



Programa de Mercadeo

Noveno Semestre



NEC Docente – Autores de la Guía Didáctica

Ángel Iván Díaz González – Florencia y El Doncello

Inglés IV

Jaime Andrés Castro Lozada – Florencia y El Doncello

Práctica Empresarial

Equipo Diseñador

Daniel Camilo Durán Camacho

Director

Yhully Abildarys Marín Cuéllar

Coordinadora de Medios y Recursos Tecnológicos

Diana Elizabeth Restrepo Lizcano

Coordinadora Académica – Pedagógica

Florencia – Caquetá, 2026



Campus Porvenir Calle 17 Diagonal 17 con Carrera 3F – Barrio El Porvenir



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

* Esta guía didáctica se estructuró bajos 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	5
ORIENTACIONES PARA EL PROCESO DE ESTUDIO	6
ESTRUCTURA DE CONTENIDOS DEL SEMESTRE	3
PRIMER MOMENTO DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO	5
PRIMER MOMENTO DE APRENDIZAJE COLABORATIVO	10
SEGUNDO MOMENTO DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO	15
SEGUNDO MOMENTO DE APRENDIZAJE COLABORATIVO	20
SUSTENTACIÓN TRABAJO INTEGRADO FINAL	26
BIBLIOGRAFÍA	27

Guía Didáctica

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 Amazonia.

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).
- Gestión de las diferentes herramientas y actividades de la plataforma virtual que debe asumir el estudiante para el desarrollo de su proceso de formación.

Orientaciones para el proceso de estudio

¿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.

LÍNEA DE TIEMPO DEL PROCESO DE ESTUDIO MODALIDAD VIRTUAL Y A DISTANCIA

UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA



Elaboración propia.

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

Temporalización de actividades

Momentos de aprendizaje	Encuentros, asesorías y prácticas sincrónicas	Asesoría y acompañamiento virtual	Recepción evidencia de aprendizaje	Evaluación de evidencias de aprendizaje por docentes
Primer Aprendizaje Autónomo	1er Encuentro sincrónico presencial (22 y 23 de agosto de 2026) Asesoría/práctica sincrónica presencial/virtual (5 y 6 de septiembre de 2026) (6 de septiembre Flexibilidad estudiantes para presentación Saber Pro y TyT)	Del 18 de agosto al 11 de septiembre de 2026	Hasta el 14 de septiembre de 2026	Seguimiento a la construcción de la evidencia (Del 18 de agosto al 7 de septiembre de 2026) Evaluación (Del 15 al 22 de septiembre de 2026)
Primer Aprendizaje Colaborativo	2do Encuentro sincrónico presencial Fecha límite 1era Heteroevaluación (19 y 20 de septiembre de 2026) Asesoría/práctica sincrónica presencial/virtual (3 y 4 de octubre de 2026)	Del 23 de septiembre al 9 de octubre de 2026 1era Autoevaluación Del 19 al 22 de septiembre de 2026	Hasta el 12 de octubre de 2026	Seguimiento a la construcción de la evidencia (Del 16 de septiembre al 5 de octubre de 2026) Evaluación (Del 13 al 20 de octubre de 2026)
Segundo Aprendizaje Autónomo	3er Encuentro sincrónico presencial (17 y 18 de octubre de 2026) Asesoría/práctica sincrónica presencial/virtual Fecha límite 2da Heteroevaluación (31 de octubre y 1 de noviembre de 2026)	Del 21 de octubre al 6 de noviembre de 2026 2da Autoevaluación 31 de octubre al 3 de noviembre de 2026	Hasta el 9 de noviembre de 2026	Seguimiento a la construcción de la evidencia (Del 13 de octubre al 6 de noviembre de 2026) Evaluación (Del 10 al 17 de noviembre de 2026)
Segundo Aprendizaje Colaborativo	4to Encuentro sincrónico presencial Coevaluación (14 y 15 de noviembre de 2026) Sustentación Trabajo Integrado Final (5 y 6 de diciembre de 2026)	Del 18 al 27 de noviembre de 2026	Hasta el 30 de noviembre de 2026	Seguimiento a la construcción de la evidencia (Del 10 al 23 de noviembre de 2026) Evaluación (Del 1 al 7 de diciembre de 2026)

