

EDICIÓN

MÁSTER, Barcelona, septiembre 2007-julio 2008



<http://www.idec.upf.edu/medi>

Presentación

Objetivos

El oficio de editor, interdisciplinar y proyectado al futuro, es una labor apasionante que se desarrolla en el terreno de la gestión de contenidos, la industria del *copyright* y la comunicación. Presenta un amplísimo abanico de posibilidades porque ofrece muchos caminos para el enriquecimiento profesional y personal. Y es uno de los sectores donde las nuevas tecnologías impactan más directamente.

El proceso de edición es mucho más que la producción de libros. Es descubrir nuevos autores y contribuir a la diversificación cultural en un mundo global. Adquirir derechos y concebir modalidades de explotación. Pensar nuevas estrategias de promoción, difusión y venta de autores y libros. Multiplicar los soportes gracias a la digitalización. Definir líneas editoriales. Escoger tipografías. Diseñar. Editar significa realizar estas tareas y muchas más. Publicar libros es hacer negocio creando cultura y haciendo pensar.

Este programa ofrece en forma de "maqueta" los conocimientos necesarios para llevar a cabo todas estas funciones. Con los mejores profesionales: autores, editores, directores literarios, gestores editoriales, agentes, diseñadores gráficos, periodistas culturales, libreros y distribuidores de reconocido prestigio.

Programa

Después de 2 años de experiencia como curso de posgrado y de 8 años como diploma de posgrado, este programa en Edición alcanza ahora su 6ª edición como máster de reconocido prestigio internacional y con plena consolidación en el sector editorial.

El máster desarrolla cada una de las etapas del proceso de publicación de un libro: creación de líneas editoriales, selección o encargo de originales, negociación, contratación, traducción, *editing*, maquetación y corrección, producción, distribución, funcionamiento de los distintos mercados, estrategias y funcionamiento de la exportación de libros, promoción y marketing. Y en cada etapa se tratan en profundidad, y en el mismo orden que en la realidad, todas y cada una de las tareas que es preciso llevar a cabo. De ahí que seguir el curso equivalga a unas prácticas de orientación global dentro del sector editorial.

Existe un acuerdo de colaboración mutua con el programa *Stanford Publishing Courses for Professionals* de la Stanford University.

Con visitas, mesas redondas, talleres, programa de prácticas en empresas del sector, bolsa de trabajo y pases de profesional para las ferias profesionales LIBER y GRAPHISPAG.

Los participantes del Máster podrán optar a una beca del *The Frankfurt Book Fair Fellowship Programme*.

A quién se dirige

A los profesionales de la edición que quieren sistematizar y actualizar sus conocimientos. A los jóvenes profesionales de la edición que desean consolidarse. A los jóvenes licenciados o graduados que quieren introducirse en el sector editorial con una sólida base de conocimientos.

Dirección y profesorado

Otros miembros docentes

DIRECCIÓN ACADÉMICA

Dr. Javier Aparicio Maydeu

Profesor agregado de Literatura Contemporánea y española de la Universidad Pompeu Fabra. Doctor en Filología Hispánica. Crítico literario del diario *El País*. Ha sido agente y asesor literario de la Agencia Literaria Carmen Balcells (1985-1999).

"Los mejores profesionales de la edición para una buena formación práctica dirigida al sector."

Dra. Dolors Oller Rovira

Catedrática de Teoría de la Literatura de la Universidad Pompeu Fabra. Doctora en Filología Hispánica. Presidenta del Centre Català del PEN Internacional.

"Un proceso formativo e informativo pensado para todos aquellos vocacionales de la edición que aspiran a ser los mejores."

PROFESIONALES

Miquel Alzueta

Asesor de la División Editorial Librerías del Grupo Planeta. Fundador de Columna Edicions.

Javier Aparicio Maydeu

Profesor agregado de literatura contemporánea y española de la Universidad Pompeu Fabra. Ha sido agente y asesor literario de la Agencia Literaria Carmen Balcells.

Marta Ariño

Directora general de Promociones y Marketing del Grupo Z.

Pilar Beltrán

Editora de Edicions 62 (Grup 62).

Marià Capella

Abogado del Bufete Capella Advocats.

