

Elaboración de reseñas para productos editoriales

Horas

40

Acerca de este curso

Cod: UF1903_V2

Tema 1. Lenguaje periodístico y lenguaje publicitario

- 1.1. La comunicación y el lenguaje
- 1.2. Características del lenguaje periodístico
- 1.3. Subgéneros periodísticos
- 1.4. Características del lenguaje publicitario
- 1.5. Recursos lingüísticos del lenguaje publicitario
- 1.6. La estructura de los enunciados publicitarios. Tipología oracional

Tema 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
- 2.4. Características de la publicidad y promoción en redes sociales y en webs especializadas. Idiosincrasia del mensaje en Internet (“honestidad”)

Tema 3. Redacción de textos que acompañan al producto gráfico

- 3.1. Técnicas para la redacción de textos cortos
- 3.2. Redacción de textos promocionales en 2.0
- 3.3. Técnicas para la redacción de textos para la Web

¿Qué aprenderás?

- Redactar pequeños textos de un producto editorial, para completar su edición (contraportada, solapas, entre otros) o para promocionarlo (anuncios, catálogos.).
- Redactar pequeños textos promocionales para los diferentes medios de un producto editorial.
- Redactar textos promocionales en 2,0.