

UF1903 ELABORACIÓN DE RESEÑAS PARA PRODUCTOS EDITORIALES (ONLINE)



180,00 € - 250,00 €

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF1903 Elaboración de reseñas para productos editoriales, incluida en el Módulo Formativo MF0932_3 Corrección de textos de estilo y orto tipografía, regulada en el Real Decreto 1520/2011, de 31 de octubre, que permita al alumnado adquirir las competencias necesarias para corregir los textos de forma estilística y orto tipográfica.

Categorías: [Artes Gráficas](#) |

INFORMACIÓN

Duración	40 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD FORMATIVA 1. ELABORACIÓN DE RESEÑAS PARA PRODUCTOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LENGUAJE PERIODÍSTICO Y LENGUAJE PUBLICITARIO

1. La comunicación y el lenguaje
2. - Componentes de la comunicación
3. - Funciones del lenguaje
4. - La comunicación de masas
5. Características del lenguaje periodístico:
6. - Concisión, tendencia al cliché, sintaxis sencilla, objetividad.
7. Subgéneros periodísticos:
8. - Informativos: la noticia, la crónica, el reportaje y la entrevista
9. - Opinión: la columna y el editorial
10. Características del lenguaje publicitario:
11. - Originalidad, brevedad, sugerencia
12. Recursos lingüísticos del lenguaje publicitario:
13. - Interrogaciones retóricas
14. - Enunciados imperativos
15. - Metáforas
16. - Comparaciones
17. - Dobles sentidos
18. - Hipérboles
19. - Paradojas
20. - Aliteraciones
21. La estructura de los enunciados publicitarios. Tipología oracional
22. - La oración simple
23. - La yuxtaposición
24. - Oraciones coordinadas

25. - La expresión de la causalidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIFUSIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

1. Necesidades de la Sociedad del Conocimiento, Divulgación y Ocio
2. Influencia del Autor/es en el entorno social
3. Conocimiento de los medios sociales más adecuados para dar a conocer el Producto:
4. - Prensa
5. - Radio
6. - Televisión
7. - Redes sociales.
8. Características de la publicidad y promoción en redes sociales y en webs especializadas. Idiosincrasia del mensaje en internet (“honestidad”).
9. - La lectura crítica de la web. Determinación de palabras claves de la web.
10. - Organizar la información: claridad y eficacia en la transmisión del mensaje que se quiere transmitir.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDACCIÓN DE TEXTOS QUE ACOMPAÑAN AL PRODUCTO GRÁFICO

1. Técnicas para la redacción de textos cortos
2. - Solapas.
3. - Cubiertas
4. - Estuches
5. - Carátulas
6. - Guías de producto
7. - Embalaje del producto
8. Redacción de textos promocionales en 2.0.
9. Técnicas para la redacción de textos para la Web
10. - El hipertexto. Características