

Podrías

Programa de Mercadeo

Noveno Semestre



Universidad de la
Amazonia

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO

Equipo Diseñador

Daniel Camilo Duran Camacho
Director

Yhully Marin
Coordinador de Medios y Recursos Tecnológicos

Coordinadora de Programa

Esp. EDNA EDIT GUARACA PENNA

Docente Líder NEC

Jaime André Castro Lozada

NEC Docente – Autores de la Guía Didáctica

Ángel Iván Diaz González

Inglés IV

Jaime Andrés Castro Lozada

Práctica Empresarial - Florencia

Edna Edit Guaraca Penna

Práctica Empresarial – San José del Fragua

Florencia – Caquetá, 2025.



Campus Porvenir Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F –
Barrio Porvenir Tel: (+57) 8-4366160



Este documento se encuentra bajo una Licencia de Creative Commons. Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

* Esta guía didáctica se estructuró bajo los lineamientos pedagógicos y didácticos del modelo de educación a distancia, tomados del Capítulo 3 del Módulo “EDUCACIÓN A DISTANCIA: SIGNIFICACIÓN HISTÓRICA, EDUCATIVA Y PEDAGÓGICA”, ISBN 958- 97270-0-X. Autores: Luz Dary Cardona García y Lillyam López de Parra.

CONTENIDO

Presentación

Orientaciones para el Desarrollo del Proceso de Estudio

Estructura de Contenidos del Semestre

Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

Interaprendizaje o Trabajo de Núcleos de Estudio Colaborativo

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Trabajo Integrado Final

Bibliografía

Guía Didáctica

Presentación

Presentación

Apreciado estudiante,

Bienvenido a su proceso de formación como Profesional en Mercadeo en la Modalidad de Educación a Distancia en la Universidad de la Amazonía.

Propósitos y estructura de la guía didáctica:

En educación a distancia el desarrollo de un periodo académico debe estar previamente planeado y programado, en este sentido, para el PROGRAMA DE MERCADEO, la Guía Didáctica se convierte en la principal herramienta de mediación entre la enseñanza y el aprendizaje. Un semestre académico se estructura en un bloque programático conformado por unidades temáticas o espacios académicos, los cuales se integran alrededor de un eje problémico o pregunta orientadora de investigación, incentivando así la integralidad y la interdisciplinariedad de diferentes áreas del saber. De otro lado, incentiva el aprendizaje autónomo y el trabajo en equipo o colaborativo para dar respuesta al trabajo teórico práctico que conlleva a procesos de investigación formativa a través de un proyecto de semestre representado en un producto denominado Trabajo Integrado Final "TIF", que se aborda desde los núcleos de estudio colaborativo por parte de los estudiantes con el acompañamiento permanente del asesor o profesor, el cual se desarrolla a través de momentos de interaprendizaje.

Propósitos de la guía

- Orienta al estudiante las diferentes actividades y estrategias a desarrollar para dar cumplimiento a sus compromisos académicos.
- Promueve y motiva en el estudiante el aprendizaje autónomo y el interaprendizaje o trabajo colaborativo.
- Promueve la investigación formativa al dar respuesta a un eje problémico a través del desarrollo del bloque programático.
- Organiza el trabajo en productos y tiempos de entrega para los estudiantes y asesores.
- Orienta el desarrollo de habilidades en el uso de las herramientas TIC, creando y editando sus propios productos (videos, diseño de diagramas, el uso de almacenamiento en la nube, tratamiento de archivos en diferentes formatos, la gestión de búsquedas a través de bases de datos especializadas desde de la web)
- Gestión de las diferentes herramientas y actividades de la plataforma virtual que debe asumir el estudiante para el desarrollo de su proceso de formación.

