



DATOS IDENTIFICATIVOS

Lengua extranjera III: Inglés

Asignatura	Lengua extranjera III: Inglés			
Código	004G390V01501			
Titulación	Grado en Consultoría y Gestión de la Información			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Lengua			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Figueroa Revilla, Beatriz Olga			
Profesorado	Figueroa Revilla, Beatriz Olga			
Correo-e	revilla@uvigo.es			
Web				
Descripción general	(*)O obxectivo deste curso é introducir ao alumno no léxico inglés do marketing e a publicidade, así como desenvolver as súas capacidades e habilidades para realizar unha presentación oral e profesional en lingua inglesa nun contexto empresarial concreto.			

Competencias de titulación

Código	
A4	1.3 Los principios y capacidades de las TIC y su aplicación en la práctica profesional. (QAA)
A10	2. Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamiento crítico, análisis y síntesis, incluyendo la habilidad para relacionar y ordenar datos, ideas y teorías en un argumento bien estructurado especialmente en los aspectos organizativos y concernientes a la gestión de la información y sus tecnologías, con la finalidad de jugar un papel relevante en la mejora de la calidad de la organización. (QAA)
A20	4 Poder transmitir ideas, información, problemas y situaciones al público tanto especializado como no especializado.
A21	4.1 Comunicar de una manera clara, sistemática y concisa en un amplio rango de temáticas diferentes y ante distintas audiencias, empleando habilidades de comunicación tanto orales como escritas. (QAA)
A23	4.3 Capacidad de trabajar en contextos internacionales y/o en entornos diversos y multiculturales, valorando el compromiso ético en el ejercicio profesional.
A25	4.5 Leer y comunicarse en inglés/francés como lengua extranjera.
A26	5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
A27	5.1 Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas y a nuevos conocimientos trabajando autónomamente y con espíritu de superación.
B1	6.1 Habilidades directivas incluyendo gestión del tiempo, solución de problemas, toma de decisiones, y responsabilidad personal, iniciativa y liderazgo. (QAA)
B2	6.2 Creatividad, iniciativa y sensibilidad hacia los temas sociales y medioambientales.
B4	6.4 Motivación por la calidad y la mejora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
1.3 Los principios y capacidades de las TIC y su aplicación en la práctica profesional. (QAA)	A4
2. Aplicar los conocimientos adquiridos a futuras situaciones profesionales y desarrollar competencias relacionadas con la elaboración y defensa de argumentos y resolución de problemas dentro de su área de estudio.	A10

2.6 Integrar conocimientos y habilidades para elaborar un trabajo académico o profesional en el ámbito de los sistemas de información de la empresa, promoviendo el trabajo en entornos próximos a la realidad	A20
3.1 Habilidad para identificar, acceder, evaluar y utilizar las distintas fuentes en diferentes contextos. (QAA)	A21
3.2 Competencias cognitivas de pensamiento crítico, análisis y síntesis, incluyendo la habilidad para relacionar y ordenar datos, ideas y teorías en un argumento bien estructurado especialmente en los aspectos organizativos y concernientes a la gestión de la información y sus tecnologías, con la finalidad de jugar un papel relevante en la mejora de la calidad de la organización. (QAA)	A19
4.3 Capacidad de trabajar en contextos internacionales y/o en medios diversos y multiculturales, valorando el compromiso ético en el ejercicio profesional.	A23
4.5 Leer y comunicarse en inglés/francés como lengua extranjera.	A25
5. Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.	A26
5.1 Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas y a nuevos conocimientos trabajando *autonomamente y con espíritu de superación.	A27
6.1 Habilidades directivas incluyendo gestión del tiempo, solución de problemas, toma de decisiones, y responsabilidad personal, iniciativa y liderazgo. (QAA)	B1
6.2 Creatividad, iniciativa y sensibilidad hacia los temas sociales y ambientales.	B2
6.4 Motivación por la calidad y la mejora continua.	B4

