

## CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR

### PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO: INGLÉS PARA COMERCIO Y MARKETING

CÓDIGO C101 1º CURSO 3 horas semanales

CÓDIGO XXX 2º CURSO 1 hora semanal (módulo optativo)

#### ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS .....	2
2.OBJETIVOS DEL MÓDULO EXPRESADOS EN RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA).....	3
Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	3
3.PROCEDIMIENTOS, ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	6
4.CONTENIDOS BÁSICOS .....	6
5.CONTENIDOS ESPECÍFICOS .....	7
6.MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS. TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES. MEDIOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.....	10
7.SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS.....	12
8.EVALUACIÓN FINAL ORDINARIA.....	25
9.PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN.....	25
10.MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y DE REFUERZO.....	25
11.ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES.....	26
12.PLANIFICACIÓN DEL USO DE ESPACIOS Y EQUIPOS.....	26
13.CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.....	26
14.NORMAS DEL DEPARTAMENTO RELATIVAS A EXÁMENES Y PRUEBAS .....	27

## 1.INTRODUCCIÓN Y ORIENTACIONES PEDAGÓGICAS

El presente documento muestra la programación didáctica del módulo profesional de INGLÉS PARA COMERCIO Y MARKETING ubicado en los siguientes ciclos formativos y cursos de grado superior:

- ✓ 1º curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales  
Relación con objetivos generales: ñ), o), p), q), r), s), t), u), v) y x)  
Relación con competencias: k), l), m), n), ñ), o), p) y r)
  - ✓ 2º curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales
  - ✓ 1º curso del CFGS de Transporte y Logística  
Relación con objetivos generales: n), ñ), p), t), u), v), w), x), y), z), aa), ab) y ac)  
Relación con competencias: j), k), l), o), p), q), r), s), t), u) y v)
  - ✓ 2º curso del CFGS de Transporte y Logística
- Programa Plurilingüe
- ✓ 1º curso del CFGS de Comercio Internacional Bilingüe  
Relación con objetivos generales: m) ñ), o), p), q), r), s), t), u), v) y w)  
Relación con competencias: k), m), n), ñ), o), p), q), r) y s)
  - ✓ 2º curso del CFGS de Comercio Internacional Bilingüe
  - ✓ 1º curso del CFGS de Marketing y Publicidad Bilingüe  
Relación con objetivos generales: ñ), o), p), q), r), s), t), u), v) y x)  
Relación con competencias: k), l), m), n), ñ), o), p) y r)
  - ✓ 2º curso del CFGS de Marketing y Publicidad Bilingüe

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para que el alumnado adquiera las competencias que le permitan comunicarse en inglés en el desarrollo de las actividades profesionales propias del nivel formativo de técnico superior del sector de comercio y marketing.

Se trata de un módulo eminentemente procedimental en el que se desarrolla la competencia comunicativa en inglés necesaria en el entorno profesional, tanto a nivel oral como a nivel escrito. La competencia comunicativa en inglés tiene que ver tanto con las relaciones interpersonales como con el manejo de la documentación propia del sector.

Las líneas de actuación en el proceso de enseñanza aprendizaje que permiten alcanzar los objetivos del módulo están relacionadas con:

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

Esta programación se ha elaborado teniendo en cuenta el Proyecto Curricular de Centro y el Plan Educativo de Centro y se ajusta dentro de los niveles de concreción curricular y en el grado de mayor adecuación al alumnado al que va dirigida, tomando las prescripciones de los otros niveles de concreción establecidos en los siguientes reales decretos:

Real Decreto 1574/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Comercio Internacional y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Real Decreto 1572/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas.

Orden EDU/49/2025 de 28 de agosto.

## **2.OBJETIVOS DEL MÓDULO EXPRESADOS EN RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA) Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

### **¿Qué evaluar?**

Evaluar, según la normativa actual, implica valorar el nivel de adquisición de los objetivos, expresados en **RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA)** asignados a nuestra materia y que son los siguientes en estos CFGS:

**RA1.** Reconoce información profesional y específica relacionada con el sector de comercio y marketing contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.  
**(COMPRENSIÓN ORAL)**

**RA2.** Interpreta información profesional específica relacionada con el comercio y marketing contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.  
**(COMPRENSIÓN ESCRITA)**

**RA3.** Emite mensajes orales claros y específicos relacionados con el sector de comercio y marketing, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor. **(EXPRESIÓN ORAL)**

**RA4.** Elabora documentos e informes propios de la actividad profesional de comercio y marketing, relacionando los recursos lingüísticos con el propósito del escrito. **(EXPRESIÓN ESCRITA)**

En la siguiente tabla se detalla cómo calcularemos la calificación final. Cada RA viene acompañado de un número determinado e invariable de **criterios de evaluación** (con su porcentaje en la calificación final) a los que hemos asignado una o varias actividades de evaluación.

<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>CRITERIOS DE CALIFICACIÓN %</b>	<b>ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN</b>
	a) Se ha identificado la idea principal del mensaje.	<b>3,5</b>	Actividades y

<b>RA1 COMPRESIÓN ORAL (20%)</b>	b) Se ha reconocido la finalidad de mensajes radiofónicos y de otro material grabado o retransmitido pronunciado en lengua estándar identificando el estado de ánimo y el tono del hablante.	<b>2,5</b>	pruebas de comprensión oral.  Comprensión de la exposición de proyectos tanto individuales como en grupo.
	c) Se ha extraído información de grabaciones en lengua estándar, relacionadas con la vida profesional.	<b>2,5</b>	
	d) Se han identificado los puntos de vista y las actitudes del hablante.	<b>2,5</b>	
	e) Se han identificado las ideas principales de declaraciones y mensajes sobre temas concretos del sector, en lengua estándar y con un ritmo normal.	<b>3</b>	
	f) Se ha comprendido con todo detalle lo que se le dice en lengua estándar, incluso en un ambiente con ruido de fondo.	<b>2</b>	
	g) Se han extraído las ideas principales de conferencias, charlas e informes, y otras formas de presentación profesional lingüísticamente complejas.	<b>3</b>	
	h) Se ha tomado conciencia de la importancia de comprender globalmente un mensaje, sin entender todos y cada uno de los elementos del mismo.	<b>1</b>	
	<b>RA2 COMPRESIÓN ESCRITA (30%)</b>	a) Se ha leído con un alto grado de independencia, adaptando el estilo y la velocidad de la lectura a textos relacionados con el comercio y marketing utilizando fuentes de referencia apropiadas de forma selectiva.	
b) Se ha interpretado la correspondencia relativa al sector, captando fácilmente el significado esencial.		<b>4</b>	
c) Se han interpretado, con todo detalle, textos extensos y de relativa complejidad, relacionados con la especialidad, pudiendo releer las secciones más difíciles de los mismos.		<b>3</b>	
d) Se ha relacionado el texto con el ámbito de la actividad profesional del sector.		<b>3</b>	
e) Se ha identificado con rapidez el contenido y la importancia de noticias, artículos e informes sobre comercio y marketing y se ha decidido si es oportuno un análisis más profundo.		<b>3</b>	
f) Se han realizado traducciones de textos específicos del sector utilizando material de apoyo en caso necesario.		<b>4</b>	
g) Se han interpretado mensajes técnicos recibidos a través de soportes telemáticos como el e-mail.		<b>4</b>	
h) Se han interpretado instrucciones extensas y complejas, que estén dentro de la especialidad.		<b>4</b>	
<b>RA3 EXPRESIÓN ORAL (20%)</b>	a) Se han identificado los registros utilizados para la emisión del mensaje.	<b>1</b>	Actividades y pruebas de expresión oral (role plays, etc.).
	b) Se ha expresado con fluidez, precisión y eficacia sobre una amplia serie de temas generales del sector, marcando con claridad la relación entre las	<b>4</b>	

