



Licenciatura: **TURISMO**  
 Modalidad: **EJECUTIVA**

Materia: **INGLES VI**  
 Cuatrimestre: **6°**

Clave: PE-LTU605

Horas: 2

**OBJETIVO:**

Analizar, comparar y describir datos y gráficos de presupuestos y estudios de mercados en inglés. Crear y presentar en forma oral y escrita una publicidad de un producto o servicio. Practicar fluidamente las distintas competencias en el idioma, dando énfasis a la expresión verbal.

S	CLASE I	CLASE 2
I	<b>ENCUADRE</b>	<b>UNIDAD I</b> <b>MARKETING INTRODUCTION</b> 1.1. Jobs and responsibilities 1.2. Corporat identity, logos, branding. 1.3. Language skills 1.3.1. Talking about job description 1.3.2. Presenting ideas 1.4. Marketing introduction. Comprehension, reflexion, vocabulary bank. 1.5. Customers and market research 1.5.1. Customers profiles 1.5.2. Data collection
2	1.5.3. Market research 1.5.4. A telephone survey 1.5.5. Language skills 1.5.5.1. Giving and asking for opinions 2.5.2. Agreeing and disagreeing 2.5.3. Market research terms 2.5.4. Asking questions 2.5.5. Writing reports	<b>UNIDAD II</b> <b>MARKETING AND COMPANY PLANNINH AND COMPANY CULTURE</b> 2.1. Marketing Plan 2.2. The Four Ps (Product, Price, Placement, Promotion) 2.3. Pricing and positioning strategies 2.4. Social responsibility in business
3	2.5. Organizational cultures 2.6. Language Skills 2.6.1. Writing a positioning strategy 2.6.2. Writing e-mails 2.6.3. Giving a presentation 2.6.4. Obligation and necessity 2.7. Advertisement and the target market	<b>UNIDAD III</b> <b>MARKETING TOOLS AND BUSINESS SRART UP</b> 5.1. Distribution channels 5.2. Types of discount 5.3. Types of retailer 5.4. Telemarketing 5.5. Direct marketing 5.6. Starting up a business
4	5.7. Language Skills 5.7.1. Telephoning – getting through 5.7.2. Writing to a customer (direct mailing) 5.7.3. Responding to requests and suggestions 5.7.4. Writing a letter for financial support 3.8 Presenting a product 3.8.1. Public relations	3.8.2. Websites as a marketing tool 3.8.3. Sponsoring 3.8.4. Effective press releases 3.8.5. Language skills 3.8.5.1. Getting customer quotes 3.8.5.2. Writing press releases
5	<b>UNIDAD IV</b> <b>MARKETING THROUGH TRADE FAIRS</b> 4.1. Giveaways 4.2. Organizing events 4.3. Attending a trade fair	4.4. Language skills 4.4.1. The language of trade fairs 4.4.2. Socializing 4.4.3. Reporting on a trade fair visit
6	4.5. Presentation tools 4.5.1. Welcoming your audience 4.5.2. Tips on presenting to an audience 4.5.3. Presentation tools 4.5.4. Presenting visuals effectively 4.5.5. Describing graphs and charts 4.5.6. Strategies for a good conclusion	<b>RETROALIMENTACION DE CONTENIDO</b>
7	<b>EXAMEN FINAL</b>	

<b>ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron)</li> <li>2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla).</li> <li>3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas.</li> <li>4.-Propiciar Actividades de Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones.</li> <li>5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente.</li> </ol>
---	---

<b>ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exámenes Orales.</li> <li>2. Exposiciones como Evaluacion.</li> <li>3. Exposiciones</li> </ol>
-----------------------------------	--

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
Trabajos Escritos	10%
Actividades aulicas	20%
Trabajos en plataforma educativa	20%
Examen	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>
Escala de calificación	7- 10
Mínima aprobatoria	7