

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Inglés I
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
GRUPO: 1718-M
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Básico
ECTS: 6,0
CURSO: 1º
SEMESTRE: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: María Elvira Jensen Casado
EMAIL: mejensen@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 14:00 horas
BREVE CV: <p>Doctora acreditada en filología germánica, sección inglés, por la Universidad de Salamanca. Actividad docente en la Universidad de Salamanca, Universidad Católica San Antonio como profesora de <i>English for Specific Purposes</i> así como en el Master en Nutrición y Seguridad Alimentaria de la UCAM. Estancias en SCIC (centro de traducción e interpretación de conferencias) de la Unión Europea, Bruselas, Bélgica, en el John F. Kennedy Institut, Freie Universität, Berlín, Alemania y en Chapel Hill University, Carolina del Norte, EE.UU. Ha participado en Proyectos de investigación subvencionados como "An Educational Dimension of Conflict Resolution Through Cultural Production" Unión Europea, Sócrates, Programa Minerva (ODL and ICT in Education) o en diversas estancias Erasmus en Università degli studi della Tuscia en Viterbo, Università Lum Jean Monnet en Bari o International School of Management (ISM) en Dortmund. Las líneas de investigación se centran principalmente en el teatro afroamericano contemporáneo como August Wilson pero también en otros temas más interdisciplinares como el microrrelato, el análisis del tratamiento de un Nobel en la prensa española literaria y de opinión o la aplicación de la investigación en literatura y periodismo, etc.</p>

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA: <p>El curso es de inglés específico de publicidad y relaciones públicas combinado con nociones de inglés general a un nivel alto A2-B1, según el Marco Europeo de Lenguas. La asignatura pretende potenciar aptitudes comunicativas en situaciones profesionales reales además de reforzar conocimientos gramaticales necesarios para adquirir una expresión más fluida en lengua inglesa. Este curso se basa en el estudio y aprendizaje del inglés que se necesita como profesional del sector para responder de forma adecuada a situaciones típicas del mundo del sector de la publicidad. Siempre trabajando dentro de este marco temático, el curso prepara el alumno para que sepa confeccionar textos escritos y orales en inglés de la publicidad, partiendo de fuentes en lengua inglesa. También el curso tiene como meta global una mejora en el grado de autonomía con que los alumnos llevan a cabo las tareas que se les manda por una parte, pero también con respecto al proceso de aprendizaje de una segunda lengua.</p> <p>Se esperan conocimientos previos del idioma inglés a un nivel A2- alto principio del B1, según el Marco Europeo de Lenguas. Se espera un conocimiento de las cuatro destrezas: comprensión escrita, comprensión oral, expresión</p>

escrita, y expresión oral, así como un nivel gramatical acorde a los niveles antes mencionados. Lógicamente estos niveles son un punto de referencia, que el profesor tendrá que adaptar en función del tamaño y nivel del grupo.

Contextualización de la asignatura: Esta asignatura pertenece a la materia 1: expresión oral y escrita para los medios de comunicación y completará a Inglés II del segundo curso de grado.

Importancia de la asignatura para el ámbito profesional: El conocimiento de la lengua inglesa es básico en un mundo globalizado. Esta asignatura contribuye a proporcionar a los alumnos las destrezas y herramientas lingüísticas necesarias para desenvolverse en inglés en el mundo profesional.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

UNIT 1: Marketing and Companies

Marketing and sales vocabulary, marketing communications, the four Ps, listening, Fill in the blank, word building, basic Question structure, Speaking, marketing Communications mix, listening, Reading Comprehension, Company structures, listening, Speaking, Report Writing, Evaluating products, listening, translations, direct marketing, passive structures, listening, retailing, prepositions, Speaking

UNIT 2: Advertising, P.R. and Sales Promotions

Advertising vocabulary, listening, promotion and advertising, more prepositions, slogans, Speaking, listening, analysing advertisements, types and styles of advertisements, Speaking, advertising techniques, listening, relative clauses, branding, Speaking, psychology of colors in advertising, listening, translations, Speaking, comparative and superlative forms, writing, the most hated advertising techniques, listening, sales promotions, listening, public relations, Speaking, assessing the results of advertising and promotions.