Juan Cerezo

Editor de Tusquets Editores.

Andrés Conde

Director del Departamento de Publicaciones Escolares de la Editorial SM.

Mercedes de Azúa

Diseñadora gráfica. Directora de Azúa & Ancochea. Responsable de Imagen Gráfica de la Biblioteca de Cataluña. Profesora de Diseño Gráfico por Ordenador de la Escuela Eina.

Alexander Dobler

Director de Under Cover Literary Agents, Colonia.

Maru de Montserrat

Agente literaria de la Agencia Literaria International Editors'Co.

Paulina Fariza

Directora editorial de Alba Editorial.

Daniel Fernández

Director general de la editorial Edhasa.

Antonio Fontana

Redactor de *ABCD* (Suplemento cultural del diario *ABC*).

Edgar Gasòliba

Director de Deleatur Servicios Editoriales.

Carles Geli

Coordinador de las páginas de libros del suplemento *Quadern de El País*. Fundador del suplemento *Libros de El Periódico de Catalunya* (Grupo Z).

Pere Gimferrer

Editor de Editorial Seix-Barral (Grupo Planeta). Escritor. Miembro de la Real Academia Española de la Lengua.

Carlos Gispert

Director general de Ediciones Grupo Océano.

Nahir Gutiérrez

Directora de Comunicación de la Editorial Seix-Barral (Grupo Planeta).

Jorge Herralde

Editor de Editorial Anagrama.

Montse Ingla

Directora editorial de Editorial Cruïlla (Grupo SM).

Sofía Lecumberri

Brand Manager

de la División Literaria del Grupo Editorial Random House Mondadori (Mondadori, Lumen, Debate y Caballo de Troya).

Màrius Lou

Director comercial de RBA Libros.

Angel Lucía

Asesor del Grupo Editorial Random House Mondadori. Fundador de Editorial Debate y del sello Areté (Grupo Editorial Random House Mondadori).

Antonio Muñoz Molina

Escritor. Miembro de la Real Academia Española de la Lengua. Director del Instituto Cervantes de Nueva York.

Impartirá una sesión especial en torno al mundo editorial, entre cultura y negocio, desde la perspectiva del autor.

Aurelio Major

Editor de *Granta* (edición en español). Ha sido director de Tusquets, México.

Xavier Mallafré

Director general de Grup 62.

Gerardo Marín

Editor ejecutivo de Alfaguara (Grupo Santillana).

Pablo Martín Badosa

Diseñador gráfico. Director de Grafica.

José Martínez de Sousa

Bibliólogo y ortotipógrafo. Ha sido responsable técnico de la Editorial Labor y de la Editorial Biblograf (Grupo Anaya).

Josep Mengual

Jefe de redacción de la editorial Edhasa.

Josep M. Micó

Profesor titular de filología española de la Universidad Pompeu Fabra.

Alfredo Molina

Editor de Editorial Síntesis.

Josep Moreno

Director de Realización de Editorial Planeta.

Jordi Nadal

Ha sido subdirector general de Deusto, CEAC, Gestión 2000 (Planeta De Agostini Profesional y Formación), adjunto a la dirección general de la editorial Paidós, director general de Edhasa y director editorial de Círculo de Lectores.

Lilian Neuman

Editora *free-lance*. Ha sido responsable de *editing* de Plaza y Janés Editores.

Berta Noy

Editora de ficción internacional de Editorial Planeta y Emecé (Grupo Planeta).

Dolors Oller Rovira

Catedrática de Teoría de la Literatura de la Universidad Pompeu Fabra. Presidenta del Centre Català del PEN Internacional.

Clara Plasència

Responsable de publicaciones del Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA).

Rafael Pozo

Director del Máster en Producción Gráfica y *Packaging* de ELISAVA. Director de Consulting de Producción Gráfica y de Ediciones CPG.

Melquíades Prieto

Editor y Jefe de Producción de EDAF.

Xavier Puig Pla

Profesor titular de EU de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Pompeu Fabra.

Josep M. Pujol

Ortotipógrafo. Profesor de Filología Catalana de la Universidad Rovira i Virgili. Profesor del Programa de Cooperación Educativa para la Formación de Editores de la División I de la Universidad de Barcelona. Forma parte del Departamento de Tipografía de la Escuela Eina.