	ideas.		Presentación oral de proyectos tanto individuales como en grupo.
	c) Se ha comunicado espontáneamente, adoptando un nivel de formalidad adecuado a las circunstancias.	3,5	
	d) Se han utilizado normas de protocolo en presentaciones formales e informales.	1	
	e) Se ha utilizado correctamente la terminología específica de la profesión.	4	
	f) Se han expresado y defendido puntos de vista con claridad, proporcionando explicaciones y argumentos adecuados.	3	
	g) Se ha argumentado con todo detalle la elección de una determinada opción o procedimiento de trabajo elegido.	2,5	
	h) Se ha solicitado la reformulación del discurso o parte del mismo cuando se ha considerado necesario.	1	
<b>RA4 EXPRESIÓN ESCRITA (30%)</b>	a) Se han redactado textos claros y detallados sobre una variedad de temas relacionados con la especialidad, sintetizando y evaluando información y argumentos procedentes de varias fuentes.	6	Actividades y pruebas de expresión escrita.
	b) Se ha organizado la información con corrección, precisión y coherencia, solicitando y/ o facilitando información de tipo general o detallada.	5	
	c) Se han redactado informes y se ha cumplimentado documentación específica del campo profesional.	6	Desarrollo de proyectos.
	d) Se han aplicado las fórmulas establecidas y el vocabulario específico en la cumplimentación de documentos.	6	Actividades y pruebas de contenidos sintáctico-discursivos y vocabulario.
	e) Se han resumido artículos, manuales de instrucciones y otros documentos escritos de carácter comercial o relacionados con el marketing, utilizando un vocabulario amplio para evitar la repetición frecuente.	5	
	f) Se han utilizado las fórmulas de cortesía propias del documento que se ha de elaborar.	2	

### 3.PROCEDIMIENTOS, ACTIVIDADES E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Cada evaluación utilizaremos procedimientos, actividades e instrumentos variados que reflejen de la manera más fidedigna posible cuál es la situación de cada uno de nuestros alumnos en el proceso de adquisición de cada uno de los resultados de aprendizaje.

PROCEDIMIENTOS	ACTIVIDADES	INSTRUMENTOS
<b>Observación y registro en el aula</b>	Participación en inglés en la dinámica diaria de clase (grupo/parejas). Participación, interés y respeto en las actividades de la persona auxiliar de conversación (si la hubiera). Participación en inglés en el trabajo en equipo durante el desarrollo de los proyectos.	Registros de participación en clase. Registro de participación en las actividades de la persona auxiliar (si la hubiera).
<b>Interacción con y entre el alumnado</b>	Diálogos dirigidos o abiertos en inglés. Interacción con los compañeros en inglés. Participación en debates y presentaciones. Cuestionarios de autoevaluación.	Registros de actitud. Registros de colaboración.
<b>Análisis de procesos, tareas y producciones del alumnado</b>	Tareas de comprensión oral y escrita. Tareas de expresión oral y escrita. Desempeño en las tareas de refuerzo y ampliación. Desarrollo de las diferentes tareas en la elaboración de proyectos.	Registro de trabajo individual en el aula. Registro de trabajo individual de tareas para casa.
<b>Pruebas</b>	Pruebas de comprensión oral. Pruebas de expresión oral. Pruebas de comprensión escrita. Pruebas de expresión escrita. Pruebas de contenidos sintácticos –discursivos. Pruebas de léxico/vocabulario específico.	Escalas numéricas.

### 4.CONTENIDOS BÁSICOS

Análisis de mensajes orales:

- Comprensión de mensajes profesionales y del sector:
  - Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados.
  - Terminología específica de la actividad profesional de comercio y marketing.
  - Ideas principales y secundarias.
  - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y de la duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto y verbos modales.
  - Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

Interpretación de mensajes escritos:

- Comprensión de mensajes, textos, artículos básicos profesionales y del sector:
    - Soportes telemáticos como el e-mail.
    - Terminología específica de la actividad profesional de comercio y marketing.
    - Ideas principales y secundarias.
    - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, I wish + pasado simple o perfecto, I wish + would, If only; uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto y verbos modales.
  
  - Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.
  - Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.
- Producción de mensajes orales:
- Mensajes orales relacionados con la especialidad:
    - Registros utilizados en la emisión de mensajes orales de comercio y marketing.
    - Terminología específica de la actividad profesional.
    - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, locuciones, expresión de la condición y de la duda, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo, estilo indirecto y verbos modales.
    - Otros recursos lingüísticos: acuerdos y desacuerdos, hipótesis y especulaciones, opiniones y consejos, persuasión y advertencia.

Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro.

- Mantenimiento y seguimiento del discurso oral:
    - Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra.
    - Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc.
- Emisión de textos escritos:
- Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y del sector:
    - Currículum vitae y soportes telemáticos como el e-mail, entre otros.
    - Terminología específica de la actividad profesional de comercio y marketing.
    - Idea principal e ideas secundarias.
    - Recursos gramaticales: tiempos verbales, preposiciones, phrasal verbs, verbos modales, locuciones, uso de la voz pasiva, oraciones de relativo y estilo indirecto.
  - Relaciones lógicas: oposición, concesión, comparación, condición, causa, finalidad y resultado.
  - Relaciones temporales: anterioridad, posterioridad y simultaneidad.
  - Coherencia textual:
    - Tipo y formato de texto.
    - Variedad de lengua. Registro.
    - Selección léxica, de estructuras sintácticas y de contenido relevante.
    - Uso de los signos de puntuación.

## **5.CONTENIDOS ESPECÍFICOS**

1º curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.  
1º curso del CFGS de Transporte y Logística.

***Temáticos***

- Who's Who in Sales. At work.
- Getting around. Retail layout.
- Customer Service. Assisting the Customer.
- Taking Inventory. Ordering Retail Supplies.
- Promoting Products. Comparing Products.
- Phone Contact. Customer Surveys.
- Customer Complaints. Returns.
- In Store Sales. Ordering Online.
- Warehousing. Distribution of Goods.
- E-commerce. Online Marketing.
- New Businesses. Franchising.
- Applying for a Job. Interviewing.
- Preparing a CV. Writing a CV.

***Funcionales***

- Comportamiento social
- Uso del teléfono
- Correspondencia
- Métodos de pago
- La empresa
- Sesiones de trabajo

• ***Léxicos y sintáctico discursivos***

- Todos los necesarios para desarrollar las funciones señaladas.
- Abreviaturas utilizadas en el mundo de los negocios.

En el segundo curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y del CFGS de Transporte y Logística estos contenidos se tratan en mayor detalle y profundidad.

