



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Inglés para profesionales de la
Comunicación

Grado en Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2025-2026

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

INFORMACIÓN ADICIONAL

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Comunicación
Asignatura	Inglés para Profesionales de la Comunicación
Materia	Comunicación
Carácter	Formación Obligatoria
Curso	2º
Semestre	2
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano/Inglés
Curso académico	2025-2026

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Rosalí León Ciliotta
Correo Electrónico	rosali.leon@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa. El alumnado deberá solicitar la tutoría previamente a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.

REQUISITOS PREVIOS

Poseer un nivel B1/B2 de inglés.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias:

COM02

Idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos.

COM03

Dirigir la oficina de comunicación de una institución pública o privada.

COM07

Crear y dirigir técnica y artísticamente la puesta en escena de un evento.

COM013

Reflexionar sobre el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.

Conocimientos:

CON01

Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CON02

Comprender la evolución histórica del mundo moderno con especial hincapié en los hechos culturales, políticos y económicos que lo definen.

CON03

Comprender la realidad política y los hechos informativos que definen la actualidad.

CON04

Entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

Habilidades:

HAB01

Transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.

HAB02

Manejar las lenguas española e inglesa (con un nivel B1 según los criterios establecidos por el MCER) de forma oral y escrita, en general.

HAB04

Demostrar el uso profesional de las tecnologías y técnicas comunicativas para procesar, elaborar y transmitir información, con especial hincapié en los nuevos soportes.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Capacidad para utilizar con destreza las lenguas española e inglesa de forma oral y escrita, en general, y su adaptación a los usos específicos en los medios de comunicación.
- Capacidad para entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- The Internet and the social networks in communication.
- Public opinion and mass media.
- The written media: the newspaper. The world of advertising.
- Persuasion in the media.

Los contenidos se desarrollarán a través de exposiciones magistrales interactivas, acompañadas de medios audiovisuales. Como parte de la metodología teórico-práctica, y dependiendo de la naturaleza del tema y la dinámica de grupo, las exposiciones se acompañarán de actividades de aplicación, debates y reflexiones, así como estudios de caso, proyectos o trabajos creativos.

1. Tema 1: The written newspapers and new media

- 1.1 Léxico y principios del periodismo
- 1.2 Agenda-setting y narrativa
- 1.3 Bulos y desinformación
- 1.4 Nuevos medios de comunicación multimedia
- 1.5 Redes sociales y su impacto en la actualidad

2. Tema 2: Public opinion and mass media

- 2.1 El papel de los medios masivos en la formación de la opinión pública
- 2.2 Medios y construcción de identidad
- 2.3 Medios masivos y participación ciudadana

3. Tema 3: The world of advertising

- 3.1 Introducción del léxico y tipos de publicidad
- 3.2 La construcción de mensajes publicitarios
- 3.3 Publicidad y cultura

4. Tema 4: Marketing and persuasion in the media

- 4.1 Lenguaje del márketing
- 4.2 Márketing digital y toma de decisiones del consumidor
- 4.3 Márketing y persuasión

5. Tema 5: Job hunting

- 5.1 Making a positive impression
- 5.2 Dealing effectively with interview questions
- 5.3 Talking about yourself
- 5.4 Avoiding common mistakes
- 5.5 Proving you've done your research

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

SEMANA	TEMA
1	1. Introducción de la asignatura 2. Tema 1: The written newspapers and new media • Léxico y principios del periodismo
2	Tema 1: The written newspapers and new media • Agenda-setting y narrativa en los medios
3	Tema 1: The written newspapers and new media • Bulos y desinformación
4	Tema 1: The written newspapers and new media • Nuevos medios de comunicación multimedia • Redes sociales y su impacto en la actualidad
5	Tema 2: Public opinion and mass media • Medios masivos y la formación de la opinión pública
6	Tema 2: Public opinion and mass media • Medios y construcción de identidad
7	Tema 2: Public opinion and mass media • Medios masivos y participación ciudadana
8	Tema 3: The world of advertising • Introducción del léxico y tipos de publicidad
9	Tema 3: The world of advertising • La construcción de mensajes publicitarios
10	Tema 3: The world of advertising • Publicidad y cultura
11	Tema 4: Marketing and persuasion in the media • Lenguaje del márketing
12	Tema 4: Marketing and persuasion in the media • Márketing digital y toma de decisiones del consumidor
13	Tema 4: Marketing and persuasion in the media • Márketing y persuasión
14	Tema 5: Job hunting • Making a positive impression • Dealing effectively with interview questions • Talking about yourself
15	Tema 5: Job hunting • Avoiding common mistakes • Proving you've done your research Exposiciones y presentaciones finales
16	- Exposiciones y presentaciones finales - Repaso

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

METODOLOGÍA

- Método expositivo. Lección magistral
- Estudio individual
- Resolución de problemas
- Metodología por proyectos
- Tutoría presencial (individual y/o grupal)
- Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	39
Prácticas, talleres, seminarios, estudios de caso	15
Tutoría y seguimiento	5
Evaluación	10
Trabajo autónomo	81

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del estudiante.