Proceso de Estudio

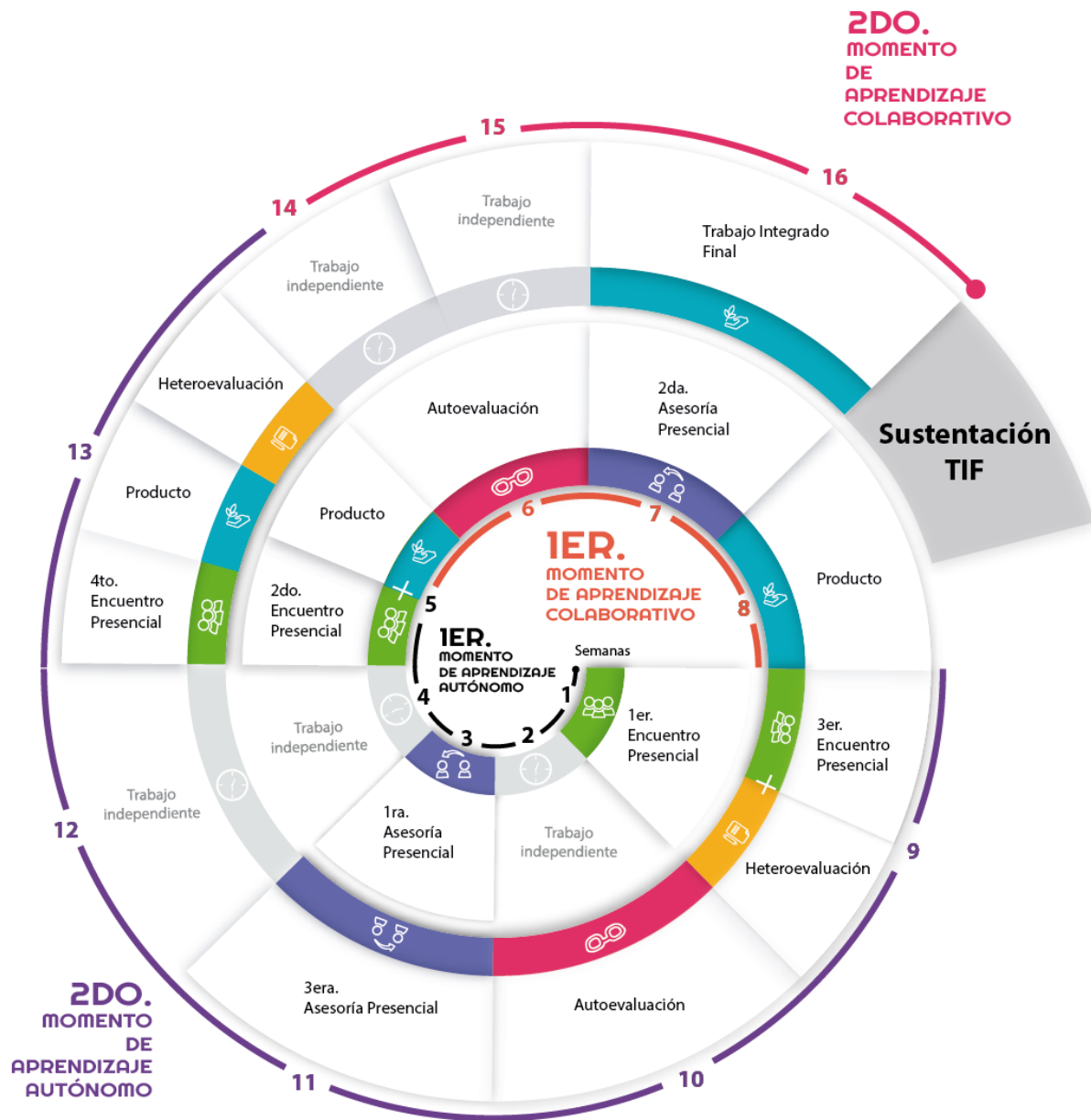
Orientaciones

¿Cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia?

Un semestre en los programas académicos de la modalidad de Educación a Distancia se desarrolla a través de un proceso de estudio estructurado en dos momentos de aprendizaje autónomo y dos momentos de interaprendizaje o trabajo colaborativo que se abordan durante 16 semanas de clase. En cada uno de los momentos de estudio, se realizan actividades para la construcción de productos integrados definidos en la guía didáctica, que es considerada la principal herramienta de mediación que cuenta el estudiante para ubicarse en su propio proceso de formación de un semestre académico. Para ello, el estudiante a distancia cuenta con el apoyo del grupo de asesores (profesores), con quienes se programan encuentros presenciales, asesorías presenciales en el aula y asesorías virtuales permanentes asistidas por tecnología que se desarrollan a través del *Campus Virtual de Educación Distancia (Plataforma Moodle)* y *el sistema de videoconferencias*. De igual manera, se orienta al estudiante a que lleve a cabo procesos de autodiagnóstico, autorreflexión, autorregulación y cooperación acerca de su aprendizaje, una vez realizada la autoevaluación, y de manera colectiva en la coevaluación de cada Núcleo de Estudio Colaborativo (NEC). Todo el proceso se enfoca desde una perspectiva holística e integrada en el que las unidades temáticas o espacios académicos se interrelacionan en pro de la construcción y sustentación del Trabajo Integrado Final (TIF) o proyecto de semestre.

Un aspecto fundamental de resaltar para conocer cómo se estudia a distancia en la Universidad de la Amazonia, es que el Modelo Pedagógico Mediacional en Educación a Distancia se centra en elementos, procesos y estrategias de mediación pedagógica en donde *se privilegia la comunicación e interacción permanente entre docentes y estudiantes*, posibilitando las diferentes formas de mediar el proceso de enseñanza y aprendizaje; es decir, un semestre académico representado en el proceso de estudio como se describe en el siguiente gráfico, el encuentro presencial no es el centro del proceso de formación, el encuentro presencial es una de las múltiples estrategias que se utilizan para acompañar el proceso de formación, además de las asesorías, los materiales de estudio, el trabajo colaborativo, la misma guía didáctica, la forma en que se estructura el currículo bajo un enfoque integrado e interdisciplinario, y todas las herramientas tecnológicas que se puedan emplear haciendo uso pedagógico de las mismas para el acompañamiento en el proceso de formación del estudiante.

En este sentido, el proceso de estudio utiliza como mediación tecnológica la plataforma Moodle, la cual facilita la organización de cursos, actividades y tiempos programados en la guía didáctica, permitiendo así la convergencia de docentes y estudiantes desde cada uno de los momentos de aprendizaje. Así mismo, posibilita la interacción a través de las diferentes herramientas de comunicación, estableciendo encuentros de manera síncrona y asíncrona con el fin de acompañar y evaluar el proceso de estudio.



El gráfico representa una espiral ascendente que detalla el proceso de estudio durante el periodo académico (16 semanas) y cada una de las actividades a desarrollar a través de los momentos de aprendizaje autónomo y aprendizaje colaborativo.

Temporalización de actividades para INGLES IV

Primera Heteroevaluación	<i>14 y 15 de Marzo de 2026</i>
Segunda Heteroevaluación	<i>9 y 10 de Mayo de 2026</i>
Primera Autoevaluación	<i>14 al 17 de Marzo de 2026</i>
Segunda Autoevaluación	<i>25 al 28 de Abril de 2026</i>
Coevaluación	<i>9 y 10 de Mayo de 2026</i>
Sustentación TIF	<i>06 y 07 de Junio de 2026</i>
Fecha límite de reporte evaluación del 75%	Hasta el 19 de Mayo de 2026
Fecha límite de reporte evaluación del 25%	Hasta el 09 de Junio de 2026
Fecha límite de Modificación de notas del 75%	Hasta el 22 de Mayo de 2026
Fecha límite de Modificación de notas del 25%	Hasta el 12 de Junio de 2026

