

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DECANATO ASOCIADO DE ESTUDIOS GRADUADOS
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN REDACCIÓN PARA LOS MEDIOS

PRONTUARIO

TÍTULO:	Redacción de formatos especializados
CODIFICACIÓN:	RME 792
PRERREQUISITO:	CMU 610
CRÉDITOS:	Tres (3) créditos, tres (3) horas semanales, una (1) sesión, totalmente en línea

DESCRIPCIÓN

Este curso sirve de complemento a los cursos de Redacción para los medios (CMU 610) al enseñar formatos de redacción especializados dentro del campo de la comunicación comercial. El estudiante aprende en este curso a conocer los principios generales de redacción de una amplia variedad de textos típicos de la profesión, tales como: anuncios publicitarios, artículos de promoción, boletines, folletos, documentos de trasfondo, informes anuales y guiones promocionales, entre otros. Puesto que la redacción es una destreza, el formato del curso es tipo taller, en el que los estudiantes ponen en práctica el conocimiento adquirido mediante ejercicios y la crítica constructiva de los demás compañeros de clase. Este curso se ofrece totalmente en línea.

JUSTIFICACIÓN

Un redactor profesional, ya sea independiente o empleado por una empresa, se enfrenta a un sinnúmero de situaciones de comunicación diferentes, los cuales requieren del uso de diversas tácticas de redacción. Los formatos tradicionales (cartas, comunicados de prensa, artículos y discursos) son sólo una parte de la gama de opciones a la que está expuesto un redactor. Mientras mayor la variedad de formatos que el profesional conozca y domine, mayores serán sus oportunidades de desarrollar unas estrategias efectivas de comunicación para su cliente o empresa.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para:

1. Redactar una amplia variedad de formatos de redacción comercial.
2. Identificar las herramientas de redacción que tienen ante sí para escoger aquella que mejor se amolde a las metas y objetivos del cliente o empresa.
3. Desarrollar las destrezas de redacción de los diferentes formatos que ofrece la redacción comercial, mediante el uso de técnicas y principios básicos que maximicen la efectividad del texto.
4. Reforzar los principios de buena redacción en español, tanto en el área de ortografía y gramática, como de sintaxis y estilo.

CONTENIDO

- I. Repaso general de redacción
 - A. Reglas de ortografía
 - B. Principios generales de buena redacción
 - C. Técnicas de persuasión
 - D. Estilo
- II. Estudio de formatos especializados
 - A. 'Advertorials'
 - B. Anuncios de prensa, radio y televisión
 - C. Boletines
 - D. Documentales
 - E. Documentos de trasfondo
 - F. Documentos de política empresarial
 - G. Folletos
 - H. Guiones Promocionales
 - I. Hojas Sueltas
 - J. Informes Anuales
 - K. Correo electrónico
 - L. Páginas de Internet
 - M. Periódicos Internos

- N. Presentaciones
- O. Propuestas
- P. Revistas
- Q. Semblanzas

ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES

El curso se ofrecerá 100% en línea a través de la plataforma Moodle. Incluirá: tareas, foros, sesiones de crítica, lecturas, vinculación comunitaria, redacción de textos.

EVALUACIÓN

Tareas	40%
Foros	40%
Trabajo final	<u>20%</u>
Total	100%

BIBLIOGRAFÍA

Falk Edgar A. 1,001 Ideas to Create Retail Excitement, Prentice Hall Press, New York, 2003.

Ziccardi, Donald, Moin, David Masterminding the Store : Advertising, Sales Promotion, and the New Marketing Reality, John Wiley & Sons, New York, 1997.

Barrett,Nefi. Advertising on the Intenet : How to Get Your Message Across on the World Wide Web, Kogan Page Ltd., London, 1997.

Garrand, Timothy. Writing--for Multimedia Entertainment, Education, Training, Advertising, and the World Wide Web, Focal Press; Book and CD-ROM edition, Burlington, 1996.

Kliment, Stephen A.; Hardy, Hugh S. Writing for Design Professionals: A Guide to Writing Successful Proposals, Letters, Brochures, Portfolios, Reports, Presentations and Job Applications, W.W. Norton & Company, London, 1998.

Bly, Robert W. The Copywriter's Handbook: A Step-By-Step Guide to Writing That Sells, Henry Holt & Company, Inc., New York, Updated edition, 1990.

Holz, Herman Great Promo Pieces: Create Your Own Brochures, Broadsides, Ads, Flyers and Newsletters That Get Results, John Wiley & Sons, New York, 1988.

Winokur, Jon Advice to Writers, Pantheon Books, New York, 2000.

Wolff, Jurgen, Cox, Kerry Successful Scriptwriting, Writers Digest Books; Reprint edition, Cincinnati, 1991.

Bendinger, Bruce The Copy Work Shop, Copy Workshop; New edition, Chicago, 1993.

Las bases de datos electrónicas a las cuales la Biblioteca Madre María Teresa Guevara está suscrita directamente y a través del Consorcio COBIMET, incluyen, documentos, artículos de revistas y periódicos y otros recursos de información relacionados con los temas del curso. Al utilizarlas siga los siguientes pasos:

Para acceder desde cualquier lugar en la Universidad

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>,
- seleccione **Biblioteca Virtual** y aparecerá la página en donde podrá acceder a las bases de datos, por disciplina o en orden alfabético.

Para acceder fuera de la Universidad

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>,
- seleccione **Biblioteca Virtual** y aparecerá la página en donde podrá acceder a las bases de datos, por disciplina o en orden alfabético.
- escriba el nombre del usuario y la contraseña (El nombre de usuario y la contraseña, los solicita personalmente en la Biblioteca)

Cualquier estudiante que necesite acomodo razonable deberá solicitarlo al Decano Asociado de Asuntos Estudiantiles.

Derechos reservados USC

Junio 2008