
Planificación del producto editorial

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Definir las funciones y procesos implicados en el desarrollo de un producto editorial a partir de los datos técnicos del sector editorial Analizar y especificar las necesidades de un producto editorial en cuanto a textos imágenes procesos de impresión acabados y encuadernación Elaborar programaciones para la ejecución de proyectos gráficos Analizar los procesos y métodos empleados en las operaciones de aprovisionamiento y compra de un producto editorial definido Planificar los diferentes procesos gráficos para la realización de un producto editorial de manera que se cumplan los plazos de entrega y las especificaciones de calidad Determinar las necesidades de realización de la logística del producto una vez acabado

Contenidos:

Tema 1. Dirección y Gestión de la Industria Editorial.

- 1.1. La empresa modelos de sociedades. Evolución histórica
- 1.2. Programas de control de los problemas
- 1.3. El sistema fiscal y laboral
- 1.4. Organización
- 1.5. Evolución del sector editorial
- 1.6. Oferta y demanda
- 1.7. Subcontratación de servicios
- 1.8. La contabilidad de costes y control presupuestario
- 1.9. Clasificación de productos de la industria gráfica

Tema 2. Herramientas del Diseño Gráfico y Editorial.

- 2.1. Diseño gráfico por ordenador

Tema 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 y la selección de tipos. Arquitectura de la página
- 3.6. Normas UNE ISO Libros de estilo

Tema 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 para la especificación y la gestión del color

Tema 5. Procesos Gráficos en la Planificación del Producto Editorial.

- 5.1. Sistemas básicos de transferencia
- 5.2. Imágenes continuadas y tramadas
- 5.3. Tramas lineaturas resolución niveles de gris
- 5.4. Tecnologías analógicas y digitales
- 5.5. Fases del proceso: diseño preimpresión impresión encuadernación y acabados
- 5.6. Maquinaria: tipologías formatos capacidades precios y otras especificaciones
- 5.7. Comparativa técnico - económica
- 5.8. Caracterización de la imagen impresa

Tema 6. Planificación y Seguimiento de Proyectos Editoriales.

- 6.1. Introducción a las herramientas de planificación y gestión de proyectos
- 6.2. Planificación de actividades de preimpresión (originales textos e imágenes) impresión encuadernación y acabados
- 6.3. Planificación de recursos de entrega de materia prima
- 6.4. Stocks de materias primas (máximo mínimo)
- 6.5. Planificación de costes
- 6.6. Planificar según calidad y riesgos
- 6.7. Instrumentos de comunicación y seguimiento
- 6.8. Optimización del plan del proyecto para cumplimiento de objetivos
- 6.9. Variables de producción interna

Tema 7. Distribución / Logística de Productos Editoriales.

- 7.1. Definición del consumidor final
- 7.2. Tipos de venta

-
- 7.3. Puntos de venta
 - 7.4. Estadísticas de las ventas
 - 7.5. Los Almacenes
 - 7.6. El stock de producto acabado
 - 7.7. Unidades de Venta
 - 7.8. Planificación de logística
 - 7.9. Necesidades logísticas
 - 7.10. Medios de transporte
 - 7.11. Devoluciones y su tratamiento
 - 7.12. Medio Ambiente y eliminación de stock obsoletos