

## Programa Máster Edición UAM: TALLER DE LIBROS

### TRIMESTRE I INTRODUCCIÓN A LA EDICIÓN

#### 1.0. PRELIMINARES

**Capacidades:** Concepción de los objetivos, el funcionamiento y la dinámica del máster.

##### 1.0.1. INAUGURACIÓN DEL MÁSTER

**Contenidos:** Presentación de los coordinadores, planes, novedades del curso.

##### 1.0.2. PLAN EDITORIAL

**Contenidos:** Descripción general de objetivos. Programa y calendario. Trabajo individual y en grupo. Calificaciones y becas. Tutorías.

##### 1.0.3. ENTREVISTAS

**Contenidos:** Entrevistas personales para la creación de grupos.

#### 1.1. TALLER: LIBROS DE LA BALLENA. 1. Plan editorial ante el mercado y preedición

**Capacidades:** Concepción inicial de la profesión de editor a partir de la preedición de contenidos literarios de una marca literaria atendiendo a su diseño y al mercado.

##### 1.1.1. PLAN DE PUBLICACIONES Y GRUPOS DE TRABAJO

**Contenidos:** Plan de publicaciones LdelaB. Presentación de originales. Formación de grupos de trabajo. Distribución de responsabilidades. Establecimiento de calendario de trabajo. Encargo de los prólogos.

##### 1.1.2. ENCARGO DE LECTURA DE ORIGINALES

**Contenidos:** Introducción general a la competencia lectora del editor. El editor ante el libro seleccionado y ante el libro de encargo. ¿En qué debemos fijarnos en la lectura de un libro? Tema y argumento en las narraciones. Elementos de promoción del libro: su actualidad. Cómo leer las obras concretas que se entregan: problemas y búsqueda de soluciones.

##### 1.1.3. PREEDICIÓN DE LOS ORIGINALES

**Contenidos:** Preedición de los originales: obtención de archivos limpios para el trabajo en papel.

##### 1.1.4. REUNIÓN DE LOS GRUPOS SIN TUTORES

**Contenidos:** Establecimiento de coordinación del grupo: distribución de tareas, organigrama y modos de reunión. Fichas de autocontrol.

##### 1.1.5. COMENTARIO A LA LECTURA DE LOS ORIGINALES

**Contenidos:** Con los libros leídos: Análisis literario: sentido del texto. Detección de problemas textuales, de edición y de promoción.

##### 1.1.6. FIJACIÓN DE LOS TEXTOS

**Contenidos:** Cierre y delimitación de los cuatro textos a editar.

##### 1.1.7. EXPOSICIÓN DE LOS PROBLEMAS DEL TEXTO Y PLAN DE TRABAJO

**Contenidos:** Exposición por parte de cada grupo de su plan de trabajo, sus modos de coordinación, los problemas principales de edición del texto y las vías para solucionarlos.

##### 1.1.8. PUESTA AL DÍA DE LA EDICIÓN PARA ENTREGA A PRUEBAS I

**Contenidos:** Inserción de correcciones. Elaboración de las instrucciones para maquetación.

##### 1.1.9. PREPARACIÓN DEL PLAN DE MARKETING DE LDELAB

**Contenidos:** Introducción a los elementos promocionales y de comunicación de LdelaB.

##### 1.1.10. LAS NOVEDADES LDELAB Y EL DISEÑO GRÁFICO

**Contenidos:** Análisis de la línea gráfica de LdelaB. La comunicación entre el editor y el diseñador. Orientación comercial y público objetivo de cada texto. Encargo de los briefings de cubierta.

##### 1.1.11. LOS BRIEFINGS DE CUBIERTA

**Contenidos:** Sinopsis conceptual de cada texto para buscar su vía de mercado. Puntos de vista del director editorial, el director de arte y el director de marketing.

##### 1.1.12. PUESTA AL DÍA DE LA EDICIÓN PARA ENTREGA A PRUEBAS II

**Contenidos:** Textos preparados para entregar a maqueta.

### 1.1.13. BALANCE: TUTORÍAS PERSONALES

**Contenidos:** Tutorías personales para el análisis del rendimiento en grupo, aportaciones individuales y mejoras en el proceso.