1º y 2º curso del CFGS de Comercio Internacional Bilingüe.

***Temáticos***

- Working life.
- Work-life balance.
- Projects.
- Services and systems.
- Customers.
- Guests and visitors.

- Working online.
- Finance.
- Logistics.

### ***Funcionales***

- Comportamiento social
- Uso del teléfono
- Correspondencia
- Métodos de pago
- Entretenimiento
- La empresa
- Sesiones de trabajo

### ***Léxicos y sintáctico discursivos***

- Todos los necesarios para desarrollar las funciones señaladas.
- Abreviaturas utilizadas en el mundo de los negocios.

1º y 2º curso del CFGS de Marketing y Publicidad Bilingüe.

### ***Advertising***

- Introduction to Marketing and Advertising.
- Advertising. Marketing.
- Telemarketing and Sales. Promotions and Merchandising.
- Branding. New product development (NPD).
- Adverts: Discussing ads. Creating ads.
- Promotion and advertising.
- Sales and Negotiation Techniques. Preparing Sales Presentations.
- Presenting your public face. Ethics.

### ***Marketing***

- The role of marketing. Marketing tools.
- Marketing strategies and research. Planning.
- Marketing through trade fairs. Trade.
- Digital Marketing.
- E-commerce. Online Marketing.
- New Businesses. Franchising.
- Finding the customer. Product launch and promotion.

### ***Job oriented***

- Job-hunting.
- Applying for a Job. Interviewing.
- Preparing a CV. Writing a CV.
- Presentation tools and strategies. Creating effective visuals.
- The meetings. Setting objectives and agreement.
- English telephone for job purposes.

## 6.MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS. TEMPORALIZACIÓN DE LAS UNIDADES. MEDIOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

1º curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

1º curso del CFGS de Transporte y Logística.

Durante el presente curso se utilizará como libro de texto **Commerce and Sales**, Reese Applin, Burlington Professional Modules (Student's Book + Workbook). El libro consta de 20 unidades y se tratan aquellas con contenidos más relevantes para cada uno de los dos ciclos formativos.

La división temporal aproximada de la materia será la siguiente en el 1º curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales:

- Primer trimestre: unidades 1,2,3,4.
- Segundo trimestre: unidades 5,6,7,8.
- Tercer trimestre: unidades 17,18,19,20.

La división temporal aproximada de la materia será la siguiente en el 1º curso del CFGS de Transporte y Logística:

- Primer trimestre: unidades 1,2,3,4.
- Segundo trimestre: unidades 5,6,7,8.
- Tercer trimestre: unidades 12,18,19,20.

La temporalización de las unidades podrá variar atendiendo al ritmo de aprendizaje de la clase.

2º curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

2º curso del CFGS de Transporte y Logística.

No se utilizará un libro de texto específico.

Se utilizarán materiales extra específicos para ambos ciclos y cursos que puedan ser especialmente interesantes para los alumnos en función de su utilidad de cara a la inserción y práctica laboral. Igualmente se trabajarán en profundidad contenidos muy relevantes que en el libro de 1º curso aparecen de forma más superficial tales como CVs, entrevistas de trabajo en inglés y todo aquello que pueda ser útil a los alumnos en el marco de un entorno laboral real.

A lo largo de todo el curso se realizarán actividades encaminadas al desarrollo y refuerzo de las cuatro destrezas básicas. Se mantendrá una mirada global del aprendizaje, centrada en las competencias y en el avance del alumnado en la consecución de los resultados de aprendizaje.

1º y 2º curso del CFGS de Comercio Internacional Bilingüe

Tanto para el primer como para el segundo curso, utilizaremos como libro de texto **Business Result**, John Hughes and Jon Naunton, Oxford University Press (Intermediate Student's Book with Online Practice).

El libro consta de 15 unidades. A la hora de realizar una división temporal aproximada de la materia, es muy importante tener en cuenta que en el primer curso del CFGS de Comercio Internacional Bilingüe se imparten tres sesiones semanales de inglés y que, en el segundo curso se imparte tan sólo una, lo que permite utilizar el mismo manual para ambos cursos en una consecución lógica y acumulativa de contenidos y permite así una mayor alternancia con otro tipo de recursos pedagógicos.

La división temporal aproximada de la materia para el 1º curso será la siguiente:

- Primer trimestre: unidades 1, 2, 3
- Segundo trimestre: unidades 4, 5, 6
- Tercer trimestre: unidades 7, 8, 9

La división temporal aproximada de la materia para el 2º curso será la siguiente:

- Primer trimestre: unidades 10, 11
- Segundo trimestre: unidades 12, 13
- Tercer trimestre: A partir de marzo, los alumnos comienzan las prácticas en empresas y finalizan sus clases presenciales. Para poder prepararlos para las pruebas libres de certificación de idiomas de la EOI (cuya matrícula y certificado abona la Consejería de Educación y Formación Profesional del Gobierno de Cantabria), se establecerán horas específicas de enseñanza presencial y online. Las clases online facilitan compatibilizar dicha preparación con los horarios de las empresas y también con los alumnos Erasmus.

Se utilizarán materiales extra específicos para el ciclo que puedan ser especialmente interesantes para el alumnado en función de su utilidad de cara a la inserción y práctica laboral. Igualmente, se trabajarán en profundidad contenidos muy relevantes que en el libro puedan aparecer de forma más superficial.

A lo largo de todo el curso se seguirán realizando actividades encaminadas al desarrollo y refuerzo de las cuatro destrezas básicas, si bien se hará un mayor hincapié en la comprensión y comunicación orales. Se mantendrá una mirada global del aprendizaje, centrada en las competencias y en el avance del alumnado en la consecución de los resultados de aprendizaje.

## 1º y 2º curso del CFGS de Marketing y Publicidad

Durante el presente curso utilizaremos como libro de texto **English for Marketing and Publicity** de la editorial Educàlia (Student's Book). El libro consta de 10 unidades que tratan los contenidos más relevantes para cada uno de los dos ciclos formativos.

La división temporal aproximada de la materia para el 1º curso será la siguiente:

Se tratarán tres grandes bloques de contenidos, correspondientes a cada uno de los tres trimestres del curso escolar:

- Primer trimestre: unidades 1, 2, 3
- Segundo trimestre: unidades 4, 5, 6
- Tercer trimestre: unidades 7, 8, 9 y 10
- 

La división temporal aproximada de la materia para el 2º curso será la siguiente:

- Primer trimestre: Advertising (II)
- Segundo trimestre: Marketing (II)

- Tercer trimestre: A partir de marzo, los alumnos comienzan las prácticas en empresas y finalizan sus clases presenciales. Para poder prepararlos para las pruebas libres de certificación de idiomas de la EOI (cuya matrícula abona la Consejería de Educación y Formación Profesional del Gobierno de Cantabria), se establecerán horas específicas de enseñanza presencial y online. Las clases online facilitan compatibilizar dicha preparación con los horarios de las empresas y también con los alumnos Erasmus.

Se consolidarán y ampliarán los contenidos vistos en el curso anterior, incluyendo actividades de carácter práctico relacionadas con la preparación de las pruebas libres de certificación de idiomas EOI.