UNIT 3: Communication Skills

Small talk means Big Business, Making contacts, Speaking, Starting conversations, Business Correspondence, Grammar: Its vs. It's, Fill in the Blank, Listening, Phone English, Speaking Leaving and Taking messages, Listening, Body language, Speaking, Bad Listening habits, Levels of listening, Nonverbal listening.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Programas informáticos, dvds, cds, papel, pizarra.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE01. Capacidad y habilidad para comprender y expresarse correctamente con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita con aplicación a los distintos medios
- CE02. Capacidad y habilidad para comprender y expresarse correctamente con fluidez y eficacia comunicativa en lengua inglesa de manera oral y escrita con aplicación a los distintos medios
- CE05. Capacidad y habilidad para exponer razonadamente ideas a partir de los fundamentos expresivos de la comunicación
- CE06. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación y de la publicidad y de las relaciones públicas
- CE18. Capacidad para integrar conocimientos artísticos heterogéneos en la elaboración o creación de nuevos

contenidos

- CE22. Capacidad y habilidad para buscar, seleccionar y organizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración o creación de contenidos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Dominar la lengua española en los planos fonológico, gramatical y sintáctico.
- Comprender correctamente la lengua propia de manera escrita.
- Desarrollar la expresión analítica y sintética.
- Emitir razonadamente juicios críticos e ideas creativas.
- Desarrollar recursos para exponer en público.
- Desarrollar interés por el conocimiento de otras realidades culturales literarias contemporáneas.
- Aplicar criterios de selección e interpretación periodísticos sobre hechos noticiables.
- Aplicar criterios y técnicas básicas de redacción periodística a la creación de géneros de información, interpretación y opinión para prensa escrita y el medio radifónico, televisivo y digital.
- Tratar correctamente con las fuentes informativas.
- Redactar textos publicitarios e informativos evitando lenguaje discriminatorio o sexista que puedan fomentar la desigualdad entre las personas.
- Comprender y expresarse correctamente en lengua inglesa.
- Intensificar la integración personal a través de estrategias lingüísticas en su propia lengua y en lengua extranjera.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Absolutamente toda la bibliografía se encuentra en la biblioteca de la UEMC

Grammars:

AA.VV. (2006): *Cobuild Intermediate English Grammar with CD*. Glasgow: Harper-Collins.

Beaumont, D. (1992): *The Heinemann ELT English grammar with Progress Tests*. Oxford: Macmillan-Heinemann.

Collins, P. and Carmela, H. (2010): *English Grammar: An Introduction*, NY: Palgrave-Macmillan.

Eastwood, J. (2009): *Oxford Practice Grammar with Answers*. OUP, Oxford.

Fuchs, M., Bonner, M. (2003): *Grammar Express*. Essex: Longman.

Murphy, R. (2010): *English Grammar in Use: a Self-Study Reference and Practice Book for Intermediate Students of English: with Answers*. Cambridge: Cambridge University Press.

English for Advertisers, P.R. and Business:

Gutjahr, L. (2009): *English for Sales and Purchasing*. Oxford: Oxford University Press

Fitzgerald, J. (2001): *Advertising and Promotion*. Genoa: Black Cat

Jones, L. (2006): *New International Business English: Communication Skills In English For Business Purpose* Cambridge: Cambridge University Press

Walker, C. (2008): *English for Business Studies in Higher Education Studies*. London: Garnet Publishing

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Grammars:

