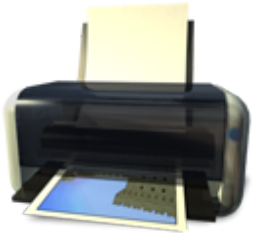
Planificación del producto editorial



Área: Artes Gráficas
Modalidad: Teleformación
Duración: 70 h
Precio: 35.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF0248

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.

####

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.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.