En ambos cursos también se utilizarán diferentes tipos de materiales y recursos didácticos que, al usarlos de manera alterna y complementaria, proporcionarán un enfoque holístico y competencial al alumnado.

Entre ellos se encuentran los siguientes:

Libros de texto del Departamento de Inglés.

*English for Marketing and Advertising* (Oxford Business English); *Market Leader Coursebook* (Longman, Intermediate); *Cambridge English for Marketing; In Company second edition* (MacMillan); *Telephone English* (MacMillan); *Oxford Express Series* (English for emails / socializing / meetings / telephoning / presentations / negotiating); Handbooks of Commercial Correspondence; Business Grammar and Practice, etc.

Otros materiales didácticos escritos (authentic materials from newspapers, magazines or web pages) y orales (CDs, archivos de audio, películas/series originales con o sin subtítulos, trailers, commercials, talks, speeches, listenings of business courses, etc. proporcionados a través de internet).

Con todo el alumnado, se utilizarán los siguientes medios de información y comunicación:

Cuenta correo electrónico Educantabria

Herramientas de mensajería instantánea de Office 365 – Teams

## 7.SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS

Las unidades didácticas en las que se distribuirá la impartición del módulo Inglés para Comercio y Marketing se distribuyen de la siguiente manera en cada uno de los ciclos formativos:

1º curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

1º curso del CFGS de Transporte y Logística.

Libro de texto: **Commerce and Sales**. Student's Book y Workbook. Burlington Books.

En total contiene 20 unidades de cuatro páginas cada una en el Student's Book, en las que abundan las actividades para practicar el vocabulario específico del sector de comercio propio de la unidad, así como textos para practicar la comprensión y expresión escrita, listenings y diálogos en parejas. Se resaltan en azul aquellas palabras y expresiones que forman parte del vocabulario más importante. Las unidades 19 y 20 se centran en la búsqueda de empleo y en la correcta redacción de un CV y al final del Student's Book hay una Writing Guide con modelos para redactar

correos electrónicos y diferentes tipos de cartas, entre otras clases de textos. Hay una sección llamada Vocabulary Builder al final del Student's Book con una lista de palabras adicionales y de mayor dificultad correspondiente a cada unidad. De este modo, los alumnos/as pueden trabajar con el vocabulario activo, practicar la traducción de palabras a su propio idioma y tener contenidos extra para expandir sus conocimientos.

El Workbook está dividido en tres partes; la primera contiene ejercicios extra de vocabulario de cada unidad, la segunda propone estructuras gramaticales básicas y la tercera, actividades de expresión escrita relacionadas con la Writing Guide del Student's Book.

Unidad	Contenidos
<p><b>UNIT 1:</b> Who's Who in Sales? / At Work</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Vocabulary Builder</i>: ventas, puestos, departamentos, verbos, números ordinales, léxico específico del sector profesional</li> <li>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema</li> <li>- <i>Grammar</i>: <i>to be, have got</i></li> <li>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</li> <li>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</li> <li>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</li> </ul>
<p><b>UNIT 2:</b> Getting Around / Retail Layout</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Vocabulary Builder</i>: tiendas y servicios, direcciones, ropa, equipamiento de una tienda, preposiciones, preposiciones de lugar, léxico específico del sector profesional.</li> <li>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema, entorno físico del puesto de trabajo, ubicación y vocabulario específico para dar direcciones.</li> <li>- <i>Grammar</i>: el imperativo, <i>let's</i>, relaciones de anterioridad, simultaneidad y posterioridad: preposiciones y adverbios de tiempo, adverbios de frecuencia, pronombres interrogativos.</li> <li>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</li> <li>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</li> <li>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</li> </ul>
<p><b>UNIT 3:</b> Customer Service / Assisting the Customer</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Vocabulary Builder</i>: adjetivos, verbos, números, descripción de ropa, colores, léxico específico del sector profesional.</li> <li>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</li> <li>- <i>Grammar</i>: <i>Present Continuous, Present Simple / Present Continuous</i>, relaciones de anterioridad, simultaneidad y posterioridad: preposiciones y adverbios de tiempo, pronombres interrogativos.</li> <li>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</li> <li>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</li> <li>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</li> </ul>

<p><b>UNIT 4:</b> Taking Inventory / Ordering Retail Supplies</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: materiales de oficina, encargar material de oficina, los días de la semana, los meses del año, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: <i>There is / There are</i>, artículos y cuantificadores, <i>How much / How Many</i>.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>
<p><b>UNIT 5:</b> Promoting Products / Comparing Products</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: información sobre el producto y adjetivos, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: el comparativo de los adjetivos, el superlativo de los adjetivos, adjetivos para describir la apariencia física y los rasgos de personalidad.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>
<p><b>UNIT 6:</b> Phone Contact / Customer Surveys</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: mobiliario, llamadas de teléfono, la hora, encuestas a los clientes, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: <i>to be</i> en pasado, <i>There was / There were</i>, <i>Past Simple: Affirmative</i>, relaciones de anterioridad, simultaneidad y posterioridad: preposiciones y adverbios de tiempo.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>
<p><b>UNIT 7</b> Customer Complaints / Returns</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: partes de la ropa, problemas, quejas de los clientes, devoluciones de los clientes, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: <i>Past Simple: Negative and Interrogative</i>, pronombres interrogativos.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: gustos y preferencias, recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p>
<p><b>UNIT 8:</b> In Store Sales / Ordering Online</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: ventas en tienda, hacer pagos, hacer encargos a través de Internet, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p>

	<p>- <i>Grammar</i>: modales (<i>can, could, must, mustn't, should</i>), relaciones de anterioridad, simultaneidad y posterioridad: preposiciones y adverbios de tiempo, expresión de concesión, causa, finalidad y resultado.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>
<p><b>UNIT 12:</b> Warehousing / Distribution of Goods</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: artículos del almacén, dependencias del almacén, verbos, transporte de existencias, envíos, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: pronombres objeto y sujeto, posesivos, primer condicional, pronombres interrogativos.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: gustos y preferencias</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>
<p><b>UNIT 17:</b> E-commerce / Online Marketing</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: tiendas en línea, marketing digital, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: <i>may / might</i>, repaso de los modales, expresión de concesión, causa, finalidad y resultado.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>
<p><b>UNIT 18:</b> New Businesses / Franchising</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: fundar un negocio y las franquicias, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: <i>Present Simple Passive, Past Simple Passive</i>, pronombres interrogativos.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>
<p><b>UNIT 19:</b> Applying for a Job / Interviewing</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: solicitudes de empleo, adjetivos, condiciones laborales, entrevistas, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: segundo condicional, compuestos con <i>some / any / no</i>, pronombres interrogativos.</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: gustos y preferencias, recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más</p>

	<p>usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>
<p>UNIT 20: Preparing a CV / Writing a CV</p>	<p>- <i>Vocabulary Builder</i>: redactar un CV, datos personales, léxico específico del sector profesional.</p> <p>- <i>Vocabulary and Functional Language</i>: selección léxica de estructuras sintácticas y de contenido relevante para la intención comunicativa, fórmulas para iniciar e introducir el tema.</p> <p>- <i>Grammar</i>: repaso gramatical</p> <p>- <i>Writing Guide</i>: recursos lingüísticos que permitan una coherencia textual a través de la adecuación del texto al contexto comunicativo, así como al tipo y formato de texto, abreviaturas más usuales tanto en cartas como documentos comerciales, direcciones, fecha, fórmulas para empezar y terminar las cartas.</p> <p>- <i>Extra Writing</i>: léxico y estructuras sintácticas que permitan desarrollar y resumir una idea.</p> <p>- <i>Apartado Tip! (Student's book)</i>: léxico de países, nacionalidades y costumbres horarias.</p>

Como se ha mencionado anteriormente, en el 2º curso del CFGS de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y en el 2º curso del CFGS de Transporte y Logística estos contenidos se tratan en mayor detalle y profundidad.

