

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Artes gráficas

## OBJETIVOS

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.

## CONTENIDOS

UD1. 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. UD2. 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"). UD3. 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.