Ponderación de Evaluación de Actividades

Evidencia de Evaluación	Peso de la Calificación
1er Momento de Aprendizaje Autónomo	12,5%
1era Heteroevaluación	10%
1era Autoevaluación	5%
1er Momento de Aprendizaje Colaborativo	10%
2do Momento de Aprendizaje Autónomo	12,5%
2da Heteroevaluación	10%
2da Autoevaluación	5%
Coevaluación	10%
Reporte de 75% (Campus Virtual y sistema Chairá)	17 de noviembre de 2026
Modificación de notas del 75% (Campus Virtual y sistema Chairá)	20 de noviembre de 2026
2do Momento de Aprendizaje Colaborativo (Trabajo Integrado Final y Sustentación)	25%
Reporte de 25% (Campus Virtual y sistema Chairá)	7 de diciembre de 2026
Modificación de notas del 25% (Campus Virtual y sistema Chairá)	11 de diciembre de 2026
Total de la Ponderación	100%

Tutoriales para Apoyo Académico

1. [Conoce el portal ViDi](#)
2. [Tutorial Obtener usuario e iniciar sesión en el Campus Virtual](#)
3. [Tutorial Estudiantes Campus Virtual](#)
4. [Tutorial Docentes Campus Virtual](#)
5. [Consultor Normas APA 7ª Edición](#)
6. [Tutorial Consultor APA 7ª Edición](#)

Estructura de contenidos del semestre

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

Del 18 de agosto al 14 de septiembre de 2026

Inglés IV

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?

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

CAPÍTULO III - Narrating stories

- Voz pasiva
- Voz activa

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

Evidencia de Aprendizaje

- **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 y su contexto.
 - Descripción del problema que enfrentaban antes de implementar BI.
 - Proceso de implementación de soluciones de BI.
 - 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 14 de septiembre de 2026**

Rúbrica de evaluación: Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica					
Criterio	0 puntos	1 punto	2 punto	3 punto	4 punto
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 problema	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 del proceso de implementación.	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 Nivel - Nota Final	
Excelente	5
Bueno	4 - 4,5
Aceptable	3 - 3,5
Mejorable	2 - 2,9
Insatisfactorio	1 - 1,9
No Cumple	0

Nota: De no ser entregado el trabajo en la fecha asignada el estudiante deberá realizar el proceso conforme a lo establecido en el estatuto estudiantil en su Artículo 51 y parágrafos 1 y 2. La solicitud de Diferido deberá ser enviada al correo del programa con el respectivo soporte que justifique la ausencia debidamente comprobada, fecha en la cual debió presentar la actividad y nombre del espacio académico. El proceso de pago de diferido está sujeto a la autorización por parte de la coordinación del programa.

Primer Momento de Aprendizaje Colaborativo

Del 15 de septiembre al 12 de octubre 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.
- 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.

Evidencia de Aprendizaje

- **Producto:** 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 12 de octubre de 2026.**

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 Nivel - Nota Final	
Excelente	5
Bueno	4 - 4,5
Aceptable	3 - 3,5
Mejorable	2 - 2,9
Insatisfactorio	1 - 1,9
No Cumple	0

Nota: De no ser entregado el trabajo en la fecha asignada el estudiante deberá realizar el proceso conforme a lo establecido en el estatuto estudiantil en su Artículo 51 y parágrafos 1 y 2. La solicitud de Diferido deberá ser enviada al correo del programa con el respectivo soporte que justifique la ausencia debidamente comprobada, fecha en la cual debió presentar la actividad y nombre del espacio académico. El proceso de pago de diferido está sujeto a la autorización por parte de la coordinación del programa.

Segundo Momento de Aprendizaje Autónomo

Del 13 de octubre al 9 de noviembre de 2026

Inglés IV

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

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

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/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/>

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.

Evidencia de Aprendizaje

- **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 09 de noviembre de 2026**

Rúbrica de evaluación: Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO PRIMER MOMENTO APRENDIZAJE AUTÓNOMO

Rúbrica					
Criterio	0 puntos	1 punto	2 punto	3 punto	4 punto
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 vídeo 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 problema	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 del proceso de implementación.	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 Nivel - Nota Final	
Excelente	5
Bueno	4 - 4,5
Aceptable	3 - 3,5
Mejorable	2 - 2,9
Insatisfactorio	1 - 1,9
No Cumple	0

Nota: De no ser entregado el trabajo en la fecha asignada el estudiante deberá realizar el proceso conforme a lo establecido en el estatuto estudiantil en su Artículo 51 y párrafos 1 y 2. La solicitud de Diferido deberá ser enviada al correo del programa con el respectivo soporte que justifique la ausencia debidamente comprobada, fecha en la cual debió presentar la actividad y nombre del espacio académico. El proceso de pago de diferido está sujeto a la autorización por parte de la coordinación del programa.