Temporalización de actividades para PRÁCTICA EMPRESARIAL

Primer Momento Autónomo	14 y 15 de Marzo de 2026
Primera Heteroevaluación	
Segundo Momento Autónomo	09 y 10 de Mayo de 2026
Segunda Heteroevaluación	
Primera Autoevaluación	14 al 17 de Marzo de 2026
Segunda Autoevaluación	<i>25 al 28 de Abril de 2026</i>
1er. Trabajo Colaborativo	<i>09 y 10 de Mayo de 2026</i>
Coevaluación	
Sustentación TIF	<i>6 y 7 de Junio de 2026</i>
Fecha límite de reporte evaluación del 75%	<i>Hasta el 19 de Mayo de 2026</i>
Fecha límite de reporte evaluación del 25%	<i>Hasta el 09 de Junio de 2026</i>
Fecha límite de Modificación de notas del 75%	<i>Hasta el 22 de Mayo de 2026</i>
Fecha límite de Modificación de notas del 25%	<i>Hasta el 12 de Junio de 2026</i>

Propósitos de Formación del Bloque Programático

El programa de Mercadeo, modalidad a distancia, de la Universidad de la Amazonia, orientado a la formación integral de futuros profesionales, llega al noveno semestre con un enfoque renovado en la aplicación práctica y la competencia lingüística avanzada. Durante este semestre, los estudiantes se concentrarán en dos áreas clave: Inglés IV y Prácticas Profesionales.

Inglés IV está diseñado para perfeccionar las habilidades lingüísticas en inglés, cruciales para la comunicación efectiva en un entorno globalizado. A través de esta materia, se busca fortalecer la capacidad de los estudiantes para utilizar el idioma inglés en la formulación y ejecución de estrategias de mercadeo, facilitando así la interacción con mercados internacionales y la implementación de campañas globales.

Por otro lado, las Prácticas Profesionales ofrecerán una experiencia directa en el campo del mercadeo, permitiendo a los estudiantes aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo del programa en situaciones reales. Este componente práctico es fundamental para integrar habilidades técnicas y estratégicas en un entorno laboral, potenciando la capacidad de los futuros mercadólogos para enfrentar y resolver desafíos del mercado.

Este enfoque dual asegura una preparación completa para que los futuros profesionales en mercadeo puedan destacarse en el competitivo mundo del marketing global, adaptándose a las exigencias y oportunidades que presentan los mercados internacionales.

Competencia:

Implementar y aplicar estrategias de mercadeo globales que reflejen una comprensión profunda de las tendencias internacionales y necesidades del mercado, utilizando el inglés para crear y presentar estrategias adaptadas a diversos contextos culturales y empresariales.

Pregunta de investigación que orientará el Trabajo Integrado Final de este semestre:

¿Cómo pueden los profesionales de mercadeo integrar eficazmente sus habilidades en inglés con la experiencia práctica para desarrollar e implementar estrategias de mercadeo globales que no solo se alineen con las tendencias internacionales las necesidades específicas del mercado, sino que también sean culturalmente sensibles y efectivas en distintos contextos empresariales?

Primer Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 9 de Febrero hasta el 9 de Marzo de 2026

INGLÉS IV

Temas y subtemas

CAPÍTULO I - LIFE EXPERIENCES

- Adverbs yet, just, and already within the present and past perfect
- Past perfect and present perfect Review.

CAPÍTULO II - "What Is Your Favorite Place Like?"

- Prepositions of movement
- Prepositions of place
- Preposition of time

CAPITULO III - Narrating stories

- Voz pasiva
- Voz activa

SUBEJE PROBLÉMICO:

¿Cómo pueden los profesionales de mercadeo aplicar sus competencias en inglés para identificar y analizar diferencias culturales que afectan la implementación de estrategias en mercados internacionales?

Material didáctico de apoyo

Already – Just – Still

Already/Just/Still/Yet. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/aprender/cursos/nivel-avanzado/verb-tenses-present-perfect/already-just-still-yet>

Aymard, G. (2023, agosto 17). Preposiciones en inglés: preposiciones de tiempo, lugar, movimiento. Academia de Inglés / English Connection. <https://englishconnection.es/blog/preposiciones-en-ingles/>

Created with Hot Potatoes by Half-Baked Software, & Rosmanitz, R. to K. (s/f). T102 - JUST, ALREADY and YET. Recuperado el 30 de julio de 2024, de https://www.english-grammar.at/online_exercises/tenses/t102-just-already-yet.htm

Ejerciciosinglesonline.com. Recuperado el 30 de julio de 2024, de https://www.ejerciciosinglesonline.com/ejercicio12preposiciones/#google_vignette

Las preposiciones de movimiento en inglés. (2022, febrero 21). My English SchoolTM. <https://www.myes.school/es/magazine/ejercicios-y-gramatica/las-preposiciones-de-movimiento-en-ingles/>

Preposiciones de movimiento en inglés. (s/f). ABA English (ES). Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.abaenglish.com/es/gramatica-ingles/preposiciones/movimiento/>

Prepositions of Movement or Direction. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/practicar/ejercicios/prepositions-of-movement-or-direction>

Prepositions of Place. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/practicar/ejercicios/prepositions-of-place>

Preposiciones de tiempo en inglés. (s/f). GCFGlobal Idiomas. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://idiomas.gcfglobal.org/es/curso/ingles/gramatica/preposiciones-de-tiempo-en-ingles/>

Presente Perfecto (03/2021). Org.mx. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.britishcouncil.org.mx/blog/present-perfect>

Present Perfect. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/aprender/cursos/nivel-avanzado/verb-tenses-present-perfect/present-perfect>

Present perfect. (s/f). Agendaweb.org. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://agendaweb.org/exercises/verbs/present-perfect/exercise-1.htm>

