

## 27654 - Lengua extranjera para marketing (inglés)

### Información del Plan Docente

<b>Año académico</b>	2016/17
<b>Centro académico</b>	109 - Facultad de Economía y Empresa
<b>Titulación</b>	450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
<b>Créditos</b>	5.0
<b>Curso</b>	4
<b>Periodo de impartición</b>	Segundo Semestre
<b>Clase de asignatura</b>	Optativa
<b>Módulo</b>	---

### 1. Información Básica

#### 1.1. Recomendaciones para cursar esta asignatura

Los alumnos que deseen cursar esta asignatura deberán tener conocimientos generales de la lengua inglesa (escrita y oral) como los que se alcanzan al concluir Bachillerato. Por lo tanto, el nivel de partida de esta asignatura es equivalente al B1 del Marco Común Europeo de Referencia de Lenguas. Las clases se impartirán en inglés y los alumnos 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 de teoría y a las de práctica con regularidad.

**Recursos web:** <https://moodle2.unizar.es/>

#### 1.2. Actividades y fechas clave de la asignatura

Las actividades y fechas clave relacionadas con la asignatura se comunicarán a los estudiantes en la presentación de la asignatura y a lo largo del curso con la debida antelación. Las fechas de los exámenes finales se pueden consultar en la página web del Centro.

### 2. Inicio

#### 2.1. Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

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

1. Comunicarse en inglés de modo apropiado a nivel intermedio-avanzado, en forma oral y escrita, adaptándose al contexto profesional del marketing
2. Entender e interpretar de forma crítica textos en inglés relativos al área de marketing.
3. 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.
4. Utilizar las estrategias de organización de ideas y síntesis del discurso formal y profesional en inglés oral y escrito.

## 27654 - Lengua extranjera para marketing (inglés)

5. Haber adquirido suficiente vocabulario específico de la práctica profesional del marketing, que le permita llevar a cabo una comunicación efectiva y precisa.

### 2.2.Introducción

Breve presentación de la asignatura

La asignatura, de 5 ECTS, consiste en la presentación, análisis y estudio de contenidos léxico-gramaticales y discursivos de la lengua inglesa que caracterizan la comunicación oral y por escrito en la práctica profesional del área del marketing, dentro de un contexto internacional y que preparan al estudiante, a un nivel intermedio-avanzado, para poder desenvolverse en dicho ámbito en lengua inglesa.

Los alumnos que hayan cursado y superado esta asignatura, podrán solicitar en la secretaría de su facultad, la convalidación de los 2 créditos del nivel B1 obligatorios para la obtención del grado. Para más información véase el reglamento para la certificación de niveles de competencia en lenguas modernas:

<http://wzar.unizar.es/servicios/primer/2matricula/academica/certi.htm>

### 3.Contexto y competencias

#### 3.1.Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

El conocimiento de la lengua inglés para la comunicación en la práctica profesional de especialistas en marketing se ha convertido en un requisito imprescindible para acceder con éxito al mercado laboral. Con las actividades de la asignatura, de carácter eminentemente práctico, se pretende que el alumno aprenda a comunicarse de modo apropiado y efectivo en forma escrita y oral adaptándose a la audiencia y a la finalidad del discurso en diferentes contextos profesionales a nivel internacional

#### 3.2.Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

"Lengua extranjera para marketing (Inglés)" es una asignatura optativa, de 5 ECTS, vinculada al Departamento de Filología Inglesa y Alemana, que se imparte en el segundo semestre del cuarto curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Es una asignatura de carácter instrumental, por lo que se pretende que los conocimientos y competencias adquiridos se puedan poner en práctica de modo inmediato, tanto en el futuro profesional de los egresados, como en las prácticas de empresa o en participación de programas de movilidad internacional. Esta asignatura contribuye transversalmente a dar apoyo a todas las materias que componen el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, al tener como objetivo final no sólo el capacitar al estudiante para poder integrarse como participante activo en la esfera de la comunicación profesional, sino el facilitarle la consulta, lectura, análisis y evaluación de textos orales y escritos relacionados con las materias de su especialidad.

#### 3.3.Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

##### Competencias Específicas :

- Conocer la estructura de los diferentes mercados internacionales y globales
- Comprender y analizar el comportamiento del cliente-consumidor, los factores que le influyen, así como las nuevas tendencias de consumo
- Analizar y valorar estrategias de marketing para la internacionalización de la actividad empresarial

##### Competencias Transversales :

## 27654 - Lengua extranjera para marketing (inglés)

- Presentación en público de ideas, productos o informes en lengua inglesa.
- Redacción de informes y proyectos en lengua inglesa
- Actitud de respeto a los derechos y valores y no discriminación.

