

**RESUMEN
DE LA
PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO DE INGLÉS
PARA MARKETING Y PUBLICIDAD.**

**1º de Ciclo Formativo de Marketing y
Publicidad.**

**Familia Profesional de
COMERCIO Y MARKETING.**

**DEPARTAMENTO DE INGLÉS
I.E.S. LAS SALINAS
SAN FERNANDO (CÁDIZ)
CURSO: 2020/2021.**

ÍNDICE

1. Objetivos.....	4
1.1. Objetivos del Módulo.....	4
1.2. Competencias profesionales, personales y sociales del módulo.....	4
2. Contenidos.....	6
2.1. Secuencia y distribución temporal de unidades de trabajo.....	6
3. Metodología.....	7
4. Evaluación.....	9
4.1. Criterios de evaluación.....	9
4.2. Procedimiento de evaluación.....	9
4.3. Instrumentos de evaluación.....	9
4.4. Criterios de calificación.....	9
4.5. Recuperación.....	10

1. Objetivos.

1.1. Objetivos del Módulo.

El objetivo principal de este ciclo es:

Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.

1.2. Competencias profesionales, personales y sociales que se desarrollan en el módulo.

Las competencias que atañen específicamente a la materia de inglés son:

k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:

- La utilización de la lengua inglesa tanto a nivel oral como a nivel escrito, en todo el desarrollo de este módulo.
- La introducción del vocabulario inglés correspondiente a la terminología específica del sector.
- La selección y ejecución de estrategias didácticas que incorporen el uso del idioma inglés en actividades propias del sector profesional.
- La utilización de las técnicas de comunicación para potenciar el trabajo en equipo.

2. Contenidos.

2.1. Contenidos, secuencia y distribución temporal de unidades de trabajo.

El método consta de 20 unidades. Dichas unidades se temporalizan del siguiente modo:

Temporalización		
Unidad	Contenidos	Sesiones
1er trimestre (48 sesiones/horas aprox.)*		
Presentación		1
1: Who's Who in Sales? / At Work	- <i>Vocabulary Builder</i> : ventas, puestos, departamentos, verbos, números ordinales - <i>Grammar</i> : <i>to be</i> , <i>have got</i>	5,5
2: Getting Around / Retail Layout	- <i>Vocabulary Builder</i> : tiendas y servicios, direcciones, ropa, equipamiento de una tienda, preposiciones - <i>Grammar</i> : el imperativo, <i>let's</i>	5,5
Test 1		1
3: Customer Service / Assisting the Customer	- <i>Vocabulary Builder</i> : adjetivos, verbos, números, descripción de ropa, colores - <i>Grammar</i> : <i>Present Continuous</i> , <i>Present Simple</i> / <i>Present Continuous</i>	5,5
4: Taking Inventory / Ordering Retail Supplies	- <i>Vocabulary Builder</i> : materiales de oficina, encargar material de oficina, los días de la semana, los meses del año - <i>Grammar</i> : <i>There is</i> / <i>There are</i> , artículos y cuantificadores, <i>How much</i> / <i>How Many</i>	5,5
Test 2		1
5: Promoting Products / Comparing Products	- <i>Vocabulary Builder</i> : información sobre el producto y adjetivos - <i>Grammar</i> : el comparativo de los adjetivos, el superlativo de los adjetivos	5,5
6: Phone Contact / Customer Surveys	- <i>Vocabulary Builder</i> : mobiliario, llamadas de teléfono, la hora, encuestas a los clientes - <i>Grammar</i> : <i>to be</i> en pasado, <i>There was</i> / <i>There were</i> , <i>Past Simple</i> : <i>Affirmative</i>	5,5
Test 3		1
7 Customer Complaints / Returns	- <i>Vocabulary Builder</i> : partes de la ropa, problemas, quejas de los clientes, devoluciones de los clientes	5,5

