

GUÍA DOCENTE

LENGUAJE EN LA PUBLICIDAD Y LA EMPRESA

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 06-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	FORMACIÓN BÁSICA
Período de impartición	1 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
La publicidad, en tanto que objeto de estudio, es un hecho multidisciplinar que exige ante todo un conocimiento profundo de la lengua española. A partir de la caracterización semiótica del lenguaje publicitario y de una explicación de sus perfiles desde el punto de vista pragmático, se estudian los usos del idioma en la publicidad, según los distintos niveles lingüísticos con un enfoque fundamental-mente descriptivo y orientado a la identificación de los distintos recursos y a la comprensión global de los textos publicitarios. Finalmente, se presta atención a los principales usos del lenguaje como instrumento básico para el desempeño del trabajo profesional con el fin de que los alumnos se familiaricen con los resortes de esta herramienta imprescindible. Los futuros graduados deben dominar, en fin, con un conocimiento basado en los aspectos fundamentales de la teoría de la comunicación, los aspectos más prácticos que se derivan de aplicar las técnicas adecuadas al mensaje publicitario y a la lengua como instrumento básico en el desempeño de su profesión. Como requisito previo, se precisa que el alumno posea un conocimiento adecuado del sistema lingüístico del español de acuerdo con los niveles requeridos en las etapas educativas anteriores a su ingreso en la universidad. Para que el alumno logre los objetivos de la asignatura, se recomienda que, además de realizar las tareas obligatorias, lea los textos que el profesor proponga con carácter opcional.
II.B-Presentación en inglés
null

III.-Resultados de Aprendizaje



CG04. Aptitud para responsabilizarse de grupos humanos y proyectos de trabajo que involucren diferentes ámbitos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, empleando para ello tanto recursos básicos (lenguaje audiovisual, tecnologías y su aplicación en creatividad) como auxiliares (documentación).

CG07. Desarrollar nuevos enfoques creativos en la elaboración tanto de la estrategia creativa como del mensaje publicitario,

CG09. Capacidad para usar adecuadamente la lengua española en el contexto publicitario y creativo. Así mismo, el estudiante estará preparado para desenvolverse en un contexto internacional, mediante el conocimiento solvente de un segundo idioma que le permite realizar estudios o desarrollar su labor profesional en el extranjero.

CE23. Utilizar de manera plena y solvente la lengua española.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

BLOQUE I. Comunicación y lenguaje.

Tema 1. Comunicación y lenguaje.

- La comunicación en la empresa.
- Tipos de comunicación.
- Análisis de casos prácticos de comunicación empresarial.
- El lenguaje de la publicidad:
- Recursos lingüísticos.
- Lenguaje visual y verbal.
- Adaptación del lenguaje a diferentes medios.

BLOQUE II. Competencia lingüística.

Tema 2. Gramática. Semántica, lexicología y lexicografía. Fonología, fonética y ortografía.

- La gramática en textos empresariales y publicitarios.
- El análisis semántico en la publicidad y en la empresa.
- El vocabulario en contextos publicitarios y empresariales.
- El uso de la fonética en la publicidad y en la comunicación empresarial.
- La ortografía en textos publicitarios y empresariales.

BLOQUE III. Competencia sociolingüística.

Tema 3. La lengua española y sus variedades.

- La lengua española en la publicidad y en la empresa.
- Las variedades geográficas del español.
- Análisis de campañas publicitarias.

BLOQUE IV. Competencia pragmática.

Tema 4. Pragmática.

- Pragmática y comunicación.
- Actos del habla.
- Máximas de Grice
- Teoría de la relevancia.
- Cortesía Lingüística.
- Implicaturas.
- Estrategias pragmáticas en la publicidad.
- Estrategias pragmáticas en la comunicación corporativa.

BLOQUE V. Competencia textual y retórica.

Tema 5. Texto y retórica.

- Tipos de textos.
- Características de los textos publicitarios.
- Estrategias retóricas en la publicidad y en la comunicación empresarial.
- Técnicas de persuasión en la publicidad y en la comunicación empresarial.
- Técnicas de storytelling en la publicidad y en la comunicación empresarial.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Trabajos individuales	Trabajos individuales
Otras actividades	Tutorías académicas individuales y/o grupales (a través de chat, correo, videoconferencia, plataforma virtual 3D)



Lecturas	Lecturas complementarias
Trabajos colectivos	Trabajos grupales
Otras actividades	Clases teórico-prácticas
Presentaciones orales	Debates y crítica constructiva
Prácticas	Actividades prácticas
Resolución de ejercicios	Ejercicios prácticos

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	24
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	24
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	12
Tutorías académicas	42
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	6
Preparación de clases teóricas	20
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	26
Preparación de pruebas	26
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 2	Presentación de la asignatura.
Prácticas	Semana 1 a Semana 2	Introducción al estudio de la lengua española en la publicidad y la empresa.
Clases Teóricas	Semana 3 a Semana 12	Clases expositivas.
Prácticas	Semana 3 a Semana 12	Clases prácticas. Realización de actividades individuales y grupales establecidas por el docente.
Pruebas	Semana 13 a Semana 13	Prueba escrita. Fecha oficial de la universidad
Trabajos colectivos	Semana 14 a Semana 15	Entrega y comentario de trabajos.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Orientación y apoyo docente mediante tutorías individuales o grupales concertadas.



