



UNIVERSIDAD ALBERTO HURTADO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Nombre de la actividad curricular:	Inglés IV	
Código:	1136	
Créditos:	10	
Carácter:	Obligatoria	
Prerrequisitos:	Inglés III	
Tipo:	Curso	
Horas cronológicas de dedicación	Docencia directa	Trabajo autónomo: 7
	Clase: 2 módulo/s	horas
	Ayudantía: 0 módulo/s	

I. DESCRIPCIÓN

El curso Inglés IV se ubica en el ciclo de profundización de la carrera de Ingeniería Comercial y pertenece al área de formación complementaria de especialización. Su principal propósito comprende la integración de dos objetivos fundamentales. En primer lugar, las y los estudiantes desarrollarán las 4 habilidades lingüísticas y usarán vocabulario, estructuras gramaticales y pronunciación a un nivel intermedio que les permitan utilizar el idioma de manera espontánea. Dicho nivel ha sido descrito como **B1**, según los estándares internacionales contenidos en el Marco Común de Referencia Europeo (CERF). En segundo lugar, las y los estudiantes podrán identificar, analizar y evaluar información relevante relacionada con el campo de administración desde diferentes áreas. También serán capaces de reconocer y usar estrategias de gestión que les permitan comprender la vinculación entre las organizaciones y el desarrollo sustentable de la sociedad desde perspectivas éticas. Finalmente, este curso promoverá y fortalecerá las habilidades necesarias en el estudiantado para el trabajo en equipo, la toma de decisiones, y el liderazgo en un contexto comunicativo en lengua inglesa a fin de contribuir a su preparación como futuros profesionales.

Contribución de la Actividad Curricular al Logro del Perfil de Egreso:

- Formación en Administración y Economía: Los egresados serán capaces de entender y aplicar conceptos propios de las áreas de administración y economía.
- Pensamiento reflexivo y crítico: Los egresados serán capaces de buscar información, contrastarla, procesarla y analizarla en función de actualizar permanentemente su comprensión de la realidad y comparar argumentos con diferentes conclusiones, evidenciando actitudes y valores éticos.

- Toma de decisiones: Analizar y ponderar información económica y de administración relevante para informar la toma de decisiones organizacionales en la búsqueda de la creación de valor y atendiendo al uso eficiente de los recursos.
- Liderazgo: Los egresados serán capaces de integrar adecuadamente equipos de trabajo y de desplegar estrategias de influencia y coordinación de esfuerzos que apunten al logro de objetivos compartidos.
- Capacidad de Autogestión: Los egresados serán capaces de planificar y dirigir sus esfuerzos de aprendizaje y desempeño de manera autónoma e independiente, poniéndose metas de desarrollo desafiantes y realistas.
- Creación de valor: Los egresados serán capaces de implementar técnicas y estrategias de gestión que busquen ir más allá de la simple rentabilidad de sus procesos, aspirando a aportar al desarrollo integral de la organización y la sociedad.
- Conocimiento en administración y sus áreas funcionales: Poseer una sólida formación en gestión de organizaciones y en sus distintas áreas funcionales; logrando una perspectiva integrada de las empresas, el mercado y la cadena de valor.
- Análisis económico: Posee la comprensión, interpretación y habilidad para aplicar el conocimiento y el razonamiento propio del campo de la economía, con el fin de proponer soluciones y evaluar alternativas de políticas y/o acción tanto en un contexto de lo público como de lo privado.

II. PROPÓSITOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de:

- Comprender textos elementales específicos del área entre 800 y 1300 palabras.
- Identificar y utilizar léxico general y específico, así como expresiones del idioma inglés para predecir, sintetizar y expresar opiniones y hechos respecto al contenido de un texto.
- Extraer, resumir y explicar textos breves haciendo referencia a información específica en lecturas.
- Comentar y discutir acerca de los temas específicos de su especialidad tratados en la clase.
- Aplicar el léxico de 800 palabras y las estrategias aprendidas en los niveles de plan común (Inglés I, II, III)

III. CONTENIDOS

Unit 1: Ethics and Economics

Unit 2: Ecology, Environmentalism, and Economics.

Unit 3: Gender, Inequality, and Exclusion in the Labor World

IV. METODOLOGÍA

El trabajo en sala de clase será llevado a cabo mediante clases expositivas y orientadas a tareas (task-based) en las cuales los alumnos deberán trabajar con distintos textos y propósitos, en forma individual y grupal. Para el logro de los objetivos propuestos se analizarán diferentes textos escritos,

se aplicarán los contenidos aprendidos en ejercicios guiados, se producirán textos breves y se analizarán casos. Por último, se incentivará el uso del diccionario bilingüe como herramienta facilitadora del proceso. Se estimulará el trabajo autónomo, el pensamiento reflexivo y crítico dentro y fuera del aula, y la responsabilidad individual en el proceso de aprendizaje.

V. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES

Classworks

Debates

Poster

Gender and Diversity Handout

Esta actividad curricular NO considera la posibilidad de eximición (de acuerdo al reglamento de la carrera la eximición, si estuviera disponible, requiere tanto que el estudiante presente un promedio de 5,5 puntos en la escala 1 a 7 de nota entre las instancias de evaluación previas como que no haya hecho uso de justificación de inasistencia en dichas instancias).

El uso de celular está prohibido durante el desarrollo de actividades académicas.

VI. RECURSOS PEDAGÓGICOS

- Bibliografía básica
 - Mascull, B. (2006). Business vocabulary in use. Cambridge: Cambridge University Press
 - McCarthy, M., & O'Dell, F. (2017). English vocabulary in use. Cambridge: Cambridge University Press.
 - Murphy, R. (2012). Grammar in use: intermediate ; self-study reference and practice for students of American English. Cambridge University Press.
- Bibliografía Complementaria
 - Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate social responsibility (CSR): Theory and practice in a developing country context. Journal of business ethics, 72(3), 243-262.
 - Machan, T. R. (2013). Business ethics in the global market. Hoover Institution Press.
- Otros recursos
 - www.onestopenglish.com
 - www.longman-elt.com
 - www.eslcafe.com;
 - www.english-forum.com
 - <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/general/>
 - www.esl-lab.com
 - www.englishlistening.com
 - <http://www.nytimes.com/pages/business/index.html>
 - <http://dictionary.cambridge.org/>