

27654 - Lengua extranjera para marketing (inglés)

Información del Plan Docente

Año académico: 2024/25

Asignatura: 27654 - Lengua extranjera para marketing (inglés)

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Créditos: 5.0

Curso: 4

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Esta asignatura tiene como objetivo principal que el estudiante aprenda a comunicarse en inglés de modo apropiado en forma escrita y oral adaptándose a la audiencia y a la finalidad del discurso en diferentes contextos profesionales en el ámbito del marketing a nivel internacional.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), en concreto, las actividades previstas en la asignatura contribuirán al logro de los objetivos 4, 17.

Los/as estudiantes que deseen cursar esta asignatura deberán tener conocimientos generales de la lengua inglesa (escrita y oral) equivalentes o superiores al B1 del MCERL. Las clases se impartirán en inglés y los/as estudiantes deben ser capaces de tomar notas y comunicarse en inglés en el aula. Se recomienda trabajar en la asignatura de forma continuada, lo que también implica asistir a las clases con regularidad.

2. Resultados de aprendizaje

El estudiante, superando esta asignatura, logra los siguientes resultados:

- Comunicarse en inglés de modo apropiado a nivel intermedio-avanzado, en forma oral y escrita, adaptándose contexto profesional del marketing, poniendo énfasis en la argumentación.
- Entender e interpretar de forma crítica textos en inglés relativos al área de marketing.
- Interpretar y presentar datos relativos a la gestión de las actividades relacionadas con el marketing, utilizando las estrategias y técnicas específicas de comunicación oral y escrita en inglés.
- Utilizar las estrategias de organización y síntesis del discurso formal y profesional en inglés oral y escrito.
- Haber adquirido suficiente vocabulario específico de la práctica profesional en el ámbito del marketing para poder llevar a cabo una comunicación efectiva y precisa.

Dado que para cursar esta asignatura de inglés específico se parte de un nivel de B1, al finalizar la asignatura los estudiantes alcanzarán un nivel superior a este.

3. Programa de la asignatura

UNIT 1. A CAREER IN MARKETING

Introduction to marketing

Your professional identity: "market yourself"

Corporate identity: logos, branding and company profile

UNIT 2. MARKET RESEARCH

The process of marketing

Finding potential customers

Presenting the results of the market research: describing graphs and charts

UNIT 3. MARKETING STRATEGIES

Introduction to the marketing plan

The four Ps: product, Price, Placement and Promotion

Contacting other companies and customers

UNIT 4. ADVERTISING

Advertising and Publicity

Advertising channels

The AIDA model

Advertising and ethics

UNIT 5. SOCIALISING AND PRESENTING YOUR PUBLIC FACE

Company promotion: press releases.

Socialising in trade fairs

4. Actividades académicas

La asignatura se divide en las siguientes actividades:

Clases magistrales participativas: 20 horas.

Clases prácticas participativas con trabajos escritos y orales en grupo e individuales: 30 horas.

Estudio personal: 75 horas.

Pruebas de evaluación: 2h 30mins (fuera de horario de clase).

En principio la metodología de impartición de la docencia y su evaluación está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

5. Sistema de evaluación

La asignatura se evaluará en primera y segunda convocatorias mediante evaluación global.

Evaluación Global:

Una prueba global basada en los contenidos y actividades prácticas de la asignatura, consistente en:

- Una presentación oral en grupos de tres o cuatro estudiantes seguida de preguntas.
- Una prueba de comprensión oral.
- Una prueba de comprensión escrita, ejercicios de gramática y vocabulario.
- Una prueba de redacción de textos escritos que incluirá uso de vocabulario específico y uso del registro de lengua inglesa en el ámbito del marketing.

Estas pruebas se realizarán en la fecha fijada por la Facultad durante el período oficial de exámenes.

En el caso de la presentación oral, los/as estudiantes podrán optar por realizarla o bien anticipadamente en fechas propuestas por el profesorado de la asignatura al final del semestre, o bien en las fechas oficiales de cada convocatoria. Podrán elegir la fecha de realización de esa prueba en el documento con fechas y horarios disponible en Moodle con la suficiente antelación.

Crterios de Evaluación:

En ambas convocatorias se valorará la corrección en la exposición oral y escrita, organización del discurso, uso correcto del vocabulario específico y convenciones genéricas propias del registro formal del inglés en el ámbito del marketing, así como la corrección en la pronunciación, entonación, fluidez y gramática, todo ello dentro del nivel intermedio del dominio de la lengua inglesa que se requiere para cursar la asignatura.

La prueba de evaluación de la competencia oral (presentación y comprensión oral) representará el 50% de la calificación final y la prueba de evaluación de la competencia escrita (comprensión y producción escrita) el otro 50%. Para aprobar la asignatura es necesario obtener, por separado ambas partes (oral y escrita) un mínimo del 50% en cada parte.

6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4 - Educación de Calidad

17 - Alianzas para lograr los Objetivos