

PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

SKU: EVOL-2646-VNO-A | Categorías: [ARTES GRÁFICAS](#), [IMAGEN Y SONIDO](#), [Editorial](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [75](#)

Acreditado por Universidad [SI](#)

Créditos ECTS [3](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

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

UD1. 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.

UD2. Herramientas del Diseño Gráfico y Editorial.



2.1. Diseño gráfico por ordenador.

UD3. 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.

UD4. 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.

UD5. 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.

UD6. 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.

UD7. 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.