Segundo Momento de Aprendizaje Colaborativo

Del 10 de noviembre al 06 de diciembre 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.

Evidencia de aprendizaje

– **Producto:**

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 30 de noviembre de 2026.**

Rúbrica de evaluación: Esta es una rúbrica de evaluación donde se establecen criterios claros y objetivos de la evaluación del producto solicitado. A continuación, se presenta una matriz con los criterios de evaluación, junto con una escala de valoración, que permite evaluar el desempeño del estudiante en función de esos criterios.

PRODUCTO SEGUNDA FASE DEL TRABAJO INTEGRADO FINAL

Rúbrica de evaluación					
Criterios 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, preciso y bien estructurado. Todos los aspectos clave del tema son abordados de manera efectiva y sustentada con datos y análisis relevantes.	El contenido del informe es bueno, aunque algunos detalles podrían ser más desarrollados o faltan algunas fuentes para respaldar las afirmaciones.	El contenido del informe es aceptable, pero le falta profundidad en algunos puntos o hay información poco relevante.	El contenido del informe es insuficiente y dificulta la comprensión de los temas tratados.	El informe carece de contenido relevante y coherente.
Análisis y Datos	El informe presenta un análisis exhaustivo y bien fundamentado de los datos recopilados. Se utilizan datos cuantitativos y cualitativos para respaldar las conclusiones.	El análisis y los datos presentados son buenos, aunque podrían ser más profundos o algunos datos pueden estar poco sustentados.	El análisis y datos presentados son aceptables, pero se requiere más profundidad y rigor en la interpretación.	El análisis y los datos presentados son deficientes y no respaldan adecuadamente las conclusiones.	El informe no presenta un análisis claro ni datos relevantes.
Estructura y Organización	El informe tiene una estructura clara y bien organizada, con secciones bien definidas y una secuencia lógica de ideas.	La estructura y organización del informe son buenas, aunque algunas secciones podrían mejorar la conexión entre sí.	La estructura y organización del informe son aceptables, pero hay desorden en algunas secciones.	La estructura y organización del informe son deficientes, dificultando la comprensión del contenido.	El informe carece de una estructura coherente y organización adecuada.
Estilo de Redacción	El informe tiene un estilo de redacción claro, preciso y profesional, con un lenguaje adecuado para el público objetivo.	El estilo de redacción del informe es bueno, aunque algunos párrafos pueden mejorar la claridad y fluidez.	El estilo de redacción del informe es aceptable, pero hay problemas de coherencia y fluidez en la redacción.	El estilo de redacción del informe es deficiente y afecta la comprensión del texto.	El informe tiene un estilo de redacción confuso y poco profesional.
Presentación Visual	La presentación visual del informe es excelente, con gráficos, tablas e imágenes claras y bien diseñadas que complementan la información.	La presentación visual del informe es buena, aunque algunos elementos visuales pueden mejorar su calidad.	La presentación visual del informe es aceptable, pero faltan algunos elementos visuales o no están bien integrados.	La presentación visual del informe es deficiente y dificulta la comprensión de los datos.	El informe no presenta una presentación visual adecuada.

Escala de Nivel - Nota Final	
Excelente	5
Bueno	4 - 4,5
Aceptable	3 - 3,5
Mejorable	2 - 2,9
Insatisfactorio	1 - 1,9
No Cumple	0

Nota: De no ser entregado el trabajo en la fecha asignada el estudiante deberá realizar el proceso conforme a lo establecido en el estatuto estudiantil en su Artículo 51 y párrafos 1 y 2. La solicitud de Diferido deberá ser enviada al correo del programa con el respectivo soporte que justifique la ausencia debidamente comprobada, fecha en la cual debió presentar la actividad y nombre del espacio académico. El proceso de pago de diferido está sujeto a la autorización por parte de la coordinación del programa.

Sustentación Trabajo Integrado Final

5 y 6 de diciembre 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