1º y 2º curso del CFGS Comercio Internacional

Tanto para el primer como para el segundo curso, utilizaremos como libro de texto **Business Result**, John Hughes and Jon Naunton, Oxford University Press (Intermediate Student's Book with Online Practice).

Los contenidos se han agrupado en bloques que ordenan los elementos de análisis de una realidad compleja, en relación con cuatro centros de atención con características y necesidades específicas en cuanto al proceso de enseñanza y aprendizaje: el lenguaje oral; el lenguaje escrito; los elementos constitutivos del sistema lingüístico, su funcionamiento y relaciones; y la dimensión social y cultural de la lengua extranjera.

Aunque el lenguaje oral y el escrito son dos manifestaciones diferentes de una misma capacidad, cada uno exige diferentes habilidades y conocimientos por los que los contenidos se refieren a ellos por separado:

- Comprensión y producción de mensajes orales
- Emisión e interpretación de textos y mensajes escritos
- Conocimientos lingüísticos
- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos.

Unidad	Contenidos
<p>Unit 1 Working life</p>	<p><b>Listening</b> Presentación personal y laboral en el contexto de un curso de marketing online. Cómo mostrar interés en una conversación entre dos profesionales que se presentan. Audición de profesionales que se comunican, se presentan y describen sus trabajos.</p> <p><b>Reading</b> Lectura y comprensión de unos perfiles laborales. Texto sobre una empresa que organiza eventos para crear nuevos contactos y ampliar las redes sociales en el ámbito laboral.</p>

	<p><b>Speaking</b> Actuar una conversación describiendo el perfil personal y laboral del alumno. Practicar cómo mostrar interés en una conversación Discusión y opinión sobre el tema de las redes sociales en el ámbito laboral. Presentarse, intercambiar saludos, presentar a otras personas, preguntar por detalles personales, mantenerse en contacto, finalizar una conversación.</p> <p><b>Writing</b> Ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b> Presentaciones laborales y personales.</p> <p><b>Gramática</b> Presente Simple y presente continuo, adverb position</p>
<p>Unit 2 Work-life balance</p>	<p><b>Listening</b> Audición de cómo se organizan para conciliar vida laboral y personal. Conversación telefónica entre colegas para dar y pedir información a nuestros contactos.</p> <p><b>Reading</b> Artículo sobre los términos de flexibilidad y conciliación entre la vida laboral y la personal en una empresa. Quiz para descubrir el equilibrio del alumno entre trabajo y descanso.</p> <p><b>Speaking</b> Opinar y discutir sobre la conciliación de la vida laboral y la personal/familiar. Interacción oral en parejas para hablar sobre el equilibrio personal trabajo y descanso. Intercambiar información sobre contactos sociales y laborales; preguntar información, dar información: número de teléfono, dirección personal, email, etc., comprobar la información, solicitar repetición y clarificación.</p> <p><b>Writing</b> Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b> Conciliación vida laboral y familiar/personal .</p> <p><b>Gramática</b> To + infinitivo / formas -ing</p>
<p>Unit 3 Projects</p>	<p><b>Listening</b> Un proyecto de voluntariado . Una reunión entre colegas en la que se plantea el proyecto de cambio de edificio de una empresa. Una conversación telefónica para hacer un seguimiento del proyecto planteado. Conversaciones en las que se practican las respuestas cortas en relación a la gestión de un proyecto. Una reunión de departamento para practicar expresiones y lenguaje útil.</p> <p><b>Reading</b> Un artículo sobre un proyecto de voluntariado Una tabla con la organización de un proyecto. Una presentación sobre la planificación de un escenario en la empresa, ofreciendo alternativas.</p> <p><b>Speaking</b> Opinar sobre la relación entre actos de caridad y voluntariado y los beneficios para una empresa. Interacción oral en parejas hablando y describiendo proyectos; objetivos, gestión, planificación, ejecución, problemas, etc.</p> <p><b>Writing</b> Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b> Proyectos; creación, organización y puesta en escena. <b>Gramática</b> Presente perfecto y Pasado simple para hablar y describir proyectos.</p>
<p>Unit 4 Services and</p>	<p><b>Listening</b> Conversación sobre diferentes servicios o sistemas tecnológicos y sus beneficios.</p>

<p><b>Sistems</b></p>	<p>Conversación telefónica entre un representante de ventas y un usuario de un software de sistemas de gestión de almacenes. Descripción de los resultados de una tabla dando cifras aproximativas.</p> <p><b>Reading</b> Texto sobre diferentes aplicaciones tecnológicas (apps) y los beneficios de estas. Comentarios de usuarios en relación con un software de sistemas de gestión de almacenes. Características principales de un software. Texto informativo sobre sistemas de evaluación de personal que utilizan algunas empresas.</p> <p><b>Speaking</b> Opinión sobre el uso de diferentes aplicaciones tecnológicas (apps) Interacción oral sobre los beneficios de tres servicios o sistemas tecnológicos relacionados con la empresa. Interacción oral en parejas haciendo comparaciones sobre dos productos financieros de software en el mercado. Expresar cifras o porcentajes aproximados Explicar características y beneficios de un producto; comparar servicios y sistemas, hacer preguntas y expresar preocupación/interés. Actuar una reunión discutiendo sobre un sistema de evaluación de personal y proponiendo otras formas de mejorar los rendimientos de los trabajadores.</p> <p><b>Writing</b> Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b> Servicios técnicos y sistemas en una empresa.</p> <p><b>Gramática</b> Comparativos y modificadores de adjetivos y adverbios comparativos; <i>a lot cheaper, almost as secure as, far more up to date, a little more easily, much quicker</i></p>
<p><b>Unit 5 Customers</b></p>	<p><b>Listening</b> Mensaje en el contestador en el que se expresan cambios de planes para una visita programada. Diferentes maneras de decir "lo siento". Conversación entre un cliente y un proveedor planificando unas citas.</p> <p><b>Reading</b> Artículo sobre una empresa que cuida a sus clientes. Agenda y un email en relación con una visita a un cliente. Texto informativo que explica la gestión innovadora y de éxito de una empresa.</p> <p><b>Speaking</b> Opinar sobre una cita en relación a la clientela y su satisfacción. Preguntas sobre el cuidado y la satisfacción de los clientes. Practicar expresiones para disculparse. Planificar citas o encuentros, hacer sugerencias de horas y fechas, aceptar o declinar, hacer cambios en los acuerdos en las citas, confirmar los cambios.</p> <p><b>Writing</b> Realización de los ejercicios escritos propuestos.</p> <p><b>Vocabulario</b> Servicio de atención al cliente</p> <p><b>Gramática</b> Tiempos verbales en presente para hacer planes y futuros acuerdos.</p>
<p><b>Unit 6 Guests and visitors</b></p>	<p><b>Listening</b> Conversación entre dos empleados planificando una conferencia. Conversación de bienvenida entre dos profesionales explicando el programa o agenda de viaje. Programa de radio sobre diferencias culturales y requerimientos básicos para visitantes de un hotel de todas las nacionalidades.</p> <p><b>Reading</b> Notas informativas sobre la agenda de viaje de dos personas para asistir a una conferencia de trabajo. Página web sobre una conferencia. Folleto que cubre las expectativas culturales para visitantes de todas las nacionalidades a un hotel.</p>

