

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Inglés

Materia: Inglés

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Primero

Semestre: Segundo

Curso Académico: 2026-2027

1. Índice

1. Índice	2
2. Presentación.....	3
02.1 Description.....	3
02.2 Relevant professional applications	3
3. Resultados de aprendizaje de la titulación.....	3
4. Resultados de aprendizaje de la materia	4
5. Contenidos	5
6. Metodología	6
7. Evaluación	7
8. Bibliografía	8
8.1 Primary Bibliography	8
8.2 Recommended Bibliography	8

2. Presentación

02.1 Description

The learning objectives of this subject is to assist students in achieving fluency in all areas of professionally appropriate English language skills required by Marketing and Communications degree graduates.

The course aims to develop confident English language use and expression at a B2 level or above relevant to a business work environment.

The courses employ targeted material designed to introduce students to specific business vocabulary and hone professional business skills necessary for an increasingly globalized employment market. The topics covered such as Marketing, Finance, Human Resources or Cross-Cultural Communication expose students to the practical aspects of day to day business dealings in English.

The comprehensive blended learning curricula includes a mix on both print and cutting-edge digital material which allows students to continue their studies outside of class time. The online platforms specifically target general grammar skills allowing students to improve and strengthen language fundamentals at the same time as studying a business-oriented course.

02.2 Relevant professional applications

Knowledge acquired will be employable in business activities with an international scope which require strong communication skills.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT8 – El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT11 – El estudiante será capaz de desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa, de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, en los canales de venta tradicionales y online.

- RAT12 – El estudiante será capaz de interpretar el análisis de datos e información, con visión crítica hacia los resultados.
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT20 – El estudiante sabrá crear las estrategias sobre el mix de marketing, en coherencia con la política y los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta las estrategias de los competidores.
- RAT23 – El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineados con la misión y visión de la compañía.
- RAT24 – El estudiante será capaz de formular una estrategia comercial que considere los intereses y necesidades de los stakeholders para crear relaciones de confianza.
- RAT25 – El estudiante podrá desarrollar planes de comunicación interna y externa alineados con la estrategia corporativa como refuerzo del posicionamiento de la empresa en el mercado, la percepción de valor por los clientes y el compromiso de los empleados.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM1 - El estudiante será capaz de utilizar la lengua inglesa de forma efectiva dominando las habilidades básicas de comunicación a un nivel equivalente al B2 del “Marco de Referencia Común de Conocimiento de idiomas” del Consejo de Europa
- RAM2 - El estudiante será capaz de aplicar la lengua inglesa a un nivel equivalente al B2 del “Marco de Referencia Común de Conocimiento de idiomas” del Consejo de Europa, en entrevistas y conversaciones con argumentaciones complejas sobre temáticas y situaciones del mundo de los negocios.
- RAM3 - El estudiante será capaz de interpretar artículos y escritos en inglés sobre temas de negocios
- RAM4 - El estudiante será capaz de resolver correctamente ejercicios en los que se apliquen las normas gramaticales de la lengua inglesa y la terminología, expresiones y vocabulario propio del entorno empresarial, a un nivel equivalente al B2 del “Marco de Referencia Común de Conocimiento de idiomas” del Consejo de Europa
- RAM5 - El estudiante será capaz de utilizar de forma adecuada la lengua inglesa a un nivel equivalente al B2 del “Marco de Referencia Común de Conocimiento de idiomas” del Consejo de Europa, para comunicarse con un grado de fluidez y espontaneidad que permita la interacción con otros hablantes en situaciones empresariales
- RAM6 - El estudiante será capaz de explicar oralmente opiniones y puntos de vista para la exposición de ventajas e inconvenientes de diferentes opciones sobre temas de negocios
- RAM7 - El estudiante será capaz de traducir escritos relativos a la práctica empresarial

- RAM8 - El estudiante será capaz de utilizar fluidamente la lengua inglesa a un nivel equivalente al B2 del “Marco de Referencia Común de Conocimiento de idiomas” del Consejo de Europa, para comunicar ideas de forma creativa, motivadora e interesante

5. Contenidos

El objetivo de la asignatura es ayudar a los estudiantes comunicarse en una lengua extranjera en el ámbito profesional y la comunicación digital

