

DISEÑO Y GESTIÓN EDITORIAL (II EDICIÓN)

Datos básicos del Curso	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
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	01/01/2019
	Fecha de fin	20/02/2019
Datos de Matriculación	Fecha de inicio	01/02/2019
	Fecha de fin	20/02/2019
	Precio (euros)	420,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	No
Impartición	Fecha de inicio	25/03/2019
	Fecha de fin	22/05/2019
	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 (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 créditos: 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 créditos: 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 créditos: 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 créditos: 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