- Alexander, L. G. (2001): *Longman English Grammar Practice: for Intermediate Students*. NY: Longman
- Dignen, B. and Chamberlain, J. (2009): *Fifty Ways to Improve your Intercultural Skills in English*. London: Summertown Publishing.
- Gascoigne, J. (2009): *English Grammar Framework: Reference and Practice for Intermediate Students at B2 Level*. Genova: Black Cat.
- Eastwood, J., Mackin, R. (2001): *A Basic English Grammar*. Oxford: OUP.
- Eastwood, J. (2005): *Learner's Grammar with CD*. Oxford: OUP.
- Hewings, M. (2003): *Advanced Grammar in Use*. Cambridge: CUP.
- Leech, G. N., Cruickshank, B., & Ivancic, R. (2001) *An A-Z of English Grammar & Usage*. London: Pearson Harlow.
- Murphy, R. (2002): *English Grammar In Use: A Self-Study Reference And Practice Book For Intermediate Students*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Murphy, R. (2009): *Essential Grammar In Use: A Self-Study Reference and Practice Book for Elementary Students of English: with Answers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pye, G. (2011): *Vocabulary in Practice 4 Intermediate*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Swan, M. (1995): *Practical English Usage*. Oxford: Oxford University Press.
- Swan, M. and Walter, C. (2002): *How English Works. A Grammar Practice Book with Answers*. Oxford: Oxford University Press.
- Swick, (ed) (2005): *Practice Makes Perfect. English Grammar for ESL Learners. Beginner Level with Answers*. NY: McGrawHill.
- Vince, M., (2010): *Intermediate Language Practice: English Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan Education.
- Willis, D. and Wright, J. (2006): *Collins Cobuild Elementary English Grammar*. Glasgow: Harper-Collins.
- Willis, D. and Wright, J. (2006): *Collins Cobuild Intermediate English Grammar*. Glasgow: Harper-Collins.
- Specialized Dictionaries:
- Alcaraz Varó, E., Hughes, B. y Campos, M. A., (1999): *Diccionario de términos de marketing, publicidad y medios de comunicación: inglés-español, Spanish-English* (Bilingüe). Barcelona: Editorial Ariel.
- Vela Gormaz, E., (1997) *Glosario de inglés técnico para imagen, sonido y multimedia*. Andoain: Escuela de Cine y Video.
- Vollnhals, O., (1997): *Diccionario de tecnología de la información: inglés-español, español-inglés = Dictionary of Information Technology: English-Spanish, Spanish-English*. Herder: Brandstetter Verlag.
- Watson, J. and Hill, A. (2003): *Dictionary of communication and media studies*. London: Edward Arnold
- English for Advertisers, P.R. and Business:
- Badger, I. (2005): *English for Business Life*. London: Marshall Cavendish Education
- Bethell, G. (2007): *Test Your Business Vocabulary in Use*. Cambridge University Press, Cambridge,
- Emmerson, P. (2007): *Business English Handbook: Advanced. The Whole of Business In One Book*, Oxford: Macmillan Education
- Fortanet Gómez, I. (2008): *English Communication for International Business, II*, Castellón: Universidad Jaime I
- Frendo, E. (2007): *English for Accounting*, Oxford, Oxford: University Press
- O'Driscoll, N. (2010): *Market Leader. Marketing Essex*, Pearson

Pilbeam, Adrian (2000): Business English: International Management Edinburgh: Longman,
Schofield, J. (2008): Double dealing: Intermediate Business English Course Self-Study and Grammar 2 CD-Audio, Oxford: Summertown
Taylor, K. (2009): Fifty Ways to Improve Your Business English - Without too Much Effort! London: Summertown
Tullis, G. (2008): New Insights into Business Essex: Pearson-Longman

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

<http://www.wordreference.com>

Online Dictionaries: Word reference

<http://dictionary.cambridge.org/>

Online Dictionaries: Cambridge dictionary

<http://dictionary.reference.com/>

Online Dictionaries: Reference dictionary

<http://www.merriam-webster.com>

Online Dictionaries: Merriam Webster dictionary

<http://www.ldoceonline.com/>

Online Dictionaries: Longman Dictionary Online

<http://www.macmillandictionary.com/>

Online Dictionaries: Macmillan Dictionary

<http://learnenglish.britishcouncil.org/en/apps>

Aplicaciones para móvil:

<http://www.cambridgemobileapps.com/>

Aplicaciones para móvil:

<http://aplicacionesparamovil.com/>

<http://techathena.com/mobile/android/learn-english-android-apps/>

<http://www.museumofbrands.com/>

Museum of Brands, packaging and Advertising:

<http://www.mediauk.com>

Resource base for media:

<http://www.bbc.co.uk>

BBC:

<http://www.cnn.com>

CNN:

<http://www.theaustralian.com.au/>

The Australian:

<http://www.esquire.com/>

Esquire:

<http://www.cosmopolitan.com/>

Cosmopolitan:

<http://community.sparknotes.com/>

Sparklife:

<http://uk.eonline.com/celebrities/index.jsp>

Celebrities:

<http://www.nydailynews.com/gossip>

NY DailyGossip:

<http://www.mansioningles.com/>

English Practice: All types of practice:

<http://www.visualthesaurus.com/index.jsp>

English Practice: Vocabulary:

<http://www.esl-lab.com/>

English Practice: Listening:

<http://www.pearsonelt.com/>

English Practice: Readings among other good things:

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

Readings for Pleasure:

Conan Doyle, A. (et al.) (2010): *Classic Detective Stories*. Genoa: Black Cat, Level B1.