## 1.2. NEGOCIO EDITORIAL 1.

### Concepción, tipología e historia editorial

**Capacidades:** Concepción teórica de la realidad polifacética de los proyectos editoriales, desde la edición de no ficción al libro infantil y juvenil; modelos de estructura y gestión.

#### 1.2.1. LOS NEGOCIOS EDITORIALES

**Contenidos:** ¿Qué es editar? ¿Qué y para quién editar? Negocio vs. cultura. El ciclo vital del libro tradicional

#### 1.2.2. LA ESTRUCTURA EDITORIAL Y LOS NICHOS DE EDICIÓN

**Contenidos:** Modelos de estructura editorial. Nichos de edición.

#### 1.2.3. LA CONCEPCIÓN DEL PROYECTO EDITORIAL: CASOS PRÁCTICOS I

**Contenidos:** El caso de la editorial Salto de página: catálogo, comercialización y promoción del libro y del sello. Libro impreso y libro electrónico.

#### 1.2.4. LA CONCEPCIÓN DEL PROYECTO EDITORIAL: CASOS PRÁCTICOS II

**Contenidos:** El caso de la editorial Harlequin. Creación de un catálogo internacional. Delimitación de público objetivo. Libro de consumo.

**Contenidos:** Aspectos fundamentales de la edición literaria actual.

#### 1.2.5. MESA REDONDA. PANORÁMICA DE LA EDICIÓN ACTUAL

#### 1.2.6. EL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL

**Contenidos:** El libro infantil: qué es, qué características tiene. Breve historia de la literatura infantil y juvenil. Panorama actual de la edición.

#### 1.2.7. EL LIBRO ILUSTRADO

**Contenidos:** Sentido y función de la ilustración. Maneras de significar. Las relaciones más habituales entre un editor y un ilustrador: el encargo de obra, la definición de las líneas gráficas, etc. Perspectivas de la ilustración hoy.

#### 1.2.8. GESTIÓN DEL PROYECTO EDITORIAL

**Contenidos:** Planteamiento de un proyecto editorial: fases y profesionales implicados. Costes y presupuestos

#### 1.2.9. LA EDICIÓN EN LA EDAD MODERNA I

**Contenidos:** La imprenta manual. El libro en el Renacimiento y los primeros editores..

#### 1.2.10. LA EDICIÓN EN LA EDAD MODERNA II

**Contenidos:** El libro en el Barroco. El libro en la Ilustración. Historia y clasificación de los tipos.

## 1.3. MARKETING 1.

### Fundamentos y diseño editorial

**Capacidades:** Aproximación al concepto de marketing. Marketing estratégico. Marketing operativo. Las variables de precio, comercialización, producto y promoción aplicadas a las editoriales.

#### 1.3.1. ¿QUÉ ES EL MARKETING?

**Contenidos:** Definición de marketing. Introducción al marketing mix. El marketing en entornos tradicionales y digitales. Estrategias y tipología editorial.

#### 1.3.2. MENTIRAS Y MEDIO VERDADES DEL MARKETING EDITORIAL

**Contenidos:** El marketing en las editoriales literarias. Casos de éxito y de fracaso.

#### 1.3.3. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO EDITORIAL

**Contenidos:** Cubiertas: maneras de significar, estructuras conceptuales, visuales y textuales, cuestiones de interpretación. Análisis de las líneas gráficas de la competencia. Guerra de cubiertas en las mesas de novedades.

#### 1.3.4. SESIÓN DE REFUERZO Y COMPLEMENTO DE CONTENIDOS

#### 1.3.5. EVALUACIÓN

**Contenidos:** Prueba individual para la comprobación de la correcta adquisición de las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

#### 1.4. EDICIÓN TEXTUAL 1.

##### Del original a la maqueta

**Capacidades:** Adquisición de las competencias necesarias para el trabajo de corrección de obras literarias y no literarias: preedición, corrección ortotipográfica y corrección de estilo; corrección de originales contemporáneos en español, de traducciones y de clásicos. Conocer la norma y reconocer el estilo.

##### 1.4.1. LA PREEDICIÓN

**Contenidos:** Protocolo de normalización de archivos de texto. Ajustes ortotipográficos y puntuación de diálogos.

##### 1.4.2. EL ESPAÑOL NORMATIVO Y SU APLICACIÓN A LA CORRECCIÓN EDITORIAL I

**Contenidos:** Funciones de la Real Academia Española y herramientas que la institución pone a disposición del editor. Errores vs. vulneraciones voluntarias de la norma. Especificidad de la lengua escrita. Práctica.

