

Estándar Oral y Escrito de la Lengua Española

Código: 103870
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	FB	1	1

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Francesc Rodríguez Ortiz

Correo electrónico: Francesc.Rodriguez.Ortiz@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Equipo docente

María Jesús Machuca Ayuso

Francesc Rodríguez Ortiz

Yurena Maria Gutierrez Gonzalez

Prerequisitos

No hay prerequisites específicos distintos de las condiciones de acceso a la universidad.

Objetivos y contextualización

El objetivo de esta asignatura es perfeccionar la capacidad de análisis y producción de textos para los medios de comunicación tanto en su variedad oral como escrita. Al final del curso, los estudiantes deben conocer las principales características de una serie de modelos textuales, lo que les permitirá aplicar estos conocimientos a la composición de textos en español.

Competencias

- Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes publicitarios.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las dos lenguas oficiales de manera oral y escrita.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- Valorar la diversidad y la interculturalidad como fundamento para trabajar en equipo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
2. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes publicitarios.
3. Construir textos en las dos lenguas oficiales que se adecuen a las estructuras del lenguaje publicitario.
4. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
5. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
6. Demostrar que se tiene dominio de las lenguas oficiales y de sus recursos expresivos para poder producir textos orales y escritos con fluidez, eficacia y precisión.
7. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
8. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
9. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
10. Encontrar lo sustancial y relevante en textos publicitarios, en las dos lenguas oficiales, en cualquier soporte para detectar formas correctas de expresión oral y escritas.
11. Expresarse oralmente y por escrito con corrección.
12. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
13. Valorar la diversidad y la interculturalidad como fundamento para trabajar en equipo.

Contenido

Tema 1. Oralidad y escritura en los textos publicitarios y de las relaciones públicas. Manifestaciones de la lengua oral y de la lengua escrita en distintos formatos. Recursos lingüísticos para la elaboración de textos. Norma y uso en los diferentes textos publicitarios y de las relaciones públicas. Algunos de los problemas normativos del español.

Tema 2. Las unidades textuales: enunciados y párrafos. Constituyentes del enunciado, concordancia y orden de palabras. Tipos de párrafo. Uso de los conectores y de elementos referenciales.

Tema 3. Procedimientos de creación textual. Factores lingüísticos y extralingüísticos: la variación y la creatividad. Denotación y connotación. Creación de enunciados publicitarios y retórica.

Tema 4. Articulación, problemas de pronunciación y características propias de la lengua oral en los ámbitos de la publicidad y las relaciones públicas. Los rasgos prosódicos: velocidad de elocución, las pausas y distribución de los acentos en el enunciado. Patrones melódicos y modalidad oracional en español.

Tema 5. La presentación oral. Recursos lingüísticos para presentaciones orales. Preparación de intervenciones orales. Recursos orales para la presentación oral. La comunicación no verbal.

El contenido de esta asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género.

Metodología

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Actividades

Título	Horas	ECTS	aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases de teoría online	15	0,6	
Prácticas de aula y seminarios	37,5	1,5	
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	3, 4, 6, 7, 10
Tipo: Autónomas			
Lectura, análisis y síntesis de textos y documentos, preparación y realización de trabajos	90	3,6	4, 6, 8, 11, 12, 10, 13

Evaluación

El alumnado deberá realizar a lo largo del curso las siguientes pruebas:

- Prácticas de análisis y producción de muestras del lenguaje escrito (25 %)
- Prácticas de análisis y producción de muestras del lenguaje oral (25 %)

Las características de cada una de las prácticas se especificarán durante el curso y podrán consultarse en el Moodle.

- Prueba de comprensión de las lecturas obligatorias (10 %)
- Prueba escrita sobre los contenidos teóricos y descriptivos del curso (40 % de la nota)

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Las faltas de ortografía, así como los errores en la puntuación, la morfosintaxis y el léxico se penalizan con -0,2 puntos cada una. Con más de 15 faltas o errores gramaticales la prueba se considerará suspendida con un 0 y deberá repetirse en la recuperación.

Para superar la asignatura, se deberán realizar todas las pruebas y entregarlas en el plazo fijado. Se debe obtener una nota final igual o superior a 5. Para calcular la nota final se aplicarán los porcentajes arriba indicados. Para aprobar la asignatura es necesario obtener una calificación mínima de 3,5 sobre 10 en las pruebas, siempre que la suma ponderada de todas las actividades de evaluación sea, como mínimo, un 5.

Los estudiantes que hayan suspendido alguna de las actividades podrán presentarse a la recuperación de un máximo de dos de las pruebas realizadas (que no superen el 50% de la nota).

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

Se considerará "No evaluado" cuando el estudiante solo haya realizado una de las prácticas/pruebas. La elaboración de más de una práctica/prueba supone, pues, la voluntad del estudiante de ser evaluado en la asignatura y, por tanto, su presentación a la evaluación.

Para poder tener derecho a la revisión extraordinaria, se debe haber realizado la revisión ordinaria.

En caso de segunda matrícula, el alumnado deberá seguir la evaluación ordinaria de la asignatura.

ADVERTENCIA:

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Prueba de comprensión de lecturas obligatorias	10%	0	0	2, 7, 8, 9, 12, 10
Prueba escrita sobre los contenidos teóricos y descriptivos del curso	40%	0	0	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12
Práctica de análisis y producción de muestras del lenguaje escrito	25%	0	0	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12
Práctica de análisis y producción de muestras del lenguaje oral	25%	0	0	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13

Bibliografía

Bibliografía básica

- BRIZ, Antonio (coord.) (2008): *Saber hablar*, Madrid: Instituto Cervantes-Aguilar.
- CURTO, Víctor; REY, Juar y SABATÉ, Joan (2008): *Redacción Publicitaria*. Barcelona: Editorial UOC.
- de SANTIAGO GUERVÓS, Javier (2012): *Principios de Comunicación persuasiva*. Madrid: Arco Libros.
- HERNÁNDEZ GUERRERO, José Antonio y María del Carmen García Tejera (2004): *El Arte de hablar: manual de retórica práctica y de oratoria moderna*, Barcelona: Ariel.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2019): *Libro de estilo de la lengua española: según la norma panhispánica*, Madrid: Planeta.
- SÁNCHEZ LOBATO, Jesús (coord.) (2006): *Saber escribir*, Madrid: Instituto Cervantes-Aguilar.
- van DIJK, Teun A. (2000) (comp.): *Estudios sobre el discurso: una introducción multidisciplinaria*, Barcelona: Gedisa.

Bibliografía específica

A lo largo del curso se facilitarán las referencias bibliográficas obligatorias y complementarias fundamentales para el seguimiento del curso.