

## **i ASIGNATURA INGLÉS APLICADO A LA PUBLICIDAD Y LAS RR.PP.**

Código	31309033
Titulación	GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
Módulo	MÓDULO XI - COMUNICACIÓN GLOBAL
Materia	MATERIA XI.5 INGLÉS APLICADO A LA PUBLICIDAD ...
Curso	4
Duración	SEGUNDO SEMESTRE
Tipo	OPTATIVA
Idioma	INGLÉS
ECTS	6,00
Teoría	0
Práctica	6
Departamento	C115 - FILOLOGIA FRANCESA E INGLESA

## **✓ REQUISITOS Y RECOMENDACIONES**

### **Requisitos**

Conocimiento intermedio-alto de la lengua inglesa

### **Recomendaciones**

Se recomienda a los alumnos compromiso de trabajo continuado a lo largo de todo el curso: deben estar dispuestos a esforzarse a la hora de realizar todas las tareas y actividades exigidas por el profesor. Las clases de la asignatura serán llevadas a cabo en inglés; por ello, se espera que los alumnos se muestren dispuestos a hacer uso de este idioma durante su participación en clase.

## RESULTADO DEL APRENDIZAJE

Id.	Resultados
1	Ser capaz de resolver ejercicios de comprensión y producción tanto orales como escritos con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B1 del MRE.
2	Ser capaz de comunicarse con sus compañeros resolviendo ejercicios comunicativos de tipo Role-Play utilizando el vocabulario y las expresiones de los temas de la asignatura, con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B1 del MRE.
3	Ser capaz de utilizar correctamente la gramática, la entonación y los sonidos propios de la lengua inglesa con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B1 del MRE.
4	Ser capaz de trabajar en grupo y exponer en clase actividades y trabajos de forma oral, con la precisión adecuada a un mínimo de nivel B1 del MRE.
5	Ser capaz de resolver ejercicios 'on-line' a través del Campus Virtual, utilizando adecuadamente las herramientas proporcionadas por dicha plataforma.
6	Ser capaz de utilizar correctamente las herramientas y programas del laboratorio de idiomas.

## COMPETENCIAS

Id.	Competencia	Tipo
CE72	Trabajar en inglés como lengua extranjera	ESPECÍFICA
CE73	Manejar las técnicas de comunicación en inglés	ESPECÍFICA
CT2	Aprendizaje autónomo	TRANSVERSAL
CT21	Trabajo en equipo.	TRANSVERSAL

Id.	Competencia	Tipo
CT8	Conocimiento de otras culturas y costumbres.	TRANSVERSAL
CT9	Conocimiento de una lengua extranjera.	TRANSVERSAL

## CONTENIDOS

### CONTENIDOS GENERALES

- 1.Lectura de textos y documentos relacionados con las distintas áreas de la titulación.
- 2.Redacción y elaboración de mensajes y campañas publicitarias.
- 3.Vocabulario específico relativo a las distintas áreas que afectan a la Publicidad y RR.PP.
- 4.Conversaciones presenciales y telefónicas, tanto de carácter personal como profesional.
- 5.Presentaciones y exposiciones de carácter profesional.

Los contenidos específicos de la asignatura, así como el Programa detallado, se publicarán en el Campus virtual de la misma al comienzo de su impartición.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

### Criterios generales de evaluación

La evaluación de la asignatura constará de:

- 1) Examen final escrito obligatorio. Esta prueba consistirá en una serie de preguntas sobre la materia explicada en clase, a través de diferentes ejercicios: comprensión lectora, de vocabulario, gramaticales, etc. El examen servirá para evaluar el dominio conceptual de la materia y habrá de ser superado para que el alumno pueda aprobar la asignatura.

2) Actividades de aprendizaje realizadas a lo largo del curso a través de la asistencia y participación activa en las clases presenciales.

Las competencias idiomáticas a alcanzar por los alumnos son las correspondientes al nivel B1 del Marco de Referencia Europeo de las Lenguas:

#### NIVEL B1

- Es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización.
  - Puede relacionarse con hablantes nativos con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores.
  - Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones
- Desglose de actividades formativas

## Procedimiento de calificación

La evaluación de la asignatura constará de:

- 1) Examen final escrito y/o oral obligatorio: (70% de la calificación final).
- 2) Actividades de aprendizaje realizadas a lo largo del curso a través de la asistencia y participación activa en las clases presenciales: (30% de la calificación final).

## PROFESORADO

Profesorado	Categoría	Coordinador
LOPEZ ZURITA, PALOMA	PROFESOR TITULAR UNIVERSIDAD	Sí

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividad	Horas	Detalle
02 Prácticas, seminarios y problemas	32	Engloba: - Seminarios, - Realización y/o exposición de trabajos y/o debates, - Trabajo en grupo y - Trabajo autónomo
04 Prácticas de taller/laboratorio	16	Engloba: - Trabajo en grupo - Trabajo autónomo
12 Actividades de evaluación	3,00	Engloba: - Examen teórico-práctico final escrito. - Prueba teórico-práctica final oral. - Entrega planificada de actividades teóricas y/o prácticas - Participación activa/colaboradora
13 Otras actividades	99,00	- Trabajo autónomo del alumno

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía básica

Manual elaborado por la profesora responsable de la asignatura basado en una amplia bibliografía y en artículos de actualidad procedentes de revistas especializadas.

## **Bibliografía específica**

---

N. & Lee, N. (2008). Cambridge English for the Media. Cambridge: C.U.P.  
Horner, D. & P. Strutt (1996). Words at work. Cambridge: C.U.P.

## **Bibliografía ampliación**

---

- Baker, M. MacMillan (1990). Dictionary of Marketing and Advertising. MacMillan.
- Crowther, J. (ed.) (1999) Oxford Guide to British and American Culture. Oxford: O.U.P.
- Alcaraz Varó et alii (1999). Diccionario de términos de marketing, publicidad y medios de comunicación. Barcelona: Ariel.

Diccionarios en la red:

[www.poraqui.net/diccionario/bibliografia.htm](http://www.poraqui.net/diccionario/bibliografia.htm)

[www.wordreference.com/es/en/translation.asp?slen=turismo](http://www.wordreference.com/es/en/translation.asp?slen=turismo)

[www.tutorgig.com/store/PR0785909176](http://www.tutorgig.com/store/PR0785909176)

Asimismo, se utilizan diferentes páginas Web relacionadas con actividades en países de habla inglesa, así como páginas de editoriales que ofrecen ejercicios on-line para estudiantes.

## **COMENTARIOS**

---

Esta ficha ha sido cumplimentada conforme a las últimas modificaciones aprobadas por la Comisión de Garantía de Calidad del Centro, salvo en el apartado de las competencias, que mantiene las inicialmente contenidas en la memoria.

---

El presente documento es propiedad de la Universidad de Cádiz y forma parte de su Sistema de Gestión de Calidad Docente.

En aplicación de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, así como la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, toda alusión a personas o colectivos incluida en este documento estará haciendo referencia al género gramatical neutro, incluyendo por lo tanto la posibilidad de referirse tanto a mujeres como a hombres.

---