

### DISEÑO Y GESTIÓN EDITORIAL

<b>Datos básicos del Curso</b>	Curso Académico	2019 - 2020
	Nombre del Curso	Diseño y Gestión Editorial
	Tipo de Curso	Curso de Formación Continua
	Número de créditos	100,00 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
	Criterios de selección de alumnos	La comisión académica valorará el CV de cara a la admisión del alumnado.
<b>Datos de Matriculación</b>	Precio (euros)	445,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	No
<b>Impartición</b>	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

### 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: 16/03/2020 - 17/03/2020

Horario: Lunes en horario de tarde, Martes 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: 19/03/2020 - 23/03/2020

Horario: Lunes en horario de tarde, Jueves en horario de tarde

### Módulo/Asignatura 3. Gestión Editorial

Número de horas: 215,00 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
- Business Model Canvas
- Análisis de la rentabilidad, autofinanciación o crecimiento de la rentabilidad. La sostenibilidad del proyecto editorial

Fechas de inicio-fin: 18/03/2020 - 21/04/2020

Horario: Lunes en horario de tarde, Martes en horario de tarde, Miércoles en horario de tarde, Jueves 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: 22/04/2020 - 22/04/2020

Horario: Miércoles en horario de tarde