Silvia Querini

Directora editorial de Editorial Lumen (Grupo Editorial Random House Mondadori).

Elena Ramírez

Directora de Editorial Seix-Barral (Grupo Planeta).

Antonio Ramírez

Gerente de la librería La Central, Barcelona-Madrid.

Joan Riambau

Director editorial de Galaxia Gutenberg y de Círculo de Lectores (Grupo Bertelmann).

Blanca Rosa Roca

Editora de Roca Editorial.

Ricard Ruiz Garzón

Periodista cultural.

Enric Satué

Diseñador gráfico editorial (Alfaguara, Editorial Crítica, Espasa-Calpe, Grup 62). Profesor asociado de Comunicación Audiovisual de la Universidad Pompeu Fabra.

Guillermo Schavelzon

Agente literario. Fue director de Nueva Imagen (México), Alfaguara (España) y Planeta (Argentina).

Oriol Serrano

Director de la Distribuidora Les Punxes.

Silvia Sesé

Editora de Destino.

Luis Solano

Director de Libros del Asteroide.

Elisabet Surís

Coordinadora gráfica y de producción del Departamento de Comunicación del Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA).

Sergio Vila-Sanjuán

Redactor jefe y responsable del suplemento *Culturas* del diario *La Vanguardia*.

El Programa se completará con una sesión especial a cargo de Rosa Regàs. Directora de la Biblioteca Nacional de España. Escritora y editora.

Clausurará el máster Carlo Feltrinelli. Editor de Giangiacomo Feltrinelli Editore, Milán.

Metodología

Otros

TALLERES

El máster incluye un **taller sobre la estructura y los materiales del libro**, de carácter obligatorio y dentro del horario habitual, en el que se llevan a cabo ejercicios prácticos y análisis de muestras.

Por otra parte, el máster pone también a disposición de los participantes, en un horario distinto del habitual, otros tres talleres:

- **Taller práctico de Corrección Ortotipográfica.**
- **Taller práctico del Programa QuarkXPress o InDesign.**
- **Taller práctico de finanzas para no financieros.**

Pese a ser un complemento formativo básico, la asistencia no tiene en este caso un carácter obligatorio, y se requerirá un quórum mínimo de 15 participantes para que se lleven a cabo las sesiones.

PROYECTO

En el transcurso del programa deberá elaborarse un proyecto individual que pondrá en práctica

de manera virtual el proceso de edición, y cuya superación será requisito indispensable para la obtención del título. En caso de que no se superase en una primera instancia, se dispondrá, previo pago de las tasas oficiales correspondientes de una convocatoria extraordinaria e improrrogable en marzo de 2009.

PLAN DE VISITAS

Con carácter obligatorio, el máster tiene previsto hacer una visita guiada a la **sede de Grup 62**, a la **imprenta Nova Era** y a la **imprenta Cayfosa-Quebecor**. Asimismo, pero con carácter voluntario (y un quórum mínimo de 15 participantes), están programadas visitas a la imprenta **Cargraphics** y a la **Distribuidora Les Punxes**.

En cualquier caso, estas salidas se llevarán a cabo en una franja horaria diferente de la habitual para adaptarse al horario de las empresas.

Contenidos académicos

Introducción al sector editorial: el libro entre negocio y cultura.

El organigrama de la empresa editorial.

La trayectoria del manuscrito o libro de encargo y el proceso global de edición: del autor al lector.

Propiedad intelectual, negociación y contratación

1. Contratación y compra de derechos.

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 de edición: redacción y funcionamiento.

Los derechos subsidiarios (bolsillo, traducción, club, *e-book*, *on line*, adaptación cinematográfica, etc.) y las distintas explotaciones de los derechos de autor.

Agentes y venta de derechos.

Las agencias literarias: ¿sólo intermediarios o también impulsores del sector?

La agencia como empresa: funcionamiento y política empresarial.

La figura del agente: asesor, gestor, vendedor.

El contrato de agencia.

El contrato editorial y los derechos de autor.

La venta de derechos: negociación y estrategias.

¿Existen diferencias culturales en la negociación?

Contratación de derechos y mercado.

Línea editorial, criterios de selección y programación.

