

Planificación del producto editorial

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Especificar las funciones y procesos necesarios para la creación de un producto editorial, Preparar los distintos procesos gráficos para la creación de un producto editorial para obdecer a los plazos de entrega y las normas de calidad. Confeccionar y definir que es necesario de un producto editorial en cuanto a textos, imágenes procesos de impresión, acabados y encuadernación. Definir los puntos necesarios en el aprovisionamiento y compra de un producto editorial definido. Determinar las necesidades de realización de la logística del producto una vez acabado.

Contenidos:

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.
2. Herramientas del diseño gráfico y editorial 2.1. Diseño gráfico por ordenador. 2.1.1. Tratamiento de imágenes. 2.1.2. Maquetación. 2.1.3. Imposición. 2.1.4. Formatos de archivo digitales. Compatibilidades y problemas de transferencia.
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.
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.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



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: 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.

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.

7. Distribución / Logística de productos editoriales 7.1. Definición del consumidor final. 7.2. Tipos de Venta. 7.3. Puntos de Venta. 7.4. Estadística de las Ventas. 7.5. Los Almacenes. 7.6. El Stock de producto acabado. 7.7. Unidades de Venta 7.8. Planificación 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.

