

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Definición y diseño de productos editoriales

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para la definición y diseño de productos editoriales.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Definición del Producto Gráfico

1.1 Criterios editoriales en la definición del Producto

1.1.1 Criterio de idoneidad

1.1.2 Realce de los contenidos mediante ilustraciones

1.1.3 Fotografías. Valor de transmisión

1.1.4 Criterios de diseño gráfico en las obras

1.1.5 Características de obras que pertenecen a una misma colección

1.1.6 Pautas para el diseño de la edición

1.1.7 Requisitos gráficos en la maqueta

1.2 Procesos de edición

1.2.1 Soportes



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



1.2.2 Documentación del proceso

1.2.3 Proceso de diseño. Especificaciones. Criterios estilísticos

1.2.4 Proceso de cartografía

1.2.5 Maquetación.

1.2.6 Materias Primas

1.2.7 Tintas. Bibliotecas de color

1.2.8 Calendarios de producción

1.3 Estándares de calidad aplicables al proceso

1.3.1 Normas de compaginación

1.3.2 Normas de calidad estandarizadas.

1.3.3 Control de los procesos editoriales.

1.3.4 Libros de estilo.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Tipografía y maquetación

2.1 Conceptos relativos al tipo.

2.2 Clases de fuentes.

2.3 Elementos de la tipografía. Reglas de legibilidad, interlineado, márgenes.

2.4 Propiedades de la tipografía.

2.5 Campos de aplicación de las tipografías y recomendaciones de uso.

2.6 Principios de la teoría de la composición de textos.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



2.7 Composición de la página.

2.8 Especificaciones de párrafo.

2.9 Configuración del documento.

2.10 Páginas maestras.

2.11 Definición de estilos de párrafo

2.12 Cuerpo central de un Producto

2.13 Necesidad de las imágenes con respecto al Texto o la inversa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. El formato del producto gráfico

3.1 Los diferentes tipos de formatos gráficos.

3.2 Peculiaridades y condicionantes de los distintos tipos de formatos.

3.3 Herramientas de composición de textos en productos gráficos:

3.3.1 Formatos de archivo digitales.

3.3.2 Compatibilidades y problemas de transferencia.

3.3.3 Composición de textos con software de edición vectorial y editorial estándares

3.4 Aplicación tipográfica en formatos estándar (DINAs).

3.5 Aplicación tipográfica en otros formatos:

3.5.1 Desplegables y Folletos: Dípticos, Trípticos.

3.5.2 Grandes Formatos.

3.5.3 Formatos digitales; ?Banners?.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



UNIDAD DIDÁCTICA 4. Elaboración de maquetas de productos gráficos

4.1 Metodología de la creación de maquetas de productos gráficos.

4.2 Materiales para la creación de maquetas:

4.2.1 Sistemas de impresión digital de pruebas.

4.2.2 Simulación de acabados en las maquetas.

4.2.3 Soportes para presentación: Cartón Pluma, PVC y otros soportes.

4.3 Creación de maquetas:

4.3.1 Especificaciones de salida para la elaboración de la maqueta.

4.3.2 Impresión de maquetas.

4.4 Impresión Láser, Plotter, Impresión digital y otros sistemas de impresión.

4.5 Colocación en el soporte de presentación.

4.6 Métodos adhesivos, de plegado y otros métodos.

4.7 Calidad en las maquetas:

4.7.1 Revisión de los aspectos de legibilidad y estética de la maqueta.

4.7.2 Corrección de maquetas para elaborar la maqueta definitiva.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. Maquetación de un producto editorial

5.1 Plataformas y software de edición de textos e imágenes.

5.2 Distribución de la página:



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



5.2.1 Normas y teorías compositivas de la página.

5.2.2 Creación de retículas compositivas.

5.3 Creación de páginas maestras:

5.3.1 Elementos de la página maestra.

5.3.2 Aplicación de páginas maestras.

5.3.3 Cambios en las páginas maestras.

5.4 Creación de hojas de estilo:

5.4.1 Estilos de carácter.

5.4.2 Estilos de párrafo.

5.4.3 Estilos anidados.

5.5 Introducción y composición de textos:

5.5.1 Importación de textos.

5.5.2 Selección de tipografías.

5.5.3 Aplicación de estilos al texto.

5.5.4 Normas de composición de textos.

5.6 Tipos de párrafos.

5.7 Normas de legibilidad y componentes tipográficos de una publicación.

5.8 Preparación e introducción de imágenes.

5.9 Selección de imágenes según sistema de reproducción.

5.10 Tratamiento de la imagen para reproducciones editoriales.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



5.11 Maquetación de las imágenes con respecto al texto y a la página.