	- Grammar: Past Simple: Negative and Interrogative	
8: In Store Sales / Ordering Online	- Vocabulary Builder: ventas en tienda, hacer pagos, hacer encargos a través de Internet - Grammar: modales (can, could, must, mustn't, should)	5,5
Test 4		1
2º trimestre (40 sesiones/horas aprox.)*		
9: Balancing the Cash Register / Banking and Foreign Exchange	- Vocabulary Builder: balance de la caja registradora, en el banco, divisas - Grammar: have to / don't have to, don't have to / mustn't	5,5
10: Booking Flights / Booking a Hotel	- Vocabulary Builder: reserva de vuelos, instalaciones de hoteles, reserva de hoteles - Grammar: comparación de adjetivos, adverbios de modo y cantidad	5,5
Test 5		1
Midterm Test		1
11: Stock Management / Purchasing	- Vocabulary Builder: gestión de las existencias, compras - Grammar: be going to, Present Continuous con valor de futuro, will	5,5
12: Warehousing / Distribution of Goods	- Vocabulary Builder: artículos del almacén, dependencias del almacén, verbos, transporte de existencias, envíos - Grammar: pronombres objeto y sujeto, posesivos, primer condicional	5,5
Test 6		1
13: Health and Safety / Workplace Security	- Vocabulary Builder: salud y seguridad, verbos, seguridad en el puesto de trabajo - Grammar: Past Continuous, Past Simple / Past Continuous	5,5
14: Advertising / Marketing	- Vocabulary Builder: tipos de anuncios, anuncios, marketing, verbos - Grammar: Present Perfect Simple	5,5
Test 7		1
3er trimestre (40 sesiones/horas aprox.)*		
15: Telemarketing and Sales / Promotions and Merchandising	- Vocabulary Builder: telemarketing, mercadotecnia, promociones - Grammar: Present Perfect Simple / Past Simple, used to	5,5
16: Sales and Negotiation Techniques / Preparing Sales Presentations	- Vocabulary Builder: ventas y negociaciones, y presentaciones - Grammar: pronombres de relativo	5,5
Test 8		1
17: E-commerce / Online Marketing	- Vocabulary Builder: tiendas en línea, marketing digital - Grammar: may / might, repaso de los modales	5,5
18: New Businesses / Franchising	- Vocabulary Builder: fundar un negocio y las franquicias - Grammar: Present Simple Passive, Past Simple Passive	5,5

Test 9		1
19: Applying for a Job / Interviewing	- <i>Vocabulary Builder</i> : solicitudes de empleo, adjetivos, condiciones laborales, entrevistas - <i>Grammar</i> : segundo condicional, compuestos con <i>some / any / no</i>	5,5
20: Preparing a CV / Writing a CV	- <i>Vocabulary Builder</i> : redactar un CV, datos personales - <i>Grammar</i> : repaso gramatical	5,5
Test 10		1
Final Test		1
TOTAL: 128* SESIONES		

* Dependerá del ritmo de trabajo y de las circunstancias que puedan producirse a lo largo del curso (vacaciones, semana cultural, fiestas locales, etc.).

3. Metodología.

Se trata de un módulo eminentemente procedimental en el que se desarrolla la competencia comunicativa en inglés necesaria en el entorno profesional, tanto a nivel oral como a nivel escrito.

La metodología a seguir estará basada en el método comunicativo pero haciendo hincapié en las destrezas de aprendizaje de un idioma: listening, speaking, reading y writing.

Se intentará que el alumno vaya creando formas de lenguaje que le permitan - aprendiendo de sus propios errores- llegar a un mínimo dominio de la comunicación en inglés.

En el texto base para impartir las clases se le da mucha importancia a la audición (listening), que es la destreza más importante para aprender un idioma.

Se impartirán las estructuras gramaticales más básicas, todo dentro de un contexto de negocios y comercial, lo cual permitirá a los alumnos un dominio básico de vocabulario específico para el ciclo que están cursando, también se potenciará la lectura, traducción, uso de las nuevas tecnologías aplicadas a su futura profesión y producción escrita del material comercial básico.

Abundan los diálogos y las actividades para practicar la comprensión y expresión orales, así como textos para practicar la comprensión escrita. En los diálogos se resaltan aquellas palabras que forman parte del lenguaje útil de la unidad y después de cada uno se harán actividades de comprensión. Por lo tanto, permite poner un especial énfasis en la comunicación.

Las clases se impartirán en inglés por lo general y se obligará a los alumnos a que, al menos, intenten expresarse en dicho idioma durante la clase.