Cox, M. and Gilbert R. A. (2002): *The Oxford Book of English Ghost Stories*. Oxford: Oxford University Press. Level B2.

Clemen, G. (2010): *Great Mysteries of Our World*, Genoa: Black Cat, Level B1.

Evans, D. (2009): *The Top Floor*, with CD, London: Summertown Level B2.

London, J. (2008): *In the Forests of the North: Bâtard and To Build a Fire*. Universidad de Extremadura, Cáceres, Level C-1.

Naylor, H. (2010): *Two Lives*, with CD, Cambridge: Cambridge University Press Level B1.

Schofield, J. (2008): *Room service* with CD Audio. London: Summertown, Level B1.

Hot English Magazine, monthly magazine with CD, Level B1-B2.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

El alumno recibirá directrices que debe aceptar, como pueden ser normas gramaticales, ortográficas, de estilo, etc. directrices necesarias para cualquier aprendizaje de idiomas.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Este método se caracteriza por la participación de los alumnos y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica. Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. Dentro del trabajo autónomo los alumnos deberán realizar trabajos y estudios teóricos y prácticos en que utilizarán este método.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método requiere el mínimo grado de intervención magistral basándose en una elevada dosis de iniciativa y creatividad por parte del alumno (*problem based learning*), clases prácticas en el aula .

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Semanas 1 a 7: Unit 1

Semana 5: tutoría académica grupal, en el aula

Semana 8: la prueba parcial tendrá lugar bien la segunda o bien la tercera semana de abril

Semana 8: tutoría académica grupal, en el aula

Semanas: 9-11: Unit 2.

Semana 12 y semana 14: Tutoría académica grupal, en el aula

Semanas: 12-14: Unit 3.

Semana 14: Tutoría académica grupal, en el aula

Semana 15: la prueba oral tendrá lugar la primera semana de junio

Semana 16: Seminarios tutoriales.

Semanas 17-18: pruebas de evaluación escritas.

Tutorías individuales y personales todas las semanas los lunes

Esta planificación estimada podrá verse modificada por causas ajenas a la organización académica primera presentada. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones puntuales.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	EO	EE
parcial							X									X	X	
oral															X	X	X	

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN:

Se realizará una prueba final escrita que supondrá un 40% de la nota y habrá una nota de corte de 5. Dicha prueba constará de ejercicios de vocabulario específico, comprensión auditiva, gramática, traducción y preguntas cortas y de desarrollo. De igual forma, se realizará una prueba parcial que constará de ejercicios de vocabulario específico, comprensión auditiva, gramática, traducción y preguntas de desarrollo y cortas. Habrá también una prueba oral en grupo a final de curso.

En la convocatoria extraordinaria (julio), la prueba escrita tendrá un peso del 100% de la calificación final. Dicha prueba constará de diversos ejercicios de vocabulario específico, gramática, comprensión auditiva, traducción y preguntas de desarrollo, así como preguntas cortas.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	35%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	40%
Pruebas orales	25%

EVALUACIÓN EXCEPCIONAL:

Los estudiantes que por razones excepcionales no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua exigidos por el profesor podrán solicitar no ser incluidos en la misma y optar por una «evaluación excepcional». El estudiante podrá justificar la existencia de estas razones excepcionales mediante la cumplimentación y entrega del modelo de solicitud y documentación requerida para tal fin en la Secretaría de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en los siguientes plazos: con carácter general, desde la formalización de la matrícula hasta el viernes de la segunda semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de la Universidad, y hasta el viernes de la cuarta semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de nuevo ingreso. En los siete días hábiles siguientes al momento en que surja esa situación excepcional si sobreviene con posterioridad a la finalización del plazo anterior.