

## Programa Máster Edición UAM: TALLER DE LIBROS

### ASIGNATURAS

- |                             |                         |
|-----------------------------|-------------------------|
| 1. TALLER DE LIBROS         | 4. EDICIÓN TEXTUAL      |
| 2. NEGOCIO EDITORIAL        | 5. CREACIÓN DE CATÁLOGO |
| 3. MARKETING Y COMUNICACIÓN | 6. EDICIÓN DIGITAL      |

### PRELIMINARES (2 SESIONES)

**Capacidades:** Concepción de los objetivos, el funcionamiento y la dinámica del máster. Cuestionario (perfiles de los alumnos).

### 1. TALLER DE LIBROS

#### TALLER. TRIMESTRE 1 (24 S.)

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

#### LECTURA Y ANÁLISIS DE 4 LIBROS (4 S.)

*Contenidos:* Análisis de los libros de nuestro plan de edición tras la lectura y previo a su edición, previo a establecer la intervención que se realizará.

#### GRUPOS DE TRABAJO Y DINÁMICAS (1 S.)

*Contenidos:* Formación de grupos de trabajo. Distribución de responsabilidades. Calendario de trabajo. Preliminares y apéndices.

#### PLAN CONCRETO DE EDICIÓN DE 4 LIBROS (1 S.)

*Contenidos:* Detección de problemas y soluciones textuales, de edición y de promoción. Comisiones de trabajo en el interior del grupo y plazos.

### **EDICIÓN (12 S.)**

*Contenidos:* Edición del texto para pasarlo a maqueta. Tipo de intervención en la obra y en el prólogo. Tareas: pasos, plazos y distribución. Coordinación de reuniones.

### **CIERRE DE EDICIÓN (1 S.)**

*Contenidos:* Textos preparados para entregar a maqueta.

### **EXPOSICIÓN DEL PROYECTO DE EDICIÓN (1 S.)**

*Contenidos:* Exposición por grupos de plan de trabajo, modos de coordinación, problemas principales de edición y vías para solucionarlos.

### **BRIEFINGS Y DISEÑO DE CUBIERTA (2 S.)**

*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.

### **PLAN DE MARKETING DE LIBROS DE LA BALLENA (LdlB). DAFO (2 S.)**

*Contenidos:* Introducción a los elementos promocionales de LdlB.

## **TALLER. TRIMESTRE 2 (20 S.)**

**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.

### **CORRECCIÓN DE PRUEBAS (PLAN, AJUSTES DE EDICIÓN Y ENVÍO A IMPRENTA) (12 S.)**

*Contenidos:* Correcciones de maqueta en pruebas y ajustes de texto. Proceso de inclusión y revisión de las correcciones hasta cierre y envío a imprenta.

### **BOCETOS DE CUBIERTAS (1 S.)**

*Contenidos:* Presentación de bocetos de cubiertas.

### **REDACCIÓN DE TEXTOS DE CUBIERTA (3 S.)**

*Contenidos:* Plasmación de puntos fuertes de venta e interés cultural de las obras. Búsqueda de frases promocionales y citas.

### **CUBIERTAS DEFINITIVAS (1 S.)**

*Contenidos:* Ajustes cubiertas (texto e imagen), cierre y envío a imprenta.

### **REVISIÓN DEL PLAN DE MARKETING (2 S.)**

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

### **PREPARACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN (1 S.)**

*Contenidos:* Del plan integral de comunicación al plan de comunicación de novedades.

## **TALLER. TRIMESTRE 3 (6 S.)**

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

### **NUEVOS CONTENIDOS DEL CATÁLOGO Y LA WEB (1 S.)**

*Contenidos:* Relación entre editor y dirección de comunicación; desarrollo de contenidos.

### **PREPARACIÓN DE LAS PRESENTACIONES DE NOVEDADES (1 S.). PROF.: JM**

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

## **PRESENTACIÓN DE LAS NOVEDADES LDLB EN LA UAM (2 s.)**

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

## **PRESENTACIÓN DE LAS NOVEDADES LDLB EN LA FERIA DEL LIBRO DE MADRID (2 s.)**

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

## **2. NEGOCIO EDITORIAL**

### **NEGOCIO EDITORIAL. TRIMESTRE 1 (8 s.)**

**Capacidades:** Concepción teórica de la realidad polifacética de los proyectos editoriales, desde la edición de ficción al libro infantil y juvenil; modelos de estructura y gestión.

