



Planificación del producto editorial



Área: Producción editorial
Modalidad: Teleformación
Duración: 20 h
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Dotar al alumno sobre la Planificación del producto editorial.

CONTENIDOS

1 dirección y gestión de la industria editorial - 1.1 la empresa, modelos de sociedades - 1.2 programas de control de los problemas - 1.3 el sistema fiscal y laboral - 1.4 características de los diferentes tipos de formas jurídicas - 1.5 las formas jurídicas más habituales para las editoriales - 1.6 organización - 1.7 evolución del sector editorial - 1.8 subcontratación de servicios - 1.9 la contabilidad de costes y control presupuestario - 1.10 clasificación de productos de la industria gráfica - 1.11 actividades: dirección y gestión de la industria editorial - 2 herramientas del diseño gráfico y editorial - 2.1 diseño gráfico por ordenador - 2.2 tratamiento de imágenes - 2.3 maquetación - 2.4 imposición - 2.5 formatos de archivo digitales - 2.6 actividades: herramientas del diseño gráfico y editorial - 3 arquitectura tipográfica y maquetación en procesos editoriales - 3.1 definición y partes del tipo - 3.2 familias tipográficas y campos de aplicación - 3.3 aspectos a considerar para la selección de tipografías - 3.4 factores a considerar en la composición de textos - 3.5 principales problemas relacionados con la maquetación - 3.6 normas une, iso, libros de estilo - 3.7 actividades: arquitectura tipográfica y maquetación en procesos editoriales - 4 fundamentos de la gestión del color - 4.1 el color, principios y bases - 4.2 la problemática de la reproducción del color - 4.3 elementos de la gestión del color - 4.4 recomendaciones - 4.5 actividades: fundamentos de la gestión del color - 5 procesos gráficos en la planificación del producto editorial - 5.1 sistemas básicos de transferencia - 5.2 imágenes continuas y tramadas - 5.3 tramas, lineaturas, resolución y niveles de gris - 5.4 tecnologías analógicas y digitales - 5.5 fases del proceso - 5.6 maquinaria - 5.7 caracterización de la imagen impresa - 5.8 actividades: procesos gráficos en la planificación del producto editorial - 6 planificación y seguimiento de proyectos editoriales - 6.1 introducción a las herramientas de planificación - 6.2 planificación de actividades de preimpresión - 6.3 stocks de materias primas - 6.4 planificación de costes - 6.5 planificar según calidad y riesgos - 6.6 instrumentos de comunicación y seguimiento - 6.7 optimización del plan del proyecto - 6.8 actividades: planificación y seguimiento de proyectos editoriales - 7 distribución - logística de productos editoriales - 7.1 definición del consumidor final - 7.2 tipos de venta- puntos de venta - 7.3 estadística de las ventas - 7.4 los almacenes - 7.5 el stock de producto acabado - 7.6 unidades de venta - 7.7 planificación logística - 7.8 necesidades logísticas - 7.9 medios de transporte - 7.10 devoluciones y su tratamiento - 7.11 medio ambiente y eliminación de stock obsoletos - 7.12 actividades: distribución - logística de productos editoriales - 7.13 cuestionario: cuestionario módulo 1 unidad 1 -

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.

- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.