##### 1.4.3. CORRECCIÓN DE ESTILO: EL TRABAJO DEL EDITOR SOBRE TRADUCCIONES

**Contenidos:** La corrección de estilo de traducciones. Teorías de la traducción y oficio del traductor literario.

##### 1.4.4. CLAVES PARA INTERPRETAR LOS TEXTOS LITERARIOS (I)

**Contenidos:** Actitud de lectura y conocimientos básicos para el análisis de textos literarios. El canon literario. Aspectos destacados de la panorámica de la narrativa actual.

##### 1.4.5. CORRECCIÓN DE ESTILO: EL TRABAJO DEL EDITOR SOBRE ORIGINALES DE AUTORES CONTEMPORÁNEOS EN ESPAÑOL

**Contenidos:** La corrección de estilo de originales contemporáneos en español. Límites de la intervención. Reconocer y respetar las variantes del español en el mundo. Relación del autor con sus editores y del editor con sus autores. Política de autor.

##### 1.4.6. INSTRUCCIONES PARA MAQUETACIÓN. EL TRABAJO DEL EDITOR CON EL MAQUETISTA

**Contenidos:** Fundamentos de diseño gráfico y producción editorial aplicados al diseño de interiores: líneas, párrafos, páginas, ilustraciones, partes del libro, formatos.

##### 1.4.7. EVALUACIÓN

**Contenidos:** Prueba individual para la comprobación de la correcta adquisición de las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

##### 1.4.8. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

**Contenidos:** Prueba individual para la comprobación de la correcta adquisición de las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

#### 1.5. CREACIÓN DE CATÁLOGO 1.

##### Obra y propiedad intelectual

**Capacidades:** Adquisición de las competencias necesarias para la evaluación de un texto escrito: calidad y mercado. Propiedad intelectual: la ley y la práctica. Compraventa internacional de derechos de traducción.

##### 1.5.1. EL DEPARTAMENTO DE LECTURA I

**Contenidos:** Herramientas conceptuales para la evaluación de originales. Cribas y encargo de un informe de lectura.

##### 1.5.2. PROPIEDAD INTELECTUAL Y NEGOCIACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

**Contenidos:** Introducción sobre derechos de autor. El contrato editorial. Contrato en papel y derechos de obras digitales.

##### 1.5.3. LA CONSTRUCCIÓN DEL CATÁLOGO A TRAVÉS DE LA COMPRA DE DERECHOS I

**Contenidos:** Editores, agencias literarias, scouts y ferias internacionales. Práctica de compraventa de derechos.

##### 1.5.4. EL DEPARTAMENTO DE LECTURA II

**Contenidos:** Nuevas herramientas para la evaluación de originales y elaboración de informes de lectura.

#### 1.6. EDICIÓN Y TECNOLOGÍAS DIGITALES

##### 1. Redes, formatos, mercado

**Capacidades:** Acercamiento a la relación entre los mercados tradicionales y los mercados virtuales de las editoriales tradicionales. Nuevas formas de marketing para editoriales que publican solo en digital. Conocimiento de soportes de lectura distintos al papel.

#### 1.6.1. LOS DISPOSITIVOS Y SOPORTES DE LECTURA DIGITAL

**Contenidos:** Dispositivos y su mercado en el entorno de la lectura: ordenadores, tabletas, e-readers y smartphones.

#### 1.6.2. EL MARKETING EN LA RED

**Contenidos:** Internet y nuevas tecnologías: nuevos hábitos de consumo de contenidos. Difusión de contenidos de calidad a través de la red. Nuevos canales de comunicación: redes sociales, páginas web, blogs, revistas online, presentaciones, infografías, vídeos, audios... Elaboración de un plan de marketing online.

### 2.1. TALLER LIBROS DE LA BALLENA 2. De primeras a imprenta. Perspectiva de mercado

**Capacidades:** Adquisición de las competencias prácticas necesarias para la corrección de pruebas y el envío a imprenta de novedades, así como para el desarrollo de un plan de comunicación específico.

