UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos

Materia: ADVANCED ORAL COMMUNICATION SKILLS
Código: CJU0005
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: ARTEAGA SARMIENTO SONIA MAGALI
Correo electrónico: marteaga@uazuay.edu.ec

Nivel: 3

Distribución de horas.

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

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.
Advanced oral communication es vital para cualquier profesional es 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.
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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	INTRODUCTION TO MARKETING AND ADVERTISING
1.1	Jobs and responsibilities (0 horas)
1.2	Corporate identity, logos (0 horas)
1.3	Branding (2 horas)
2	FINDING THE CUSTOMER
2.1	Market research (0 horas)
2.2	Customer profiles (2 horas)

2.3	Data Collection (4 horas)
2.4	A telephone survey (0 horas)
3	**PLANNING A MARKETING STRATEGY**
3.1	The marketing plan (2 horas)
3.2	The four Ps (2 horas)
3.3	Pricing and positioning strategies (0 horas)
4	**CREATING ADS**
4.1	The AIDA model for advertising (2 horas)
4.2	Working with an agency (0 horas)
4.3	Advertising channels (2 horas)
4.4	Rate sheets (0 horas)
5	**MARKETING TOOLS**
5.1	Distribution channels (0 horas)
5.2	Types of discount (4 horas)
5.3	Types of retailer (2 horas)
5.4	Telemarketing (2 horas)
5.5	Direct martketing (2 horas)
6	**PRESENTING YOUR PUBLIC FACE**
6.1	Public relations (0 horas)
6.2	Websites as a marketing tool (4 horas)
6.3	Sponsoring (4 horas)
6.4	Effective press releases (4 horas)
7	**MARKETING THROUGH TRADE FAIRS**
7.1	Giveaways (4 horas)
7.2	Organizing events (0 horas)
7.3	Attending a trade fair (0 horas)

5. 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 escrita -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Trabajos prácticos - productos
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	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Trabajos prácticos - productos
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 -Evaluación oral -Foros, debates, chats y otros -Informes -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Quiz		APORTE 1	5	Semana: 2 (02/10/17 al 07/10/17)
Evaluación oral	Pechakucha presentatio		APORTE 1	3	Semana: 4 (16/10/17 al 21/10/17)
Trabajos prácticos - productos	Paragraph correction		APORTE 1	2	Semana: 6 (30/10/17 al 01/11/17)
Evaluación escrita	Quiz		APORTE 2	5	Semana: 8 (13/11/17 al 15/11/17)
Informes	Paragraph writing		APORTE 2	3	Semana: 8 (13/11/17 al 15/11/17)
Foros, debates, chats y otros	MOODLE participation		APORTE 2	2	Semana: 10 (27/11/17 al 02/12/17)
Evaluación escrita	Quiz		APORTE 3	5	Semana: 12 (11/12/17 al 16/12/17)
Evaluación oral	Role-play		APORTE 3	3	Semana: 14 (al)
Evaluación escrita	Paragraph correction		APORTE 3	2	Semana: 16 (08/01/18 al 13/01/18)
Evaluación escrita	Final test		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Evaluación escrita	Restest		SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

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 evaluaran 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 sumaran 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 sumaran y dividirán por el número total de tareas realizadas con la finalidad de obtener el promedio a ser registrado.

6. 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
Golebiewski, D.	Intercultural Communication & Transnational Protests At The Olympic	www.e-ir.info
Sandel, M.	Justice	www.justiceharvard.org
No Indica	Basic Skills Of Debating	www.actdu.org
Questionnaires	No Indica	www.implicit.harvard.edu

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 07/09/2017

Estado: Aprobado