
Ano Letivo 2022-23

Unidade Curricular LÍNGUA E CULTURA INGLESAS V

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

Unidade Orgânica Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Código da Unidade Curricular 15391613

Área Científica LÍNGUA E CULTURA INGLESAS

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 222

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 4,5,8

Línguas de Aprendizagem Presencial com aulas TP, PL e OT

Modalidade de ensino

Presencial com aulas TP, PL e 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	156	6

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

Precedências

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

Conhecimentos Prévios recomendados

Nível B2+ da língua inglesa, do QECR

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

No fim desta Unidade Curricular os alunos deverão ser capazes de:

1. Compreender e produzir textos orais e escritos com o nível de competencia 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, vlogs, videos, redes sociais, TED talks, MOOCs)

A notícia: factos ou fabricação

O inglês na publicidade

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A avaliação é por frequência, nos termos do Regulamento em vigor, e incide sobre os quatro modos de comunicação (recepção, interação, produção e mediação) e respetivas competências linguísticas e comunicativas, explicitados no volume complementar do QECR (Quadro Europeu Comum de Referência) para as Línguas e sobre o domínio dos conteúdos referidos na presente Ficha de Unidade Curricular. É requerida aos alunos uma assiduidade igual ou superior 75% das horas de contacto. Os alunos com assiduidade inferior a 75% das horas de contacto só são admitidos a exame na época de recurso. Os alunos que obtenham uma classificação inferior a 9,5 estão admitidos a exame de época normal. Os exames consistem em provas escrita e oral em que se avaliam todos os modos de comunicação e competências acima referidos, assim como os conteúdos da unidade curricular. Área de preenchimento obrigatório.

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.

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

Crystal, D.(2020). Let's Talk: How English Conversation Works. Oxford: OUP.

Fairclough, N (1995). Media discourse. London: Hodder Arnold.

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

<https://www.mediawatchjournal.in/wp-content/uploads/2020/09/Tools-and-Techniques-Used-in-the-Language.pdf>

Academic Year 2022-23

Course unit ENGLISH LANGUAGE AND CULTURE V

Courses LANGUAGES, LITERATURES AND CULTURES

Faculty / School FACULTY OF HUMAN AND SOCIAL SCIENCES

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 222

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 4,5,8

Language of instruction English

Teaching/Learning modality Face-to-face classes: TP, PL and OT

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	156
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 III, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS II, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS I, LÍNGUA E CULTURA INGLESAS IV

Prior knowledge and skills

Level B2+ in English (CEFR for Languages)

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

At the end of the course students are expected to: Understand and produce spoken and written texts at a C1 level of the CEFR, showing knowledge of the communicative functions and grammatical content which this syllabus requires. Recognise the linguistic characteristics of the English language within the media and advertising discourses. Access, explore and use digital and audiovisual resources in the reception, interaction and production of text, for covering course content and for ongoing evaluation purposes.

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 assessment is "por frequência" (i.e. continuous assessment), according to the Faculty Regulation, and focuses on the four modes of communication (reception, interaction, production and mediation) and on the respective language and communication skills, explained in the companion volume of the CEFR (Common European Framework of Reference for Languages) and on knowledge/mastery of the contents referred to in this FUC. Attendance is mandatory for no less than 75% of total contact hours. Students who do not attend 75% of the total contact hours will only be allowed to take the "Época de Recurso" exam (NOT the Época Normal). Students scoring a final average of 9.5 or higher pass the curricular unit. The rest will be admitted to exam. The exam will consist of written and oral assessments of all modes of communication and competences stated above, as well as on the contents of the this curricular unit.

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

Crystal, D. (2020). Let's Talk: How English Conversation Works. Oxford: OUP.

Fairclough, N (1995). Media discourse. London: Hodder Arnold.
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

<https://www.mediawatchjournal.in/wp-content/uploads/2020/09/Tools-and-Techniques-Used-in-the-Language.pdf>