

**PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA<sup>1</sup>**  
**Comunicación Multimodal en Lengua Inglesa**  
**Curso académico: 2024/2025**

Identificación y características de la asignatura			
Código	501037	Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Comunicación Multimodal en Lengua Inglesa		
Denominación (inglés)	<b>Multimedia Communication in English Language</b>		
Titulaciones	Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo y Producto		
Centro	Centro Universitario de Mérida		
Semestre	6	Carácter	Optativa
Módulo	Módulo IV –Optativo-(Grado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo y Producto)		
Materia	Inglés		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	
Laura V. Fielden Burns	Centro Universitario Mérida	<a href="mailto:Lvfielden@unex.es">Lvfielden@unex.es</a>	
Área de conocimiento	Filología Inglesa		
Departamento	Filología Inglesa		
Profesora coordinadora	Laura V. Fielden Burns		
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 Específicas			
CE19 - Conocer y ser capaz de aplicar las teorías, estrategias y técnicas inherentes a los procesos de comunicación y comercialización de los productos teniendo en cuenta la imagen corporativa como medio de comunicación.			

<sup>1</sup> En los casos de planes conjuntos, coordinados, intercentros, pceos, etc., debe recogerse la información de todos los títulos y todos los centros en una única ficha.

CE20 - Conocer los diferentes tipos de medios que subyacen en la comunicación multimodal mediante el conocimiento y análisis de herramientas tecnológicas de acceso y difusión de la información
CE21 - Desarrollar una visión general de los sistemas de comunicación multimedia y analizar aspectos relativos a la creatividad, el diseño electrónico e interfaz gráfica para la correcta comunicación, análisis y creación de productos y aplicaciones multimedia.
<b>Competencia Transversal</b>
CT11. Comunicación en Lengua Extranjera (3 <sup>rd</sup> Nivel de Dominio)
<b>Temas y contenidos</b>

<b>Breve descripción del contenido</b>
<p>(a) Habilidades comunicativas en inglés, nivel B2.</p> <p>(b) Análisis semiótico y comunicación multimodal en inglés aplicados al campo de la ingeniería, el diseño industrial y las tecnologías (signo, connotación, denotación, percepción, sistemas de comunicación multimedia, etc.).</p> <p>Análisis y creación de sistemas de comunicación multimodal en inglés aplicados a la ingeniería y el diseño industrial (interfaces, imagen corporativa, marketing, comercialización, lenguaje metafórico, packaging, creatividad, diseño de productos, diseño gráfico, logotipos, marcas etc).</p>
<b>TEMARIO DE LA ASIGNATURA</b>
Presentation & Placement /Diagnostic Test
<b>Module 1:</b> Development of communicative competences in English (B2)
<b><u>B2: Descriptores CEF</u></b>
<b>Comprensión auditiva</b>
Comprendo discursos y conferencias extensos e incluso sigo líneas argumentales complejas siempre que el tema sea relativamente conocido.
Comprendo casi todas las noticias de la televisión y los programas sobre temas actuales.
Comprendo la mayoría de las películas en las que se habla en un nivel de lengua estándar.
<b>Comprensión de lectura</b>
Soy capaz de leer artículos e informes relativos a problemas contemporáneos en los que los autores adoptan posturas o puntos de vista concretos.
<b>Expresión oral</b>
Presento descripciones claras y detalladas de una amplia serie de temas.
Sé explicar un punto de vista sobre un tema exponiendo las ventajas y los inconvenientes de varias opciones.
<b>Interacción oral</b>
Puedo participar en una conversación con fluidez y espontaneidad, lo que posibilita la comunicación normal con hablantes nativos.
Puedo tomar parte activa en debates desarrollados en situaciones cotidianas explicando mis puntos de vista.
<b>Expresión escrita</b>
Soy capaz de escribir textos (narraciones, descripciones, etc.) bien enlazados sobre una temática amplia y variada.
Puedo escribir cartas, emails (comunicación personal) que describen experiencias, impresiones, reclamaciones y quejas, etc.

