POSTGRADO

Instituto Europeo de Periodismo y Comunicación

POSTGRADO EN GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN EDITORIAL

IEP003

- DIPLOMA ACREDITADO POR NOTARIO EUROPEO -



CECAP

CUM LAUDE

ESPAÑA NOTARIO

DESTINATARIOS

El Programa está especialmente diseñado para aquellas personas que estén interesadas en adquirir conocimientos sobre **Gestión y Planificación Editorial** y que quieran asegurarse un recorrido ascendente en esta área, con una especial elevación y consolidación de competencias.

Permite conocer la gestión y planificación editorial, la gestión del producto editorial, los mercados de servicios editoriales, los productos editoriales, la aplicación de programas informáticos en el proceso de edición, los parámetros de control de calidad de los productos editoriales, la aplicación de programas informáticos en el proceso de edición, los parámetros de control de calidad de los productos editoriales, la aplicación de la normativa de seguridad, salud y protección ambiental, el presupuesto, viabilidad y mercado del producto editorial, el presupuesto del proyecto editorial y los productos editoriales de nueva generación, entre otros.

El alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA
300H

MODALIDAD
ONLINE
*La modalidad incluye módulos con clases en directo.

CURSO INICIAL
ONLINE

TUTORIAS
PERSONALIZADAS

IDIOMA
ESPAÑOL

DURACION
HASTA UN AÑO
*Prorrogable

IMPORTE

VALOR ORIGINAL: ~~1520 €~~
VALOR ACTUAL: 380 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "**POSTGRADO EN GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN EDITORIAL** ", del INSTITUTO EUROPEO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

CONTENIDO FORMATIVO

GESTIÓN, PRESUPUESTO, VIABILIDAD Y MERCADO DEL PRODUCTO EDITORIAL

INTRODUCCIÓN

PARTE 1. GESTIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MUNDO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EDITORIAL Y SU CATÁLOGO

1. Visión y misión de la editorial
2. Desarrollo y gestión del catálogo editorial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EDITOR

1. Descripción general del rol del editor
2. Tipos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SELECCIÓN DE UN PROYECTO ADECUADO

1. Criterios para la elección de proyectos
2. Alineación con la visión y el catálogo de la editorial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RECEPCIÓN DE MANUSCRITOS Y CRIBADO

1. Proceso de recepción y primer filtro
2. Rol de los agentes literarios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESO DE LECTURA

1. Métodos y estrategias de lectura editorial
2. Evaluación de la calidad y viabilidad del manuscrito

UNIDAD DIDÁCTICA 6. REVISIÓN Y CORRECCIÓN

1. Lenguaje y estilo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN Y ELABORACIÓN DE INFORMES

1. Técnicas de comunicación con autores y agentes
2. Preparación de informes de evaluación y *feedback*

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

1. Tácticas y consideraciones en la negociación de derechos
2. Balance entre intereses editoriales y del autor

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONTRATO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CREACIÓN DE CONTENIDOS E *INSTANT BOOKS*

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓ

MÓDULO 2. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROYECTO EDITORIAL: PARÁMETROS QUE LO DEFINEN

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS Y *SOFTWARE* DE PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FASES DEL DESARROLLO DE UN PROYECTO EDITORIAL

1. Preparación
2. Elaboración
3. Comercialización
4. Valoración de tiempos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN DE LAS FASES DE EDICIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTIMACIÓN DE TIEMPOS Y DE RECURSOS

1. Aplicación a libros, prensa y otros medios o soportes
2. Establecimiento de la fecha objetivo de finalización del proyecto
3. Calendario: seguimiento y control

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELEMENTOS DE UNA LÍNEA EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONJUNTO DE VALORES Y CRITERIOS

1. Formas de jerarquizar
2. Ángulo
3. Punto de vista
4. Tono
5. Profesionalidad, rigor y honestidad intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS

1. Secuencia crítica
   -Características técnicas
2. Diagrama de Gantt
3. Método Pert
4. Principales programas informáticos de soporte a la gestión

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 3. MERCADOS DE SERVICIOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES

1. Panorama actual

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS PRODUCTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO Y USABILIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CREACIÓN DE TEXTOS

1. Traducción
2. Corrección

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EDICIÓN GRÁFICA: ILUSTRACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MAQUETACIÓN: DIAGRAMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POSEDICIÓN: PREIMPRESIÓN Y PROGRAMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROVEEDORES DE RECURSOS EDITORIALES

1. Funciones
2. Aportaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FIGURAS PROFESIONALES

1. Escritores
2. Agentes
3. Traductores
4. Diseñadores gráficos
5. Programadores
6. Proveedores de imágenes
7. Otros
   -Agencias
   -Museos
   -Ilustradores
   -Fotógrafos
   -Animadores

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 4. PRODUCTOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS EDITORIALES

1. Por el sistema venta
2. Por la periodicidad
3. Por la presentación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SISTEMAS DE CATALOGACIÓN DE PRODUCTOS EDITORIALES

1. Por el contenido

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 5. APLICACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS EN EL PROCESO DE EDICIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROGRAMAS DE DISEÑO Y MAQUETACIÓN

1. Características y requerimientos técnicos básicos
2. Formatos informáticos con los que trabaja
   -Principales programas de diseño y de maquetación que ofrece el mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROGRAMAS DE CREACIÓN Y RETOQUE DE IMAGEN

