

GUÍA DOCENTE
IDIOMA MODERNO
GRADO EN MARKETING

CURSO 2021-22

Fecha de publicación: 10.07.2021

I. Identificación de la Asignatura	
Tipo	Obligatoria
Periodo de impartición	2º curso, primer semestre
Nº de Créditos	6
Idioma en que se imparte	Inglés

II. Presentación

La asignatura Idioma Moderno: Inglés, perteneciente al segundo curso del grado de Marketing, se centra en el aprendizaje y la práctica de la lengua inglesa especialmente enfocados al Marketing. La asignatura tendrá dos objetivos principales:

- Por un lado, se repasarán contenidos básicos de gramática inglesa, como los tiempos verbales, las oraciones condicionales, la voz pasiva o los verbos modales y se avanzará en el conocimiento general de la lengua inglesa en todos los ámbitos: comprensión oral y escrita y expresión oral y escrita.
- Por otro lado, se trabajará en el vocabulario y las destrezas lingüísticas específicas para los profesionales del Marketing con materiales preparados especialmente para dicho objetivo.

En cuanto a los recursos empleados, se utilizarán fotocopias de libros de gramática y de inglés específico para Marketing, vídeos, archivos de audio y páginas web. Al finalizar el curso los alumnos deberán alcanzar el nivel de lengua inglesa correspondiente al nivel B2 del Marco Europeo para las Lenguas, así como haberse familiarizado con el vocabulario y los usos específicos del inglés utilizado en el ámbito del Marketing.

III. Competencias

Competencias Generales

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Comunicación oral y escrita.
- Aplicación práctica de conocimientos teóricos.
- Gestión del tiempo y de la información.
- Trabajo autónomo y en equipo.
- Capacidad de hablar en público.

Competencias Específicas

- Uso correcto de estructuras gramaticales básicas en lengua inglesa tales como tiempos verbales, oraciones condicionales, o estilo indirecto así como de vocabulario general básico y vocabulario más específico.

- Comprensión de textos redactados en una lengua de uso habitual y cotidiano y de textos especializados sencillos.
- Aprendizaje de vocabulario específico en lengua inglesa relacionado con del Marketing y la publicidad.
- Comprensión de textos relacionados con diferentes áreas del Marketing y de la terminología específica de esta área de estudio.
- Comprensión oral de fragmentos de audio o video en lengua inglesa.
- Expresión oral clara y fluida en lengua inglesa.
- Capacidad de síntesis para extraer las ideas principales de artículos especializados.
- Expresión escrita correcta y coherente en lengua inglesa.
- Capacidad de hablar en público y estructurar un discurso en inglés.
- Expresión y justificación de ideas y opiniones propias.
- Capacidad de desenvolverse en inglés en diferentes situaciones y contextos de la vida cotidiana o profesional.

IV. Contenido	
IV.1. Temario de la asignatura	
Tema	Apartados
Unit 1. Introduction to Marketing	1.1. Introduction to Marketing. Definition and types. 1.2. Jobs and skills in Marketing 1.3. Branding and logos 1.4. Grammar: Present and past tenses
Unit 2. Marketing plan: Objectives	2.1. A marketing plan 2.2. Marketing objectives. PESTEL and SWOT analyses 2.3. Vocabulary: describing trends 2.4. Grammar: Future tenses.
Unit 3. Marketing strategy and The Marketing Mix	3.1. The marketing mix and the 4 Ps. 3.2. Grammar: Modal verbs
Unit 4. Market research	4.1. Market research 4.2. Customer profiles and Market segmentation. Focus groups 4.3. Grammar: Conditionals

Unit 5. Digital and International Marketing	5.1. Digital marketing. Types and tools 5.2. International marketing 5.3. Cultural management in Marketing 5.4. Grammar: The passive
---	---

V. Tiempo de Trabajo	
Clases teóricas	25h
Clases prácticas de resolución de problemas, casos, etc.	25h
Realización de pruebas	20h
Preparación de clases prácticas/problemas/casos	30h
Preparación de pruebas	50h
Total de horas de trabajo del estudiante	150

VI. Metodología y Plan de Trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Del 13 de septiembre al 22 de diciembre.	Repaso de estructuras gramaticales básicas en lengua inglesa. Presentación de vocabulario específico del ámbito del Marketing.
Tutorías académicas	Del 13 de septiembre al 22 de diciembre.	Solución de posibles dudas del alumnado por vía presencial o telemática.
Pruebas	Del 13 de septiembre al 24 de enero.	Se realizará un examen final a final del cuatrimestre así como otras pruebas de evaluación continua propuestas por la profesora a lo largo del cuatrimestre.