## Module 2: Semiotics

### Unit 1: Semiotics Fundamentals

- Semiotics Fundamentals. Signs, Communication & Systems
  - Semioticians and Theories. Application Fields in semiotics
- Lab Practice 1. Semiotic Fundamentals: Test

### Unit 2: Cultural Semiotics

- Cultural Semiotics fundamentals
  - Semiotics and Culture in Design: brand maps and cultural contexts
  - Cultural narratives in semiotics
- Semiotic and Cultural Application Practice. Class work

### Unit 3: Semiotics Applied to Arts, Design and Engineering

- Product Design Analysis
  - Design and advertising: Logotypes, Branding & Packaging
  - Semiotic of Arts. Visual Arts, Cinema & Graffiti
  - Figurative language: metaphor and personification in marketing
- Lab Practice 2. Semiotic Analysis of an advertisement, brands and logotypes

## Actividades formativas

Horas de trabajo del alumno por tema	Presencial				No
	presencial			Actividad de seguimiento	
Tema (units)	Total	GG	ORD	TP	EP
Presentation /Placement	6	2			4
<b>Module 1 (B2 –CEF)</b>	62	6	24	2	30
<b>Module 2: Semiotics</b>					
Module 2: Unit 1	10	4	0		6
Module 2: Unit 2	17	4	3		10
Module 2: Unit 3	19	6	2	1	10
Lab practices	13	3	0		10
Practical Work	16	2	0	2	12
Evaluación	7	2	0		5
<b>Total</b>	150	30	30	5	85

## METODOLOGÍAS DOCENTES

- Clases expositivas: Presentación de contenidos de la asignatura. Planificación de la participación de los estudiantes en las distintas tareas. Debate sobre aspectos teóricos. Adicionalmente se podrán organizar charlas por expertos y/o empresas de la materia.
- Enseñanza participativa: Desarrollo de trabajos prácticos en grupos. Debate y trabajo colaborativo
- Tutorización: Actividad de seguimiento para la tutela de trabajos dirigidos, consultas y asesoría en grupos pequeños o individuales.

- Aprendizaje autónomo. Aprendizaje individualizado mediante la lectura y análisis de documentos escritos, audiciones, elaboración de memorias, el estudio de la materia impartida y desarrollo de los supuestos prácticos planteados.
- Aprendizaje virtual. Uso de herramientas virtuales de comunicación entre profesor y estudiante e incluso entre los estudiantes entre sí.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Desarrollar habilidades comunicativas en inglés, nivel B2 según el Marco Europeo.

#### • Interpretar y crear de sistemas de comunicación en inglés aplicados al campo del diseño y las tecnologías

- ✓ signos (lingüísticos y no lingüísticos)
- ✓ comunicación, connotación, denotación, desviación, figuras retóricas, negociación, teorías de la recepción, etc.
- ✓ teorías semióticas, metodología y análisis de modelos
- ✓ papel de la cultura en la interpretación de los signos
- ✓ discurso multimodal en inglés (texto, imagen y tecnologías, multimedia).
- Analizar sistemas de comunicación multimodal en inglés aplicado al diseño industrial y desarrollo de productos: Interfaces, publicidad, imagen corporativa, marketing, comercialización, creatividad, packaging, diseño de productos, diseño gráfico, grafiti, logotipos, marcas.

### Sistemas de evaluación

#### Continua

Partiendo de una metodología comunicativa en lengua inglesa enfocada a la certificación lingüística y al análisis de la comunicación y discurso multimodal, la calificación de cada alumno se hará mediante evaluación continua, la realización de prácticas, trabajos y la realización de un examen final de lengua inglesa. La evaluación continua se hará por medio de trabajos escritos /orales, tareas entregadas, participación en el aula, y a través de medios telemáticos, tutorías u otros medios explicitados en la programación de la asignatura. **La ponderación de los sistemas de evaluación será la siguiente:**

- a) Se realizará una prueba objetiva (**examen final**) en la fecha propuesta. El examen constará de: Un examen escrito y un examen oral (Nivel B2) incluyendo todas las destrezas. El examen final supondrá **un 50% de la** nota final de la asignatura (40% examen escrito y 10% examen oral) **Recuperable**. Competencias: CT11
- b) **Prácticas:** Parte de los contenidos impartidos se evaluarán mediante la realización de 2 prácticas (Lab practises 1 & 2), distribuidas a lo largo del curso. La realización de las prácticas supondrá **un 15 % de la nota final (0.75 puntos** cada práctica) Actividad **Recuperable**. Competencias: CT11, CE19, CE20, CE21

c) **Trabajo Práctico.** Análisis Semiótico de un discurso multimodal propuesto por el alumno/a (Unidad 3 –publicidad, identidad corporativa, TIC, packaging, productos industriales, grafiti, cine, etc.-). Las tutorías programadas servirán para canalizar gran parte del desarrollo del trabajo. La puntuación **será del 20%**, 5% la memoria escrita y 15% la presentación oral. **Recuperable**. Competencias: todas