Present perfect: 'just', 'yet', 'still' and 'already'. Britishcouncil.org. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://learnenglish.britishcouncil.org/grammar/b1-b2-grammar/present-perfect-just-yet-still-already>

¿Qué son los adverbios de lugar en inglés? (s/f). GCFGlobal Idiomas. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://idiomas.gcfglobal.org/es/curso/ingles/a2/que-son-los-adverbios-de-lugar-en-ingles/>

Unit 5 - Exercise 1 - Present perfect. (S/f). Oup.com. Recuperado el 30 de julio de 2024, de https://elt.oup.com/student/solutions/preint/grammar/grammar_05_012e?cc=global&sellLanguage=en

Past Perfect

Past perfect. (s/f). Com.co. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.ef.com.co/recursos-aprender-ingles/gramatica-inglesa/past-perfect/>

Past Perfect. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/aprender/cursos/nivel-avanzado/verb-tenses-past-perfect/past-perfect>

Past perfect. (2017, agosto 8). Test-English. <https://test-english.com/grammar-points/a2/past-perfect/>

Actividades

Responder la pregunta del sub-eje problémico en el foro.

Practicar las actividades de material de apoyo

Producto:

Crear un video donde se hable sobre su proceso en las practicas, describir e incluir información básica sobre la empresa, sus productos y/o servicios, realizar análisis del mercado, objetivos de mercadeo y las estrategias que implementa la empresa o que podría implementar.

Estructura del Video:

-Introducción de la empresa, su contexto, productos y/o servicios.

-Análisis del mercado.

-Objetivos de mercadeo de la empresa.

-Estrategias que se implementan o se deberían implementar.

-Resultados esperados y su impacto en la empresa.

-Conclusión y lecciones aprendidas.

Video de máximo seis minutos. (Todo debe ir en inglés).

- **Fecha de envío: Hasta el 9 de marzo de 2026.**

RÚBRICA DE EVALUACIÓN:

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Criterios	0 puntos	1 punto	2 puntos	3 puntos	4 puntos
Pronunciación	No presenta	Pronunciación con errores significativos que dificultan la comprensión.	Pronunciación comprensible, pero con varios errores que dificultan la fluidez.	Pronunciación buena, pero con pequeños errores que no afectan la comprensión.	Uso correcto de la entonación y el ritmo.
Vocabulario y contenido	No presenta 0 puntos	El vocabulario y el contenido presentado no es el adecuado. 1 punto	El vocabulario y el contenido utilizado no es adecuado. 2 puntos	Usa vocabulario pertinente en algunas ocasiones y el contenido es aceptable. 3 puntos	Usa vocabulario pertinente durante la mayor parte del video y su contenido es apropiado. 4 puntos
entonación	No presenta. 0 puntos	La entonación no permite entender el contenido. 1 punto	No usa una entonación adecuada en gran parte del contenido. 2 puntos	Utiliza la entonación acorde a lo que desea comunicar en algunas ocasiones. 3 puntos	Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar la mayor parte del tiempo. 4 puntos

Fluidez	No presenta. 0 puntos	No presenta fluidez en el contenido presentado. 1 punto	No presenta fluidez en gran parte del contenido, lo cual dificulta la comprensión. 2 puntos	Presenta fluidez en algunas partes del contenido. 3 puntos	Presenta una fluidez adecuada en gran parte del contenido. 4 puntos
Descripción clara y detallada de la empresa y su contexto.	No presenta.	Descripción inadecuada o ausente.	Descripción vaga y falta información clave.	Descripción adecuada pero falta algún detalle menor.	Incluye información relevante sobre el sector, la historia y la estructura de la empresa.
Descripción clara, detallada y bien articulada del análisis de mercado y los objetivos	No presenta.	Descripción inadecuada o ausente.	Descripción vaga y falta información clave	Descripción adecuada pero falta algún detalle menor.	Explica las consecuencias del problema para la empresa.
Descripción detallada y clara de las estrategias implementadas o a implementar	No presenta.	Descripción inadecuada o ausente.	Descripción vaga y faltan detalles importantes.	Descripción adecuada pero falta algún detalle menor.	Incluye etapas, estrategias y herramientas utilizadas.
Descripción clara y detallada de los resultados esperados y principales lecciones aprendidas.	No presenta	Descripción inadecuada o ausente	Descripción vaga y faltan detalles importantes.	Descripción adecuada pero falta algún detalle menor.	Explica cómo impactarán estos resultados en el desempeño de la empresa.
Contenido y participación en foros.	No Presenta.	No cumple lo solicitado o es producto de IA. 1 punto	La calidad del contenido es insuficiente y presenta parcialmente lo solicitado 2 puntos	Se presentan de forma clara los temas, presentan medianamente relación con los abordados. 3 puntos	El tema es pertinente a lo visto en clases y al material didáctico entregado. 4 puntos

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

Primer Momento de Trabajo Colaborativo

Del 10 de Marzo al 06 de Abril de 2026

PRIMERA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Eje problémico

¿Cómo pueden los profesionales de mercadeo integrar eficazmente sus habilidades en inglés con la experiencia práctica para desarrollar e implementar estrategias de mercadeo globales que no solo se alineen con las tendencias internacionales y las necesidades específicas del mercado, sino que también sean culturalmente sensibles y efectivas en distintos contextos empresariales?

Actividades

Descripción:

Los estudiantes, organizados en grupos NEC, realizarán un informe estratégico en el cual integrarán las habilidades en inglés y la experiencia práctica para crear y presentar estrategias de mercadeo adaptadas a un mercado local o regional, asegurando su efectividad y sensibilidad en el contexto empresarial.

Pasos del Informe:

Contexto: El estudiante acorde a su experiencia real debe describir una empresa local o regional que busca mejorar sus estrategias de mercadeo en su mercado actual.

