



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela Profesional de Administración

SILABO
INGLES TECNICO II

I. DATOS INFORMATIVOS

- 1.1. Código : 061858
- 1.2. Ciclo : VIII
- 1.3. Créditos : 3
- 1.4. Área curricular : Formación Profesional
- 1.5. Condición : Electiva
- 1.6. Semestre Académico : 2018 – II
- 1.7. Duración : 16 semanas: 64 horas
- 1.8. Horas semanales : 4 HT: 2 HP: 2
- 1.9. Requisitos : Ninguno
- 1.10. Facultad : Ciencias Administrativas
- 1.11. Escuela Profesional : Administración
- 1.12. Profesores : Comisión Académica
- 1.13. Texto Básico : Helm, S. (2010). *Human Resources Market Leader Business English*. England. - Pearce Longman.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito comprender las diversas ramas de Administración en Inglés utilizando la comunicación, redacción y vocabulario técnico.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Vocabulario y comunicación sobre Recursos Humanos: Diversidad y Estrategia. II. Redacción de documentos para Recursos Humanos. III. Vocabulario y comunicación para Marketing. IV. Vocabulario y comunicación para Finanzas.

III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Comprende las diversas ramas de Administración en Inglés utilizando la comunicación, redacción y vocabulario técnico.

IV. CAPACIDADES

- Considera las formas de comunicaciones en la empresa.
- Crea documentos necesarios en el ambiente de recursos humanos.
- Clasifica los diferentes tipos de marcas de acuerdo al éxito obtenido.
- Compara los distintos tipos de inversión de una empresa.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: VOCABULARIO Y COMUNICACIÓN SOBRE PARA RECURSOS HUMANOS: DIVERSIDAD Y ESTRATEGIA				
CAPACIDAD: Considera las formas de comunicaciones en la empresa.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> ▯ Conducta ética. ▯ Respeto a la persona humana. 			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
1	•Setting Goals; establecer metas efectivas de manera personal y en equipos.	Define el futuro y permite a los demás, lograr el éxito.	Trabajo en pares	2
			Demostración	2

2	Giving and receiving feedback; dar y recibir retroalimentación para dar	Da ideas prácticas para dar y recibir retroalimentación.	Trabajo en equipo	2
			Lluvia de ideas	2
3	Managing Coaching Assignments; usar la instrucción para involucrar el equipo a la meta y delegar tareas.	Desarrollar competencias que le permiten a la persona saber, que necesita hacer, porque y como.	Trabajo en pares	2
			Estudio de casos	2
4	Recognising Success; reconocer y agradecer a su equipo por sus contribuciones.	Desarrollar y reconocer, herramientas de gestión, que refuerzan la relación de la empresa con los trabajadores.	Dinámica de grupos	2
			Lluvia de ideas	2
Referencias:				
Jenny Hill (2000) Managing Performance England. Gower Management Workbook.				
Roger Oldcorn (2002) Management Macmillan England. Professional Masters				

UNIDAD II: REDACCION DE DOCUMENTOS DE INGLÉS TÉCNICO PARA RECURSOS HUMANOS				
CAPACIDAD: Crea documentos necesarios en el ambiente de recursos humanos.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales			
5	<ul style="list-style-type: none"> □ Participación Activa. □ Innovación y creatividad. □ Job advertisement anuncios de trabajo; cómo hacerlo y cómo responderlos. Explicación del proyecto.		Técnicas participativas	2
			Trabajo en pares	2
6	<ul style="list-style-type: none"> □ Letter of appointment; carta de aceptación de trabajo y Cover Letter; carta de aplicación. 		Inducción	2
			Demostración	2
7	Performance appraisal record; la evaluación del trabajador.		Inducción	2
			Dinámica de grupos	2
8	<ul style="list-style-type: none"> □ Como escribir un CV en Ingles. Evaluación Parcial.		Inducción	2
				2
Referencias:				
Zolf, R. (2011). <i>Human Resources</i> . New York, New York. USA. Coach House Books.				
Roberts, G. (1991). <i>Human Resources Management</i> . Washington D.C., USA. Small Business Administration.				
Wexley, K. (1991). <i>Developing Human Resources</i> . Washington D.C., USA. Bureau of National Affairs.				