1. Criterios para la creación de una línea editorial.

El proyecto editorial y las colecciones.

El concepto de *niche*.

2. Fuentes para el conocimiento de los libros en venta.

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, el *best-seller*.

3. ¿Qué y cómo lee un editor?

Criterios y práctica de preselección y lectura de originales, lectura de informes de *scouts*, gestión de los originales no solicitados.

El *lector profesional* y los informes de lectura: de la valoración literaria a la comercial.

La lectura profesional aplicada al ajuste de un texto.

4. Las líneas editoriales.

Edición literaria, libro infantil, de ensayo y científico-técnico.

Facsimiles y edición de bibliófilo.
Enciclopedias.
La edición de quiosco: coleccionables.
El *instant book* .
5. Los formatos.
Rústica.
Cartoné.
Bolsillo.
Gran formato.
6. Las traducciones.
El traductor como autor: relaciones con la editorial.
7. La programación de los títulos de la temporada.
Establecimiento del calendario editorial: criterios y eventualidades.

La gestión de la información.

Sistemas informáticos de gestión de la información editorial.
Flujos de información a clientes.
Flujos de información internos.
Utilidad de internet (B2B, B2C).

El mercado.

La importancia del español como mercado: España, Cono Sur, México, Pacto Andino, EEUU, ¿Brasil?
Diferencias culturales.
Perspectivas y escenarios para el futuro.
¿Quién ofrece qué y de qué origen?
Principales flujos económicos (de quién a quién).
El mercado editorial mundial en español.
Los tres grandes grupos de edición: librería, texto y referencia.
Presencia internacional de editoriales independientes.
Presencia internacional de grandes grupos y principales editoriales de América Latina.
Estructura del mercado latinoamericano.
¿Son caros los libros españoles puestos en América Latina? Análisis del coste de un libro.
Control de cambios.
Mercado de divisas.
Medios de pago.

Producción editorial.

1. Edición de los originales: del original del autor en papel o formato digital al libro impreso.
Criterios para la edición de los textos.
El *editing* : Significado y técnicas.
Ortotipografía.
La composición del texto.
Las pruebas de imprenta. Primeras y segundas pruebas, galeras, compaginadas.
Técnicas de corrección.
La redacción de contracubiertas y solapas: la venta del texto.

2. Tipografía.

Terminología bibliológica y tipográfica.
El diseño tipográfico.
La letra: tipos y cuerpos.
La medida de los cuerpos. La tipometría.
Diseño de la tripa. Proporciones.
3. Diseño gráfico.
Del libro como objeto estético.
El diseño de colección y la imagen de marca del sello. La cubierta.
La maqueta.

Diseño gráfico por ordenador. Los programas QuarkXPress o InDesign.

La edición fuera de la editorial: los oficios externos (lectura, corrección, producción, maquetación y otras tareas de *freelance*).

La autoedición.

4. Producción.

El proceso de producción.

Estructura y materiales del libro. La 'anatomía del libro': materias papeleras, carta de colores, tripa, pliegos, cubiertas.

Cálculo de costes de producción.

Escandallos. Facturación.

La figura del jefe de producción.

5. Técnicas de impresión, encuadernación y manipulación.

Impresión tradicional (planchas y fotolitos).

Impresión digital.

Cálculos de papel. Tirajes, mermas y defectuosos.

Tipos de encuadernación y acabados.

6. Nuevas tecnologías de la edición.

La edición multimedia.

La edición electrónica. El libro y la tecnología digital: PDF, lenguajes de etiquetas (SGML, DTD, HTML, XML), *print on demand*

, impresión directa (CTP), control digital de derechos de la propiedad intelectual (DRM). Google y edición.

Nuevos soportes: *audiobook*

(CD, MP3/iPod), CD-ROM, Rocket eBook, PDA, Microsoft Reader, iLiad de iRex.

Internet y edición. Formato digital, distintos soportes físicos: teléfono móvil, proyección virtual, *E-ink book* .

Tecnologías audiovisuales al servicio de la comunicación e información editorial.

Distribución y marketing.

1. La distribución editorial.

Editores y distribuidores.

Cuestiones y procedimientos en logística.