Desarrollo del Informe: Utilizando el inglés y la experiencia práctica adquirida, el estudiante deberá desarrollar un informe integral que aborde los siguientes aspectos:

Contexto de la Empresa: Breve descripción de la empresa y su situación actual, incluyendo los objetivos y desafíos identificados durante las prácticas.

Análisis del Mercado Local/Regional: Evaluación de las tendencias del mercado local o regional y las necesidades específicas de los consumidores. Esto debe incluir datos del mercado, comportamiento del consumidor y análisis de la competencia.

Estrategias de Mercadeo: Propuestas de estrategias de mercadeo adaptadas al mercado local o regional, basadas en el análisis realizado y en la experiencia práctica.

Producto Entregable INTER 1

El Primer Avance del informe (documento en PDF) debe incluir el contexto e la empresa, el análisis del mercado local o regional y las estrategias del mercado aplicadas o que se proponen a desarrollar.

Es decir, se estructura de la siguiente manera:

Título del informe concreto y capaz de recoger la idea principal, por ello, la extensión ideal de un título es de 15 palabras, aproximadamente.

PORTADA

ÍNDICE:

- **Contenido:** Listado de secciones y sub-secciones con sus correspondientes números de página.

Introducción en Inglés - Español

Descripción general del informe, una breve introducción al contexto de la empresa y el mercado local/regional lo que permitirá ofrecer una visión general de lo que se abordará en el informe y establecer el contexto para el análisis.

Objetivos

- **General** (Precisa la finalidad del informe, debe tener relación con el título)
- **Específicos** (Ayudan a alcanzar el objetivo general) Deben comenzar con verbo en infinitivo (conocer, analizar, aprender, etc, Deben explicitar una finalidad o logro relacionado con los módulos).(mínimo 3).

Contexto de la empresa

Breve descripción de la empresa, incluyendo su historia, misión, visión, productos/servicios, y situación actual, lo que proporcionará el contexto necesario para entender los objetivos y desafíos de la empresa en el mercado local/región.

Análisis del Mercado Local/Regional:

- **Tendencias del Mercado:** Datos sobre tendencias actuales y futuras del mercado.
- **Comportamiento del Consumidor:** Información sobre el comportamiento y preferencias del consumidor local/regional.
- **Análisis de la Competencia:** Identificación de los principales competidores y su posición en el mercado.

Esto permitirá proporcionar una comprensión detallada del mercado en el que la empresa opera.

Estrategias de Mercadeo:

Propuestas de estrategias de mercadeo adaptadas al mercado local o regional, basadas en el análisis realizado y en la experiencia práctica.

- **Objetivos de Mercadeo:** Metas específicas que la empresa busca alcanzar.
- **Estrategias:** Detalle de las estrategias de mercadeo adaptadas al mercado local/regional.
- **Justificación:** Explicación de cómo las estrategias se alinean con el análisis del mercado.

Permite presentar estrategias concretas para alcanzar los objetivos de mercadeo y justificar su selección.

- **Fecha de envío: Hasta el 06 de Abril de 2026.**

RÚBRICA DE EVALUACIÓN

PRODUCTO PRIMERA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Rúbrica documento INTER 1 – AVANCE TIF					
Crterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	Bueno (4 puntos)	Aceptable (3 puntos)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)
Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque se echan en falta detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.

Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.
Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5

Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2.9
Deficiente	1.0 – 1.9
No entregó	0

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Desde el 07 de Abril al 04 de Mayo de 2026

NOMBRE DEL ESPACIO ACADÉMICO: INGLÉS IV

Temas y subtemas

CAPITULO VI Reporting conversations and describing experiences.

- Direct speech
- Reported speech

CAPITULO V PHRASAL VERBS

- Phrasal verbs
- Marketing and business phrasal verbs

CAPITULO VI

- Prepositions after verbs

SUBEJE PROBLÉMICO:

¿Qué habilidades en inglés son necesarias para comunicar de manera efectiva las estrategias de mercadeo a diferentes partes interesadas dentro de un mercado local?

Material didáctico de apoyo

Business vocabulary: Phrasal verbs for business. (2012, noviembre 21). Business English Resources. <https://www.businessenglishresources.com/learn-english-for-business/student-section/business-vocabulary/common-phrasal-verbs-for-business-english/>

Gassire, W. (2022, agosto 4). Phrasal verbs - Intégralos a tus conversaciones en inglés. Berlitz. <https://www.berlitz.com/es-co/blog/phrasal-verbs>

González, H. (2013, julio 26). ¿Quieres mejorar tu inglés comercial y de negocios? ¡Este post es para ti! Canal Idiomas. <https://www.inesem.es/revistadiqital/idiomas/20-phrasal-verbs-para-tu-ingles-de-negocios/>

Harry Potter and Reported Speech. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/3017380/harry-potter-and-reported-speech>

Indirect speech – reported speech. (2016, septiembre 8). Test-English. <https://test-english.com/grammar-points/b1/reported-speech-indirect-speech/>

Reported Questions. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/17382616/grammar/reported-questions>

Reported speech: Qué es y cómo utilizarlo. (s/f). Englishlive.ef.com. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://englishlive.ef.com/es-mx/blog/laboratorio-de-gramatica/reported-speech/>

Actividades

Creación de un Video de Capacitación para Implementación de Estrategias de Mercadeo Local.

Responder el sub-eje problémico en el foro.

Producto:

Video en inglés que funcione como material de capacitación para el equipo de mercadeo de una empresa local, explicando cómo implementar estrategias de mercadeo desarrolladas a partir de la experiencia práctica, deberá ser entregado a través de un documento PDF con el guion completo para el video, incluyendo notas sobre el uso de materiales visuales y adjunto el link para el video.

