



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

Materia: ADVANCED ORAL COMMUNICATION SKILLS

Código: CJU0005

Paralelo: A, A, B, B

Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017

Profesor: MARTINEZ SOJOS MONICA ALEXANDRA

Correo electrónico mmartinez@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Código: CJU0004 Materia: ADVANCED ENGLISH GRAMMAR

Código: CJU0006 Materia: ADVANCED ORAL EXPRESSION, READING AND WRITING

2. Descripción y objetivos de la materia

Advanced oral communication es vital para cualquier profesional en sus estudios interdisciplinarios en Estudios Internacionales. En un mundo complejo y que cambia rápidamente, los Estudios Internacionales se relacionan con aspectos de la economía, política, geografía, historia, leyes, sociología, psicología y estudios culturales. Las políticas internas se ven constantemente afectadas por desarrollo externo y las naciones se ven obligadas a iniciar diálogos con fines de supervivencia en el sistema internacional. En el inicio, los británicos se enfocaron y rápidamente emergió una disciplina académica formal después de 1918 tanto en Europa como en los Estados Unidos, el Inglés ha sido el idioma predominante de la investigación e interacción en los Estudios Internacionales.

El curso está diseñado para ayudar a estudiantes que ya son bilingües a llegar a ser mejores comunicadores al mismo tiempo que estudian y practican cada forma de interacción entre y con los países, tales interacciones ocurren entre corporaciones; por ejemplo la OPEP y grupos sociales, la Comisión Internacional de Derechos Humanos.

Los contenidos, tareas y proyectos le ofrecen a los estudiantes oportunidades para desarrollar mejores habilidades en la comunicación oral con un énfasis en la preparación, organización y desarrollo de presentaciones profesionales y personales, discursos y debates relacionados con todos los aspectos de los Estudios Internacionales. Todas estas estrategias están directamente relacionadas con los estudiantes bilingües de Relaciones Internacionales.

3. Contenidos

01.	INTRODUCTION TO MARKETING AND ADVERTISING
01.01	Jobs and responsibilities (0 horas)
01.02	Corporate identity, logos (0 horas)
01.03	Branding (2 horas)
02.	FINDING THE CUSTOMER
02.01.	Market research (0 horas)
02.02.	Customer profiles (2 horas)
02.03.	Data Collection (4 horas)
02.04.	A telephone survey (0 horas)
03.	PLANNING A MARKETING STRATEGY
03.01.	The marketing plan (2 horas)
03.02.	The four Ps (2 horas)
03.03.	Pricing and positioning strategies (0 horas)
04.	CREATING ADS
04.01.	The AIDA model for advertising (2 horas)
04.02.	Working with an agency (0 horas)
04.03.	Advertising channels (2 horas)
04.04.	Rate sheets (0 horas)

05.	MARKETING TOOLS
05.01.	Distribution channels (0 horas)
05.02.	Types of discount (4 horas)
05.03.	Types of retailer (2 horas)
05.04.	Telemarketing (2 horas)
05.05.	Direct marketing (2 horas)
06.	PRESENTING YOUR PUBLIC FACE
06.01.	Public relations (0 horas)
06.02.	Websites as a marketing tool (4 horas)
06.03.	Sponsoring (4 horas)
06.04.	Effective press releases (4 horas)
07.	MARKETING THROUGH TRADE FAIRS
07.01.	Giveaways (4 horas)
07.02.	Organizing events (0 horas)
07.03.	Attending a trade fair (0 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ba. Comunicarse con fluidez y precisión en español y en un idioma extranjero, de forma oral y escrita	
-Presentar tareas asignadas en clase, de forma oral.	-Evaluación oral
bb. Aplicar técnicas que permiten una comprensión lectora profunda de los textos en español y/o un idioma extranjero	
-Leer una variedad de géneros de textos en Inglés	-Informes
bc. Argumentar y debatir de manera activa y efectiva dentro de los contextos universitario y social a través del pensamiento crítico	
-Investigar y preparar, individualmente y en grupo, presentaciones de temas críticos para debates orales	-Evaluación escrita -Foros, debates, chats y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación oral	Working with words: talking about first impressions, Motivation		APORTE 1	5	Semana: 5 (10/10/16 al 15/10/16)
Trabajos prácticos - productos	Working with words: talking about first impressions, motivation		APORTE 1	2	Semana: 5 (10/10/16 al 15/10/16)
Evaluación escrita	Working with words: talking about first impressions, motivation		APORTE 1	3	Semana: 5 (10/10/16 al 15/10/16)
Trabajos prácticos - productos	Managing projects, Ideas and innovations		APORTE 2	2	Semana: 10 (14/11/16 al 19/11/16)
Informes	Managing projects		APORTE 2	5	Semana: 10 (14/11/16 al 19/11/16)
Evaluación escrita	Ideas and innovations		APORTE 2	3	Semana: 10 (14/11/16 al 19/11/16)
Foros, debates, chats y otros	Ideas and innovations, customer service, ethical business		APORTE 3	5	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Trabajos prácticos - productos	Ideas and innovations, customer service, ethical business		APORTE 3	2	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Evaluación escrita	Ideas and innovations, customer service, ethical business		APORTE 3	3	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Trabajos prácticos - productos	todos		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	Examen		SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

Las clases se dictarán de manera teórica práctica. El profesor dará explicaciones teóricas sobre diferentes temas a ser cubiertos en el programa, con una breve introducción referente a cada tema oral y comunicativo específico, a fin de que los señores estudiantes trabajen de manera autónoma y al mismo tiempo colaborativa, aplicando procesos de análisis, síntesis, inferir significado y aplicar destrezas de lectura comprensiva. La participación activa de los estudiantes se evaluará de acuerdo al número de intervenciones por parte del alumno.

Criterios de Evaluación

Examen escrito

Los estudiantes rendirán una prueba al final de cada fase (3 pruebas en el ciclo). La prueba incluirá un ejercicio de escritura basada en una lectura. También se evaluarán los aspectos gramaticales aprendidos en cada unidad. La calificación de cada prueba es de 5 puntos.

Trabajo en clase

A lo largo de cada clase los estudiantes tendrán que presentar un pequeño trabajo el cual tendrá un valor de 1 punto. Antes de registrar cada una de las evaluaciones todas las notas de trabajo en clase se sumarán y dividirán por el número total de trabajos realizados en clase con la finalidad de obtener el promedio a ser registrado.

Trabajo en casa

Los alumnos tienen que presentar tareas a lo largo del curso, las mismas que tendrá el valor de 1 punto. Antes de registrar cada una de las evaluaciones todas las notas de tareas se sumarán y dividirán por el número total de tareas realizadas con la finalidad de obtener el promedio a ser registrado.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ENGLEBERG, I. & DALY, J.	Pearson Press	PRESENTATIONS IN EVERYDAY LIFE (CHAPTERS 1,2,3) KEYS FOR READING CHALLENGING ESSAYS (CHAPTER 2)	2009	978-0-205-61275-8

Web

Autor	Título	URL
Sandel, M.	Justice	www.justiceharvard.org
No Indica	Basic Skills Of Debating	www.actdu.org
Golebiewski, D.	Intercultural Communication &	www.e-ir.info
Questionnaires	No Indica	www.implicit.harvard.edu

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Gore Sylee	Oxford University Press	English for Marketing and Advertising	2007	978-0-19-457918-6

Web

Autor	Título	URL
Sandel, M.	Justice	www.justiceharvard.org

Software

Autor	Título	URL	Versión
No Indica	No Indica	NO INDICA	NO INDICA

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 11/08/2016

Estado: Aprobado