2. El canal de distribución: librería, quiosco, grandes superficies, correo, crédito, club, puerta a puerta, ediciones especiales (promociones en prensa e instituciones).

3. Entradas y devoluciones.

Reposiciones: distribuidores y librerías.

La rotación del libro.

4. Costes.

La liquidación de ventas.

Facturación.

5. *Stocks* y almacenaje.

Saldos de edición.

Logística.

6. El marketing editorial: funcionamiento y estrategias.

La elección de una estrategia de entrada y el plan de marketing: la relación entre el editor, el equipo de marketing y el departamento comercial en el lanzamiento de una novedad editorial.

La cuenta de explotación.

Cascada versus lanzamiento global.

El peligro del efecto "cubo de basura".

Política de precios.

Medios de acceso a los mercados internacionales.

Publicidad.

El funcionamiento económico de la empresa editorial. Finanzas para no financieros.

Estados financieros. Balance y cuenta de resultados. Planes de viabilidad y presupuestos.

Análisis del balance. Estructura del balance ideal y ratios de análisis patrimonial: solvencia, endeudamiento y capitalización.

Análisis de la cuenta de resultados: ingresos, gastos fijos y variables, resultados y repercusión en el precio del libro. Capacidad de generación de *cash-flow*.

Análisis de la rentabilidad, autofinanciación o crecimiento de la rentabilidad.

Promoción.

La figura del jefe de prensa y del director de comunicación.

Publicidad y estrategias comerciales y de comunicación.

El concepto de sinergia y las relaciones editoriales con los medios.

Estrategias de promoción: de la faja y los PLV (display) a las presentaciones y ruedas de prensa.

La crítica, los medios de comunicación y el sector editorial.

Relaciones editor-director de suplemento-crítico.

El tratamiento de un libro en los medios de comunicación: ¿máximo espacio o mejor crítica?

La prepublicación y el colorín dominical.

[Circunstancialmente, el programa podría verse alterado en función de los distintos profesionales que imparten las sesiones]

El Programa contará con una sesión especial en torno a la tecnología de tinta electrónica (e-ink) y una demo del iLiad de iRex Technologies (dispositivo electrónico orientado a la lectura).

En enero de 2008 se organizará una Jornada, monográfica y abierta al sector, acerca de los aspectos legales relativos a la edición y dirigida por el abogado Marià Capella.

El Máster en Edición dispone, en el Centro de Documentación del IDEC, de una biblioteca especializada en el sector editorial y la industria del libro.

Los participantes, previa identificación, tienen la posibilidad de acceder a las aulas informáticas del IDEC para complementar el trabajo y practicar con los programas utilizados en el curso.

Titulación y Valor Académico

TÍTULO

Máster en Edición, expedido por la Universidad Pompeu Fabra.

Para obtener la titulación correspondiente es indispensable aprobar el proyecto final, la asistencia regular a clase (que será de un mínimo del 80%) y la superación de los ejercicios prácticos y trabajos obligatorios.

VALOR ACADÉMICO

60 ECTS*

***European Credit Transfer System**. 1 crédito ECTS equivale a una dedicación total aproximada de 25 horas por parte del participante, incluyendo horas lectivas y trabajo personal.

SESIONES DE CLAUSURA

El programa se clausura cada año con una lección a cargo de prestigiosos profesionales del sector, entre los que ya han participado:

Carlos Da Veiga Ferreira (editor de Editorial Teorema, Lisboa), **Claude Cherki** (presidente de Éditions du Seuil, París), **Ernst Reinhart Piper** (editor de Pendo Verlag, Zurich), **Peter Mayer** (editor de The Overlook Press, Nueva York. Ha sido gerente de Penguin Books y presidente de The Penguin Group), **Riccardo Cavallero** (consejero delegado del Grupo Editorial Random House Mondadori y director general de la Editorial Mondadori, Milán), **Liz Calder** (editora de Bloomsbury Publishing Inc., Londres), **Gary Fisketjohn** (editor de Alfred A. Knopf, Inc., Nueva York), **Josep Lluís Monreal** (presidente y fundador del Grupo Océano), **Antoine Gallimard** (presidente de Éditions Gallimard, París), **Volker Neumann** (presidente de la Feria Internacional

del Libro de Frankfurt), Ana **María Cabanellas** (presidenta de la Unión Internacional de Editores), **Michael Krüger** (editor de Carl Hanser Verlag, Munich) y **Paolo Zaninoni** (director editorial de Rizzoli, RCS Libri, Milán).