Para llevar a cabo esto debe tener en cuenta:

- **Guion:** preparar un guion detallado que guíe la creación del video, asegurando que toda la información sea clara y esté bien organizada.
- **Introducción a la Capacitación:** Presentación de la empresa y los objetivos del video de capacitación.
- **Descripción de las Estrategias de Mercadeo:** Explicación detallada de cada estrategia de mercadeo (al menos dos), incluyendo cómo se desarrollaron y por qué son relevantes para el mercado local.
- **Guía para la Implementación:** Instrucciones paso a paso sobre cómo el equipo de mercadeo debe implementar las estrategias, incluyendo tareas específicas, herramientas a utilizar, y cualquier proceso relevante.
- **Aspectos Clave para el Éxito:** Consejos y mejores prácticas para asegurar que las estrategias sean efectivas en el mercado local.
- **Resumen y Cierre:** Resumen de los puntos clave tratados en el video y cierre con un mensaje motivacional o llamamiento a la acción.

La duración del video debe ser de mínimo seis minutos y máximo diez.

Documento en archivo Microsoft Word mínimo 2 páginas máximo 6 páginas Letra Arial Tamaño 11 Interlineado sencillo. Márgenes 2,54 cm en todos los lados.
Nombre del documento: INGII_PPA2_NOMBREDELESTUDIANTE

- **Fecha de envío: Hasta el 04 de Mayo de 2026.**

PRODUCTO SEGUNDO MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Crterios	0 puntos	1 punto	2 puntos	3 puntos	4 puntos	5 puntos
Pronuncia ción	No presenta 0 puntos	No pronuncia adecuadam ente, no se comprende. 1 punto	Su pronuncia ción resulta difícil de comprende r 2 puntos	Demuestra pronuncia ción comprensibl e a pesar de no ser completam ente clara. 3 puntos	Habla claramente la mayor parte del tiempo y demuestra una pronuncia ción adecuada. 4 puntos	Habla claramente durante todo el tiempo y demuestra buena pronuncia ción. 5 puntos
Vocabulari o y creativida d	No presenta 0 puntos	El vocabulario y el video es de baja calidad técnica y visual. Poco atractivo. 1 punto	El vocabulario y el video de calidad técnica y visual es aceptable. Algo atractivo. 2 puntos	Usa vocabulario pertinente en algunas ocasiones y buen nivel de calidad técnica y visual. Atractivo y profesional. 3 puntos	Usa vocabulario pertinente durante la mayor parte del video y es de alta calidad técnica y visual. Muy atractivo y profesional. 4 puntos	Usa vocabulario adecuado durante el desarrollo del video y es de excepcional calidad técnica y visual. Muy atractivo, innovador y profesional. 5 puntos
entonació n	No presenta. 0 puntos	La entonación no permite entender el contenido. 1 punto	No usa una entonación adecuada en gran parte del contenido. 2 puntos	Utiliza la entonación acorde a lo que desea comunicar en algunas ocasiones. 3 puntos	Utiliza una entonación acorde a lo que desea comunicar la mayor parte del tiempo. 4 puntos	Utiliza la entonación acorde a lo que desea comunicar. 5 puntos.
Fluidez	No presenta. 0 puntos	No presenta fluidez en el contenido presentado. 1 punto	No presenta fluidez en gran parte del contenido, lo cual dificulta la	Presenta fluidez en algunas partes del contenido. 3 puntos	Presenta una fluidez adecuada en gran parte del contenido. 4 puntos	Presenta buena fluidez lo que permite una buena comprensión del contenido.

			comprensión. 2 puntos			5 puntos
Gramática	No presenta. 0 puntos	No demuestra dominio de las estructuras gramaticales. 1 punto	Raramente utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada, tanto escritas como habladas. 2 puntos.	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada algunas veces en el desarrollo del ejercicio. 3 puntos	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada la mayor parte del tiempo. 4 puntos	Utiliza las estructuras gramaticales de forma adecuada. 5 puntos
Calidad del Contenido	No presenta.	Información incompleta o irrelevante. No cubre los puntos clave.	Información básica con algunos puntos relevantes.	Información adecuada, cubriendo la mayoría de los puntos clave.	Tiene claridad en lo presentado, información completa y detallada, cubriendo todos los puntos clave.	Información muy completa y detallada. Estructura excelente, muy clara y bien organizada. Información presentada de forma muy efectiva.
Estructura y Claridad	No presenta	Estructura desorganizada, difícil de seguir. Información confusa.	Estructura básica pero algo desorganizada. Información algo clara.	Buena estructura con información mayormente clara.	Estructura clara y bien organizada, información presentada de manera efectiva.	Estructura excelente, muy clara y bien organizada. Información presentada de forma muy efectiva.
Contenido y participación en foros.	No Presenta 0 puntos	No cumple lo solicitado o es producto de IA. 1 punto	La calidad del contenido es insuficiente y presenta parcialmente lo	Se presentan de forma clara los temas, presentan medianamente relación	El tema es pertinente a lo visto en clases y al material didáctico entregado. 4 puntos	El tema es pertinente, de calidad y a lo visto en clases y al material didáctico entregado.

			solicitado 2 puntos	con los abordados. 3 puntos		5 puntos
--	--	--	---------------------	-----------------------------	--	----------

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 – 2,9
Deficiente	1.0 – 1,9
No entregó	0

Segundo Momento de Interaprendizaje

Del 05 al 31 de Mayo de 2026

SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Eje problémico

¿Cómo pueden los profesionales de mercadeo integrar eficazmente sus habilidades en inglés con la experiencia práctica para desarrollar e implementar estrategias de mercadeo globales que no solo se alineen con las tendencias internacionales y las necesidades específicas del mercado, sino que también sean culturalmente sensibles y efectivas en distintos contextos empresariales?

Actividades

Descripción:

Los estudiantes, organizados en grupos NEC, realizarán un informe estratégico en el cual integrarán las habilidades en inglés y la experiencia práctica para crear y presentar estrategias de mercadeo adaptadas a un mercado local o regional, asegurando su efectividad y sensibilidad en el contexto empresarial.