#### 2.1.1. BOCETOS DE CUBIERTAS

**Contenidos:** Presentación de primeros bocetos de cubiertas. Textos cerrados en borrador 1.

#### 2.1.2. CORRECCIÓN DE PREEDICIÓN Y PÁGINA DE CRÉDITOS

**Contenidos:** Uso de las marcas de corrección. Correcciones de maqueta y últimas intervenciones sobre el original.

#### 2.1.3. REDACCIÓN DE TEXTOS DE CUBIERTA. NUEVOS CONTENIDOS DEL CATÁLOGO Y LA WEB

**Contenidos:** Relación del editor con la dirección de comunicación; desarrollo de contenidos.

#### 2.1.4. INICIO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN: BLOGS Y REDES SOCIALES

**Contenidos:** Diseño y creación de un blog que comunique los aspectos más significativos de cada uno de los libros.

#### 2.1.5. USO DE TWITTER PARA LA COMUNICACIÓN EDITORIAL

**2.1.6. PREPARACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN**  
**Contenidos:** Del plan integral de comunicación al plan de comunicación de las novedades de Libros de la Ballena.

#### 2.1.7. CORRECCIÓN DE PRIMERAS PRUEBAS

**Contenidos:** Relación del editor y el corrector con el maquetista.

#### 2.1.8. CUBIERTAS DEFINITIVAS

**Contenidos:** Últimas correcciones de cubiertas y cierre.

#### 2.1.9. CORRECCIÓN DE SEGUNDAS PRUEBAS

**Contenidos:** Cotejo de primeras pruebas corregidas con segundas limpias.

#### 2.1.10. REVISIÓN DEL PLAN DE MÁRKETING

**Contenidos:** Revisión del estado del plan de comunicación de cada grupo.

#### 2.1.11. TERCERAS PRUEBAS

**Contenidos:** Corrección y cotejo de terceras pruebas. Ajuste a pliegos.

#### 2.1.12. CIERRE DE PRUEBAS Y ENVÍO A IMPRENTA

**Contenidos:** Obtención de unas pruebas definitivas, cotejo de PDFs y envío a imprenta.

#### 2.1.13. BALANCE: TUTORÍAS PERSONALES

**Contenidos:** Tutorías individuales para valorar el trabajo individual y en grupo.

### 2.2. NEGOCIO EDITORIAL 2. Proyectos y sectores editoriales

**Capacidades:** Acercamiento a la historia de la edición y a distintas tipologías: de la editorial independiente a los grandes grupos, edición literaria, jurídica, libro de texto y libro ilustrado.

#### 2.2.1. REFLEXIONES SOBRE LA EDICIÓN EN ESPAÑA

**Contenidos:** Historia de la edición en España y panorama actual. Estructura del sector y filosofía editorial y comercial de sus empresas más importantes.

#### 2.2.2. PANORAMA ACTUAL DE LA EDICIÓN EN ESPAÑA

**Contenidos:** Editoriales industriales frente a editoriales literarias. El editor y sus autores. Relación del editor y la prensa especializada.

#### 2.2.3. EL LIBRO JURÍDICO

**Contenidos:** La edición del libro jurídico en España.

## TRIMESTRE 2. ESPECIALIZACIÓN EDITORIAL

### 2.2.4. EDICIÓN EN FASCÍCULOS

**Contenidos:** Panorámica de la edición en fascículos.

### 2.2.5. DIÁLOGO SOBRE LA EDICIÓN INDEPENDIENTE

**Contenidos:** Le edición independiente como alternativa a los grandes grupos editoriales.

### 2.2.5. LA EDICIÓN EDUCATIVA. EL LIBRO DE TEXTO

**Contenidos:** Historia del libro de texto. Singularidades en su modelo de negocio: la prescripción. Panorama de las editoriales de libro de texto.

### 2.2.6. REFLEXIÓN SOBRE EL CONTEXTO EDITORIAL LITERARIO ACTUAL

**Contenidos:** La ideología de la edición literaria.

### 2.2.7. LA EDICIÓN DE CÓMIC Y NOVELA GRÁFICA

**Contenidos:** Los procesos de autoedición. Los colectivos de autores, pequeñas editoriales y autoeditoriales. El consumo y la edición digital. Libros y cómics autoeditados.

