



# POSTGRADO

## POSTGRADO EN GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN EDITORIAL

IEP003



## DESTINATARIOS

El postgrado en gestión y planificación editorial está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores del sector del periodismo y la comunicación. Permite conocer la planificación y gestión editorial, el mercados de servicios editoriales, los productos editoriales, la aplicación de programas informáticos en el proceso de edición, los parámetros de control de calidad de los productos editoriales, la aplicación de la normativa de seguridad, salud y protección ambiental, los presupuesto del proyecto editorial viabilidad del producto editorial, marketing de la edición y los productos editoriales de nueva generación.

## MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

## DURACIÓN

La duración del curso es de 300 horas.

## IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: 1780€

**IMPORTE ACTUAL: 890€**

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "POSTGRADO EN GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN EDITORIAL", de INSTITUTO EUROPEO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN, avalada por nuestra condición de socios de la AEC máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

# CONTENIDO FORMATIVO

## MÓDULO 1. GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN EDITORIAL

### UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDITORIAL

1. Proyecto editorial: parámetros que lo definen.
2. Herramientas y software de planificación de proyectos.
3. Fases del desarrollo de un proyecto editorial:
4. Valoración de tiempos
5. Planificación de las fases de edición.
6. Estimación de tiempos y de recursos
7. Aplicación a libros, prensa y otros medios o soportes
8. Establecimiento de la fecha objetivo de finalización del proyecto.
9. Calendario. Seguimiento y control.
10. Elementos de una línea editorial. Criterios para su definición y análisis.
11. Profesionalidad, rigor y honestidad intelectual
12. Herramientas de gestión de proyectos:

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADOS DE SERVICIOS EDITORIALES

1. Ferias nacionales e internacionales. Panorama actual.
2. Procesos productivos. Principales flujos.
3. Proveedores de recursos editoriales. Funciones y aportaciones
4. Proveedores de imágenes. Funciones y aportaciones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRODUCTOS EDITORIALES

1. Clasificación de productos editoriales
2. Sistemas de catalogación de productos editoriales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS EN EL PROCESO DE EDICIÓN

1. Programas de diseño y maquetación
2. Programas de creación y retoque de imagen
3. Programas de edición de video y audio y post-producción de video y audio
4. Programas de integración multimedia y web

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PARÁMETROS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EDITORIALES

1. Estructura del sistema de gestión de la calidad
2. Gestión de la calidad en el proceso de edición
3. Manual de calidad de la empresa
4. Factores de afectan a la calidad. Diagramas causa efecto

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN DE LA NORMATIVA DE SEGURIDAD, SALUD Y PROTECCIÓN AMBIENTAL

1. Conceptos sobre seguridad, salud y protección ambiental en el trabajo
2. Ley de prevención de riesgos laborales y protección ambiental

3. Riesgos relacionados con las condiciones de seguridad en empresas editoriales
4. Aplicación de los planes de seguridad, salud y protección ambiental en los procesos de creación de productos editoriales
5. Medidas preventivas relacionadas con los riesgos generales y específicos de productos editoriales

## **UNIDAD FORMATIVA 2. PRESUPUESTO, VIABILIDAD Y MERCADO DEL PRODUCTO EDITORIAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTO DEL PROYECTO EDITORIAL**

1. Análisis de las fases y distribución del trabajo
2. Planificación de tareas
3. Distribución de recursos
4. Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto
5. Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto
6. Seguimiento y control del presupuesto

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. VIABILIDAD DEL PRODUCTO EDITORIAL**

1. Conceptos relativos al coste
2. Clasificación de costes
3. Métodos de estimación de costes. Ratios de rentabilidad
4. Presupuesto editorial. Estimación de ventas
5. Evaluación de riesgos de la publicación
6. Sinergias en la edición que conllevan una disminución de la carga de costes

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DE LA EDICIÓN**

1. Conocimiento del producto
2. Conocimiento de los lectores reales y potenciales
3. Estudio de mercado. Mercado global
4. Circuitos de distribución y venta
5. Políticas de calidad y promoción del producto editorial
6. Planes y estrategias para conseguir el máximo de ventas en los diferentes canales de distribución
7. Diversificación de la oferta
8. Nuevos canales de difusión

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRODUCTOS EDITORIALES DE NUEVA GENERACIÓN**

1. Libro electrónico. Principales características técnicas
2. Contenidos para dispositivos móviles. Principales características técnicas
3. Webs. Principales características técnicas
4. Bases de Datos
5. Red. Protocolos