Lenguas Modernas

Grado en Marketing

2025-26

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DIDÁCTICA

Asignatura: Lenguas Modernas

Titulación: Grado en Marketing y Publicidad

Curso Académico. 2025 - 26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6 ECTS

Curso: 4

Semestre: 2

Profesores/Equipo Docente: Alejandra Casis

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. 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.

1.2. Competencias generales

CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad en cada área específica de conocimiento.

1.3. Resultados de aprendizaje

- Obtener un nivel B2 mínimo en la lengua inglesa, correspondiente al establecido en el Marco Europeo.
- Comunicarse con precisión a nivel oral y escrito en una segunda lengua, en el ámbito profesional y personal.
- Conocer las reglas socioculturales y lingüísticas típicas de las situaciones comunicativas, importantes en su área profesional.
- Desarrollar las principales destrezas lingüísticas (lectura, escritura, habla y escucha) y las que se utilizan específicamente en su área de trabajo.

- Analizar y desarrollar los actos de comunicación aceptables en el área específica del conocimiento.
- Preparar los estudiantes para que se comuniquen en el segundo idioma aplicando sus conocimientos previos y para poder llevar a cabo las tareas específicas en su área profesional en un lugar de trabajo internacional.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Este curso está diseñado para desarrollar las herramientas lingüísticas de una segunda lengua a un nivel B2 +, lo que permitirá al estudiante para comunicarse en una segunda lengua en un ámbito internacional, tanto personal como profesionalmente.

Los estudiantes trabajarán con las cuatro habilidades lingüísticas básicas: leer, escribir, hablar y escuchar, y también los que se utilizan específicamente en su profesión. Se hará hincapié en las habilidades orales y el estudiante estará preparado para manejar las reglas socioculturales de conducta en situaciones de comunicación, tanto en el lugar de trabajo y en un nivel personal. Situaciones comunicativas tales como textos, gráficos y audiovisuales en el idioma inglés serán analizados y desarrollados. Éstos permitirán al estudiante para apreciar la cultura inglesa y también les permita hacer uso de sus conocimientos previos.

El estudiante estará preparado para desarrollar su actividad profesional en un área internacional, y para ello, el único medio de comunicación será el idioma inglés y el estudiante practicará las tareas de la vida real y situaciones, para ayudarles en su futura carrera.

2.3. Contenido detallado

UNIT 1: MARKETING
UNIT 2: BRAND MANAGEMENT
MIDTERM ORAL PROJECT PRESENTATION
MIDTERM EXAM
UNIT 3: ADVERTISING STRATEGIES
UNIT 4: E-COMMERCE AND ONLINE SALES
FINAL ORAL PROJECT PRESENTATION
FINAL EXAM

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso, los estudiantes tendrán que realizar un cierto número de actividades prácticas, memorias o proyectos focalizados en la asimilación y consolidación de los contenidos. Al finalizar cada módulo se entregarán una serie de ejercicios a través de la plataforma Blackboard, así como pruebas de evaluación en clase al final de cada tema.

Modalidad presencial:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica (30%)	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno (50%)	75	0%
AF3	Tutorías (10%)	15	50%
AF4	Evaluación (10%)	15	50%

Modalidad a distancia:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF5	Estudio, comprensión y evaluación de la materia (40%)	60	100%
AF6	Trabajos, proyectos y prácticas a desarrollar (50%)	75	0%
AF7	Tutorías (10%)	15	50%

3. METODOLOGÍAS DOCENTES

Método expositivo. Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada tema por medio de explicaciones y presentaciones en las que se promueve la participación del estudiante.

Aprendizaje autodirigido. El alumno deberá realizar trabajos o proyectos (individuales o en grupo) que le ayuden a adquirir las competencias y los conocimientos teórico-prácticos de la asignatura.

Estudio de casos. Análisis de casos que generen un diálogo sistemático y ordenado sobre situaciones y circunstancias reales con fines de aprendizaje. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por recepción, ejercitando su pensamiento creativo y crítico. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.

Aprendizaje basado en proyectos. Aprendizaje basado en la simulación de situaciones profesionales. Bajo un objetivo y con unos recursos, el alumno debe resolver una situación que se asemeje a una situación real de la vida profesional. El alumno aprende por descubrimiento, no sólo por percepción, desarrollando sus habilidades sociales, el trabajo en equipo, el liderazgo, la disciplina y la solidaridad. Requiere el asesoramiento y seguimiento por parte del profesor.

Taller. Aprendizaje basado en una metodología eminentemente práctica aplicada a la realización de trabajos pre-profesionales bajo la orientación del profesor. El estudiante aprende por descubrimiento y por el seguimiento y *feed-back* del profesor sobre sus errores o aciertos, ejercitando el pensamiento creativo del alumno, su capacidad de autocrítica y autoexigencia.

Documentación e investigación. Elaboración de informes en los que el alumno debe recurrir a documentación específica, recursos bibliográficos, recopilación de datos, análisis de estudios e informes, etc., para la redacción de documentos y explicación de conclusiones.

Aprendizaje instrumental. Aprendizaje a través del uso de herramientas específicas para el ejercicio profesional.

4. SISTEMA DE EVALUACIÓN

4.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)
5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
7,0 - 8,9 Notable (NT)
9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los alumnos matriculados en la materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

4.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen parcial	10%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	60%
Asistencia y participación	10%

4.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en todas las partes del examen final; tanto en convocatoria ordinaria, como extraordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Los estudiantes con "dispensa" deberán hablar con su profesor. Es responsabilidad de los estudiantes "dispensados" ponerse en contacto con el profesor al comienzo del semestre y mantenerse actualizados sobre las actividades dirigidas y los requisitos para el curso.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

No se aceptarán trabajos después de la fecha de vencimiento.

4.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

5. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Dubicka, Iwonna, and Margaret O'Keeffe. *Market Leader: Advanced: Coursebook with DVD-ROM and Audio CD's*. Third ed. Harlow: Pearson, 2013.

Gore, Sylee. *English for Marketing & Advertising*. Oxford: Oxford UP, 2010.

Mackenzie, Ian. *English for Business Studies. A Course for Business Studies and Economics Students*. Third ed. Cambridge: Cambridge UP, 2011.

O'Driscoll, Nina. *Marketing: Market Leader: Business English*. Harlow: Pearson Longman, 2010.

Bibliografía complementaria

Farrall, C., and Lindsley, M.: *Professional English in Use: Marketing*. Cambridge: Cambridge UP, 2015.

Mascull, B.: *Business Vocabulary in Use: Advanced*. Third ed. Cambridge: Cambridge UP, 2017.

5. DATOS DEL PROFESOR

Departamento/Equipo	ILM Instituto de Lenguas Modernas
Correo electrónico	El profesor proporcionará su correo el primer día de clase
Localización	San Francisco de Sales Campus
Tutorías	A confirmar el primer día de clase