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	30%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	60%

- La “Asistencia y participación activa” (10%) se valorará a partir de la realización de **actividades en clase y la disposición del alumnado** a responder a las cuestiones y ejercicios planteados en clase.
- La calificación de “Realización de trabajos y prácticas” (30%) es la **evaluación continua** y constará de aquellas actividades en clase que, por su relevancia o complejidad, serán calificadas numéricamente. Se tratará de resolución de casos o problemas, individual o grupalmente.
- Las “Pruebas de evaluación teórico-prácticas” se dividirán en un **ensayo** entregado al final del semestre con seguimiento a lo largo del semestre (10%) y un **Examen final** (50%), el cual será de aplicación y se evaluarán las cuatro habilidades del aprendizaje de un idioma: lectura, escritura, comunicación oral y escucha activa, además de ejercicios de vocabulario relacionados con los temas abordados en clase

Sistemas de evaluación

- **Primera matrícula**

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorarán de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el estudiante haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases**.

En el caso de que los estudiantes asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el estudiante no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

En primera matrícula los estudiantes deberán superar cada una de las partes evaluativas de la asignatura para que se haga media en el cálculo de la nota final de la asignatura.

- **Convocatoria ordinaria:**

La convocatoria ordinaria estará conformada por los elementos de evaluación reflejados en los sistemas de evaluación; cada uno de los cuales debe ser superado para proceder al cálculo de la nota de la asignatura.

- **Convocatoria extraordinaria:**

Los estudiantes podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria. Se podrá acudir con aquellas partes de la evaluación que no superase en convocatoria ordinaria.

Si ha suspendido la parte de realización de trabajos deberá presentar nuevamente dichos trabajos que podrán ser o no los mismos según indique el docente.

Si la parte no superada es el examen deberá presentarse a un nuevo examen en su totalidad (teoría y/o práctica) según la estructura que posea el mismo y del que habrá sido informado el estudiante a inicios de la asignatura.

Dispensa académica:

Para aquellos estudiantes que hayan obtenido dispensa académica por causa justificada, se establecerá un sistema alternativo de evaluación siguiendo lo recogido en Normativa de Evaluación de la Universidad.

El sistema alternativo de evaluación estará conformado por los elementos del sistema de evaluación reflejado en esta guía docente. En el caso de dispensa, se sustituirá asistencia y/o participación por otra actividad formativa adecuada que permita alcanzar los resultados de aprendizaje previstos y obtener la calificación máxima de la asignatura siguiendo las indicaciones que establezca el docente al comienzo de la asignatura.

• **Segunda y siguientes matrículas**

Las segundas y siguientes matrículas poseerán una evaluación idéntica a la expuesta en primera matrícula en la que no tendrán en consideración las entregas de cursos anteriores ni notas de pruebas de evaluación de la matrícula anterior. A todos los efectos el estudiante debe volver a realizar y superar todas las partes reflejadas el sistema de evaluación reflejado en esta guía.

-Convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia:

En el caso de convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia se aplicará el sistema de evaluación de dispensa académica.

Si el estudiante no supera el examen de la asignatura, en actas aparecerá la calificación obtenida en la prueba.

Si el estudiante no se presenta al examen final en convocatoria oficial, figurará como "No presentado" en actas.

Información adicional

Entrega de actividades

Según está establecido institucionalmente, todos los ejercicios y trabajos se deben entregar por el Campus Virtual de la Universidad. No se aceptarán entregas en el correo electrónico del docente.

El trabajo se entregará en la fecha indicada por el docente.

Es el estudiante el responsable de garantizar dichas entregas y plazos en el Campus Virtual. Todos aquellos trabajos presentados fuera de fecha o por otras vías diferentes al Campus Virtual o a las indicadas por el docente contarán como no presentados.

El formato de entrega será el que indique el docente para cada una de las actividades en particular.