### 2.2.8. EL TRABAJO EN UN GRAN GRUPO EDITORIAL

**Contenidos:** La edición enfocada al gran público.

## 2.3. MARKETING 2.

### Producir, comunicar, promocionar

**Capacidades:** Conocimiento de las vías de promoción y divulgación del libro en el contexto de la gestión cultural y en el entorno industrial.

### 2.3.1. EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTEGRAL

### 2.3.2. PRODUCCIÓN DEL LIBRO ANALÓGICO

**Contenidos:** Sistemas de impresión para edición de productos gráficos, papel y tintas, fotocomposición.

### 2.3.3. FASES DE PRODUCCIÓN DEL PROCESO GRÁFICO

**Contenidos:** Diseño, maquetación, impresión y encuadernación. Impresión bajo demanda. Herramientas para la gestión de la comunicación.

### 2.3.4. EL PERIODISMO CULTURAL

**Contenidos:** Relación entre las editoriales y los medios de comunicación. El papel del periodista cultural.

### 2.3.5. EVALUACIÓN

**Contenidos:** Prueba individual para la comprobación de la correcta adquisición de las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

## 2.4. EDICIÓN TEXTUAL 2.

### Norma, corrección y editing

**Capacidades:** Bases para la edición del texto literario de ficción y no ficción desde el punto de vista de la estructura, el argumento y el tema. Entendimiento de la relación entre tradición, historia, norma y tipo de texto.

### 2.4.1. EDICIÓN DE CLÁSICOS I. APARATO CRÍTICO Y DOCUMENTACIÓN LINGÜÍSTICA Y ENCICLOPÉDICA

**Contenidos:** Actualización ortotipográfica, variantes y trabajo paratextual (aparatos de notas, glosarios, estudios preliminares y apéndices). Práctica de edición de un texto clásico.

### 2.4.2. EL EDITING 1

**Contenidos:** La intervención estructural. Práctica sobre un original contemporáneo en español.

### 2.4.3. EL ESPAÑOL NORMATIVO Y SU APLICACIÓN A LA CORRECCIÓN EDITORIAL II

**Contenidos:** Puesta en común y corrección de la práctica propuesta a los alumnos en 1.4.2.

### 2.4.4. LA EDICIÓN DE CLÁSICOS II

**Contenidos:** Corrección de la práctica propuesta a los alumnos en 1.4.5.

### 2.4.5. CLAVES PARA INTERPRETAR LOS TEXTOS LITERARIOS II

**Contenidos:** Actitud de lectura y conocimientos básicos para el análisis de textos literarios. El canon literario. Aspectos destacados de la panorámica de la narrativa actual.

#### 2.4.6. EJERCICIOS DE CORRECCIÓN I

**Contenidos:** Práctica de corrección textual.

#### 2.4.7. EVALUACIÓN

**Contenidos:** Prueba individual para la comprobación de la correcta adquisición de las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

#### 2.4.8. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

**Contenidos:** Prueba individual para la comprobación de la correcta adquisición de las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

### 2.5. CREACIÓN DE CATÁLOGO 2.

#### Agencia, scouting y cultura libre

**Capacidades:** Manejo de las herramientas conceptuales implicadas en la evaluación de obras literarias. Criterio y mapa de tendencias culturales e ideológicas. Conocer lo que sucede en los márgenes del copyright.

#### 2.5.1. EL DEPARTAMENTO DE LECTURA III

**Contenidos:** Puesta en común y corrección de los informes de lectura.

#### 2.5.2. LA AGENCIA EDITORIAL Y EL SCOUTING

**Contenidos:** Encuentro con un agente literario y una scout. Catálogo de autores. Coherencia y competitividad. Informes de obras literarias en español destinados a editores extranjeros.

#### 2.5.3. LA CONSTRUCCIÓN DEL CATÁLOGO A TRAVÉS DE LA COMPRA DE DERECHOS

**Contenidos:** Puesta en común y corrección de la práctica propuesta a los alumnos en 1.5.3.

#### 2.5.4. COPYLEFT, CREATIVE COMMONS Y OTROS EJEMPLOS DE CULTURA LIBRE

**Contenidos:** Modelos de gestión alternativa de los derechos de propiedad intelectual.

### 2.6. EDICIÓN DIGITAL 2.

#### Texto y red

**Capacidades:** Fundamentos para el entendimiento de las relaciones entre edición y el entorno digital. Nuevos paradigmas en el sector editorial

#### 2.6.1. EDITAR EN LA RED: SITUACIÓN Y FUTURO DEL LIBRO EN LA SOCIEDAD DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

**Contenidos:** Transformaciones tecnológicas en el mundo de la edición: geolocalización, computación en la nube y tecnologías “ponibles” y sensoriales.

