



Planificación del producto editorial (UF0248)

Planificación del producto editorial (UF0248)

Duración: 70 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

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.
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.