



ENGLISH FOR MEDIA STUDIES

MODALIDAD VIRTUAL



**CENTRO
DE IDIOMAS**
UNIVERSIDAD DE LIMA



Cuando un estudiante de inglés consigue dominar el idioma a nivel intermedio o avanzado, el siguiente paso es lograr la competencia en el inglés especializado de su profesión o campo de estudio. Por ello, el Centro de Idiomas de la Universidad de Lima te ofrece el curso English for Media Studies, dirigido a estudiantes y egresados de las carreras de Comunicación, Periodismo, Publicidad y afines, así como a las personas interesadas en aprender a comunicarse usando el vocabulario, las expresiones idiomáticas y las estructuras gramaticales propias del campo de las comunicaciones.

Al final del curso, podrás conocer y usar fluidamente las estructuras y vocabulario especializados en situaciones académicas y profesionales en el campo de las comunicaciones.

DIRIGIDO A

- Estudiantes y egresados de las carreras de Comunicación, Periodismo, Publicidad y afines
- Alumnos y egresados de la Maestría en Gestión Estratégica de Contenidos de la Universidad de Lima
- Personas interesadas en aprender a comunicarse usando el vocabulario, las expresiones idiomáticas y las estructuras gramaticales propias del campo de las comunicaciones

REQUISITOS

Debes contar con conocimientos de inglés a nivel intermedio (English 6 o B2 según el Marco Europeo de Referencia). Para ello, puedes sustentarlo con una de las siguientes opciones:

- Si eres alumno del Centro de Idiomas, debes haber aprobado el nivel intermedio (English 6) del Programa Integral de Inglés.
- Si no eres alumno del Centro de Idiomas, debes contar con un certificado internacional reconocido (según requerimiento del Centro de Idiomas). Si no lo tuvieras, puedes sustentar el nivel intermedio mediante nuestro Examen de Diagnóstico y Clasificación de Inglés (Placement Test), el cual tendrá vigencia de 12 meses calendario.

PROFE
SIONA
LIZA
TU INGLÉS

CONTENIDO



El curso desarrolla 8 temas relacionados con el mundo de las comunicaciones:

UNIT 1: NEWSPAPERS

- Cómo escribir encabezados
- Análisis de artículos periodísticos
- Habilidades para realizar entrevistas
- Cómo planificar y redactar un artículo periodístico
- El logro de la cohesión en textos escritos
- El uso de preguntas abiertas y cerradas
- Identificar el prejuicio en textos
- Cómo redactar la introducción y la conclusión de textos

UNIT 2: RADIO

- El lenguaje usado por los presentadores de radio
- El proceso de producción
- La planificación de la lista de noticias
- Cómo dar retroalimentación en la posproducción
- La presentación de un programa de radio
- El lenguaje de las producciones radiales
- Frases seguidas de sustantivos o gerundios
- Cómo dar instrucciones
- Phrasal Verbs
- Práctica calificada 1: *units 1 - 2*

UNIT 3: MAGAZINES

- Cómo componer las portadas de las revistas
- La planificación del contenido de una revista
- Instrucciones para una sesión de fotos
- Planificar y redactar un artículo basado en la vida real
- El lenguaje usado en las portadas de las revistas
- Mecanismos estilísticos
- Formas verbales para el futuro
- El lenguaje de los correos electrónicos
- Tiempos gramaticales narrativos

UNIT 4: TELEVISION

- Entendiendo el proceso de producción
- Cómo organizar la programación de una filmación
- Filmaciones en locaciones
- Editando un documental de televisión
- El lenguaje de la producción de televisión
- Expresar modalidad
- El vocabulario del proceso de filmación y su equipamiento
- Pedir y dar sugerencias
- El vocabulario aplicado a la edición de documentales de televisión
- Examen parcial: *units 1 - 4*

UNIT 5: FILM

- Cómo escribir un guion
- Cómo ofrecer un proyecto de cine
- Cómo organizar una filmación
- Cómo escribir una crítica de cine
- Las características de los diálogos escritos
- El vocabulario técnico de la filmación y la distribución de películas
- Conectores
- El lenguaje de las críticas de cine

UNIT 6: NEW MEDIA

- Cómo dar instrucciones de un proyecto a un diseñador *web*
- Analizar problemas y darle soluciones
- Planificar y redactar un *blog*
- La creación de un podcast
- El vocabulario técnico de los sitios *web*
- Pedir y dar definiciones y aclaraciones
- El uso de adjetivos para mejorar un texto
- Palabras con múltiples significados
- El vocabulario del lenguaje hablado
- Frases hechas
- Práctica calificada 2: *units 5 - 6*

UNIT 7: ADVERTISING

- Vendiendo servicios a un potencial cliente
- La creación de un aviso impreso
- La creación de un aviso para panel
- La presentación de un aviso acabado
- Tranquilizar y convencer
- El lenguaje de los *slogans*
- Lenguaje para las sesiones de lluvia de ideas
- El vocabulario técnico para avisos
- El lenguaje para hacer presentaciones

UNIT 8: MARKETING

- Analizar tendencias del mercado y tomar acción
- Configurar una estrategia de comunicación de *marketing*
- La organización del relanzamiento de un producto
- Evaluar el éxito de un relanzamiento
- Describir tendencias de mercado
- El vocabulario de las estrategias de comunicación
- Cómo expresar ánimo o incentivo
- El uso del tiempo presente perfecto para describir mejoras
- Examen final: *units 1 - 8*



CENTRO DE IDIOMAS

UNIVERSIDAD DE LIMA

INFORMES E INSCRIPCIONES

4376767 anexos 30123 y 30126
idiomas@ulima.edu.pe

idiomas.ulima.edu.pe