

### DISEÑO Y GESTIÓN EDITORIAL (II EDICIÓN)

<b>Datos básicos del Curso</b>	Curso Académico	2018 - 2019
	Nombre del Curso	Diseño y Gestión Editorial (II Edición)
	Tipo de Curso	Curso de Formación Continua
	Número de créditos	95,00 horas
<b>Dirección</b>	Unidad organizadora	Departamento de Periodismo I
	Director de los estudios	D Francisco Sierra Caballero
<b>Requisitos</b>	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	
<b>Preinscripción</b>	Fecha de inicio	01/01/2019
	Fecha de fin	20/02/2019
<b>Datos de Matriculación</b>	Fecha de inicio	01/02/2019
	Fecha de fin	20/02/2019
	Precio (euros)	420,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	No
<b>Impartición</b>	Fecha de inicio	25/03/2019
	Fecha de fin	22/05/2019
	Modalidad	Presencial
	Idioma impartición	Español
	Lugar de impartición	Seminario Departamento Periodismo I
<b>Información</b>	Teléfono	954559619
	Web	
	Facebook	
	Twitter	
	Email	reyes1508@us.es

## DISEÑO Y GESTIÓN EDITORIAL (II 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. Ángel Acosta Romero. Universidad de Sevilla - Periodismo I
- 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 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 específicas del sector del libro y nuevos paradigmas
- La trayectoria del manuscrito: del autor al lector.
- Tipología de editoriales

Fechas de inicio-fin: 25/03/2019 - 29/03/2019

Horario: Lunes, Miércoles, Viernes  
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: 27/03/2019 - 03/04/2019

Horario: Lunes, Miércoles, Viernes  
En horario de tarde

### Módulo/Asignatura 3. Gestión Editorial

Número de horas: 210,00 horas

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: 1. Gestión creativa.

- Boletines editoriales, ferias del libro, catálogos, revistas profesionales
- La selección de los libros, formación de catálogo.
- 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.
- 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
- Formatos
- Uso del Color
- 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 y diseño editorial en Indesign e Illustrator.
- Maquetación editorial: Indesign:
  - Conceptos básicos de la maquetación científica
  - La tipografía: tipos de letra, familias, tamaños, interlineado
  - La interfaz del programa: herramientas, paletas y menús
  - Libros y documentos: Qué son y cuándo se utilizan
  - Diseño de la tripa. Proporciones y configuración: tamaño, columnas, márgenes y sangrado
- 
- Uso de columnas falsas
  - La página maestra. Elementos fijos: Numeración automática y secciones
  - La paleta 'Páginas': añadir, ordenar y eliminar páginas y pliegos
  - Uso de estilos: estilos de párrafo y de carácter. Estilos de objeto.
  - Preparación para imprenta: exportación, compersión, marca y sangrado.
  - Libro electrónico: exportar a EPUB
  - Diseño de cubiertas: Illustrator:
  - Conceptos básicos de gráfica vectorial.
  - Interfaz del programa. Herramientas básicas.
  - Espacio de trabajo. Uso de las mesas de trabajo.
  - Creación y manipulación de objetos. Trabajo con grupos de objetos.
  - Herramienta Pluma. Dibujo de formas básicas y formas compuestas.
  - Guías y cuadrículas. Alineación de objetos.
  - Uso de capas.
  - Uso y aplicación del color:
  - Paleta de muestras y de color, bibliotecas de muestras.
  - Degradados.
  - Cuatricromía y tintas planas.
  - Trabajar con texto. Uso de estilos.
  - Apariencia de los objetos. Efectos.
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: 01/04/2019 - 20/05/2019

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: 20/05/2019 - 22/05/2019

Horario: Lunes, Miércoles  
En horario de tarde