Mesas redondas y sesiones especiales (1995-2007)

El programa se completa con mesas redondas y sesiones especiales en torno a temas monográficos y a cargo de prestigiosos profesionales del sector, entre los que ya han participado:

León Achar (gerente de Librerías Gandhi, México), **Jesús Badenes** (director general de la División Editorial Librerías del Grupo Planeta), **Carmen Balcells** (Fundadora de Agencia Literaria Carmen Balcells), **Blanca Berasátegui** (directora del suplemento *El Cultural* de *El Mundo*), **Constantino Bértolo** (director editorial de Editorial Debate), **María Luisa Blanco** (directora del suplemento *Babelia* de *El País*), **Eduardo Bofill** (director general de FNAC España), **Manuel Borrás** (editor de Ediciones Pre-Textos), **Alfredo Bryce-Echenique** (escritor), **Pedro del Carril** (editor de Ediciones Salamandra), **Oriol Castanys** (director general de RBA Libros), **Fernando Castillo** (vice-presidente y director general de Ediciones Altaya), **Javier Cercas** (escritor), **María Cifuentes** (directora editorial de Taurus, Grupo Santillana), **Carmen Criado** (directora editorial de Alianza Editorial, Grupo Anaya), **Juan Cruz** (director literario de Alfaguara, Grupo Santillana), **Valentine Cunningham** (presidente del jurado del Booker Prize, Londres), **Anezka Charvatova** (editora de Garamond, Praga), **Myriam Diaz-Diocaretz** (editora de Editions Rodopi BV, Amsterdam-Atlanta), **Enric Folch** (director general de Ediciones Paidós), **Xavier Folch** (director literario de Grupo 62), **Ernest Folch** (director editorial de Grup 62), **Josune García** (directora editorial de Ediciones Cátedra, Grupo Anaya), **Sergio Gaspar** (editor de DVD), **Jesús Giral** (director editorial de Enciclopèdia Catalana), **Almudena Grandes** (escritora), **José Huerta** (editor de Lengua de Trapo), **Antonia Kerrigan** (directora de Antonia Kerrigan Literary Agency), **Sigrid Kraus** (directora editorial de Ediciones Salamandra), **Fernando R. Lafuente** (director del suplemento ABCD de ABC), **Laurence Laluyaux** (agente literaria de Rogers, Coleridge & White Ltd., Londres), **Antonio López Lamadrid** (editor de Tusquets), **Claudio López Lamadrid** (director editorial de la División Literaria del Grupo Editorial Random House Mondadori), **Claudio Magris** (escritor), **Hans Meinke** (director gerente de Galaxia Gutenberg, Grupo Bertelsmann), **Mónica Martín** (directora de MB Agencia Literaria), **Koukla McLehose** (scout, Londres), **Eduardo Mendoza** (escritor), **Pep Montserrat** (diseñador gráfico), **Rosa Mora** (periodista del diario *El País*. Ha sido responsable del suplemento literario *Babelia* del diario *El País*), **Ferdinand Mount** (director del *Times Literary Supplement*, Londres), **Beatriz de Moura** (fundadora y directora literaria de Tusquets Editores), **Enrique Murillo** (periodista y escritor, ha sido editor en Plaza & Janés, Grupo Planeta y Grupo Santillana), **Imelda Navajo** (editora de La Esfera de los Libros), **Sara Nelson** (editora de *Publishers Weekly*), **Joaquim Palau** (director de Ediciones Destino, Grupo Planeta), **Vicent Partal** (director de Vilaweb), **Josep Pi** (director general de Editorial Óptima y de la cadena de librerías HAPPY BOOKS), **Ricardo Piglia** (escritor), **Gonzalo Pontón** (editor de Editorial Crítica, Grupo Planeta), **Bertrand Py** (director editorial de Actes Sud, París), **Carles Revés** (director editorial de la Editorial Planeta, Grupo Planeta), **Santiago del Rey** (director editorial de Ediciones B, Grupo Zeta), **Gloria Rodrigué** (editora de Editorial Sudamericana, Buenos Aires), **Martí Romaní** (director de La Casa del Libro, Grupo Planeta), **Josyane Savigneau** (directora del suplemento literario *Le Monde des Livres*, *Le Monde*, París), **Martí Soler** (director editorial de Fondo de Cultura Económica, México), **Anna Soler-Pont** (directora de Pontas Agency), **Jacobo Stuart** (editor de Ediciones Siruela), **Luis Suñén** (director editorial de Espasa-Calpe, Grupo Planeta), **Guillem Terribas** (gerente de Librería 22, Girona), **Nuria Tey** (directora editorial de la División Comercial del Grupo Editorial Random House Mondadori), **Jaume Vallcorba** (editor de Quaderns Crema y de El Acantilado) y **Manuel Vázquez Montalbán** (escritor).