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Las pruebas de evaluación serán las siguientes:

- SE01. Prueba escrita de conocimientos y/o competencias teórico-prácticos (test, preguntas de respuesta corta, preguntas de desarrollo, cuestionario).** Se realizará presencialmente. Nota mínima: 5 sobre 10. **Ponderación: 70 % (Examen 40 % y prácticas escritas individuales 30 %).** Periodo: semana 13. Contenidos: la prueba incluirá contenidos teórico-prácticos explicados en el aula hasta la semana 11. Evaluación en periodo ordinario. Revaluable en periodo extraordinario.
- SE05. Resolución de problemas y casos.** (Presentación oral de trabajo individual o grupal que será evaluado siguiendo un protocolo o rúbrica de evaluación). El profesor detallará el número y características de las pruebas al inicio de curso, así como el valor que otorga a cada una de ellas. **Ponderación: 20 %.** Periodo: semanas 3-15. Las pruebas individuales y las grupales serán revaluables en la convocatoria extraordinaria, en el caso de haberse suspendido o de no haberse presentado en la convocatoria ordinaria (nota mínima: 5 sobre 10).
- SE09. Actividad extraacadémica: asistencia a jornadas y seminarios.** Nota mínima: no. **Ponderación: 10 %.** Periodo: semanas 1-15. No revaluable: la participación en actividades académicas o extraacadémicas no puede ser revaluable en la convocatoria extraordinaria.

*Se ponderarán la capacidad expresiva y la corrección idiomática: la redacción, la propiedad del vocabulario y la corrección sintáctica y ortográfica (grafías, tildes, puntuación). En la calificación final, las incorrecciones y errores en cualquiera de estos sectores serán penalizados de acuerdo con el criterio que establezca cada profesor al inicio del curso. Con respecto al método de evaluación en convocatoria adelantada, será el mismo que el establecido con carácter general.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación



Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Bernárdez Sanchís, E. (2003): "El texto en el proceso comunicativo", *Revista de Investigación Lingüística*, 2, 6, pp. 7-28.
 Frías Conde, X. (2001): "Introducción a la pragmática", *Ianua. Revista Philologica Romanica*, pp. 1-35 .
 Gómez Torrego, L. y S. Robles (2014): *Transgresiones idiomáticas en el lenguaje de la publicidad*, Madrid, Cátedra.
 Pilleux, M. (2001): "Competencia comunicativa y análisis del discurso", *Estudios Filológicos*, 36, pp. 143-152.
 Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2009-2011): *Nueva gramática de la lengua española*, Madrid, Espasa Libros.
 Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2025): *Nueva gramática de la lengua española. Edición revisada y ampliada*, Madrid, Espasa Libros.
 Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2010): *Ortografía de la lengua española*, Madrid, Espasa Libros.
 Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2013): *El buen uso del español*, Madrid, Espasa Libros.
 Robles Ávila, S. (2004): *Realce y apelación en el lenguaje de la publicidad*, Madrid, Arco Libros.
 Romero Gualda, M.ª V. (coord.) (2011): *Lenguaje publicitario*, Barcelona, Ariel.
 Vilches Vivancos, F. (2017): *El lenguaje en los medios de comunicación*, Madrid, Dykinson.

Bibliografía complementaria

Casado Velarde, M. (2015): *La innovación léxica en el español actual*, Madrid, Síntesis.
 Cervera Rodríguez, Á. y A. Hernando García-Cervigón (eds.) (2021): *Pragmática y análisis del discurso en español*, Madrid, Arco/Libros.
 Real Academia Española (2014): *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., Madrid, Espasa Calpe.
 Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2005): *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid, Santillana Ediciones Generales.
 Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2018): *Libro de estilo de la lengua española*, Barcelona, Espasa Libros.
 Seco, M. (2011): *Nuevo diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*, Barcelona, Espasa Libros.
 Direcciones web de interés:
<http://www.rae.es>
<http://www.fundeu.es>
<http://www.cervantesvirtual.es>

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	AURORA LARROSA MARTÍNEZ
Correo electrónico	aurora.larrosa@urjc.es
Departamento	Estudios Históricos y Sociales, Lengua Española, Literatura, Filosofía Moral y Didácticas Específicas.
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No



Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	2
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1
Nombre y apellidos	MIRIAM GONZÁLEZ SANTOLALLA
Correo electrónico	miriam.gsantolalla@urjc.es
Departamento	Estudios Históricos y Sociales, Lengua Española, Literatura, Filosofía Moral y Didácticas Específicas.
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	1
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0
Nombre y apellidos	REY MONTESINO CASTILLO
Correo electrónico	rey.montesino@urjc.es
Departamento	Estudios Históricos y Sociales, Lengua Española, Literatura, Filosofía Moral y Didácticas Específicas.
Campus de impartición	Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico



Nº de Quinquenios	1
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1