\***IMPORTANTE** Aunque es recuperable y puede presentarse en cualquiera de las convocatorias, el trabajo debe proponerse y ser **ACEPTADO** por el profesor/a en las fechas propuestas para ello a lo largo del cuatrimestre.

d) **Evaluación continua**

e) a través del trabajo presencial, no presencial y tutorías programas: evaluación de **competencias específicas y transversales**. Competencias: todas

PUNTUACIÓN TOTAL DEL APARTADO: **1.5 Puntos** (15% de la nota final)

Asistencia / participación y realización de tareas evaluables a lo largo del semestre.

- 0,7 puntos por tareas pertenecientes al primer apartado (módulo 1) relacionadas con adquisición de destrezas -tareas online y presenciales-
- 0,8 Trabajo grupal (Modulo, 2, tema 2. Intercultura y diseño)

<b>No Recuperable.</b> Competencias Todas las recogidas en el programa		
<b>Resumen de actividades e instrumentos de evaluación</b>		
Examen final (50%)	Prueba final: Examen de competencia lingüística (Nivel B2) –Módulo 1-	(Entre el 50 y el 65%) <b>50% Recuperable</b> - 40% Escrito - 10% Oral
Realización de trabajos dirigidos (informes, casos prácticos, ejercicios y problemas). 15%	Lab Practices (realizadas a lo largo del semestre). Evaluación oral y escrita.	(Entre el 15 y el 30%) 15 % <b>Recuperable</b>
Trabajo Práctico (Exposición oral de trabajos realizados). 20%	Semiotic Analysis. Evaluación escrita y  Presentación oral	Trabajo escrito: 5%  Presentación oral 15% <b>Recuperable</b>
Realización de tareas y participación en el aula, en el aula virtual, en las tutorías programadas, etc. 15%	Enseñanza /evaluación de competencias específicas y transversales (evaluación oral, escrita y a través de las TICs)	15% <b>No recuperable</b>
Porcentaje Total de Materia Recuperable: 85 %		

### Prueba de Evaluación Global

El alumno que se acoja a la modalidad de evaluación no continua (prueba global) deberá comunicarlo según plazos y formas determinados por la normativa y el Centro. Podrá obtener un 100% de la calificación total en la asignatura, se establecen los criterios de evaluación siguientes:

- (1) Examen escrito (40%). Comprensión oral y escrita. Producción escrita. Use of English (Nivel B2). Libro de texto & Contenido específico en Campus Virtual.
- (2) Examen Oral (15%). B2
- (3) Realización de Prácticas 1 y 2 (20%). Ver descripción en contenidos.
- (4) Entrega escrita y Presentación de trabajo de Investigación (25%).  
Análisis Semiótico de un discurso multimodal propuesto por el alumno/a (Unidad 3 –publicidad, identidad corporativa, TIC, packaging, productos industriales, grafiti, cine, etc.-). El objetivo de este trabajo será profundizar en las teorías y metodologías de análisis semiótico en el ámbito del diseño industrial. Memoria escrita (1 punto).  
Presentación Oral (1,5 punto).

### Bibliografía (básica y complementaria)

### Course Book (Module 1)

According to class level:

1. Haines, S. & Stewart. B. (2014). Cambridge English: First Masterclass. Oxford University Press. Student's Book & Workbook.

Or

2. Davies, P. & Falla, T. (2015) Cambridge First Result. Student Book and Workbook with Key. Oxford University Press.

### Campus Virtual (Module 2)

#### General Reference (English Language)

- Haines, S. & Stewart. B. (2014). Cambridge English: First Masterclass. Oxford University Press. Student's Book & Workbook.
- Murphy, Raymond; English Grammar in Use. (With answers). Cambridge U.P.
- Earle-Carlin, S. Q. (2016). Skills for Success Listening and Speaking. Oxford University Press.
- Ward, S. & Gramer, M. (2016). Skills for Success Reading and Writing. Oxford University Press.
- Davies, P. & Falla, T. (2015) Cambridge First Result. Student Book and Workbook with Key. Oxford University Press.
- Gower, R. & Bell, J. (2015). First Expert Coursebook and Workbook. Pearson.