Se especifican los cargos correspondientes al año en que tuvo lugar la participación.

RELACIÓN DE ANTIGUOS PARTICIPANTES Y SU ACTIVIDAD PROFESIONAL

Xavier Badosa (Inlibris.com); Rebeca Beltran (Random House Mondadori); Natalia Berenguer (Editorial Planeta); Circe Bosch (Antoni Bosch editor); Valeria Bergalli (Ediciones Minúscula);

Milena Busquets (RqueR); Soledad Calle (Ediciones Urano); Claudia Casanova (Editorial Paidós); Maite Castaño (Editorial Planeta); Daniel Cladera (Grupo Planeta); Joachim de Nys (Guillermo Schavelzon & Asociados); Elsa Esparbé (Planeta DeAgostini Profesional y Formación); Rocío Fernández (Agencia Literaria Carmen Balsells); Edgar Gasóliba (Deleatur Servicios Editoriales); Elsa Gasóliba (Editorial Blume); Marina Granica (Ediciones Granica, Grupo Norma); Ramón Gual (Abacus Cooperativa); Víctor Hurtado (Antonia Kerrigan Agencia Literaria); Marc Lecha (Cargraphics, Grup Carvajal); Anja Llorella (Editorial Bosch); Elena Marigó (Belacqva/Granica, Grupo Editorial Norma de América Latina); Eva Mutter (Círculo de Lectores); Elisabet Navarro (Ediciones Paidós Ibérica); Laura Niembro (Feria Internacional del Libro de Guadalajara); Berta Noy (Editorial Planeta); Gemma Oleart (E.U.R.O.M.E.D.I.C.E. Ediciones Médicas); Marianna Palerm (Editorial Era, México); Cristóbal Pera (Random House Mondadori, México); Georgia Picañol (Grupo Edebé); Clara Plasència (Museu d'Art Contemporani de Barcelona, MACBA); Yvelisse Ramírez (Planeta Marketing Institucional (Grupo Planeta); Ricardo Rendón (Ediciones Océano); Juan Miguel Reyes (RBA Coleccionables); Raquel Riu (Ediciones CEAC. Planeta De Agostini Profesional y Formación); Joan Eloi Roca (Editorial Planeta i Dom Quixote); Olga Sala (Editorial Melusina); Elisabet Surís (Museu d'Art Contemporani de Barcelona, MACBA).

Prácticas profesionales

Existe un programa de prácticas profesionales en las empresas colaboradoras del Máster. En el momento de realizar la matrícula deberá solicitarse la participación en el programa de prácticas, habida cuenta de que la elección de candidatos la efectúan las empresas correspondientes y de que, en cualquier caso, las plazas son limitadas y variables cada año, en función de la disponibilidad de las empresas. Las prácticas se llevarían a cabo en horario siempre compatible con la asistencia al programa.