#### **LA CADENA DEL LIBRO (2 s.)**

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

#### **ESTRUCTURA EDITORIAL Y NICHOS DE EDICIÓN (1 s.)**

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

#### **LA ENCUADERNACIÓN (1 s.)**

*Contenidos:* Arte ligatoria. Historia del libro y de la encuadernación hasta la imprenta. La encuadernación moderna. El editor ante la encuadernación. Tipología y materiales.

#### **CONCEPCIÓN DEL PROYECTO EDITORIAL (2 s.)**

*Contenidos:* Los modos de afrontar el proyecto de una editorial literaria independiente y otra enmarcada en un gran grupo.

### **CREACIÓN DEL PROYECTO EDITORIAL (2 S.)**

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

## **NEGOCIO EDITORIAL. TRIMESTRE 2 (21 S.)**

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

### **EL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL (2 S.)**

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

### **EL ÁLBUM ILUSTRADO (2 S.)**

*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.

### **LA EDICIÓN EN LA EDAD MODERNA (4 S.)**

*Contenidos:* La imprenta manual. El libro en el Renacimiento y los primeros editores. El libro en el Barroco. El libro en la Ilustración. Historia y clasificación de los tipos.

### **LA EDICIÓN EDUCATIVA. EL LIBRO DE TEXTO (4 S.)**

*Contenidos:* La edición educativa. Historia y futuros del libro de texto. Modelo de negocio: prescripción. Panorama de editoriales de libro de texto.

### **DIÁLOGO SOBRE LA EDICIÓN INDEPENDIENTE (2 S.)**

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

### **LOS OTROS OFICIOS DEL LIBRO (2 s.)**

*Contenidos:* Variedad de sectores profesionales en el mercado editorial. Servicios editoriales.

### **EL TRABAJO EN UN GRAN GRUPO EDITORIAL (1 s.)**

*Contenidos:* La edición enfocada al gran público. Ejemplo de una editorial de no ficción.

### **NOVÍSIMOS EDITORES (4 s.)**

*Contenidos:* Editores salidos del Máster de edición cuentas sus proyectos y cómo los sacaron al mercado.

## **NEGOCIO EDITORIAL. TRIMESTRE 3 (9 s.)**

**Capacidades:** Acercamiento a la realidad laboral en los entornos actuales de las editoriales. Tipología de la edición: poesía, cómic, ensayo y libro de artista.

### **ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO LEGAL DEL TRABAJO Y DEL NEGOCIO EDITORIAL (1 s.)**

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

### **LA EDICIÓN DE LIBRO DE ARTISTA. VISITA A IVORY PRESS (2 s.)**

*Contenidos:* La edición del libro de artista y su público.

### **LA EDICIÓN DE POESÍA (2 s.)**

*Contenidos:* La edición del verso y su público.

### **LA EDICIÓN DE CÓMIC (2 s.)**

*Contenidos:* La edición del cómic y su público.

### **LA EDICIÓN DE ENSAYO (2 s.)**

*Contenidos:* La edición del ensayo y su público.

### 3. MARKETING Y COMUNICACIÓN

#### MARKETING. TRIMESTRE 1 (6 S.)

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

#### INTRODUCCIÓN AL DISEÑO EDITORIAL (1 S.)

**Contenidos:** El diseñador ante la editorial y el editor ante el diseño. Funciones, significado y objetivo del diseño. Diseño e imagen. El diseño de interiores y de cubiertas. Mercado.

#### DISEÑO EDITORIAL EN LIBROS DE LA BALLENA (1 S.)

**Contenidos:** El diseño en Libros de la Ballena. Imagen de la editorial.

#### EL MARKETING: DEFINICIÓN Y ESTRATEGIAS (2 S.)

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

#### LA MARCA EDITORIAL (1 S.)

**Contenidos:** Cómo se construye una imagen de marca. La identidad y la percepción del consumidor. Marcas editoriales y marcas de consumo general. Ejemplos.