1. Características y requerimientos técnicos básicos

2. Formatos informáticos con los que trabaja
-Principales programas de tratamiento de imagen

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROGRAMAS DE EDICIÓN DE VÍDEO Y AUDIO Y POSTPRODUCCIÓN DE VÍDEO Y AUDIO

1. Características y requerimientos técnicos básicos
2. Formatos informáticos con los que trabaja
-Principales programas de edición, edición de audio y postproducción de vídeo que ofrece el mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN MULTIMEDIA Y WEB

1. Características y requerimientos técnicos básicos
2. Formatos informáticos con los que trabaja
-Principales programas de multimedia y web que ofrece el mercado

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 6. PARÁMETROS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRUCTURA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. ISO 9001
2. ISO 9000-2
3. ISO 9004-1

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL PROCESO DE EDICIÓN

1. Manual de calidad de la empresa
2. Factores de afectan a la calidad
-Diagramas causa efecto

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 7. APLICACIÓN DE LA NORMATIVA DE SEGURIDAD, SALUD Y PROTECCIÓN AMBIENTAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS SOBRE SEGURIDAD, SALUD Y PROTECCIÓN AMBIENTAL EN EL TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LEY DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y PROTECCIÓN AMBIENTAL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RIESGOS RELACIONADOS CON LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD EN EMPRESAS EDITORALES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE LOS PLANES DE SEGURIDAD, SALUD Y PROTECCIÓN AMBIENTAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEDIDAS PREVENTIVAS RELACIONADAS CON

LOS RIESGOS GENERALES Y ESPECIFICOS

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

PARTE 2. PRESUPUESTO, VIABILIDAD Y MERCADO DEL PRODUCTO EDITORIAL

MÓDULO 8. PRESUPUESTO DEL PROYECTO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE LAS FASES Y DISTRIBUCIÓN DEL TRABAJO

1. Área creativa
   -Diseño
   -Texto
   -Imagen
   -Voz
   -*Software*
2. Área productiva
   -Papel
   -Multimedia
   -*Software*
   -Web
3. Área de distribución
   -Directo
   -Suscripción
   -Librería
   -Quiosco
   -Gran superficie
   -Nube
   -Internet
4. Área comercial
   -Directa
   -Subcontratada
   -Sinergias con otras líneas editoriales
5. Área logística
   -Transporte
   -Almacenaje
   -Valor del producto transportado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN DE TAREAS

1. Distribución de recursos
2. Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASIGNACIÓN DE TAREAS Y TIEMPOS PARA LAS DIFERENTES FASES DEL PROYECTO

1. Creación
2. Maquetación
3. Fabricación
4. Distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PRESUPUESTO

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 9. VIABILIDAD DEL PRODUCTO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS RELATIVOS AL COSTE

1. Clasificación de costes
2. Métodos de estimación de costes
   -Ratios de rentabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESUPUESTO EDITORIAL

1. Estimación de ventas
2. Evaluación de riesgos de la publicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SINERGIAS EN LA EDICIÓN QUE CONLLEVAN UNA DISMINUCIÓN DE LA CARGA DE COSTES

1. Edición en distintos idiomas
2. Edición en distintos formatos o diseños simultáneos
3. Edición en distintos soportes

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 10. *MARKETING* TRADICIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTO Y DEFINICIONES DEL *MARKETING*

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL *MARKETING*

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN AL *MARKETING* TRADICIONAL

1. Las 4P del *marketing*
   -Producto
   -Precio
   -Promoción
   -Punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMUNICACIÓN O *MARKETING OFFLINE*

1. *Copywriting*
2. Géneros periodísticos
3. Comunicación eficaz
4. *Storytelling*

UNIDAD DIDÁCTICA 5. *BRANDING*

1. Identidad corporativa
   -Dimensión expresiva
   -Atributos de marca
2. Imagen de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. Antecedentes de la RSC

2. *Triple bottom line*
   -Ámbito económico
   -Ámbito social
   -Ámbito ambiental

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 11. *MARKETING* DE LA EDICIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONOCIMIENTO DE LOS LECTORES REALES Y POTENCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIO DE MERCADO

1. Mercado global
2. Circuitos de distribución y venta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE CALIDAD Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANES Y ESTRATEGIAS DE VENTAS EN LOS DIFERENTES CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1. Diversificación de la oferta
2. Nuevos canales de difusión

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN

MÓDULO 12. PRODUCTOS EDITORIALES DE NUEVA GENERACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LIBRO ELECTRÓNICO

1. Principales características técnicas
   -Sistemas operativos y formatos de los archivos
   -Resolución y niveles de grises
   -Voz y sonido integrados en la obra
   -Protección de la obra
   -Obras libres de derechos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTENIDOS PARA DISPOSITIVOS MÓVILES

1. Principales características técnicas
   -Teléfonos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. VIDEOCONSOLAS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PDA (*PERSONAL DIGITAL ASSISTANT*)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PC PORTÁTIL

1. Sistemas operativos
2. Resolución y tarjeta de vídeo
3. Capacidad de almacenamiento
4. Conectividad

UNIDAD DIDÁCTICA 6. WEBS

1. Principales características técnicas
   -Formato
   -Servidor
   -Bases de datos
   -Accesos: privadas y/o públicas
   -Red

RESUMEN

AUTOEVALUACIÓN