	<p><b>Speaking</b>  Hablar y opinar sobre la importancia de ferias laborales y conferencias  Organizar una agenda de viaje para dos conferenciantes.  Utilizar diferentes tratamientos y títulos de cortesía para dirigirse a otras personas.  Dar la bienvenida a un visitante; preguntarle por su viaje, mostrar hospitalidad, explicar el programa o agenda de trabajo, dar información extra.</p> <p><b>Writing</b>  Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b>  Viajes de negocios.</p> <p><b>Gramática</b>  Artículos; indefinidos (<i>a/an</i>), definidos, sin artículo.</p>
<p>Unit 7  Working online</p>	<p><b>Listening</b>  Seguridad online y sus peligros; el cybercrimen.  Normas y reglas para expresar obligación, prohibición y permiso.  Registro en una página web.  Teleconferencia en una empresa farmacéutica para presentar un nuevo sistema de seguridad.</p> <p><b>Reading</b>  Artículo sobre la seguridad online en el trabajo; peligros y actuaciones.  Normas para los empleados de una empresa en relación al uso de las TIC.  Investigación sobre el uso del ordenador en el trabajo para asuntos privados.</p> <p><b>Speaking</b>  Hablar y opinar sobre la seguridad online.  Discutir las líneas de actuación de seguridad online para una empresa.  Normas y reglamento para un nuevo empleado.  Teleconferencia; introducción o comienzo, manejo con problemas técnicos, gestión de la teleconferencia, hacer interrupciones cuando sea necesario, finalizar de manera adecuada.</p> <p><b>Writing</b>  Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b>  La seguridad online personal y de organizaciones.</p> <p><b>Gramática</b>  Verbos para expresar obligación, prohibición y permiso.</p>
<p>Unit 8  Finance</p>	<p><b>Listening</b>  Presupuesto para un ejercicio financiero.  Conversaciones para practicar los distintos usos de <i>will</i>.  Presentación de una empresa inmobiliaria sobre el futuro y el presupuesto de la misma.  Conversación sobre diferentes métodos y términos de pago, ventajas y desventajas.</p> <p><b>Reading</b>  Artículo sobre el <i>Crowdfunding</i>.  Tabla con un presupuesto para un ejercicio financiero anual.  Texto informativo sobre diferentes empresas que utilizan el sistema de recaudación de fondos crowdfunding.</p> <p><b>Speaking</b>  Opinar sobre diferentes formas de obtener dinero para empezar un negocio.  Actuar una reunión entre empresarios planificando cómo recolectar dinero para una nueva idea empresarial.  Formas de futuro para hablar de presupuestos y finanzas.  Comparar diferentes formas o métodos de pago, analizando ventajas e inconvenientes de cada una de ellas.</p> <p><b>Writing</b>  Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b>  Finanzas y dinero.</p>

	<p><b>Gramática</b> Formas de expresar futuro: <i>will, going to, may, might</i></p>
<p>Unit 9 Logistics</p>	<p><b>Listening</b> Entrevista con un empresario que habla de la gestión de su compañía en términos de la cadena de suministros y la logística de la empresa. Conversación entre cliente y un servicio de transporte de mercancías con preguntas directas e indirectas. Reunión entre un jefe de ventas y un empleado.</p> <p><b>Reading</b> Artículo sobre la logística y organización de una empresa. Email haciendo un pedido. Texto informativo sobre servicios que antes ofrecían las empresas y cómo las personas tenemos cada vez menos tiempo libre.</p> <p><b>Speaking</b> Opinar sobre los negocios de importación y su proceso Describir la cadena de suministro de un producto y la logística empleada en las empresas. Preguntas directas e indirectas para pedir información sobre el transporte o embarque de un pedido. Hacer el pedido, pedir detalles, comprobar el estado de un pedido, dar explicaciones, realizar una queja, prometer una acción para solucionar el problema.</p> <p><b>Writing</b> Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b> Logística y cadenas de suministro .</p> <p><b>Gramática</b> Oraciones interrogativas directas e indirectas .</p>
<p>Unit 10 Facilities</p>	<p><b>Listening</b> Lugar de trabajo y sus instalaciones. Conversación entre un inspector de salud y seguridad laboral y un empleado. Discusión entre el jefe de instalaciones y un arquitecto; sugerencias y recomendaciones</p> <p><b>Reading</b> Artículo sobre las instalaciones y lugar de trabajo de la empresa Google. Folleto sobre instalaciones de salud y seguridad en el lugar de trabajo. Comentarios de un buzón de sugerencias. Texto informativo sobre el <i>Efecto Hawthorne</i> en la motivación de unos trabajadores al ser observados.</p> <p><b>Speaking</b> Hacer la descripción de unos lugares propuestos. Preguntar por las instalaciones de seguridad en el trabajo, utilizando cuantificadores adecuadamente. Hacer sugerencias y recomendaciones para crear un área de relax en el trabajo.</p> <p><b>Writing</b> Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b> Describir el lugar de trabajo.</p> <p><b>Gramática</b> Cuantificadores.</p>
<p>Unit 11 Decisions</p>	<p><b>Listening</b> Charla donde un formador explica en qué consiste una matriz de acción prioritaria. Situaciones hipotéticas utilizando la partícula condicional <i>if</i> . Negociación de un posible acuerdo de distribución de una empresa en otro país.</p> <p><b>Reading</b> Matriz de acción prioritaria. Artículo sobre el sistema de decisiones de la empresa Suma. Email sobre la toma de una decisión.</p> <p><b>Speaking</b></p>