#### 2.6.2. CURSILLO INTENSIVO PRÁCTICO DE REALIZACIÓN DE EPUB I

**Contenidos:** Aprendizaje de elaboración de ePub. Práctica sobre los libros del curso pasado.

#### 2.6.3. CURSILLO INTENSIVO PRÁCTICO DE REALIZACIÓN DE EPUB II

**Contenidos:** Aprendizaje de elaboración de ePub. Práctica sobre los libros del curso pasado.

#### 2.6.4. FUENTES DE INFORMACIÓN Y ENTORNO DIGITAL

**Contenidos:** Alfabetización informacional. El documento digital. Hipertexto y navegación. Fuentes digitales. Evaluación de la información digital

#### 2.6.5. REDACCIÓN DE CONTENIDOS WEB

**Contenidos:** Digitalización y creación de contenido hipertextual. Gestión de contenidos web Géneros digitales

#### 2.6.6. REDACCIÓN DE CONTENIDOS WEB II

**Contenidos:** Web social. Canales hipermedia. Convergencia de contenidos

### 3.1. TALLER: LIBROS DE LA BALLENA 3. Producción, distribución, promoción y proyecto

**Capacidades:** Control del proceso de impresión y recepción de ejemplares. Capacidad de defensa en público y argumentación del valor de las publicaciones. Investigación de nuevas publicaciones posibles.

#### 3.1.1. NUEVOS PROYECTOS LDELAB I

**Contenidos:** Investigación orientada al hallazgo de nuevas publicaciones posibles que se ajusten a la línea editorial de LdelaB.

#### 3.1.2. NUEVOS PROYECTOS LDELAB II

**Contenidos:** Análisis y discusión de las propuestas de los alumnos

## TRIMESTRE 3. PROFESIONALIZACIÓN EDITORIAL

### 3.1.3. VISITA A LA IMPRENTA. SEGUIMIENTO DEL PROCESO

**Contenidos:** De la preimpresión al libro de papel. Imposición, impresión, alzado, plegado y encuadernación.

### 3.1.4. TALLER A DETERMINAR

**Contenidos:** A determinar

### 3.1.5. PREPARACIÓN DE LAS PRESENTACIONES DE NOVEDADES

**Contenidos:** Cómo presentar las novedades de Libros de la Ballena: tiempos, mensajes, puntos fuertes...

### 3.1.6. EVALUACIÓN

**Contenidos:** Exposición por grupos (y dentro de cada grupo, individualmente, por áreas de responsabilidad) del trabajo llevado a cabo durante todo el curso en relación con la edición del plan de novedades LdelaB 2013-2014.

### 3.1.7. ANÁLISIS DEL PROCESO GLOBAL Y REALIZACIÓN DE UN INFORME DE CONJUNTO

**Contenidos:** Evaluación del curso y del proceso de edición y análisis de las propuestas de mejora recibidas.

### 3.1.8. PRESENTACIÓN DE LAS NOVEDADES LDELAB EN LA UAM

**Contenidos:** Presentación de novedades a cargo de algunos alumnos.

### 3.1.9. PRESENTACIÓN DE LAS NOVEDADES LDELAB EN LA FERIA DEL LIBRO DE MADRID

**Contenidos:** Presentación de novedades a cargo de algunos alumnos.

## 3.2. NEGOCIO EDITORIAL 3. Administración, marco legal y negocios

**Capacidades:** Acercamiento a la realidad laboral en los entornos actuales de las editoriales

### 3.2.1. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO LEGAL DEL TRABAJO Y DEL NEGOCIO EDITORIAL

**Contenidos:** El trabajo por cuenta ajena. El trabajo por cuenta propia: como autónomo o mediante la creación de una empresa. Ventajas, desventajas y panorámica.