Se realizará mucho trabajo en parejas y grupo y se harán roleplays que simulen en el aula situaciones concretas con las que pueden encontrarse los alumnos en contextos de trabajo.

Las estructuras gramaticales aprendidas en el bachillerato, serán repasadas a lo largo del curso y se potenciará la lectura, traducción y producción escrita de material comercial.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza-aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo, versarán sobre:

- La utilización de la lengua inglesa tanto a nivel oral como a nivel escrito, en todo el desarrollo de este módulo.
- La introducción del vocabulario inglés correspondiente a la terminología específica del sector.

- La selección y ejecución de estrategias didácticas que incorporen el uso del idioma inglés en actividades propias del sector profesional.
- La utilización de las técnicas de comunicación para potenciar el trabajo en equipo. El método utilizado será activo y dinámico. Se hará mucho hincapié en la comprensión y comunicación oral mediante listenings y role-plays, en los que el alumno pondrá en práctica, de una manera activa, sus conocimientos, todo ello sin descuidar la parte escrita.

Este método hace énfasis en capacitar al alumnado para comunicarse de una forma más eficaz en la vida laboral.

Cada unidad tiene cuatro secciones principales que trabajan el vocabulario asociado al tema de la unidad, con expresiones clave y una gramática asociada, así como situaciones reales para practicar las destrezas orales. Cada sección acaba con una tarea para que los alumnos personalicen el idioma.

El método pensado para cubrir las necesidades de los alumnos/as que están cursando comercio y marketing dentro del marco de los estudios de formación profesional, y que han empezado dicha formación con un nivel de inglés *intermediate to upper-intermediate*. Este método es ideal para alumnos/as que se están preparando para trabajar en la comercialización de productos y servicios, departamentos comerciales de marketing de pymes y empresas industriales, departamentos de publicidad de organismos públicas, empresas industriales y comerciales de todos los tamaños.

Burlington Professional Modules: Commerce & Sales está compuesto de *Student's Book* y *Workbook*; y todo el material audio de ambos componentes puede encontrarse en la web www.burlingtonbooks.es. Este método se centra en el inglés funcional para su uso práctico en las situaciones cotidianas que se dan en el lugar de trabajo, así como en el vocabulario especializado relacionado con las áreas mencionadas anteriormente.

En total contiene 20 unidades de cuatro páginas cada una en el *Student's Book*, en las que abundan los diálogos y las actividades para practicar la comprensión y expresión orales, así como textos para practicar la comprensión escrita. En los diálogos se resaltan aquellas palabras que forman parte del *Useful Language* de la

unidad y después de cada uno hay actividades de comprensión. Por lo tanto, permite poner un especial **énfasis en la comunicación**. Cada una de las 20 unidades del *Workbook* está formada por dos páginas que contienen cuadros gramaticales esquemáticos y ejercicios centrados en la práctica de dicha gramática.

El hecho de que las unidades 19 y 20 se centren en la búsqueda de empleo y en la correcta redacción de un CV, así como que al final del *Student's Book* haya una *Writing Guide* con modelos para redactar correos electrónicos y diferentes tipos

de cartas y faxes, entre otras clases de textos, hacen de este un **método eminentemente práctico** para los alumnos/as. Además, al final del *Workbook* se podrá encontrar una sección que compendia todos los aspectos gramaticales tratados a lo largo de las unidades.

Todas las unidades del *Student's Book* también guardan una misma estructura, lo cual permite mantener el orden y la coherencia de contenidos para facilitar el aprendizaje a los alumnos/as. Dentro de cada unidad se encontrarán dos lecturas cortas seguidas de las actividades de comprensión mencionadas, un diálogo con actividades sobre los contenidos del mismo, una sección centrada en el vocabulario específico relacionado con el tema de la unidad, un *listening* y una actividad de *speaking* para trabajar por parejas utilizando el vocabulario aprendido. Además, en todas las unidades se incluyen cuadros con consejos prácticos que destacan de forma breve aspectos culturales, del lenguaje coloquial, etc., de tal manera que llaman la atención del alumno/a y facilitan su memorización.