	<p>Hablar de las prioridades del alumno en función de una matriz de acción prioritaria.  Conversación para la toma de una decisión empresarial; ventajas y desventajas de esta forma de toma de decisiones.  Utilizar la partícula <i>if</i> para hablar de situaciones hipotéticas.  Negociar; presentar la situación, explicar y preguntar la posición de la otra parte, hacer una oferta, comprometerse, rechazar o aceptar una oferta.</p> <p><b>Writing</b>  Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b>  Tomar decisiones.</p> <p><b>Gramática</b>  Oraciones condicionales; primer y segundo condicional.</p>
<p>Unit 12  Innovation</p>	<p><b>Listening</b>  Cambios e innovaciones.  Conversación alabando y agradeciendo la labor de otras personas.  Una declaración de misión o propósito de una empresa.</p> <p><b>Reading</b>  Artículo sobre el Circo del Sol y sus innovaciones en el mundo del espectáculo.  Ideas y obstáculos en la vida de la gente.  Comunicado de prensa de una ceremonia de entrega de premios.  Declaración de misión de una empresa.  Estudio realizado por la empresa online <i>e-Bay</i> sobre el efecto de la música en una situación o contexto laboral concreto.</p> <p><b>Speaking</b>  Discusión a partir de unos textos con ideas y obstáculos en la vida de la gente. Personalización de información hablando sobre ideas innovadoras.  Actividades para alabar y agradecer a la gente.  Presentar ideas nuevas; hacer una introducción, hacer un avance de la exposición, añadir énfasis, hacer referencias a la información visual, cerrar la presentación.</p> <p><b>Writing</b>  Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b>  Innovaciones.</p> <p><b>Estructuras-gramática</b>  Superlativos.</p>
<p>Unit 13  Breakdowns</p>	<p><b>Listening</b>  Programa radiofónico sobre errores en los negocios.  Conversaciones en un entorno laboral en los que se plantean problemas y se dan soluciones.</p> <p><b>Reading</b>  Cuatro noticias sobre diferentes problemas, fallos o averías.  Texto informativo sobre lo que lo ocurrido a la plataforma petrolífera Deepwater Horizon y su vertido de petróleo.</p> <p><b>Speaking</b>  Discusión y actuación de conversaciones en diferentes situaciones problemáticas de avería o fallo en la empresa.  Juego para describir un objeto, persona o lugar.  Discusión sobre problemas y soluciones a los mismos.  Opinar y decidir qué hacer en tres diferentes situaciones que requieren de relaciones públicas delicadas.</p> <p><b>Writing</b>  Realización de los ejercicios escritos.</p> <p><b>Vocabulario</b>  Averías y fallos .</p> <p><b>Gramática</b>  Pronombres de relativo: <i>which, when, that, whose, where, who</i>.</p>

## 1º y 2º curso del CFGS Marketing y Publicidad

Durante el presente curso utilizaremos como libro de texto **English for Marketing and Publicity** de la editorial Educàlia (Student´s Book). El libro consta de 10 unidades que tratan los contenidos más relevantes para cada uno de los dos cursos.

Los contenidos se han agrupado para ello en bloques que ordenan los elementos de análisis de una realidad compleja, en relación con cuatro centros de atención con características y necesidades específicas en cuanto al proceso de enseñanza y aprendizaje: el lenguaje oral; el lenguaje escrito; los elementos constitutivos del sistema lingüístico, su funcionamiento y relaciones; y la dimensión social y cultural de la lengua extranjera.

Aunque el lenguaje oral y el escrito son dos manifestaciones diferentes de una misma capacidad, cada uno exige diferentes habilidades y conocimientos por los que los contenidos se refieren a ellos por separado:

- Comprensión y producción de mensajes orales
- Emisión e interpretación de textos y mensajes escritos
- Conocimientos lingüísticos
- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos.

Unidad	Contenidos
Unit 1 Marketing and Publicity Companies	<p><b>Listening</b> A day in the life of... A job interview.</p> <p><b>Reading</b> Texto The Art of Marketing Excellence.</p> <p><b>Speaking</b> Presentarse, intercambiar saludos, presentar a otras personas, preguntar por detalles personales. Job interview for a Marketing agency.</p> <p><b>Writing</b> CV and Cover letter for a position related to Marketing.</p> <p><b>Vocabulario</b> Companies. Work and employment. CV.</p> <p><b>Gramática</b> Presente Simple y presente continuo, Questions: word order.</p>
Unit 2 Trends	<p><b>Listening</b> Brand identity.</p> <p><b>Reading</b> Texto Top Consumer Behaviour Trends.</p> <p><b>Speaking</b> Describing trends.</p> <p><b>Writing</b> Intra office mails.</p> <p><b>Vocabulario</b> Dealing with numbers. Statistics and Trends.</p> <p><b>Gramática</b> Past Simple and Past Continuous.</p>

<p>Unit 3 Marketing Department</p>	<p><b>Listening</b> Top ten Marketing trends.</p> <p><b>Reading</b> Marketing Department key pillars for business growth.</p> <p><b>Speaking</b> Marketing insights.</p> <p><b>Writing</b> Writing a report.</p> <p><b>Vocabulario</b> Roles and tasks. Marketing campaigns.</p> <p><b>Gramática</b> Perfect tenses.</p>
<p>Unit 4 Office Administration</p>	<p><b>Listening</b> The evolving role of managers.</p> <p><b>Reading</b> Office working environment.</p> <p><b>Speaking</b> Role play: office scene.</p> <p><b>Writing</b> Formal email.</p> <p><b>Vocabulario</b> Managing people. Office IT.</p> <p><b>Gramática</b> Future tenses.</p>
<p>Unit 5 Banking and Finance</p>	<p><b>Listening</b> Urgent emails and banking crisis.</p> <p><b>Reading</b> A dynamic trio for business success.</p> <p><b>Speaking</b> Pair discussion in a bank.</p> <p><b>Writing</b> Writing meeting minutes.</p> <p><b>Vocabulario</b> Money management. Financial statements.</p> <p><b>Gramática</b> Modal verbs.</p>
<p>Unit 6 Publicity and Advertising</p>	<p><b>Listening</b> Changing the Super Bowl. Fun Facts of some ads.</p> <p><b>Reading</b> The power of advertising.</p> <p><b>Speaking</b> Talking about ads.</p> <p><b>Writing</b> Creating a commercial.</p>

	<p><b>Vocabulario</b> Advertising. Persuasive Advertising.</p> <p><b>Gramática</b> Modal perfects.</p>
Unit 7 E-Business	<p><b>Listening</b> Online payment systems.</p> <p><b>Reading</b> E-Commerce today.</p> <p><b>Speaking</b> A SWOT analysis.</p> <p><b>Writing</b> Letter of apology.</p> <p><b>Vocabulario</b> Expressions with money. Managing financial operations.</p> <p><b>Gramática</b> Conditional sentences and Time clauses.</p>
Unit 8 Digital Marketing	<p><b>Listening</b> Newsletters.</p> <p><b>Reading</b> Neil Patel.</p> <p><b>Speaking</b> A case study.</p> <p><b>Writing</b> Social Media.</p> <p><b>Vocabulario</b> Online Marketing. Digital Marketing campaigns.</p> <p><b>Gramática</b> Passive Voice.</p>
Unit 9 International Relations	<p><b>Listening</b> Technology in event managing. Netiquette.</p> <p><b>Reading</b> International markets and strategies.</p> <p><b>Speaking</b> Avoiding social mistakes.</p> <p><b>Writing</b> Creating a brochure.</p> <p><b>Vocabulario</b> Business travel. Trade Shows. Business etiquette.</p> <p><b>Gramática</b> Relative pronouns. Defining and non-defining relative sentences.</p>
Unit 10 Customer service	<p><b>Listening</b> Vital customer care. Customer complaints.</p> <p><b>Reading</b> Customers' expectations.</p>

	<p><b>Speaking</b> Proper customer skills.</p> <p><b>Writing</b> Review responses.</p> <p><b>Vocabulario</b> Customer service instructions. Handling customer issues. Telephoning. Customer support.</p> <p><b>Gramática</b> Reported Speech.</p>
--	---

## 8.EVALUACIÓN FINAL ORDINARIA

En el marco de la evaluación continua, la calificación de la evaluación final ordinaria será el resultado obtenido en la/s prueba/s objetiva/s correspondiente/s a la evaluación final ordinaria, valorando también la evolución del alumno y las calificaciones obtenidas durante el curso. En ningún caso dicha calificación será la nota media de las calificaciones obtenidas en todas las evaluaciones.