#### MENTIRAS Y MEDIO VERDADES DEL MARKETING EDITORIAL (1 S.)

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

## MARKETING. TRIMESTRE 2 (14 s.)

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

### **CORRECCIÓN PRÁCTICA DE *MARKETING* (1 s.)**

### **PLAN DE *MARKETING* Y REVISIÓN (3 s.)**

#### **EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTEGRAL (2 s.)**

*Contenidos:* Bases de la comunicación editorial.

#### **PREPARACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN (2 s.)**

*Contenidos:* Aplicación concreta de un plan de comunicación.

#### **PRODUCCIÓN DEL LIBRO ANALÓGICO (2 s.)**

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

#### **FASES DE PRODUCCIÓN DEL PROCESO GRÁFICO (2 s.)**

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

#### **EL PERIODISMO CULTURAL (2 s.)**

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

## MARKETING. TRIMESTRE 3 (13 s.)

**Capacidades:** Conocimiento de la cadena de valor del libro y de los aspectos más significativos del funcionamiento de una librería y una distribuidora de libros.

### **INTRODUCCIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN (1 S.)**

*Contenidos:* Distintos aspectos generales de la comercialización editorial.

### **LA DISTRIBUCIÓN: ANTONIO MACHADO. VISITA (2 S.)**

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

### **LA FERIA DEL LIBRO DE MADRID (1 S.)**

*Contenidos:* La feria y los lectores, los distribuidores, los editores y los libreros: organización y proyección.

### **IMPLANTACIÓN DE UN CATÁLOGO NUEVO (1 S.)**

*Contenidos:* Cómo enfrentarse al mercado. Estrategias, problemas y soluciones.

### **IMPLANTACIÓN DE UN CATÁLOGO DIGITAL (1 S.)**

*Contenidos:* Cómo enfrentarse al mercado. Estrategias, problemas y soluciones.

### **LA LIBRERÍA GENERALISTA Y ESPECIALIZADA (2 S.)**

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

### **VISITA A UNA LIBRERÍA (1 S.)**

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

### **LA DISTRIBUCIÓN (1 S.)**

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

### **LA DISTRIBUCIÓN. PRESENTACIÓN DE PLANES DE MK POR LIBRO (1 S.)**

*Contenidos:* Presentación al distribuidor del plan de *marketing*.

### **LIBROS ANTIGUOS Y DE OCASIÓN (1 S.)**

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

### **EVALUACIÓN (1 S.)**

*Contenidos:* Prueba individual sobre las competencias y conocimientos vinculados a este módulo.

## **4. EDICIÓN TEXTUAL**

### **EDICIÓN TEXTUAL. TRIMESTRE 1 (20 S.)**

**Capacidades:** Adquisición de las competencias necesarias para el trabajo de corrección de obras literarias y no literarias: edición, corrección ortotipográfica y de estilo; corrección de clásicos, de originales contemporáneos en español y de traducciones. Conocer la norma y reconocer el estilo. El *editing* como encuentro entre editor y autor en torno a la obra.

### **NOCIONES DE LECTURA PARA EDICIÓN (2 S.)**

*Contenidos:* Objetivos de la lectura de editor. Del tema al estilo: claves para una lectura comprensiva. Escaleta narrativa de contenidos.

### **LIMITES DE LA INTERVENCIÓN TEXTUAL (2 S.)**

*Contenidos:* La edición: protocolo de normalización de archivos de texto. Ajustes ortotipográficos y puntuación de diálogos.

### **EDITOR, AUTOR, TEXTO Y DERECHOS (1 S)**

*Contenidos:* El editor frente al texto y los actores del libro: autor, agente. Libro seleccionado y libro de encargo.

Derechos y obligaciones: LPI. La edición con textos de varios autores.

### **ESPAÑOL NORMATIVO Y CORRECCIÓN EDITORIAL (4 S.)**

*Contenidos:* Funciones y herramientas de la RAE. Errores vs. vulneraciones voluntarias de la norma. Especificidad de la lengua escrita. Práctica y corrección.