UNIDAD III: VOCABULARIO Y COMUNICACIÓN PARA MARKETING				
CAPACIDAD: Clasifica los diferentes tipos de marcas de acuerdo al éxito obtenido.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales			
9	<ul style="list-style-type: none"> □ A holistic approach to marketing; ver marketing de manera integral. 		Técnicas participativas	2
			Trabajo en pares	2
10	<ul style="list-style-type: none"> □ Marketing in challenging times; Marketing en tiempos difíciles. □ The value of brands; el valor de las marcas. 		Inducción	2
			Dinámica de grupos	2

11	▫ Developing a Brand identity that lasts; como crear una marca que dure.	Identifica ejemplos y elaborar que hace la empresa para que su marca dure.	Trabajo en equipo	2
			Dinámica de grupos	2
Referencias:				
▫ Heskett, J. (1976). <i>Marketing. New York, New York.</i> USA. MacMillian.				
▫ Kerin, R. (2006). <i>Marketing. New York, New York.</i> USA. McGraw-Hill.				
▫ Berkowitz, E. (2000). <i>Marketing. Boston. MA, USA.</i> McGraw-Hill.				

UNIDAD IV: VOCABULARIO Y COMUNICACIÓN PARA FINANZAS				
CAPACIDAD: Compara los distintos tipos de inversión de una empresa.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	▫ Participación Activa.			
	▫ Apertura a la innovación.			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
12	▫ Overseas investments; inversiones en el extranjero.	Analiza ejemplos de empresas que invierten en el extranjero	Lluvia de ideas	2
			Dinámica de grupos	2
13	▫ Start up capital; como tener finanzas de accionistas.	Discute sobre cómo obtener finanzas de accionistas.	Discusión en grupos pequeños	2
			Lluvia de ideas	2
14	▫ Options trading; cuando una empresa quiere comprar otra.	Compara ejemplos de las empresas que se unen.	Trabajo en pares	2
			Estudio de casos	2
15	▫ Banking - a risky business; Bancos y su negocio arriesgado.	Determina los riesgos que tienen un banco y sus clientes.	Lluvia de ideas	2
			Trabajo en equipo	2
16	▫ Exposición de Proyectos.	Comenta de manera detallada sus proyectos.	Exposición problemática	2
			Examen Final.	2
Referencias:				
▫ Banks, E. (2010). <i>Finance. New York, New York.</i> USA: Hoboken.				
▫ Nikbakht, E. (1990). <i>Finance. New York, New York.</i> USA. Baron's.				
▫ Northington, S. (1995). <i>Finance. New York, New York.</i> USA. Ferguson's.				

VI. METODOLOGÍA

6.1. Estrategias centradas en la enseñanza

- Estudio de casos
- Trabajo en equipo
- Exposición dialogada
- Dinámica de Grupos

6.2. Estrategias centradas en el aprendizaje

- Exposición problemática
- Inducción
- Demostración

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- Equipos informáticos
- Multimedia
- Separatas
- Guías de aprendizaje y autoaprendizaje

VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica el recojo de información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante. Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso, según la siguiente Tabla:

Evaluación Académicas	Peso
Prueba de entrada	Sin nota
Evaluación de Proceso	60%
Examen Parcial	20%
Examen Final	20%

- **Antes: prueba de entrada.**-Se realiza una evaluación inicial, diseñada para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura y cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.
- **Durante: Evaluación de Proceso.**- De acuerdo al objetivo de aprendizaje de la asignatura se evalúan las competencias adquiridas por el estudiante utilizando los criterios establecidos en el anexo N° 1
- **Examen: Parcial y Final.**- Se evalúa los productos del aprendizaje, al finalizar una o más unidades de aprendizaje, usándose la prueba escrita como instrumento de medición (examen parcial y examen final).

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

- 9.1. Fuentes bibliográficas
 - O'Driscoll N. (2010). Marketing Market Leader Business English. England. Pearce Longman.
 - Helm S. (2010). Accounting and Finance. England. Pearce Longman.
- 9.2. Fuentes hemerográficas
 - Shultz, T. (2000). Personnel Management. Human Resources. London, England, May, (6 al 48 páginas).
 - Tracey, W. (2002). Organization Effectiveness. Advances in Developing Human Resources. San Francisco, CA, USA. (116 al 172 páginas).
- 9.3. Fuentes electrónicas
 - Negotiation Skills Disponible en:
<http://www.mindtools.com/CommSkill/NegotiationSkills.htm>.
Última consulta [25 de Agosto 2013]
 - Interview Questions and Answers. Disponible en:
<http://jobsearch.about.com/od/interviewquestionsanswers/a/interviewquest.htm>.
Última consulta [27 de Agosto 2013]