Contenidos

Tema	
Module 1: Marketing	- Lexical Input: marketing, general concepts, the 4 p's, market research, segmentation, promotional tools, online marketing - Communication: oral presentations 1. Planning and Getting Started: Audience, structure, language.
Module 2: Brands	- lexical Input: general concept, brand management, e-branding, piracy, logos. - Communication: Oral presentations 2. Holding the Audience's Attention, Organizing Ideas, Listing Information, Linking Ideas, Sequencing.
Module 3: Advertising	- Lexical Input: ways of advertising, media/ methods, outdoor advertising, preparing a radio commercial and an advertorial, analysing advertisements - Communication: Oral presentations 3. The End of the Presentation: Summarizing and Concluding, Questions and Discussion.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	14	5	19
Prácticas de laboratorio	58	10	68
Trabajos de aula	14	10	24
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	15	17
Pruebas de tipo test	1	10	11
Trabajos y proyectos	1	10	11

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Prácticas de laboratorio	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios especiales con equipación especializada (laboratorios de idiomas).
Trabajos de aula	El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollos con actividades autónomas del estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	Para aprender una lengua extranjera es necesario que el profesor haga un seguimiento de los alumnos para poder corregir los errores y asegurarse del progreso adecuado del proceso de aprendizaje. Esto se realizará durante lo trabajo realizado en la prácticas de laboratorio y en el aula, así como a través de las correcciones del trabajo escrito elaborado fuera del aula.

Prácticas de laboratorio	Para aprender una lengua extranjera es necesario que el profesor haga un seguimiento de los alumnos para poder corregir los errores y asegurarse del progreso adecuado del proceso de aprendizaje. Esto se realizará durante lo trabajo realizado en la prácticas de laboratorio y en el aula, así como a través de las correcciones del trabajo escrito elaborado fuera del aula.
--------------------------	--

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios	pruebas escritas y orales para resolver ejercicios relacionados con los contenidos del curso, tanto gramaticales cómo léxicos, con la finalidad de demostrar las 4 destrezas comunicativas en inglés.	50
Pruebas de tipo test	pruebas escritas para comprobar la comprensión de textos y el avance de la adquisición de conceptos gramaticales.	20
Trabajos y proyectos	Elaboración y presentación de un trabajo individual en inglés relacionado con los contenidos del curso	30

Otros comentarios sobre la Evaluación

La segunda convocatoria consistirá en un examen con dos partes una oral y otra escrita que valdrán el 10% de la calificación.

También en caso de que algún estudiante no haya cumplido los requisitos expuestos anteriormente en la primera convocatoria deberá realizar una prueba oral y otra escrita para evaluar todos los contenidos y objetivos del curso, el resultado de las cuales configurará la nota final.

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de exámenes aprobados por la Junta de Centro para el curso 2014-15.

Fuentes de información

DUCKWORTH, M., **Business Grammar & Practice**, 2009,

LANNON, M ET AL, **New Insights into Business**, 2000,

COTTON, D., FALVEY, D., KENT, S, **Market Leader**, 2000,

MASCULL, B., **Business Vocabulary in Use**, 2002,

MACKENZIE, I, **Management and Marketing**, 2003,

PARRA, E, **Diccionario Inglés de Publicidad y Marketing**, 2000,

MACKENZIE, I, **English for Business Studies**, 2002,

ALCARAZ, E. & HUGHES, B, **Diccionario de Términos Económicos, Financieros y Comerciales. Inglés- Español, Español- Inglés**, 1996,

SILVA, T. et al., **Diccionario cuatrilingüe de marketing y publicidad**, 2009,

KOESTER, A. et al, **Business Advantage. Intermediate**, 2012,

Además de los libros y diccionarios arriba indicados se utilizarán otros recursos audiovisuales, electrónicos y páginas web relacionadas con los contenidos del curso

Recomendaciones