Si por capacidad o formato, no se puede realizar una entrega por el Campus Virtual, el docente informará de la vía alternativa de almacenamiento que suministra la universidad y su mantenimiento será responsabilidad del estudiante.

En cualquier caso, el trabajo deberá permanecer accesible hasta que finalice el curso académico.

El docente deberá realizar una copia de todos aquellos trabajos que por su naturaleza no puedan estar almacenados en el Campus Virtual.

Normativa:

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, así como la revisión de las calificaciones, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación, la Normativa de Permanencia y la Normativa de Convivencia de la Universidad del Atlántico Medio públicas en la web de la Universidad:

[Normativa | Universidad Atlántico Medio](#)

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en estas normativas. El personal docente tiene a su disposición una herramienta informática antiplagio que puede utilizar según lo estime necesario. El estudiante estará obligado a aceptar los permisos de uso de la herramienta para que esa actividad sea calificada.

Sistema de calificaciones:

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

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 estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 estudiantes o fracción.

Exámenes:

Al examen solo se podrá acudir con la dotación que indique el docente responsable de la asignatura y el estudiante deberá acudir correctamente identificado. Según la parte del examen se podrá o no contar con dispositivos electrónicos, acceso a internet u otras herramientas o utilidades. El docente tiene la potestad de expulsar al estudiante del examen si se hace uso de cualquier elemento no autorizado en el examen, obteniendo una calificación de suspenso.

En caso de producirse alguna irregularidad durante la celebración del examen o prueba de evaluación, se podrá proceder a la retirada inmediata del examen, expulsión del estudiante, calificación de suspenso y apertura de expediente si se considerase el caso.

El estudiante podrá solicitar la modificación de pruebas de evaluación por escrito a través de correo electrónico dirigido a Coordinación Académica, aportando la documentación justificativa correspondiente, dentro de los plazos indicados en cada caso en la Normativa de evaluación.

[Normativa-de-Evaluacion.pdf](#)

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios acorde con el Programa de Atención a la Diversidad de la UNAM:

[Programa_atencion_diversidad.pdf](#)

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Adornato, A. (2022). *Mobile and Social Media Journalism. A Practical Guide for Multimedia Journalism*. Routledge.
- Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2020). *Market Leader Intermediate*. Pearson.
- Cotton, D., Falvey, D., & Kent, S. (2015). *Market Leader Pre-Intermediate*. Pearson.
- Lee, E., & Ceramella, N. (2008). *Cambridge English for the Media*. Cambridge University Press.
- Lievrouw, L., & Loader, B. (eds.). (2021). *Routledge Handbook of Digital Media and Communication*. Routledge

Complementaria

- Alejandro, J. (2010). *Journalism in the age of social media*. Thomson Reuters Foundation.
- Alcaraz Varó, E. (1999). *Diccionario de términos de marketing, publicidad y medios de comunicación: inglés-español, Spanish-English*. Ariel.
- British Council. (2024). *Business English*
<https://learnenglish.britishcouncil.org/business-english>
- Falacci, O. (2024). *Entrevista con la historia*. Cult Boks.
- Gilmore, D. (2004). *We the Media*. O'Reilly.
- Guarddon Anelo, M. C. (2015). *In the Fast Lane: Comunicación en inglés para profesionales del turismo*. Ediciones Académicas.
- Iyengar, S. (2022). *Media Politics: A Citizen's Guide*. W.W. Norton & Company.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing Global Edition*. Pearson.
- Lamarre, G. (2019). *Storytelling como estrategia de comunicación*. Editorial GG.
- Lippman, W. (1997). *Public Opinion*. Free Press.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory*. Sage.
- Moriarty, S.; Mitchell, N.; Wodd, C., & Wells, W. (2015). *Advertising and IMC: Principles and Practice*. Pearson.
- Morón López, R. (2023). *Social Media Marketing y Gestión de la Reputación Online*. Formación Alcalá.
- Sánchez-Tabernero, A. (2000). *Dirección estratégica de empresas de comunicación*. Cátedra.

- Sandford, G. (2011). *Cambridge English for Human Resources*. Cambridge University Press.
- Van Tassel, J.; Murphy, M., & Schmitz, J. (2020). *The New News. The Journalist's Guide to Producing Digital Content for Online & Mobile News*. Routledge.
- Waldnerová, J. (2016). *English for Journalists*. Nitra.
- Zabala Peña, M. (2013). *English for Communications*. Macmillan Iberia.