



LENGUAJE PERIODÍSTICO Y LENGUAJE PUBLICITARIO

SKU: CT2417

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. La comunicación y el lenguaje.
 - 1.1. Componentes de la comunicación.
 - 1.2. Funciones del lenguaje.
 - 1.3. La comunicación de masas.
2. Características del lenguaje periodístico.
 - 2.1. Concisión. tendencia al cliché. sintaxis sencilla. objetividad.
3. Subgéneros periodísticos.
 - 3.1. Informativos: la noticia. la crónica. el reportaje y la entrevista.
 - 3.2. Opinión: la columna y el editorial.
4. Características del lenguaje publicitario.
 - 4.1. Originalidad. brevedad. sugerencia.
5. Recursos lingüísticos del lenguaje publicitario.
 - 5.1. Interrogaciones retóricas.
 - 5.2. Enunciados imperativos.
 - 5.3. Metáforas.
 - 5.4. Comparaciones.
 - 5.5. Dobles sentidos.
 - 5.6. Hipérboles.
 - 5.7. Paradojas.
 - 5.8. Aliteraciones.
6. La estructura de los enunciados publicitarios. Tipología oracional.
 - 6.1. La oración simple.
 - 6.2. La yuxtaposición.
 - 6.3. Oraciones coordinadas.

6.4. La expresión de la causalidad.