



English for Event
Organization & Corporate
Communication

**Grado en Comunicación
Corporativa, Protocolo y
Organización de Eventos**

2019-20



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DIDÁCTICA

Asignatura: English for Events Organization and Corporate Communication

Titulación: Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

Carácter: Básica

Idioma: Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2

Semestre: 1

Profesores/Equipo Docente: ILM- Instituto de Lenguas Modernas

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

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.

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.

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.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

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

Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.

Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

Capacidad de organización y planificación eficaz del tiempo.

Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.

Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.

Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Competencia para comunicarse con precisión a nivel oral y escrito en una segunda lengua, en el ámbito profesional y personal.

- Conocimiento y desempeño de las reglas socioculturales y lingüísticas típicas de las situaciones comunicativas, importantes en su área profesional.
- Desarrollo de las principales destrezas lingüísticas (lectura, escritura, habla y escucha) y las que se utilizan específicamente en su área de trabajo.
- Análisis y desarrollo de los actos de comunicación aceptables en el área específica del conocimiento.
- Preparación de 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

Se recomienda haber cursado la asignatura de Professional English B2 previamente.

2.2. Descripción de los contenidos

El curso está diseñado para permitir al alumno comunicarse de manera efectiva y persuasiva en situaciones profesionales. También se le da énfasis al desarrollo de habilidades de escritura mediante el uso de textos profesionales y publicaciones comerciales. A través del estudio de las unidades didácticas propuestas, se alentará al alumno a pensar creativamente en situaciones de trabajo y usar herramientas lingüísticas avanzadas con confianza en un contexto profesional de habla inglesa.

2.3. Contenido detallado

UNIT 1: PUBLIC RELATIONS

- 1.1. What is public relations?
- 1.2. Crisis communication
- 1.3. External influences on public relations
- 1.4. Communication and technological change

UNIT 2: MARKETING AND ADVERTISING

- 2.1. Products
- 2.2. Marketing
- 2.3. Advertising

MIDTERM ORAL PROJECT DEFENCE

MIDTERM EXAM

UNIT 3: SOCIALIZING

- 3.1. Entertaining a visitor
- 3.2. Eating out

3.3. Networking at a trade fair

3.4. Connections

Unit 4: ETHICS

4.1. Corporate social responsibility

4.2. Values

4.3. Persuasion

FINAL ORAL PROJECT DEFENCE

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.

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
Clases de teoría y práctica	45	100%
Trabajo personal del alumno	75	0%
Tutorías	15	50%
Evaluación	15	100%

Modalidad a distancia:

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

Modalidad semipresencial:

Las asignaturas de esta materia no requieren presencialidad en la modalidad semipresencial con lo que sus actividades formativas seguirán el esquema de la enseñanza a distancia.

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. 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.

3.2. 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
Examen final	100%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

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

3.4. 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.

4. 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, and David Gordon. Smith. *English for Socializing*. Oxford: Oxford UP, 2014.

Lafond, Charles, Sheila Vine, and Birgit Welch. *English for Negotiating*. Oxford: Oxford UP, 2014.

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

McLisky, Marie. *English for Public Relations in Higher Education Studies: Teacher's Book*. Reading: Garnet, 2016. Print.

Bibliografía complementaria

Farrall, Cate, and Marianne Lindsley. *Professional English in Use: Marketing*. Cambridge: Cambridge UP, 2015.

Mascull, Bill. *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	Princesa Campus
Tutorías	A confirmar el primer día de clase