

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Elaboración de reseñas para productos editoriales (UF1903)

Modalidad:

e-learning con una duración 40 horas

Objetivos:

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Lenguaje periodístico y lenguaje publicitario

1.1 La comunicación y el lenguaje

1.1.1 Componentes de la comunicación

1.1.2 Funciones del lenguaje

1.1.3 La comunicación de masas

1.2 Características del lenguaje periodístico:

1.2.1 Concisión, tendencia al cliché, sintaxis sencilla, objetividad.

1.3 Subgéneros periodísticos:

1.3.1 Informativos: la noticia, la crónica, el reportaje y la entrevista

1.3.2 Opinión: la columna y el editorial

1.4 Características del lenguaje publicitario:

1.4.1 Originalidad, brevedad, sugerencia

1.5 Recursos lingüísticos del lenguaje publicitario:

1.5.1 Interrogaciones retóricas

1.5.2 Enunciados imperativos

1.5.3 Metáforas

1.5.4 Comparaciones

1.5.5 Dobles sentidos

1.5.6 Hipérboles

1.5.7 Paradojas

1.5.8 Aliteraciones

1.6 La estructura de los enunciados publicitarios. Tipología oracional

1.6.1 La oración simple

1.6.2 La yuxtaposición

1.6.3 Oraciones coordinadas

1.6.4 La expresión de la causalidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Difusión del Producto Editorial

2.1 Necesidades de la Sociedad del Conocimiento, Divulgación y Ocio

2.2 Influencia del Autor/es en el entorno social

2.3 Conocimiento de los medios sociales más adecuados para dar a conocer el Producto:

2.3.1 Prensa

2.3.2 Radio

2.3.3 Televisión

2.3.4 Redes sociales.

2.4 Características de la publicidad y promoción en redes sociales y en webs especializadas. Idiosincrasia del mensaje en internet (?honestidad?).

2.4.1 La lectura crítica de la web. Determinación de palabras claves de la web.

2.4.2 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

3.1 Técnicas para la redacción de textos cortos

3.1.1 Solapas.

3.1.2 Cubiertas

3.1.3 Estuches

3.1.4 Carátulas

3.1.5 Guías de producto

3.1.6 Embalaje del producto

3.2 Redacción de textos promocionales en 2.0.

3.3 Técnicas para la redacción de textos para la Web

3.3.1 El hipertexto. Características

