

Datos básicos

Número de créditos: 90,00 horas

Preinscripción: A partir del 01/01/2018

Matrícula: A partir del 01/02/2018

Impartición: Del 19/03/2018 al 14/05/2018

Precio (euros): 390,00 (tasas incluidas)

Modalidad: Presencial

Lugar de impartición: Seminario Departamento Periodismo I

Procedimientos de Evaluación: Asistencia, Trabajos

Dirección

Unidad Organizadora:

Departamento de Periodismo I

Director de los estudios:

D. Francisco Sierra Caballero

Requisitos

No hay requisitos académicos específicos. Será necesario aportar un CV que la comisión académica valorará de cara a la admisión del alumnado.

Objetivos

El programa de este curso de gestión y diseño editorial está diseñado con miras eminentemente profesionales y tiene su máxima en la propuesta de empleo que conlleva implícito la profesionalización en el sector de la edición y distribución del libro bajo una dimensión pedagógica de profesionales del sector y profesores universitarios.

Objetivos:

- Conocer el cambio de paradigma que supone la articulación del proceso de edición de un libro desde el manuscrito.
- Usar los elementos que nos brinda la financiación para lograr un buen resultado económico de un proyecto editorial u otro profesional relacionado con la gestión de un libro.

Comisión Académica

D. Fernando Ramón Contreras Medina. Universidad de Sevilla - Periodismo I

D. Francisco Sierra Caballero. Universidad de Sevilla - Periodismo I

D. Jaime Romero Ruiz de Castro. - Trabajador por cuenta propia

D. Juan Carlos Gil González. Universidad de Sevilla - Periodismo I

Profesorado

D. Ángel Acosta Romero. Universidad de Sevilla - Periodismo I

D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Fernando Ramón Contreras Medina. Universidad de Sevilla - Periodismo I

D. Juan Carlos Gil González. Universidad de Sevilla - Periodismo I

D. Antonio Montilla Castro. - Trabajador por cuenta propia

D. Jaime Romero Ruiz de Castro. - Trabajador por cuenta propia

D. Francisco Sierra Caballero. Universidad de Sevilla - Periodismo I

Formación Continua

2017-2018

■ Diseño y Gestión Editorial (1 edición)



Información

Teléfono: 954 55 96 19

Email: reyes1508@us.es



www.cfp.us.es

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1.

Introducción

Número de créditos: 25,00 horas

Contenido:

- Introducción al sector editorial.
- Roles participantes en el libro.
- Aproximación histórica del libro en España.
- Tendencias específicas del sector del libro y nuevos paradigmas.
- La trayectoria del manuscrito: del autor al lector.
- Tipología de editoriales.

Fechas de inicio-fin: 19/03/2018 - 21/03/2018

Horario: Lunes y miércoles, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 2.

Marco Jurídico del Sector Editorial: Propiedad Intelectual, Negociación y Contratación

Número de créditos: 40,00 horas

Contenido:

- El marco legal y los derechos de autor.
- La ley de propiedad intelectual.
- La negociación de los derechos de autor.
- La compra de derechos: parámetros y estrategias.
- El contrato editorial y los derechos de autor.
- Los derechos subsidiarios y las distintas explotaciones de los derechos de autor.

Fechas de inicio-fin: 23/03/2018 - 02/04/2018

Horario: Lunes y viernes, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 3.

Gestión Editorial

Número de créditos: 5,00 horas

Contenido:

1. Gestión creativa.

- Boletines editoriales, ferias del libro, catálogos, revistas profesionales.
- Los scouts.
- La selección de los libros.
- El negocio editorial y la rentabilidad: el libro de encargo, la coedición, el best-seller.
- El lector profesional y los informes de lectura: de la valoración literaria a la comercial.

- El proyecto editorial y las colecciones. El concepto de nicho: público / género.
- Los formatos.
- Estudios previos del sector del libro.
- Propuesta de ISBN, DILVE, Materias IBIC.
- Depósito legal.

2. Corrección editorial: Edición de los originales: del original del autor al libro impreso.

- Criterios para la edición de los textos.
- El editing: significado y técnicas.
- Corrección de estilo.
- Corrección ortotipográfica.

3. Diseño y producción editorial.

- Productos editoriales gráficos.
- Uso del color.
- Utilización de imágenes e ilustraciones.
- El diseño de colección.
- Paginación.
- La redacción de contracubiertas y solapas: la venta del texto.
- Tipografías, papel y digital: Plan tipográfico del libro.
- Acercamiento histórico.
- Clasificaciones de tipos.
- Partes del tipo.
- Tipografías para libros impresos.
- Tipografías para libros digitales.
- Plan tipográfico del libro.
- Técnicas de impresión, encuadernación y manipulación.

4. Maquetación editorial en Indesign.

- Conceptos básicos de la maquetación científica.
- La tipografía: tipos de letra, familias, tamaños, interlineado.
- La interfaz del programa: herramientas, paletas y menús.
- Trabajo con documentos.
- Libros y documentos. Qué son y cuándo se utilizan.
- Diseño de la tripa. Proporciones.
- Crear un documento nuevo. Configuración: tamaño, columnas, márgenes y sangrado.
- La página maestra. Elementos fijos: Numeración automática de las páginas.
- La paleta 'Páginas': añadir, ordenar y eliminar páginas y pliegos.
- Aplicación creativa de los elementos.
- Uso de columnas falsas.
- Herramienta Pluma y formas de imagen.
- Uso de capas.
- Uso y aplicación del color.
- Paleta de muestras y de color.
- Bibliotecas de muestras.
- Degradados.

- Diferencia entre cuatricromía y tintas planas.
- El formato estándar: EPUB.
- Exportación, compresión, marcas y sangrado.

5. Gestión económica del libro.

- Cálculos de papel.
- Análisis del coste y el precio de un libro impreso/ digital.
- Cálculo de costes de producción.
- Escandallo.
- Descuentos Medios.
- Venta bruta y venta neta.
- La rotación del libro.
- Facturación: Liquidación de venta, Stocks y almacenaje.

Fechas de inicio-fin: 04/04/2018 - 11/05/2018

Horario: Lunes, miércoles y viernes, en horario de tarde.

Módulo/Asignatura 4.

Marketing y Distribución

Número de créditos: 20,00 horas

Contenido:

- El libro como objeto social.
- USP del libro y de la autoría.
- Co-Branded.
- Estrategias de Visibilidad.
- Promoción de Editoriales.
- Estrategias de promoción: de la faja y los PLV (display) a las presentaciones y RDP.
- La crítica, los medios de comunicación y el sector editorial.
- Promoción de Autores. Calendario de autoría.
- Promoción mediática.
- Promoción 2.0.
- Flujos de comunicación interna / externa.
- Protocolo básico de relación de la editorial con la autoría.
- Gestión editorial de las redes sociales, nuevas redes de distribución directa.
- El canal de distribución.
- Tipología: librería, quiosco, grandes superficies, correo, club, directa...
- El modelo Amazon y las librerías digitales.
- Otros modelos de distribución. La edición multimedia y la edición print on demand.

Fechas de inicio-fin: 14/05/2018 - 14/05/2018

Horario: Lunes, en horario de tarde.