

adaptium

Corrección de textos de estilo y ortotipografía



Área: Asistencia a la edición

Modalidad: Teleformación

Duración: 80 h

Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Corregir los textos de forma estilística y orto tipográfica.

CONTENIDOS

CORRECCIÓN DE TEXTOS - 1 marcado de textos mediante signos un normalizados - 1.1 signos un normalizados - 1.2 concordancia con el libro de estilo - 1.3 relación textos e imagen, ilustración - 1.4 actividades: marcado de textos mediante signos un normalizados - 2 normas de composición - 2.1 uso de las distintas familias y subfamilias - 2.2 tipología. elementos de los caracteres - 2.3 normas ortotipográficas - 2.4 relación de las normas de composición - 2.5 actividades: normas de composición - 3 fundamentos para la redacción y corrección - 3.1 revisión de conceptos gramaticales - 3.2 estructuras sintácticas y clasificación de oraciones - 3.3 estudio de oraciones compuestas - 3.4 estructuras de los escritos según su clase - 3.5 normas gramaticales y ortográficas - 3.6 normas de redacción y corrección de estilo - 3.7 utilización del libro de estilo en las empresas editoriales - 3.8 estilo de texto según el producto editorial - 3.9 actividades: fundamentos para la redacción y corrección - 4 correcciones de originales y de pruebas impresas - 4.1 fases de la corrección de originales - 4.2 corrección de estilos de los originales - 4.3 corrección de pruebas - 4.4 ajustes de textos - 4.5 revisión de la marcación tipográfica - 4.6 comprobación de pruebas impresas - 4.7 corrección de libros y revistas - 4.8 herramientas informáticas para la corrección ortográfica - 4.9 actividades: correcciones de originales y de pruebas impresas - 4.10 cuestionario: cuestionario módulo 2 unidad 1 - ELABORACIÓN DE RESEÑAS PARA PRODUCTOS EDITORIALES - 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 recursos lingüísticos del lenguaje publicitario - 1.5 estructura de los enunciados publicitarios - 1.6 actividades: lenguaje periodístico y lenguaje publicitario - 2 difusión del producto editorial - 2.1 necesidades de la sociedad del conocimiento - 2.2 influencia del autor, es en el entorno social - 2.3 conocimiento de los medios sociales más adecuados - 2.4 características de la publicidad y promoción en redes sociales - 2.5 actividades: difusión del producto editorial - 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 y para la web - 3.3 actividades: redacción de textos que acompañan al producto gráfico - 3.4 cuestionario: cuestionario módulo 2 unidad 2 - 3.5 cuestionario: cuestionario módulo 2 -

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

adaptium

- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida.** Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso.** De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.