### **SEMINARIO DE CORRECCIÓN (5 S.)**

*Contenidos:* Preedición y ortotipografía técnica elemental (puntuación de diálogos, cursivas, comillas, etc.). Lectura y las marcas de corrección. Identificar el tema y comprender el estilo. La corrección fuerte de estilo. La intervención en maqueta.

### **EL ESPAÑOL EN LOS MEDIOS DIGITALES (2 S.)**

*Contenidos:* Usos peculiares del español en el entorno digital.

### **CORRECCIÓN DE ESTILO: EL TRABAJO CON EL AUTOR (1 S.)**

*Contenidos:* El texto entre el autor y el editor. El editor al servicio de la editorial, el texto y un proyecto personal.

### **EDICIÓN Y MAQUETA (2 S.)**

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

### **EVALUACIÓN (1 S.)**

*Contenidos:* Prueba individual sobre las competencias y conocimientos de este módulo.

## **EDICIÓN TEXTUAL. TRIMESTRE 2 (13 S.)**

**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.

### **CORRECCIÓN DE LA EVALUACIÓN (1 S.)**

*Contenidos:* Corrección de la prueba individual sobre el módulo anterior.

### **AJUSTE DE MAQUETA (1 S.)**

*Contenidos:* Viudas, huérfanas, ajuste a pliegos.

### **SEMINARIO DE CORRECCIÓN (4 S.)**

*Contenidos:* La corrección de estilo en originales y traducciones. Prácticas de corrección textual. Intervención en clásicos y rescatados; intervención en traducciones; documentación léxica y enciclopédica.

### **EL TRABAJO DEL TRADUCTOR EDITORIAL (2 S.)**

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

### **PARATEXTOS I (1 S.)**

*Contenidos:* Trabajo paratextual (aparato crítico: preliminares, notas, glosario). Documentación lingüística y enciclopédica. Actualización ortotipográfica.

### **EDICIÓN DE CLÁSICOS. EDITAR PARA EL LECTOR DE HOY (2 S.)**

*Contenidos:* Editar para el lector de hoy. El clásico en el proyecto editorial. Intervención según la época.

### **EL EDITING EN NARRATIVA (1 S.)**

*Contenidos:* La intervención estructural: el editor ante el texto, el escritor y el mercado. Práctica de *editing* de relatos contemporáneos en español.

### **EVALUACIÓN (1 s.)**

*Contenidos:* Prueba individual sobre las competencias y conocimientos de este módulo.

## **EDICIÓN TEXTUAL. TRIMESTRE 3 (8 s.)**

**Capacidades:** Consolidación de los conocimientos de edición textual. Las relaciones profesionales del editor.

### **CORRECCIÓN DE LA EVALUACIÓN (2 s.)**

*Contenidos:* Corrección de la prueba individual sobre el módulo anterior.

### **EL EDITING EN NARRATIVA (3 s.)**

*Contenidos:* La intervención estructural: el editor ante el texto, el escritor y el mercado. Práctica de *editing* de relatos contemporáneos en español. Corrección de la práctica.

### **SEMINARIO DE CORRECCIÓN (1 s.)**

*Contenidos:* La corrección de estilo en originales y traducciones. Prácticas de corrección textual. Intervención en clásicos y rescatados; intervención en traducciones; documentación léxica y enciclopédica.

### **PARATEXTOS II (1 s.)**

*Contenidos:* Trabajo paratextual (aparato crítico: preliminares, notas, glosario). Documentación lingüística y enciclopédica. Actualización ortotipográfica.

### **LA RELACIÓN ENTRE EDITOR Y AUTOR, DIRECTOR DE COLECCIÓN, TRADUCTOR Y AGENTE (4 s.)**

*Contenidos:* Distintos editores charlan con profesionales del mundo del libro y nos explican su relación y trabajos conjuntos.

### **EVALUACIÓN (1 s.)**

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

## **5. CREACIÓN DE CATÁLOGO**

### **CREACIÓN DE CATÁLOGO. TRIMESTRE 1 (9 s.)**

**Capacidades:** Adquisición de las competencias necesarias para la evaluación de un texto: calidad, actualidad y mercado. Criterio y mapa de tendencias culturales e ideológicas.