### 3.2.2. LOS OTROS OFICIOS DEL LIBRO

**Contenidos:** Sectores profesionales alternativos a la edición convencional. Servicios editoriales.

## 3.3. MARKETING 3. Distribución y comercialización

**Capacidades:** Adquirir el conocimiento de cuál es la cadena de valor del libro y de los aspectos más significativos del funcionamiento de una librería y una distribuidora de libros.

### 3.3.1. EL PAPEL DEL DISTRIBUIDOR EN LA CADENA DE VALOR DEL LIBRO

**Contenidos:** Visita a Machado Libros. Cómo funciona una distribuidora de libros literarios. Fondo de catálogo y trabajo comercial.

### 3.3.2. LA LIBRERÍA EN EL CONTEXTO ACTUAL DEL CIRCUITO DEL LIBRO

**Contenidos:** Modelos de librerías tradicionales. Presente y futuro de las librerías en España.

### 3.3.3. UN EJEMPLO DE LIBRERÍA ESPECIALIZADA: EL DRAGÓN LECTOR

**Contenidos:** Nuevos libreros ante los editores, los distribuidores y los lectores. Futuro de las librerías en España. El librero y lo digital.

### 3.3.4. MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL LIBRO

**Contenidos:** Tipos de distribución tradicional y digital. Futuro de las editoriales ante los nuevos mercados.

### 3.3.5. DISTRIBUCIÓN

**Contenidos:** Del editor al lector: los grandes canales de distribución.

**3.3.6. DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS COMERCIALES. ELEMENTOS PROMOCIONALES. METODOLOGÍA DE LA PLANIFICACIÓN COMERCIAL**

**Contenidos:** Tipologías de comercializaciones. Los grandes grupos vs. Las pequeñas editoriales. Elaboración de la ficha comercial. Elementos promocionales. Seguimiento de ventas. Diseño de marcapáginas, carteles y catálogo.

**3.3.7. SEGUNDOS MERCADOS. DEVOLUCIONES, EXPORTACIÓN**

**Contenidos:** Saldos y restos de edición, libros viejos y antiguos. Idiosincrasia, comercio y conservación del libro de segunda mano.

**3.3.8. EVALUACIÓN**

**Contenidos:** Prueba individual para la comprobación de la correcta adquisición de las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

**3.4. EDICIÓN TEXTUAL 3. Editing y corrección**

**Capacidades:** Consolidación de los conocimientos de edición textual y relación con el autor del editor.

**3.4.1. EL EDITING II**

**Contenidos:** Corrección de la práctica de 2.4.2.

**3.4.2. EJERCICIOS DE CORRECCIÓN II**

**Contenidos:** Práctica de corrección textual.

**3.4.3. EVALUACIÓN**

**Contenidos:** Prueba individual para la comprobación de la correcta adquisición de las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

**3.5. CREACIÓN DE CATÁLOGO 3. Investigación de proyectos**

**Capacidades:** Conocimiento de los procesos de búsqueda y selección de obra en catálogos antiguos y extranjeros, y del funcionamiento de los departamentos de lectura editoriales.

**3.5.1. PROYECTOS DE DOMINIO PÚBLICO**

**Contenidos:** Búsqueda de originales en dominio público, en español y traducidos. Lugares de investigación.

**3.5.2. PROYECTOS CONTEMPORÁNEOS**

**Contenidos:** Búsqueda de originales contemporáneos en español y extranjeros. Departamento de lectura y scouting en línea.

**3.6. EDICIÓN DIGITAL 3. Corrección y comercialización**

**Capacidades:** Comprensión de las tendencias generales del mercado digital editorial y de las técnicas elementales para la creación de publicaciones digitales.

**3.6.1. CORRECCIÓN DE EPUB**

**Contenidos:** Nueva lectura. Las pruebas de ePub: variaciones y problemas.

**3.6.2. PANORAMA INTERNACIONAL DE LA EDICIÓN DIGITAL**

**Contenidos:** Visión panorámica de los aspectos más importantes de la edición digital internacional.

**3.6.3. MESA REDONDA: PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN ONLINE**

**Contenidos:** Modelos de edición en la red: la nube, los freemiums y las suscripciones.

**3.6.4. CURSILLO INTENSIVO PRÁCTICO DE REALIZACIÓN DE EPUB III**

**Contenidos:** Revisión y aprobado de elaboración de ePub. Subir ePubs a los markets.