



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

UF1903 Elaboración de Reseñas para Productos Editoriales

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

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.

CONTENIDOS

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



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es