#### Specific References (Semiotics and Multimodal Discourse)

- Andersen, Peter Bogh (1997): A Theory of Computer Semiotics: Semiotic Approaches to Construction and Assessment of Computer Systems. Cambridge University Press
- Barry, Ann Marie Seward (1997): Visual Intelligence: Perception, Image and Manipulation in Visual Communication. State University of New York Press
- Barthes, Roland (1977): Image-Music-Text. Fontana
- Chandler, Daniel (2001): Semiotics: The Basics. Routledge
- Chen, S. & Lin, J. (2018). Brand personification as bonding: A sociosemiotic analysis of three packing cases. *Chinese Semiotic Studies* 14(1), 13-39. DOI 10.1515/css-2018-0002.
- Cook, Guy (1992): The Discourse of Advertising. Routledge
- Eco, Umberto (1984): Semiotics and the Philosophy of Language. Bloomington: Indiana University Press
- Eco, Umberto (1994): Apocalypse Postponed (Ed. Robert Lumley). Indiana University Press
- Danesi, Marcel (2002): Understanding Media Semiotics. Arnold.
- Davis, Howard & Paul Walton (Eds.) (1983a): Language, Image, Media. Basil Blackwell
- Fiske, John (1982): Introduction to Communication Studies. London: Routledge (Chapter 3, 'Communication, Meaning and Signs'; Chapter 4, 'Codes'; Chapter 5, 'Signification'; Chapter 6, 'Semiotic Methods and Applications'; Chapter 8, 'Ideology and Meanings') [an excellent guide]
- Kress, Gunther & Theo van Leeuwen (1996): Reading Images: The Grammar of Visual Design. Routledge.
- Lorusso, A. (2015). Cultural semiotics: For a Cultural Perspective in Semiotics (Semiotics and Popular Culture). Palgrave Macmillan.
- Lorusso, A.M. & Sedda, F. (2023). For a semiotics of culture as a critique of culture. *Social Semiotics*, 5. 577-587. <https://doi.org/10.1080/10350330.2022.2157169>.
- Pickel, A. Culture as a semiotic system: a redefinition of the idea of Culture from a systematic perspective. *Cultura representaciones soc* [online]. 2018, vol.13, n.25, pp.9-47. ISSN 2007-8110. <https://doi.org/10.28965/2018-25-01>.
- Portis Winner, I. (2014). Semiotics of Culture and Beyond. Routledge.
- Posner, R. (2004). Basic Tasks of Cultural Semiotics. Basic Tasks of Cultural Semiotics. In: Gloria Withalm and Josef Wallmannsberger (eds.) (2004), Signs of Power – Power of Signs. Essays in Honor of Jeff Bernard. INST, p. 56-89.

- Nöth, Winfried (1990): Handbook of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press [very useful reference • book]
- Souza Clarisse de, (2005). The Semiotic Engineering of Human-Computer Interaction. Morgan Claypool Publishers.
- Souza Clarisse de and Carla Faria, (2009). Semiotic Engineering Methods for Scientific Research in HCI. Morgan Claypool Publishers.
- Umiker-Sebeok, Jean (Ed.) (1987): Marketing and Semiotics. Mouton de Gruyter

### Otros recursos y materiales docentes complementarios

#### ONLINE RESOURCES

- <http://campusvirtual.unex.es>
- <http://englishonline.sites.uol.com.br/english/intermediate.htm?>
- [http://www.grammarbook.com/exercises/grammar/cnt\\_gram.html](http://www.grammarbook.com/exercises/grammar/cnt_gram.html)
- <http://www.yourdictionary.com> <http://wombat.doc.ic.ac.uk/foldoc/>

#### Semiotics

- [http://www.sapdesignguild.org/resources/glossary\\_semiotic\\_eng.asp](http://www.sapdesignguild.org/resources/glossary_semiotic_eng.asp)
- <http://mitpress.mit.edu/books/chapters/0262042207chap1.pdf>
- <http://www.slideshare.net/edgartanaka/engenharia-semitica>
- [http://www-di.inf.pucrio.br/~clarisse/index.php?option=com\\_content&view=article&id=16:semiotic-](http://www-di.inf.pucrio.br/~clarisse/index.php?option=com_content&view=article&id=16:semiotic-)

### Horario de tutorías

Se podrán consultar las tutorías en la página web institucional del Centro y en el tablón de anuncios del profesor una vez aprobadas por el Departamento.

### Recomendaciones

Se recomienda:

Que el alumnado acceda a la asignatura habiendo superado Inglés Técnico o nivel equivalente (B1).