Para superar el módulo, el alumnado tiene que obtener una **nota mínima de 5 en la evaluación final ordinaria** como resultado de aplicar todos los criterios de calificación correspondientes a los cuatro resultados de aprendizaje (RAs).

No es posible en modo alguno la eliminación de bloques de materia del módulo en diferentes momentos del curso. Por lo tanto, los exámenes de las evaluaciones podrán incluir cualquiera de los contenidos trabajados.

## 9.PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Al ser una evaluación continua, progresiva y acumulativa, no cabe hablar de recuperaciones después de cada una de ellas. Una evaluación superada implicará la recuperación de la o las anteriores y, consecuentemente, la final, la superación total del módulo.

El profesorado se encargará de explicar las dudas y analizar los motivos por los que el alumnado encuentra dificultades para progresar, facilitando las explicaciones necesarias, los materiales adecuados y realizando el seguimiento oportuno.

## 10.MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y DE REFUERZO

La diversidad del alumnado en los ciclos formativos de nuestro centro viene en mayor parte determinada por su distinta procedencia académica o profesional.

Las medidas para atender a la diversidad del alumnado serán las siguientes:

Cuando el alumnado tenga distinta procedencia académica o profesional y esto origine distintos ritmos de aprendizaje:

Si se trata de alumnado con alta capacidad intelectual que presente un ritmo de aprendizaje superior al resto del grupo, se le plantearán actividades de profundización

o ampliación que requieran un mayor rigor técnico sobre la materia una vez que haya realizado correctamente las tareas generales propuestas.

Si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los objetivos, se le plantearán actividades de refuerzo.

Cuando el módulo profesional sea cursado por alumnado con algún tipo de discapacidad, se adecuarán las actividades formativas y los procedimientos de evaluación. Esta adaptación en ningún caso supondrá la supresión de resultados de aprendizaje y objetivos generales del ciclo que afecten a la adquisición de la competencia general del título.

En caso de concurrir en algún alumno/a la circunstancia de discapacidad física, se realizarían las adaptaciones necesarias con relación a los recursos y equipamientos del centro o la creación de materiales.

## **11.ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES**

El Plan Educativo de Centro, que es aprobado por el Consejo Escolar, reflejará la programación de las actividades complementarias y extraescolares que vayan a realizarse a lo largo del curso, de acuerdo con los criterios señalados en el Proyecto Curricular y dentro del marco del Proyecto de Centro. No se descarta organizar alguna actividad si a lo largo del curso escolar se presentan opciones atractivas para el alumnado.

## **12.PLANIFICACIÓN DEL USO DE ESPACIOS Y EQUIPOS**

Las clases serán impartidas en las correspondientes aulas de referencia de cada uno de los ciclos, situadas en las 1ª y 2ª plantas del centro, ya que en dichas aulas se dispone de pizarra digital con una conexión a internet excelente y totalmente fiable. También se utilizará esporádicamente alguna de las aulas de informática del centro para realizar prácticas de comprensión oral individualizadas o preparar presentaciones y tareas en general con carácter grupal.

## **13.CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES**

Este curso 2025-2026 la dirección del centro ha eliminado la doble opción bilingüe- no bilingüe en los siguientes ciclos y cursos:

1º curso del CFGS de Comercio Internacional

2º curso del CFGS de Comercio Internacional (en el módulo de Inglés)

1º curso del CFGS de Marketing y Publicidad

2º curso del CFGS de Marketing y Publicidad (en el módulo de Inglés)

Y se ha ofertado únicamente la opción bilingüe. Esto implica lo siguiente:

- ✓ Los alumnos que se han matriculado por primera vez en estos ciclos han tenido que hacerlo en esta única opción, con todas las consecuencias pedagógicas que ello conlleva y en detrimento de la calidad del ahora denominado *Programa Plurilingüe*, al no haber realizado selección alguna previa del alumnado y aumentar la ratio en el aula (en cursos anteriores los candidatos tenían que superar una prueba de nivel intermedio B1-B2).
- ✓ Los alumnos que han cursado el módulo de Inglés en el curso 2024-2025 del *Programa Bilingüe* como desdoble independiente, ahora tienen que asistir al segundo curso junto con el resto de sus compañeros “no bilingües”. Este hecho no deja de resultar un tanto extraño, ya que sí que se sigue manteniendo el desdoble para estos alumnos de segundo curso en el otro módulo bilingüe (TIM). Además, el propio proceso de enseñanza aprendizaje, el rendimiento y la motivación de los alumnos más avanzados se están viendo claramente afectados por la disparidad de niveles, que irían desde tener alumnos en la misma clase con el módulo de Inglés pendiente del curso anterior a alumnos con un nivel B2/C1.

Los alumnos que se matricularon el curso pasado en el Programa Bilingüe se comprometieron por escrito a cumplir una serie de condiciones específicas durante los dos cursos de duración del programa y en ningún momento se les dijo que esas condiciones iban a cambiar. Por otro lado, los alumnos que provienen del grupo “no bilingüe” no quisieron matricularse en su día en la otra opción y ahora se les hace formar parte del grupo “bilingüe” sin su consentimiento.

Tal y como se indica en la *Guía de programación, evaluación y metodología* publicada por la Consejería de Educación y a este respecto, se señala lo siguiente en la página 19: *Teniendo en cuenta la necesidad de aplicar metodologías activas que respondan a la realidad del contexto laboral en el que el alumnado deberá integrarse, es importante pensar en agrupaciones flexibles, codocencia o cualquier otra herramienta que facilite el proceso de enseñanza aprendizaje en esta línea.*

#### **14.NORMAS DEL DEPARTAMENTO RELATIVAS A EXÁMENES Y PRUEBAS**

Si una profesora del departamento detecta a un alumno copiando de manera evidente en el curso de una prueba de inglés, dicha prueba será recogida inmediatamente, su calificación será 0 y no podrá ser repetida bajo ninguna circunstancia. Cualquier dispositivo electrónico susceptible de conectarse a internet deberá permanecer **completamente apagado** durante la realización de las pruebas o exámenes. El Departamento acuerda por unanimidad que sólo y exclusivamente se repetirán las pruebas y exámenes de evaluación al alumnado ausente en el día de

su celebración por motivos que, a juicio de la profesora, sean de fuerza mayor e ineludibles o por razones de enfermedad, siempre y cuando se acompañe del preceptivo informe o justificante médico oficial. **NO** se admitirán como causas justificadas: motivos laborales, viajes familiares o personales del alumnado, asistencia a otros eventos, pruebas o entrevistas de trabajo que tengan lugar en horario lectivo del centro organizadas por otras instituciones, empresas, escuelas, etc.