan mejor la lengua extranjera, sino también a que ellos aborden el conocimiento de manera más crítica, más creativa, y asuman la responsabilidad de distribuir y agenciar su propio trabajo académico.

5. EVALUACIÓN

La evaluación del curso estará compuesta por los siguientes elementos:

Primer Parcial	(Oral y escrito)	30%
Parcial Final	(Oral y escrito)	30%
Control Continuo	(quizes, talleres, trabajos)	40%

6. BIBLIOGRAFIA

GRANT, DAVID. (2010). BUSINESS BASICS. Oxford University Press. USA

LLOYD, ANGELA. (2006). BUSINESS COMMUNICATION GAMES. Oxford University Press. USA

WALLWORK, ADRIAN. (2012). BUSINESS VISION. Oxford University Press. USA

COTTON, DAVID; FALVEY, DAVID y KENT, SIMON. (2008). MARKET LEADER. LONGMAN. Person Education Limited. ENGLAND

CAREY, JOHN, A. (2011) BUSINESS LETTERS FOR BUSY PEOPLE. National Press Publications. USA

TULLIS, GRAHAM; TRAPPE, TONYA. (2009). NEW INSIGHTS INTO BUSINESS. LONGMAN, ENGLAND