- The book used as the basis for the course will be *Business Result upper-intermediate 2nd Edition*, Oxford University Press
-
- Units covered will be 4, 5, 9, 12 and grammar from units 2, 11, and 15
-
- Units 4 & 5 and grammar from unit 11 before midterm exam
-
- Units 9 & 12 and grammar from units 2 & 15 after midterm exam
-
- Additionally, a diversity of current events videos may be used from media outlets such as BBC or CNN News, as well as specific websites from institutions such as the EU.
-
-
- **Introductions & First impressions**
 - Professional introductions
 - Written Communication
 - Formal vs informal register
 - Cover Letter
-
- **New Ideas** (Unit 4):
 - Presenting ideas for products and services.
 - Talk about present, past future ability
 - Discussing future probabilities (Unit 11)
-
- **Ethical Business** (Unit 5):
 - Sustainability and ethical business
 - Planning arrangements & talking about the future
 - Presenting future plans (Unit 9)
-
- **New Business** (Unit 9):
 - Start-ups & entrepreneurship
 - Talking about the past and recent events
 - Question forms (Unit 2)
-
- **Data** (Unit 12):
 - Dealing with data and figures
 - Discussing trends
 - Reports & reporting

- Gerunds & infinitives (Unit 15)
-
-
-
- Students will also complete throughout the course up to **four assignments** each one focused on the four theme topics considered in the course: **Environment, Technology, Business Financial and Marketing**, meaning each exercise will practice the specific vocabulary and topics within each theme focus.
-
- Assignment 1, Cover letter
-
- Assignment 2, Oral Presentation
-
- Assignment 3, Written & Oral Interview (in pairs)
-
- Assignment 4: Formal email

6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.

2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase

Evaluación continua

La nota final de la asignatura se calcula en base a la ponderación de tres bloques de evaluación, divididas en actividades evaluables:

- A. Examen parcial: 20%
- B. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, exposiciones: 40%
 - 1. Cuatro actividades evaluables: 5% cada una
 - 2. Un trabajo o informe grupal: 10%
 - 3. Una presentación en grupo: 10%
- C. Examen final: 40%

Únicamente se procederá a la ponderación de estos tres bloques, en caso de que la calificación del examen final sea igual o superior a 4.0. Si la calificación del examen final es inferior a 4.0, no podrá superarse la asignatura.

En caso de que la asignatura quede suspendida y, a su vez, la calificación del examen final sea inferior a 5.0, el estudiante puede recuperar el examen final con una prueba adicional. Si la nota ponderada de las actividades del apartado B fuese inferior al 5, esta es también recuperable. Con el resultado obtenido, se procederá al cálculo de la nota final de la asignatura según los criterios anteriores.

Los estudiantes que no se presenten a actividades evaluativas con un peso superior al 50% recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

Evaluación Única

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final. En caso de obtener una calificación inferior a 5.0, el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

La normativa incluye la obligatoriedad de un 75% de asistencia.

La asistencia regular a las actividades docentes presenciales constituye un requisito académico fundamental para la adecuada adquisición de las competencias y resultados de aprendizaje de la asignatura. En este sentido, se establece una asistencia mínima obligatoria del 75 % del total de las sesiones programadas.

El incumplimiento de este porcentaje mínimo de asistencia conllevará la pérdida del derecho a presentarse al examen final de la asignatura. En consecuencia, el estudiante será calificado como suspenso, sin posibilidad de acogerse a procesos de reevaluación o segundas oportunidades, de acuerdo con la normativa académica vigente de la Universidad.

1. Las faltas de asistencia se dividen en dos categorías: justificadas y no justificadas. Son faltas justificadas aquellas que pueden demostrarse con un justificante. Son faltas injustificadas el resto de faltas de asistencia.
2. Los justificantes deben entregarse en un plazo máximo de 7 días al profesorado, e incluir claramente los datos personales del estudiante, así como la fecha y el horario en que ha impedido asistir a clase.

8. Bibliografía

8.1 Primary Bibliography

- *Business Advantage – Intermediate* (Student's Book) by Almut Koester, Angela Pitt, Michael Handford and Martin Lisboa. Cambridge 2021

8.2 Recommended Bibliography

- To review general grammar and vocabulary:
- *English Grammar in Use* (various levels) 4th Edition by Raymond Murphy. Cambridge
- To review business specific vocabulary:
- *Business Vocabulary in Use* (various levels) by Bill Mascull. Cambridge
- *Market Leader – Intermediate* (Student's Book) 3rd Edition by David Cotton, David Falvery and Simon Kent. Pearson
- *Working Across Cultures – Market Leader* by Pearson Adrian Pilbeam. Pearson

