PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

Modalidad: curso e-Learning Duración: 70 horas

Categorías: Artes gráficas

OBJETIVOS

Definir las funciones y procesos implicados en el desarrollo de un producto editorial, a partir de los datos técnicos del sector editorial Analizar y especificar las necesidades de un producto editorial en cuanto a textos, imágenes procesos de impresión, acabados y encuadernación Elaborar programaciones para la ejecución de proyectos gráficos Analizar los procesos y métodos empleados en las operaciones de aprovisionamiento y compra de un producto editorial definido Planificar los diferentes procesos gráficos para la realización de un producto editorial de manera que se cumplan los plazos de entrega y las especificaciones de calidad Determinar las necesidades de realización de la logística del producto una vez acabado

CONTENIDOS

UD1. 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. UD2. Herramientas del Diseño Gráfico y Editorial. 2.1. Diseño gráfico por ordenador. UD3. 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. UD4. 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. UD5. Procesos Gráficos en la Planificación del Producto Editorial. 5.1. Sistemas básicos de transferencia. 5.2. Imágenes continuadas y tramadas. 5.3. Tramas lineaturas resolución 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. UD6. 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. UD7. Distribución / Logística de Productos Editoriales. 7.1. Definición del consumidor final. 7.2. Tipos de venta. 7.3. Puntos de venta. 7.4. Estadísticas de las ventas. 7.5. Los Almacenes. 7.6. El stock de producto acabado. 7.7. Unidades de Venta. 7.8. Planificación de logística. 7.9. Necesidades logísticas. 7.10. Medios de transporte. 7.11. Devoluciones y su tratamiento. 7.12. Medio Ambiente y eliminación de stock obsoleto.