



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

**INGLÉS PARA PROFESIONALES DEL PROTOCOLO Y LA
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

**GRADO EN PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE
EVENTOS**

PRESENCIAL

CURSO ACADÉMICO 2024-2025

ÍNDICE

RESUMEN.....	3
DATOS DEL PROFESORADO	3
REQUISITOS PREVIOS.....	3
COMPETENCIAS	4
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	5
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA	5
METODOLOGÍA.....	6
ACTIVIDADES FORMATIVAS	7
EVALUACIÓN	7
BIBLIOGRAFÍA	9

RESUMEN

Titulación	PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS		
Asignatura	Inglés para profesionales del Protocolo y la Organización de Eventos	Código	F2C1G02028
Materia	Organización y Producción de Eventos		
Carácter	Obligatoria		
Curso	Tercero		
Semestre	1º		
Créditos ECTS	3		
Lengua de impartición	Inglés		
Curso académico	2024-2025		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Dimael Fernandez
Correo electrónico	dimael.fernandez@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

REQUISITOS PREVIOS

Poseer un nivel A2+/B1 de inglés.

COMPETENCIAS

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 generales:

CG2 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes referidos al protocolo y la organización de eventos para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CG4 - Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía en el ámbito del protocolo y la organización de actos.

CG5 - Capacidad de creatividad e innovación en el ámbito del protocolo y la organización de eventos.

CG6 - Saber analizar el contexto donde se desarrollan los eventos y las estrategias de comunicación corporativa.

CG7 - Capacidad para comunicarse con claridad y coherencia en español, de forma oral y escrita en general, y su adaptación profesional al sector del protocolo y la organización de eventos.

CG8 - Manejar la lengua inglesa (con un nivel B2 según los criterios establecidos por el MCER), de forma oral y escrita en general, y su adaptación profesional al sector del protocolo y la organización de eventos.

Competencias transversales:

No existen datos.

Competencias específicas:

CE7 - Desarrollar la capacidad para redactar textos, programas, presupuestos, guiones y todo tipo de documentos necesarios para la organización de un evento.

CE10 - Demostrar el uso profesional de las tecnologías y técnicas comunicativas para procesar, elaborar y transmitir información relativa al protocolo y a la organización de eventos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Capacidad para diseñar y ejecutar actos con un grado medio de dificultad.
- Capacidad para desarrollar técnica y artísticamente la puesta en escena de un evento.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- Bloque de vocabulario:
- Temas: Terminología específica para el protocolo y la organización de eventos. Marketing, publicidad, creación de anuncios, televisión, radio, periódicos, revistas y nuevos medios de comunicación.
- Bloque de estrategias de comunicación oral:
- Temas: Conversaciones por teléfono, entrevistas, reuniones, presentaciones orales, recibir a clientes, etc.

- Bloque de estrategias de comunicación escrita:
- Temas: Lectura comprensiva y elaboración de mensajes en medios de comunicación, redacción de notas, cartas, resúmenes, informes, etc.

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

- 1. Advertising (English for the Media textbook)**
 - 1.1. Selling your services to a potential client
 - 1.2. Creating a print advert
 - 1.3. Creating a screen advert
 - 1.4. Presenting a finished advert

- 2. Marketing (English for the Media textbook)**
 - 2.1. Analysing market trends and taking action
 - 2.2. Setting up a marketing communication strategy
 - 2.3. Organising the relaunch of a productEvaluating the success of a relaunch

- 3. New Media (English for the Media textbook)**
 - 3.1. Briefing a web designer
 - 3.2. Analysing problems and providing solutions
 - 3.3. Planning and writing a blog
 - 3.4. Creating a podcast

- 4. Preparing for the interview (Job Hunting textbook)**
 - 4.1. Making a positive impression
 - 4.2. Dealing effectively with interview questions
 - 4.3. Talking about yourself
 - 4.4. Avoiding common mistakes
 - 4.5. Providing you've done your research
 - 4.6. Demonstrating you got what it takes

METODOLOGÍA

Método expositivo. Lección magistral

Aprendizaje basado en la experiencia

Aprendizaje basado en cooperación

Tutoría presencial y/o virtual

Metodología por proyectos

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	16
Clases prácticas y trabajos	26
Tutoría	6
Evaluación	2
Trabajo autónomo del alumno	25

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

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

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

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, al 80% de las clases y participado activamente en ellas.

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

Las actividades evaluadas a lo largo del curso formaran el 60% de la nota final correspondiente al apartado de trabajos y prácticas.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado y computará como convocatoria agotada al tratarse de una titulación en proceso de extinción, tal y como se recoge en la Normativa de Permanencia de Grado y Máster de la Universidad.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general solo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 80% de asistencia a la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- CERAMELLA, N. y LEE, E. (2008): Cambridge English for the Media, Cambridge University Press, Cambridge
- FARRALL, C. Y LINDSLEY, M. (2008): Professional English in Use: Marketing, Cambridge University Press, Cambridge
- MCKEOWN, A. Y WRIGHT, R (2011): Professional English in Use: Management, Cambridge University Press, Cambridge
- DOWNES, C. (2008): Cambridge English for Job-Hunting, Cambridge University Press, Cambridge

Complementaria:

- DUCKWORTH, M. y TURNER, R. (2012): Business Result Upper Intermediate Student's Book, Oxford University Press, Oxford
- MOSCULL, B (2010): Business Vocabulary in Use, Cambridge University Press, Cambridge
- COTTON, D., FALVEY, D. y KENT, S. (2016): Market Leader Upper Intermediate Business English Course Book, 3rd Edition, Pearson Education, Harlow
- MURPHY, R. (2012): English Grammar in Use, 4th Edition, Cambridge University Press, Cambridge

Recursos web:

Específicos:

- <http://product.pearsonelt.com/marketleader/>
- <http://www.bbc.com/news/business>
- <http://www.businessenglish.online.net>
- <http://breakingnewsenglish.com>
- <http://learnenglish.britishcouncil.org/en/business-and-work>

Generales:

- [Cambridge dictionary: https://dictionary.cambridge.org/](https://dictionary.cambridge.org/)