### 3.4.Importancia de los resultados de aprendizaje

La formación en el uso de la lengua inglesa a nivel profesional capacita a los estudiantes tanto para ampliar los conocimientos adquiridos en el grado de MIM como para integrarse con más posibilidades de éxito en el mundo laboral, donde la habilidad de comunicarse en lengua inglesa es especialmente demandada entre sus profesionales.

### 4.Evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

En esta asignatura se evaluará el nivel de competencias orales y escritas con una **prueba global** final, realizada al final del período docente, que incluirá actividades similares a las realizadas en las clases y en las prácticas de la asignatura, en las que el estudiante pueda demostrar su competencia comunicativa en lengua inglesa en las cuatro destrezas ( *reading* , *listening* , *writing* , *speaking* ), que incluirán:

Presentación oral en grupo

Ejercicios de comprensión oral

Comprensión de textos escritos

Test de vocabulario y uso de la lengua inglesa

Redacción de textos y/o documentos en inglés

#### 4.2. Criterios de valoración

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 de marketing, así como la corrección en la pronunciación, entonación y gramática.

La prueba de evaluación de la competencia escrita representará el 50% de la calificación final y la prueba de evaluación de la competencia oral el otro 50%.

Pruebas para estudiantes no presenciales o para aquellos que se presenten en convocatorias distintas de la primera

Las actividades y criterios de evaluación de cada prueba serán los mismos que los correspondientes a la primera convocatoria (explicados en el apartado anterior).

### 5.Actividades y recursos

#### 5.1.Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

## 27654 - Lengua extranjera para marketing (inglés)

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

La asignatura tiene una orientación fundamentalmente práctica, con énfasis en la participación del estudiante, y se desarrolla mediante la aplicación de los contenidos lingüísticos y conceptos contextuales a ejercicios prácticos, tanto individuales como grupales, tales como:

- Actividades de comunicación oral y escrita.
- Análisis de textos escritos frecuentes en la práctica profesional relacionados con marketing.
- Presentación oral de proyectos.
- Resolución de casos de estudio profesionales.

Las actividades realizadas en el aula se implementarán mediante la utilización de la bibliografía y materiales recomendados por el profesorado, que se especificarán el día de la presentación de la asignatura, y que se complementarán con recursos audiovisuales y escritos disponibles en la plataforma virtual Moodle de la asignatura: <https://moodle2.unizar.es/>

### 5.2.Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

1. Docencia presencial teórica: clases magistrales participativas
2. Docencia presencial práctica: técnicas grupales participativas (preparación y presentación de trabajos en equipo)
3. Resolución de casos y otras tareas aplicando técnicas de trabajo individual y/o grupal
4. Tutorías individuales y grupales: asesoramiento y supervisión de trabajos y desarrollo de conocimientos.

### 5.3.Programa

#### UNIT 1: INTRODUCTION TO MARKETING AND ADVERTISING

- Introduction to a career in marketing
- Corporate identity

#### UNIT 2: MARKET RESEARCH AND MARKETING STRATEGIES

## 27654 - Lengua extranjera para marketing (inglés)

- Description of the target market
- The 4 Ps
- Presentation of a marketing plan

### UNIT 3: ADVERTISING

- The AIDA model
- Advertising channels
- Presentation of an advert

### UNIT 4 MARKETING TOOLS

- Distribution channels
- Types of discount
- Types of retailer
- Contacting the customer

### UNIT 5: PRESENTING YOUR PUBLIC FACE

- Public relations
- Press releases
- Presentation of the launching of a product

## 5.4. Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos, así como otros aspectos clave de la asignatura, se describirán con detalle al comienzo de curso. Tanto el calendario de actividades como la entrega de proyectos y tareas se anunciarán a través de la plataforma virtual Moodle.

Nota: Es responsabilidad de los estudiantes asegurarse de que han leído y entendido toda la información presentada en este documento, haber comprobado los horarios de las clases y fechas de los exámenes en las páginas web de la facultad, para así poder programarse su propio calendario de estudio, trabajos y exámenes con la debida antelación. Ante cualquier duda, preguntar al profesor lo antes posible.

**5.5. Bibliografía y recursos recomendados**

La bibliografía actualizada de la asignatura se consulta a través de la página web de la biblioteca <http://psfunizar7.unizar.es/br13/eBuscar.php?tipo=a>