Producto Entregable INTER 2

El informe (documento en PDF) debe incluir el contexto de la empresa, el análisis del mercado local o regional, las estrategias del mercado aplicadas o que se proponen a desarrollar, plan de implementación, Reflexión sobre la Integración de Inglés y Prácticas, Conclusiones, Recomendaciones, Referencias, Anexos (si necesario). Deberá ser entregado en inglés y en español en su totalidad.

Es decir, se estructura de la siguiente manera:

- **Título del informe** concreto y capaz de recoger la idea principal, por ello, la extensión ideal de un título es de 15 palabras, aproximadamente.
- **PORTADA**
- **ÍNDICE:**
 - Listado de secciones y sub-secciones con sus correspondientes números de página.

➤ **Introducción**

Descripción general del informe, una breve introducción al contexto de la empresa y el mercado local/regional lo que permitirá ofrecer una visión general de lo que se abordará en el informe y establecer el contexto para el análisis.

➤ **Objetivos**

- **General** (Precisa la finalidad del informe, debe tener relación con el título)
- **Específicos** (Ayudan a alcanzar el objetivo general) Deben comenzar con verbo en infinitivo (conocer, analizar, aprender, etc, Deben explicitar una finalidad o logro relacionado con los módulos). (Mínimo 3).

➤ **Contexto de la empresa**

Breve descripción de la empresa, incluyendo su historia, misión, visión, productos/servicios, y situación actual, lo que proporcionará el contexto necesario para entender los objetivos y desafíos de la empresa en el mercado local/región.

➤ **Análisis del Mercado Local/Regional:**

- **Tendencias del Mercado:** Datos sobre tendencias actuales y futuras del mercado.
- **Comportamiento del Consumidor:** Información sobre el comportamiento y preferencias del consumidor local/regional.
- **Análisis de la Competencia:** Identificación de los principales competidores y su posición en el mercado.

Esto permitirá proporcionar una comprensión detallada del mercado en el que la empresa opera.

➤ **Estrategias de Mercadeo:**

Propuestas de estrategias de mercadeo adaptadas al mercado local o regional, basadas en el análisis realizado y en la experiencia práctica.

- **Objetivos de Mercadeo:** Metas específicas que la empresa busca alcanzar.
- **Estrategias:** Detalle de las estrategias de mercadeo adaptadas al mercado local/regional.
- **Justificación:** Explicación de cómo las estrategias se alinean con el análisis del mercado.

Permite presentar estrategias concretas para alcanzar los objetivos de mercadeo y justificar su selección.

➤ **Plan de Implementación:**

Cronograma: Calendario para la implementación de las estrategias.

Recursos Necesarios: Recursos financieros, humanos y materiales necesarios.

Métricas de Evaluación: Indicadores para medir el éxito de las estrategias.

Esto ofrece un plan práctico y detallado para la ejecución de las estrategias propuestas.

➤ **Reflexión sobre la Integración de Inglés y Prácticas:**

Reflexión sobre cómo las habilidades en inglés y la experiencia práctica se integraron en el desarrollo del informe y las estrategias.

Esto permite mostrar la aplicación de las habilidades lingüísticas y prácticas en la elaboración del informe y las estrategias.

➤ **Conclusiones:**

Resumen de los hallazgos clave del informe, evaluación de las estrategias propuestas y recomendaciones finales.

Lo cual ofrecer un resumen conciso y claro de las conclusiones derivadas del análisis y las estrategias.

➤ **Recomendaciones:**

Sugerencias adicionales para la empresa basadas en el análisis y las estrategias propuestas.

Permite proporcionar recomendaciones prácticas y basadas en el informe para mejorar la posición de la empresa en el mercado local/regional.

➤ **Referencias:**

Citas de todas las fuentes utilizadas en el informe, siguiendo un formato de citación apropiado de las normas APA

Ayuda a Asegurar la credibilidad del informe y dar crédito a las fuentes consultadas.

➤ **Anexos (si es necesario):**

Documentos adicionales relevantes, como gráficos, tablas, encuestas, o cualquier otro material que respalde el informe.

Permite dar evidencia adicional que soporte el análisis y las propuestas presentadas.

- **Fecha de envío: Hasta el 29 de mayo de 2026.**

PRODUCTO SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Rúbrica documento TIF								
Criterios de Evaluación	Excelente (5 puntos)	(5)	Bueno (4 puntos)	(4)	Aceptable (3 puntos)	(3)	Necesita Mejoras (2 puntos)	Insatisfactorio (1 punto)

Contenido	El informe presenta un contenido completo, detallado y relevante. Todos los aspectos clave del tema están cubiertos de manera exhaustiva.	La mayoría del contenido relevante está presente, pero algunos detalles pueden estar incompletos o necesitar más desarrollo.	El informe aborda los aspectos principales del tema, aunque se echan en falta detalles y análisis más profundos.	El contenido del informe es escaso y superficial, lo que afecta la comprensión del tema.	El informe carece de contenido relevante y significativo.
Estructura	El informe sigue una estructura clara y lógica con una introducción, desarrollo, conclusiones y recomendaciones bien definidas.	La estructura del informe es adecuada, pero algunos aspectos podrían mejorarse para una mayor cohesión.	La estructura del informe es confusa en ciertas partes, lo que dificulta la organización de las ideas.	La estructura del informe es desordenada y poco clara, afectando la presentación del contenido.	La falta de estructura en el informe dificulta la comprensión del mismo.
Análisis y Argumentos	El informe presenta un análisis profundo y bien fundamentado de los datos y evidencias. Los argumentos son sólidos y están respaldados por fuentes creíbles.	La mayoría de los análisis y argumentos son adecuados, pero algunos podrían beneficiarse de una mayor profundidad o sustento.	El análisis y los argumentos presentados son superficiales y requieren mayor fundamentación.	El informe carece de análisis y argumentos sólidos, lo que afecta su validez y credibilidad.	No se incluyen análisis ni argumentos en el informe.

