
Ano Letivo 2018-19

Unidade Curricular LÍNGUA E CULTURA INGLESAS V

Cursos LÍNGUAS, LITERATURAS E CULTURAS (1.º ciclo)
- RAMO DE INGLÊS E FRANCÊS (1.º Ciclo)
- RAMO DE INGLÊS E ESPANHOL (1.º Ciclo)

Unidade Orgânica Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Código da Unidade Curricular 15391445

Área Científica LÍNGUA E CULTURA INGLESAS

Sigla

Línguas de Aprendizagem
Inglês

Modalidade de ensino
Modalidade teórico-prática (TP), prática laboratorial (PL) e orientação tutorial (OT).

Docente Responsável Neuza Carla do Sacramento Alves Baptista e Costa

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Neuza Carla do Sacramento Alves Baptista e Costa	OT; PL; TP	TP1; PL1; OT1	26TP; 26PL; 5OT

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
3º	S1	26TP; 26PL; 5OT	140	5

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

LÍNGUA E CULTURA INGLESAS IV, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS I, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS II, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS III

Conhecimentos Prévios recomendados

Nível B2 de língua inglesa.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

1. *Compreender e produzir textos orais e escritos com o nível de competência C1+ do QECRL, revelando o domínio das funções comunicativas e dos conteúdos gramaticais previstos neste programa .*
2. *Reconhecer as características da linguagem dos media e da publicidade em língua inglesa .*
3. *Aceder e explorar recursos informáticos e meios audiovisuais na produção de texto .*

Conteúdos programáticos

- O inglês nos media e na publicidade
- O impacto das tecnologias na organização e produção de texto em inglês (*blogs, videos , TED talks , MOOCs*)

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A avaliação por frequência com *pelo menos um* elemento de avaliação presencial para cada uma das competências (50%) e o exame de época normal com avaliação de todas as competências (50%), exceptuando-se o que a seguir se estipula. No exame de época normal e no exame de época de recurso são dispensados de exame da competência de produção oral os alunos que tenham obtido classificação positiva em avaliação anterior nesta competência, no mesmo semestre.

Na avaliação final, cada competência tem um peso de 25% e é condição para aprovação a obtenção de, pelo menos, 9,5 valores em cada uma das competências. (nota: esta restrição não se aplica às UC de línguas lecionadas em cursos de outros departamentos).

Critério de assiduidade: exigência de assistência a, pelo menos, 75% das horas de contacto para admissão a avaliação no exame normal.

Todos os alunos regularmente inscritos estão automaticamente admitidos a exame de época de recurso.

Bibliografia principal

Cook, G. (2001). *The discourse of advertising*. N. Y: Routledge.

Crystal, D. (2003). *The Cambridge encyclopedia of the English language*. Cambridge: C.U.P.

Goddard, A. (2005). *The language of advertising*. London: Routledge.

Hussey, S. (1995). *The English language structure and development*. N.Y: Routledge.

Mascull, B. (1995). *Key words in the media*. London: HarperCollins Publishers.

McLoughlin, L. (2006). *The language of magazines*. N.Y: Routledge

Reah, D. (2002). *The language of newspapers*. N.Y: Routledge.

Academic Year 2018-19

Course unit ENGLISH LANGUAGE AND CULTURE V

Courses LANGUAGES, LITERATURES AND CULTURES
- RAMO DE INGLÊS E FRANCÊS (1.º Ciclo)
- RAMO DE INGLÊS E ESPANHOL (1.º Ciclo)

Faculty / School Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Main Scientific Area LÍNGUA E CULTURA INGLESAS

Acronym

Language of instruction English

Teaching/Learning modality TP, PL and OT classes.

Coordinating teacher Neuza Carla do Sacramento Alves Baptista e Costa

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Neuza Carla do Sacramento Alves Baptista e Costa	OT; PL; TP	TP1; PL1; OT1	26TP; 26PL; 5OT

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	26	26	0	0	0	5	0	140

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

LÍNGUA E CULTURA INGLESAS I, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS II, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS III, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS IV

Prior knowledge and skills

B2 level (independent user)

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

1. *Understand and produce oral and written texts at a C1+ of CEFR, showing the knowledge of the communicative functions and grammatical content which this syllabus requires.*
2. *Recognize the linguistic characteristics of the English language within the media and advertising.*
3. *Access and explore electronic resources in the production of text.*

Syllabus

- The English language in media and advertising
- The impact of technologies in the organization and the production of text in English (blogs, videos, TED talks, MOOCS)

Teaching methodologies (including evaluation)

Evaluation by test with at least one in-class assessment for each one of the language competencies (50%) and the *época normal* exam with evaluation in all language competencies (50%), with the exception of the following:

- During the exams in *época normal* época de recurso, students who in the previous evaluation obtained, during the same semester, a positive grade in oral production, are exempt from this language competence.
- In the final evaluation, each language competence weighs 25%. A requisite for passing the course is that students have a grade of at least 9,5 points in each one of the language competencies. (Note: this requirement is not applicable to language curricular units taught in degrees of other departments).

Attendance criteria: in order to be admitted for evaluation during *exam normal*, students are required to attend, at least, 75% of the contact hours.

All enrolled students are automatically admitted to exam in época de recurso.

Main Bibliography

- Cook, G. (2001). *The discourse of advertising*. N. Y: Routledge.
- Crystal, D. (2003). *The Cambridge encyclopedia of the English language*. Cambridge: C.U.P.
- Goddard, A. (2005). *The language of advertising*. London: Routledge.
- Hussey, S. (1995). *The English language structure and development*. N.Y: Routledge.
- Mascull, B. (1995). *Key words in the media*. London: HarperCollins Publishers.
- McLoughlin, L. (2006). *The language of magazines*. N.Y: Routledge
- Reah, D. (2002). *The language of newspapers*. N.Y: Routledge.