
Ano Letivo 2020-21

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 Maria da Conceição Condinho Bravo

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Maria da Conceição Condinho Bravo	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 (tradicionais e digitais)
- O impacto das tecnologias na organização e produção de texto em inglês (*blogs, videos, redes sociais, TED talks, MOOCs*)
- A notícia: factos ou fabricação
- O inglês na publicidade

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Processo de ensino e aprendizagem orientado sobre os princípios das metodologias ativas.

Avaliação por frequência com pelo menos um elemento de avaliação para cada uma das competências (compreensão oral, compreensão escrita, produção oral e produção escrita), valendo cada uma 25% para o cálculo da classificação final.

Estão dispensados do exame de época normal os alunos que tenham obtido em cada competência 9,5 valores e tenham assistido a 75% das horas de contacto presenciais. Os alunos que, cumprindo a assiduidade, obtenham classificações inferiores a 9,5 na avaliação de uma ou mais competências realizarão apenas exame relativo a essa(s) competências.

São admitidos a exame de recurso todos os alunos regularmente inscritos que não tenham obtido aprovação nas avaliações anteriores ou que não preencham o critério de assiduidade. Aplicam-se idênticos procedimentos aos enunciados para cálculo da classificação do exame de época normal.

Bibliografia principal

Bednarek, M. & Caple, H. (2012). *News discourse*. London: Bloomsbury

Cotter, Colleen (2010). *News talk: investigating the language of journalism*. Cambridge: C.U.P.

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

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

Harcup, T (2015). *Journalism: principles and practice*. London: Sage.

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

Tagg, C. (2012). *Discourse of Text Messaging: Analysis of SMS Communication*. London: Continuum.

https://www.bbc.co.uk/news/resources/1dt-sh/the_godfather_of_fake_news

Academic Year 2020-21

Course unit ENGLISH LANGUAGE AND CULTURE V

Courses LANGUAGES, LITERATURES AND CULTURES
BRANCH ENGLISH AND FRENCH
BRANCH ENGLISH AND SPANISH

Faculty / School FACULTY OF HUMAN AND SOCIAL SCIENCES

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction English

Teaching/Learning modality TP, PL and OT classes.

Coordinating teacher Maria da Conceição Condinho Bravo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Maria da Conceição Condinho Bravo	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 II, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS I, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS IV, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS III

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 (traditional and digital)
- The impact of technologies in the organization and the production of text in English (blogs, videos, Social Networking Sites -SNSs, TED talks, MOOCs)
- News: real or fake
- The English language in advertising

Teaching methodologies (including evaluation)

The teaching and learning process will be guided by the principles of active learning methodology. Ongoing assessment requires the completion of at least one assessment per language skill (listening, reading, speaking, and writing), each worth 25% of the final grade. Students who obtain a grade of 9,5 in each of the language skills and have attended 75% of the contact hours are exempt from the 'Época Normal' exam. Students who have complied with the attendance requirement but have a grade below a 9,5 on the assessment of one or more skills, must retake the exam for the skills which they have not passed. All enrolled students who have not passed the previously mentioned assessments or have not complied with the attendance requirement, will be admitted to the 'Época de Recurso' exam. The procedure for calculation of the final grade will be identical to the that of 'Época Normal' exam.

Main Bibliography

Bednarek , M. & Caple, H. (2012). *News discourse*. London: Bloomsbury

Cotter, Colleen (2010). *News talk: investigating the language of journalism* . Cambridge: C.U.P.

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

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

Harcup, T (2015). *Journalism: principles and practice*. London: Sage.

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

Tagg, C. (2012). *Discourse of Text Messaging: Analysis of SMS Communication*. London: Continuum.

https://www.bbc.co.uk/news/resources/1dt-sh/the_godfather_of_fake_news