Presentación Visual	El informe tiene una presentación visual excelente con gráficos, tablas e imágenes relevantes y bien diseñados que complementan el contenido.	La presentación visual es buena, aunque algunos elementos podrían mejorarse para una mayor claridad.	La presentación visual es aceptable, pero se necesitan mejoras para que sea más atractiva y comprensible.	La presentación visual es pobre y no contribuye significativamente a la comprensión del informe.	La falta de presentación visual en el informe afecta su calidad y profesionalismo.
---------------------	---	--	---	--	--

ESCALA DE VALORACIÓN	
Excelente	5.0
Bueno	4.0 – 4.5
Aceptable	3.0 – 3.5
Insuficiente	2.0 - 2,9
Deficiente	1.0 1.0-1,9
No entregó	0

SUSTENTACIÓN PRÁCTICA EMPRESARIAL E INGLES IV

(06 y 07 de Junio de 2026)

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

Already/Just/Still/Yet. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/aprender/cursos/nivel-avanzado/verb-tenses-present-perfect/already-just-still-yet>

Aymard, G. (2023, agosto 17). Preposiciones en inglés: preposiciones de tiempo, lugar, movimiento. Academia de Inglés / English Connection. <https://englishconnection.es/blog/preposiciones-en-ingles/>

Business vocabulary: Phrasal verbs for business. (2012, noviembre 21). Business English Resources. <https://www.businessenglishresources.com/learn-english-for-business/student-section/business-vocabulary/common-phrasal-verbs-for-business-english/>

Cvijovic, D. (2021, diciembre 23). How to write a marketing strategy? (5 ready-to-use report templates included). Databox. <https://databox.com/marketing-strategy-report-2>

Created with Hot Potatoes by Half-Baked Software, & Rosmanitz, R. to K. (s/f). T102 - JUST, ALREADY and YET. Recuperado el 30 de julio de 2024, de https://www.english-grammar.at/online_exercises/tenses/t102-just-already-yet.htm

Ejerciciosinglesonline.com. Recuperado el 30 de julio de 2024, de https://www.ejerciciosinglesonline.com/ejercicio12preposiciones/#google_vignette

Gassire, W. (2022, agosto 4). Phrasal verbs - Intégralos a tus conversaciones en inglés. Berlitz. <https://www.berlitz.com/es-co/blog/phrasal-verbs>

González, H. (2013, julio 26). ¿Quieres mejorar tu inglés comercial y de negocios? ¡Este post es para ti! Canal Idiomas. <https://www.inesem.es/revistadigital/idiomas/20-phrasal-verbs-para-tu-ingles-de-negocios/>

Harry Potter and Reported Speech. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/3017380/harry-potter-and-reported-speech>

Indirect speech – reported speech. (2016, septiembre 8). Test-English. <https://test-english.com/grammar-points/b1/reported-speech-indirect-speech/>

Jackson, T. (s/f). How do you write A business strategy report? Clearpointstrategy.com. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.clearpointstrategy.com/blog/business-strategy-report>

Las preposiciones de movimiento en inglés. (2022, febrero 21). My English SchoolTM. <https://www.myes.school/es/magazine/ejercicios-y-gramatica/las-preposiciones-de-movimiento-en-ingles/>

Past perfect. (s/f). Com.co. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.ef.com.co/recursos-aprender-ingles/gramatica-inglesa/past-perfect/>

Past Perfect. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/aprender/cursos/nivel-avanzado/verb-tenses-past-perfect/past-perfect>

Past perfect. (2017, agosto 8). Test-English. <https://test-english.com/grammar-points/a2/past-perfect/>

Preposiciones de movimiento en inglés. (s/f). ABA English (ES). Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.abaenglish.com/es/gramatica-ingles/preposiciones/movimiento/>

Prepositions of Movement or Direction. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/practicar/ejercicios/prepositions-of-movement-or-direction>

Prepositions of Place. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/practicar/ejercicios/prepositions-of-place>

Preposiciones de tiempo en inglés. (s/f). GCFGlobal Idiomas. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://idiomas.gcfglobal.org/es/curso/ingles/gramatica/preposiciones-de-tiempo-en-ingles/>

Presente Perfecto (03/2021). Org.mx. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.britishcouncil.org.mx/blog/present-perfect>

Present Perfect. (s/f). Curso de inglés. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://www.curso-ingles.com/aprender/cursos/nivel-avanzado/verb-tenses-present-perfect/present-perfect>

Present perfect. (s/f). Agendaweb.org. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://agendaweb.org/exercises/verbs/present-perfect/exercise-1.htm>

Present perfect: 'just', 'yet', 'still' and 'already'. Britishcouncil.org. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://learnenglish.britishcouncil.org/grammar/b1-b2-grammar/present-perfect-just-yet-still-already>

¿Qué son los adverbios de lugar en inglés? (s/f). GCFGlobal Idiomas. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://idiomas.gcfglobal.org/es/curso/ingles/a2/que-son-los-adverbios-de-lugar-en-ingles/> Reported Questions. (s/f). Wordwall - Crea mejores lecciones de forma más rápida. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://wordwall.net/es/resource/17382616/grammar/reported-questions>

Reported speech: Qué es y cómo utilizarlo. (s/f). Englishlive.ef.com. Recuperado el 30 de julio de 2024, de <https://englishlive.ef.com/es-mx/blog/laboratorio-de-gramatica/reported-speech/>

Unit 5 - Exercise 1 - Present perfect. (S/f). Oup.com. Recuperado el 30 de julio de 2024, de https://elt.oup.com/student/solutions/preint/grammar/grammar_05_012e?cc=global&sellLanguage=en