Prácticas	Del 13 de septiembre al 24 de enero.	A lo largo del cuatrimestre se realizarán prácticas de diversos tipos: redacciones escritas, presentaciones, trabajos en grupo o ejercicios de comprensión oral.
-----------	--------------------------------------	--

VII. Métodos de evaluación
VII.1. Ponderación para la evaluación
<p><u>IV.A.- Ponderación para la evaluación continua.</u></p> <p>En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria. El alumno deberá obligatoriamente tener una <u>asistencia mínima del 80%</u> al finalizar el cuatrimestre para que se le tenga en cuenta la asistencia y pueda realizar el examen.</p> <p>El criterio para determinar la nota final es el siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nota del examen final de diciembre-enero (50% de la nota final). • Nota de la evaluación continua (50% de la nota final). <p>Todos los alumnos tienen derecho a dos evaluaciones. La primera de ellas, se realizará mediante la evaluación continua. Eso implica que el alumno será calificado en base a las pruebas y actividades realizadas a lo largo del curso conforme a la ponderación que establece esta guía.</p> <p>La calificación de NO PRESENTADO se refiere al alumno que no ha realizado NINGUNA prueba.</p> <p>En ningún caso se podrán repetir los exámenes fuera de las fechas programadas de evaluación continua.</p>
Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación
<p>Se llevarán a cabo tres tipos de actividades evaluables durante el curso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas escritas sobre temas que se irán asignando según se vaya avanzando en el temario. Estos ejercicios servirán para evaluar la expresión escrita en lengua inglesa de los alumnos y supondrán un 40% de la nota final. • Presentación en grupo de un tema escogido por los alumnos. Esta actividad servirá para evaluar la expresión oral en lengua inglesa, así como otras competencias como el trabajo en equipo, o la capacidad de hablar en público

(10% de la nota final)

- Examen final con ejercicios prácticos de gramática y vocabulario y una redacción. (50% de la nota final). Será necesario aprobar el examen para poder aprobar la asignatura.

Las actividades escritas son reevaluables y se entregarán a través del campus virtual. Todos los alumnos deberán realizarlas (incluidos aquellos que, por razones justificadas, no puedan asistir regularmente a clase). Para aquellos alumnos que tengan dispensa académica y, por tanto, no puedan ejecutar las actividades que se realicen en clase se plantearán actividades alternativas por escrito.

Convocatoria extraordinaria: para esta convocatoria los porcentajes de prácticas y examen son los mismos que los correspondientes a la convocatoria ordinaria (50% examen y 50% prácticas). Aquellos estudiantes que hayan aprobado las prácticas en la convocatoria ordinaria no tendrán que volver a entregarlas para la convocatoria extraordinaria. Por otra parte, los estudiantes que no entregaron las actividades en la convocatoria ordinaria, tendrán que realizar dichas tareas para la convocatoria extraordinaria.

VII.2. Evaluación de alumnos con dispensa académica

Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la “Dispensa Académica” para la asignatura, que habrá solicitado al Decano o Director/a del Centro que imparte su titulación.

La “Dispensa Académica” no excluye de la evaluación continua. Dicha evaluación se acomodará por el profesor, asistido por el coordinador de grado, estableciéndose la adaptación curricular según las características de cada caso concreto.

VII.3. Revisión de las pruebas de evaluación

Se establecerá un procedimiento de revisión de las pruebas y actividades, indicando en cada caso según sus características la forma en que se llevará a cabo, bien en la propia clase o bien el horario de tutorías de la asignatura. La fecha y el modo de llevarlo a cabo serán indicados por cada profesor. El día fijado será único y no podrá modificarse, tratando en la medida de lo posible que no coincida con clases de ese mismo curso.

VII.4. Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de ESERP y de la Universidad Rey Juan Carlos.

Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de

adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.5. Conducta Académica

Véase normativa de conducta académica.

VIII. Recursos y Materiales Didácticos

Bibliografía

- Farrall, Cate and Marianne Lindsley. *Professional English in Use: Marketing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gore, Syle. 2008. *Express Series: English for Marketing and Advertising*. Oxford: Oxford University Press.
- Robinson, Nick and Day, Jeremy. 2010. *Cambridge English for Marketing*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sweenie, Simon. 1996 [2002]. *Professional English: Marketing*. London: Pearson Longman.

Bibliografía de Consulta

English methods and grammar books

- Mann, Malcolm y Steve Taylore-Knowles. 2008. *Destination B1. Student's Book with Key*. London: MacMillan
- Mann, Malcolm y Steve Taylore-Knowles. 2008. *Destination B2. Student's Book with Key*. London: MacMillan
- Mann, Malcolm y Steve Taylore-Knowles. 2008. *Destination C1-C2. Student's Book with Key*. London: MacMillan
- Murphy, Raymond, *English Grammar in Use*, Cambridge: CUP.
- Swan, Michael. 2005. *Practical English Usage (3rd Edition)*. Oxford: OUP.

General English vocabulary books

- Gairns, Ruth y Stuart Redman, 2008. *Oxford Word Skills Learn and practise English vocabulary. Basic, Intermediate and Advanced*, Oxford: OUP.
- Gough, Chris. 2001. *English Vocabulary Organiser*, Hove: Language Teaching Publications.
- McCarthy, Michael y Felicity O'Dell. 2006. *English Vocabulary in Use. Pre-intermediate and Intermediate*, Cambridge: CUP.
- McCarthy, Michael y Felicity O'Dell. 2006. *English Vocabulary in Use. Upper-intermediate*, Cambridge: CUP.

IX. Profesorado	
Nombre y Apellidos	Helena Bernabé Blanco
Correo Electrónico	prof.hbernabe@eserp.com
Titulación Académica	Licenciada en Filología Inglesa y en Filología Alemana