Además, se incluye una sección llamada *Vocabulary Builder* al final del *Student's Book* con una lista de palabras adicionales y de mayor dificultad correspondiente a cada unidad. De este modo, los alumnos/as pueden trabajar con el vocabulario activo, practicar la traducción de palabras a su propio idioma y tener contenidos extra para expandir sus conocimientos.

4. Evaluación.

4.1. Criterios de evaluación.

1. Reconoce información profesional y cotidiana contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.

- a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.
- b) Se ha reconocido la finalidad del mensaje radiofónico y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.
- c) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar relacionadas con la vida social, profesional o académica.
- d) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.
- e) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos y abstractos, en lengua estándar y con un ritmo normal.
- f) Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.
- g) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación académica y profesional lingüísticamente complejas.
- h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.

2. Interpreta información profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

- a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a distintos textos y finalidades y utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.
- b) Se ha interpretado la correspondencia relativa a su especialidad, captando fácilmente el significado esencial.
- c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados o no con su especialidad, siempre que pueda volver a leer las secciones difíciles.
- d) Se ha relacionado el texto con el ámbito del sector a que se refiere.
- e) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre una amplia serie de temas profesionales y decide si es oportuno un análisis más profundo.
- f) Se han realizado traducciones de textos complejos utilizando material de apoyo en caso necesario.

g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos. E-mail, fax.

h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de su especialidad.

3. Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.

a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.

b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales, académicos, profesionales o de ocio, marcando con claridad la relación entre las ideas.

c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.

d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.

e) Se ha utilizado correctamente la terminología de la profesión.

f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.

g) Se ha descrito y secuenciado un proceso de trabajo de su competencia.

h) Se ha argumentado con todo detalle, la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.

i) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.

4. Elabora documentos e informes propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del mismo.

a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con su especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.

b) Se ha organizado la información de manera coherente y cohesionada.

c) Se han redactado informes, destacando los aspectos significativos y ofreciendo detalles relevantes que sirvan de apoyo.

d) Se ha cumplimentado documentación específica de su campo profesional.

e) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.

f) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.

g) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento a elaborar.

5. Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.

- a) Se han definido los rasgos más significativos de las costumbres y usos de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- b) Se han descrito los protocolos y normas de relación social propios del país.
- c) Se han identificado los valores y creencias propios de la comunidad donde se habla la lengua extranjera.
- d) Se han identificado los aspectos socio-profesionales propios del sector, en cualquier tipo de texto.
- e) Se han aplicado los protocolos y normas de relación social propios del país de la lengua extranjera.
- f) Se han reconocido los marcadores lingüísticos de la procedencia regional.

4.2. Procedimiento de evaluación.

Detallamos cómo hacemos la recogida de información:

Observación sistemática, pruebas específicas, valoraciones por escrito, recopilación de materiales... Cada uno de estos procedimientos se puede concretar en uno o varios instrumentos de evaluación.

Se utilizarán varios procedimientos de evaluación, de manera que recojan diversos estilos y mecanismos de aprendizaje y diferentes destrezas que el alumnado puede utilizar para expresar sus conocimientos:

- Observación sistemática: Permiten tomar nota de cualquier aspecto relacionado con la evaluación con inmediatez, especialmente respecto a la actitud hacia el trabajo.
- Valoraciones por escrito: Registro/toma de notas. Este procedimiento permitirá comprobar el trabajo del alumnado en distintos planos, por ejemplo, el diario a través del cuaderno de clase o el de las actividades específicas de cada unidad didáctica, ayudando en la comprobación del grado de consecución de los objetivos concretos.
- Intercambios orales con los alumnos: Mediante "small talk" en clase, ejercicios específicos presenciales y audios MP3 no presenciales.
- Prácticas con pruebas específicas: A través de este procedimiento podemos concretar los criterios de evaluación, especialmente aquellos aspectos relacionados con la adquisición de conceptos.
- Recopilación de materiales: Tareas, ejercicios escritos de producción, archivos de audio con ejercicios orales de producción del alumno.

4.3. Instrumentos de evaluación.

- Fichas de observación (cuaderno del profesor).
- Rúbricas.
- Autoevaluación (registros de encuestas al alumnado).
- Entrevistas (diálogos con el alumnado).
- Ejercicios orales (archivos MP3 para producción no presencial, de pair work, listening comprehension, skimming, scanning).
- Ejercicios escritos (ejercicios de elección múltiple, de completar, identificar, relacionar, etc.).
- Pruebas de verificación (individuales y con un tiempo de realización y una puntuación definidos).

