



## DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

TITULACIÓN: COMUNICACIÓN

ASIGNATURA: **INGLÉS IV**

CURSO: 3º y 4º

DURACIÓN: ANUAL

CARÁCTER: OPTATIVO

CRÉDITOS: 8

### DESCRIPTORES

Dominio Oral y escrito de la lengua Inglesa: Análisis y comentario de textos periodísticos, escritos y audiovisuales. E.S.P. ( English for Special Purposes):

Vocabulario y estructuras específicas. Práctica Lingüística

### OBJETIVOS

- Consolidar progresivamente el vocabulario. Paso de conocimiento pasivo a conocimiento activo.
- Practicar exhaustivamente las funciones pragmáticas del lenguaje a través de distintas situaciones de tipo real.
- Utilizar estrategias de comunicación y comprensión que permitan mantener intercambios comunicativos.
- Leer de forma comprensiva y autónoma documentos periodísticos en la L.E. obteniendo informaciones globales y específicas.
- Redactar documentos periodísticos en Inglés.
- Activar conceptos (funcionales, nocionales, semánticos y culturales) y procedimientos ante situaciones de comunicación nuevas
- Conocer los aspectos más importantes del mundo de la publicidad, periodismo y radio en el mundo anglosajón
- Crear un clima dinámico e interactivo donde el alumno pueda desarrollar su interés por temas de actualidad social, económica, cultural, política etc. analizando las diferencias socio-lingüísticas que afectan al mundo anglosajón.

### CONTENIDOS

#### 1. ADVERTISING II

- o Substance and Surroundings
- o Pictures, music, speech and writing
- o Language and Paralanguage
- o Words and Phrases

- o Connected Text
- o Conclusion: the genre of the advertisement
- 2. WRITING FOR JOURNALISTS II
- o Writing News II
- o Writing reviews II
- o Style II
- 3. METHODS AND MEANINGS OF RADIO II
- o Case studies and practical assignments

## **METODOLOGÍA**

### **1.- Presentación de la unidad.**

*Todo tema debe ser objeto de una presentación por parte del docente. En el sistema universitario podríamos hablar de tres fases:*

- a) motivación (transferible, mientras se pueda a la realidad y a los intereses y necesidades de la sociedad y el propio alumno)*
- b) detección de preconcepciones y conocimientos previos necesarios para progresar adecuadamente en el aprendizaje de dicho tema.*
- c) información del contenido general del tema, objetivos prácticos que se persiguen y recursos que pueden utilizar.*

### **2.- Desarrollo:**

- a) Explicación magistral.*
- b) Sesiones de trabajo: actividades propuestas orientadas por el profesor.*
- c) Desarrollos curriculares amplios, destinados a alumnos con un interés especial.*
- d) Evaluación.*

## **EVALUACIÓN**

La evaluación de la asignatura se realizará en sus dos vertientes fundamentales, sumativa y formativa.

Se tendrán en cuenta los siguientes elementos:

- participación e interés del alumno
- ejercicios de autoevaluación
- trabajos prácticos
- trabajos de ampliación
- utilización de recursos didácticos
- exámenes

## **BIBLIOGRAFÍA**

- o Cook, Guy The Discourse of Advertising London: Routledge, 1996
- o Goddard, Angela The Language of Advertising London: Routledge, 1998

o Hicks, Wynford Writing for Journalists London: Routledge , 1999  
o Sanger, Keith The Language of Drama London: Routledge, 2001  
o Shingler M. and Wieringa C. Methods and Meanings of Radio  
London: Arnold, 1998