

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Inglés del negocio publicitario
Titulación	Grado en Publicidad
Escuela / Facultad	Escuela de Arquitectura
Curso	4º
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Inglés
Modalidad	Presencial
Semestre	1º
Curso académico	2024 - 2025
Docente coordinador	Yeray Nauset López Hernández

2. PRESENTACIÓN

En la asignatura "Inglés para Publicidad," los/as estudiantes desarrollarán habilidades lingüísticas esenciales para el ámbito profesional publicitario. A lo largo del curso, se abordarán temas clave que permitirán a los estudiantes mejorar su competencia en inglés, facilitando así su capacidad para comunicar de manera efectiva en contextos profesionales y multiculturales.

Esta asignatura está diseñada para potenciar competencias críticas, tales como la comprensión interpersonal, la competencia profesional y de gestión, así como las técnicas comunicativas. Los/as estudiantes aprenderán a manejar terminología específica del entorno publicitario, elaborar informes y presentaciones en inglés, y utilizar eficazmente las herramientas de comunicación. Este enfoque integral no solo fortalecerá su dominio del inglés, sino que también los preparará para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el dinámico mundo de la publicidad global.

Al completar esta asignatura, el alumnado estará capacitado para aplicar sus conocimientos lingüísticos de manera efectiva y creativa, contribuyendo así al éxito de su futura carreras en la publicidad.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

- CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- CT1 - Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- CT2 - Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
- CT3 - Conciencia de los valores éticos: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
- CT4 - Habilidades comunicativas: Que el alumnado sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
- CT5 - Comprensión interpersonal: Que el alumnado sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
- CT6 - Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
- CT7 - Trabajo en equipo: Que el alumnado sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
- CT8 - Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
- CT9 - Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
- CT10 – Innovación - Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

Competencias específicas:

- CE1 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
- CE2 - Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
- CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de publicidad.
- CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de la publicidad.
- CE7 - Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto publicitario.
- CE8 - Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia / empresa / organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.
- CE9 - Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia). Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.

- CE12 - Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciante, y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.
- CE13 - Conocimiento de los límites legales y éticos de la publicidad.
- CE14 - Conocimiento de la lengua inglesa, que le capacite para la comprensión oral y escrita de contenidos de carácter general expresados en este idioma y presentes en los medios de comunicación (con sus peculiaridades sintácticas, reglas pragmáticas, etc.).
- CE15 - Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.

Resultados de aprendizaje:

- El alumnado será capaz de interpretar el impacto de la actividad publicitaria en la economía.
- El alumnado estará capacitado para utilizar las herramientas básicas de la ciencia económica para aplicarlas dentro de la empresa publicitaria.
- El alumnado estará capacitado para incorporar en el ejercicio profesional comportamientos basados en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la solidaridad y los comportamientos basados en la paz y la democracia.
- Conocerá los conceptos jurídicos básicos, centrandó la atención en la normativa que afecta a la comunicación.
- Tendrá capacidad para definir y gestionar eficazmente los recursos dentro de un presupuesto de comunicación.
- Ser capaz de emplear eficaz mente y creativamente los recursos de comunicación
- Adquirir los conocimientos teóricos sobre los principios de la publicidad.
- Ser capaz de reconocimiento de la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional
- Ser capaz de comunicarse de manera efectiva, de forma escrita y oral, tanto en lengua española como en lengua inglesa.
- Ser capaz de conocer y manejar adecuadamente la terminología inglesa propia del entorno profesional.
- Ser capaz de elaborar informes escritos y realizar presentaciones eficaces, tanto en inglés como en lengua española, relacionados ambos con el ámbito profesional publicitario.
- Aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridas en el Grado en Publicidad.
- Resolver problemas dentro del ámbito de la Publicidad.
- Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.
- Ser flexible y adaptarse a diversas situaciones, públicos variados, escenarios ambiguos.
- Desarrollar habilidades y destrezas que solo se adquieren en la acción, y en el ejercicio de la profesión.
- Tendrá la capacidad de elaborar y defender argumentos y resolver problemas dentro del ámbito profesional publicitario.
- Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos.
- Será capaz de trabajar orientado al cliente y a resultados.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB2, CE1, CE13, CE14	<p>Adquirir los conocimientos teóricos sobre los principios de la publicidad.</p> <p>Conocer los conceptos jurídicos básicos, centrandose la atención en la normativa que afecta a la comunicación.</p> <p>Aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridas en el Grado en Publicidad.</p> <p>Resolver problemas dentro del ámbito de la Publicidad.</p> <p>Ser capaz de conocer y manejar adecuadamente la terminología inglesa propia del entorno profesional.</p>
CB4, CT4, CE8, CE15	<p>Ser capaz de comunicarse de manera efectiva, de forma escrita y oral, tanto en lengua española como en lengua inglesa.</p> <p>Ser capaz de elaborar informes escritos y realizar presentaciones eficaces, tanto en inglés como en lengua española, relacionados ambos con el ámbito profesional publicitario.</p> <p>Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos.</p> <p>Ser capaz de reconocimiento de la importancia de la comunicación en el ejercicio profesional.</p>
CB5, CT6, CT7	<p>Ser flexible y adaptarse a diversas situaciones, públicos variados, escenarios ambiguos.</p> <p>Desarrollar habilidades y destrezas que solo se adquieren en la acción y en el ejercicio de la profesión.</p> <p>Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.</p>
CT9, CE7, CE2	<p>Tener capacidad para definir y gestionar eficazmente los recursos dentro de un presupuesto de comunicación.</p> <p>Aplicar e integrar los conocimientos y habilidades adquiridas en el Grado en Publicidad.</p> <p>Ser capaz de emplear eficaz y creativamente los recursos de comunicación.</p>
CT1, CT3, CT5, CT2	<p>Incorporar en el ejercicio profesional comportamientos basados en la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la solidaridad y los comportamientos basados en la paz y la democracia.</p> <p>Podrá transmitir información, ideas, problemas, soluciones y resultados a clientes/usuarios, proveedores, responsables directos.</p> <p>Demostrar un alto grado de autonomía y confianza en su propio juicio.</p>

4. CONTENIDOS

Inglés especializado, estudio de vocabulario, sintaxis, gramática, etc., de la lengua inglesa aplicada al negocio de la publicidad. Se orientan a favorecer especialmente las competencias de comprensión interpersonal, competencia profesional y de gestión y técnicas comunicativas.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas (ABP).

- Entorno de simulación en estudios y aulas tecnológicas.
- Práctica en laboratorio de medios.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Seminarios, foros y/o mesas redondas	30
Tutorías	50
Ejercicios prácticos y participación oral	190
Estudio autónomo	100
Resolución de problemas / Trabajos dirigidos	155
<i>Role play</i> / Debates / Coloquios	100
Análisis de casos / Trabajos en grupo / investigaciones	200
Clases magistrales asíncronas	75
TOTAL	900

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	10%
Exposiciones orales	20%
Portafolio	10%
Caso / Problema	20%
Prácticas de laboratorio	10%
Debate	10%
Observación del desempeño	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Prácticas de laboratorio	3ª/4ª semana octubre
Exposiciones orales y debate	2ª/3ª semana noviembre
Prueba de conocimiento	1ª/2ª semana diciembre
Caso / Problema	2ª semana enero

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Ceramella, Nick & Lee, Elizabeth. (2008). *Cambridge English for the Media*. Cambridge University Press.
- Gore, Sylee. (2007). *English for Marketing & Advertising*. Oxford.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Murphy, Raymond. (2019). *English Grammar in Use* (fifth edition). Cambridge University Press.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos/as con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa.uec@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.