4.4. Criterios de calificación.

Para la evaluación del alumnado de 1º de Marketing y Publicidad se tendrán en cuenta los siguientes criterios de calificación:

1. El total de las actividades de **writing** entregadas en su fecha sumarán un máximo de **2,5** puntos.
2. El total de las actividades de **reading** entregadas en su fecha sumarán un máximo de **2,5** puntos.
3. El total de las actividades de **speaking** entregadas en su fecha sumarán un máximo de **2,5** puntos.
4. El total de las actividades de **listening** entregadas en su fecha sumarán un máximo de **2,5** puntos.
5. Cada prueba escrita que se realice incluirá los criterios de calificación, la puntuación que tendrá cada pregunta o ejercicio.
6. Se considerará la corrección gramatical:
 - El orden de los constituyentes inmediatos de una oración es correcto (SVOA, por ejemplo, en estructuras oracionales afirmativas).

- No hay fallos de concordancia (Sujeto-Verbo, Presentador-Sustantivo, etc.)
- Las formas pronominales son correctas
- Se utilizan los cuantificadores (much, many, etc) correctamente.
- El uso de las preposiciones es correcto.
- Es correcta la formulación de estructuras negativas.
- Se utilizan los tiempos verbales adecuados.
- Las partículas temporales (ago, for, since, already) se usan adecuadamente.
- Se emplean modales en contextos apropiados.
- El uso de los artículos en sus referencias genéricas/ específicas es correcto.
- El uso de la estructura posesiva (genitivo sajón) es correcto.
- No se pluralizan los adjetivos.
- No hay errores en la formación de los tiempos verbales.
- Se conocen los plurales irregulares.

7. La riqueza y precisión léxica:

- No se utilizan palabras en español, ni Spanglish.
- Se han elegido términos concretos y precisos.
- No se confunden términos básicos (go/come, learn/teach, lend/borrow, etc.)
- No se confunden las categorías gramaticales (bored por boring, o viceversa)
- No se abusa de expresiones idiomáticas para inflar el texto.

8. Los aspectos textuales y comunicativos.

- La organización del texto es clara (su secuenciación lógica).
- El texto no es repetitivo ni confuso.
- Cada párrafo contiene una idea nueva y relevante informativamente, sin divagar. Las ideas se introducen con los conectores adecuados.
- La aproximación al tema es original o, al menos, coherente.
- La presentación es limpia y ordenada. La letra es clara y la ortografía es correcta.
- El texto está claramente repartido en párrafos y los signos de puntuación están correctamente utilizados.
- El texto, en general, sugiere madurez por parte del estudiante. Comunica.

- El texto, en general, sugiere un dominio en el uso de la lengua inglesa a fin de comunicar ideas y argumentar puntos de vista

9. Exposiciones orales en grupo.

1. Grupo

a. Documentación:	Información completa	2
	Información parcial	1
	Información insuficiente	0

b. Presentación:	Sin errores relevantes	2
	Con errores leves	1
	Con errores graves	0

2. Individual

a. Pronunciación y entonación:		
	Sin errores	4
	Con errores leves (comprensible)	2
	Con errores graves (incomprensible)	0

b. Exposición:		
	No lee todo, solo pequeñas anotaciones	2
	Lee algo	1
	Lee todo	0

4.5. Recuperación.

- Los trimestres o evaluaciones con calificaciones por debajo de 5 se consideran superados al aprobar una evaluación posterior, entendiéndose que se han mejorado los resultados de aprendizaje.
- Si tras la evaluación ordinaria, un alumno a alumna, tuviera una o más evaluaciones no superadas, realizaría actividades de repaso y refuerzo durante el periodo de clases estipulado de cara a la evaluación extraordinaria.
- La evaluación extraordinaria incluye una prueba de verificación (individual y con un tiempo de realización y una puntuación definidos).
- La calificación de la evaluación extraordinaria incluirá todas las notas de todas las actividades evaluables, incluida la prueba de verificación, durante el periodo de clases posterior a la evaluación ordinaria.