DISEÑO Y GESTIÓN EDITORIAL (I EDICIÓN)

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2017 - 2018
	Nombre del Curso	Diseño y Gestión Editorial (I Edición)
	Tipo de Curso	Curso de Formación Continua
	Número de créditos	90,00 horas
Dirección	Unidad organizadora	Departamento de Periodismo I
	Director de los estudios	D Francisco Sierra Caballero
Requisitos	Requisitos específicos de admisión a los estudios	No hay requisitos académicos específicos. Será necesario aportar un CV que la comisión académica valorará de cara a la admisión del alumnado.
	Criterios de selección de alumnos	
Preinscripción	Fecha de inicio	01/01/2018
	Fecha de fin	20/02/2018
Datos de Matriculación	Fecha de inicio	01/02/2018
	Fecha de fin	20/02/2018
	Precio (euros)	390,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	No
Impartición	Fecha de inicio	19/03/2018
	Fecha de fin	14/05/2018
	Modalidad	Presencial
	Idioma impartición	Español
	Lugar de impartición	Seminario Departamento Periodismo I
Información	Teléfono	954559619
	Web	
	Facebook	
	Twitter	
	Email	reyes1508@us.es

DISEÑO Y GESTIÓN EDITORIAL (I EDICIÓN)

Objetivos del Curso

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 proyectos editorial u otro profesional relacionado con la gestión de un libro

Procedimientos de Evaluación

Asistencia, Trabajos

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. Institución no universitaria - 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

Módulos/Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. Introducción

Número de horas: 25,00 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: - Introducción al sector editorial
- Roles participantes en el libro
- Aproximación histórica del libro en España
- Tendencias especificas 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, Miércoles
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 2. Marco Jurídico del Sector Editorial: Propiedad Intelectual, Negociación y Contratación

Número de horas: 40,00 horas

Modalidad de impartición: Presencial

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, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 3. Gestión Editorial

Número de horas: 205,00 horas

Modalidad de impartición: Presencial

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 cooedición, 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, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 4. Marketing y Distribución

Número de horas: 20,00 horas

Modalidad de impartición: Presencial

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