Relación de empresas donde se han realizado prácticas profesionales:

Columna Edicions • Editorial Crítica • Editorial Emecé • Edicions 62 • Editorial Mondadori • Editorial Debate • Editorial Plaza & Janés • Editorial Grijalbo • Editorial Lumen • Círculo de Lectores • Ediciones Doyma • Manfatta • Critería • Ediciones Paidós • Editorial Graó • Editorial Icària • Ediciones Granica • Editorial Casals • Editorial Gedisa • Libros del Asteroide • Albur Producciones Editoriales • Bibliotext • Bufete Capella Advocats • Editorial Edhasa • Editorial Rubes • Fundación • Bertelsmann • Grup Promotor d'Ensenyament i Difusió en Català • Grupo Santillana • Index Books • Larousse • Macba • Motorpress Ibérica • Quaderns Crema • Sandra Bruna Agència Literària • Spes Editorial • Tusquets Editores • El Acantilado • Departamento de Ediciones del Parlament de Catalunya • Editorial Serres • Silvia Bastos Agencia Literaria • Editorial Anagrama • Ara Llibres • RBA

Experiencia de los participantes

Experiencia de los participantes

- *"Una manera excelente de conocer el conjunto del proceso editorial y de intercambiar ideas con profesionales de prestigio."*

Valeria Bergalli

Editora

-

Editorial Minúscula

Diploma de posgrado de Edición (1998-1999)

- *"Estamos ante un relevo generacional en nuestra sociedad, y para todos aquellos jóvenes que queremos desarrollar nuestras carreras en el mundo de la edición este posgrado ofrece una puerta de acceso inmejorable, un cálido ¡Bienvenidos! y la posibilidad de conocer profesionales de primera."*

Juan Miguel Reyes

Gestor de derechos

- RBA Coleccionables

Diploma de posgrado de Edición (2001-2002)

Calendario y Horario

Fecha de inicio de las clases

Martes 25 de septiembre de 2007.

Finalización de las clases

Julio de 2008.

Martes, miércoles y jueves, de 18.30 a 22.00 horas. Excepcionalmente, y por motivos de agenda de los profesionales que imparten las clases, el programa podría verse obligado a alterar el orden de las sesiones y/o programar sesiones en lunes. Por otra parte, durante las dos semanas de trabajo práctico de diseño gráfico con ordenador, el grupo se dividirá en dos, de manera que uno de los dos subgrupos tendrá clase los lunes y los miércoles.

Lugar de realización

IDEC-Universitat Pompeu Fabra

Balmes 132

08008 Barcelona

Idioma

Los idiomas del máster son, indistintamente, el castellano, el catalán y el inglés.

Importe y Financiación

Importe

5.540 €

Descuentos

Los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos del IDEC-Universitat Pompeu Fabra tendrán un descuento del 10%.

Financiación

El IDEC-Universitat Pompeu Fabra establecido acuerdos con Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Caixa Catalunya, "la Caixa" y SabadellAtlántico para la concesión de préstamos por el importe de la matrícula.

Requisitos de admisión y proceso de matriculación

Requisitos de admisión

Titulados superiores universitarios o graduados superiores con título propio de universidad, o

diplomados universitarios con experiencia profesional.

Proceso matriculación

En primer lugar, es necesario cumplimentar el [formulario de solicitud on line](#).

















Se abrirá un primer periodo de preinscripción hasta el 6 de julio de 2007. El IDEC-Universitat Pompeu Fabra seleccionará los aspirantes y comunicará a los seleccionados su admisión en el programa y el período de matrícula. El número de plazas es limitado. Mientras haya plazas vacantes se mantendrá abierta la inscripción.

Los candidatos preseleccionados podrán ser invitados a realizar una entrevista personal o telefónica con la dirección del programa.

Derechos de inscripción

Los derechos de preinscripción son de 90 € a cuenta del importe de la matrícula. Esta cuota se devolverá si el aspirante no es admitido en el curso. El pago se puede realizar en efectivo, mediante cheque nominativo, tarjeta de crédito o transferencia bancaria, en cuyo caso debe remitirse una copia del comprobante de pago al fax (+34) 93 542 18 08, especificando el código numérico del curso -1045- y el nombre del participante.

Patrocinadores y Colaboradores

-  Grupo  Planeta
-  
RANDOM HOUSE MONDADORI
-  
GRUP
62
-  
GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA
-  
Cayfosa Quebecor
-   RBA
-  
CENTRO ESPAÑOL DE DERECHOS REPROGRÁFICOS
-  
Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura
Institució de les Lletres Catalanes
-  
Círculo
de Lectores



-  Grupo **Santillana**

-  **A B P T O E**
Association of Bookseller and Publisher Training Organisations in
Europe



-  
ediciones CPG