#### **EL DEPARTAMENTO DE LECTURA (6 s.)**

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

#### **CLAVES PARA INTERPRETAR TEXTOS LITERARIOS I (2 s.)**

*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.

#### **PROYECTOS DE DOMINIO PÚBLICO (1 s)**

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

### **CREACIÓN DE CATÁLOGO. TRIMESTRE 2 (18 s.)**

**Capacidades:** Propiedad intelectual: la ley y la práctica. Compraventa internacional de derechos de traducción. Manejo de las herramientas conceptuales implicadas en la evaluación de obras literarias. Conocer lo que sucede en los márgenes del *copyright*.

### **PROPIEDAD INTELECTUAL Y NEGOCIACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR (2 S.)**

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

### **CLAVES PARA INTERPRETAR TEXTOS LITERARIOS II (2 S.)**

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

### **PROYECTOS CONTEMPORÁNEOS (1 S)**

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

### **LA AGENCIA EDITORIAL Y EL SCOUTING (4 S.)**

*Contenidos:* Línea editorial en el mercado literario. Lectores y obras: posicionamiento y recepción. Agencia literaria y *scouting* editorial. Catálogo de autores. Coherencia y competitividad. Informes de novelas en español para editores extranjeros. Práctica.

### **LA COMPRA DE DERECHOS (2 S.)**

*Contenidos:* Puesta en común y corrección de la práctica de línea editorial.

### **ROLES Y CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN EDITORIAL (2 S.)**

*Contenidos:* Circulación de la información editorial Editores, agentes, *scouts* y ferias internacionales.

### **EL COMITÉ EDITORIAL (5 S.)**

*Contenidos:* Creación del catálogo de Libros de la Ballena del próximo año.

## CREACIÓN DE CATÁLOGO. TRIMESTRE 3 (11 S.)

**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.

### **COPYLEFT, CREATIVE COMMONS Y OTROS EJEMPLOS DE CULTURA LIBRE (2 S.)**

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

### **EL COMITÉ EDITORIAL (8 S.)**

*Contenidos:* Creación del catálogo de Libros de la Ballena del próximo año.

### **ENCUENTRO CON TRADUCTORES DE LDELAB (1 S.)**

*Contenidos:* Creación del catálogo de Libros de la Ballena del próximo año.

## 6. EDICIÓN DIGITAL

### EDICIÓN Y TECNOLOGÍAS DIGITALES.

#### TRIMESTRE 1 (6 S.)

**Capacidades:** La edición en relación con la composición digital.

#### INTRODUCCIÓN A INDESIGN (6 S.)

*Contenidos:* Internet, nuevas tecnologías y hábitos de consumo de contenidos. Difusión de contenidos de calidad en red. Canales de comunicación: redes sociales, páginas web, blogs, revistas online, presentaciones, infografías, vídeos, audios...

## EDICIÓN DIGITAL. TRIMESTRE 2 (9 s.)

**Capacidades:** Introducción a los mercados virtuales, las redes, los canales y el *marketing* para editoriales digitales. Fundamentos para el entendimiento de las relaciones entre edición y el entorno digital. Nuevos paradigmas en el sector editorial.

### **EDITAR EN LA RED (2 s.)**

*Contenidos:* Situación y futuro del libro en la sociedad de las nuevas tecnologías.

### **EL MARKETING EN LA RED (1 s.)**

*Contenidos:* Internet, nuevas tecnologías y hábitos de consumo de contenidos. Difusión de contenidos de calidad en red. Canales de comunicación: redes sociales, páginas web, blogs, revistas online, presentaciones, infografías, vídeos, audios...

### **REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN EDITORIAL (2 s.)**

*Contenidos:* Redes: entre la elaboración y la proyección del trabajo editorial.

### **REDACCIÓN DE CONTENIDOS WEB (4 s.)**

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

## EDICIÓN DIGITAL. TRIMESTRE 3 (8 s.)

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

### **MARKETING CON METADATOS (2 s.)**

*Contenidos:* Nuevos canales para la venta de libros. Aspectos fundamentales de la edición digital internacional.

## **REALIZACIÓN DE EPUB (6 S.)**

*Contenidos:* Aprendizaje de elaboración de ePub. Práctica sobre libros del catálogo.