



Elaboración de reseñas para productos editoriales (UF1903)

Elaboración de reseñas para productos editoriales (UF1903)

Duración: 40 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

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