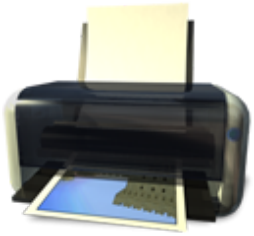
Presupuesto, viabilidad y mercado del producto editorial



Área: Artes Gráficas
Modalidad: Teleformación
Duración: 50 h
Precio: 25.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF1901

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Presupuesto del proyecto editorial

####

1.1 Análisis de las fases y distribución del trabajo:

####

1.1.1 Área Creativa: Diseño, Texto, Imagen, Voz, Software.

####

1.1.2 Área Productiva, adecuado al Soporte: Papel, Multimedia, Software, Web.

####

1.1.3 Área de Distribución, para cada Soporte: Directo, Suscripción, Librería, Quiosco, Gran Superficie, Nube, Internet.

####

1.1.4 Área Comercial: Directa, Subcontratada, Sinergias con otras Líneas Editoriales.

####

1.1.5 Área Logística: Transporte, Almacenaje, Valor del Producto Transportado

####

1.2 Planificación de tareas.

####

1.3 Distribución de recursos.

####

1.4 Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto.

####

1.5 Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto:

####

1.5.1 Creación, maquetas, fabricación y distribución.

####

1.6 Seguimiento y control del presupuesto

####

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Viabilidad del producto editorial

####

2.1 Conceptos relativos al coste.

####

2.2 Clasificación de costes.

####

2.3 Métodos de estimación de costes. Ratios de rentabilidad.

####

2.4 Presupuesto editorial. Estimación de ventas.

####

2.5 Evaluación de riesgos de la publicación.

####

2.6 Sinergias en la edición que conllevan una disminución de la carga de costes:

####

2.6.1 Edición en distintos idiomas

####

2.6.2 Edición en distintos formatos/diseños simultáneos

####

2.6.3 Edición en distintos soportes (web, multimedia,...)

####

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Marketing de la edición

####

3.1 Conocimiento del producto.

####

3.2 Conocimiento de los lectores reales y potenciales.

####

3.3 Estudio de mercado. Mercado global.

####

3.4 Circuitos de distribución y venta.

####

3.5 Políticas de calidad y promoción del producto editorial.

####

3.6 Planes y estrategias para conseguir el máximo de ventas en los diferentes canales de distribución.

####

3.7 Diversificación de la oferta.

####

3.8 Nuevos canales de difusión.

####

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Productos editoriales de nueva generación

####

4.1 Libro electrónico. Principales características técnicas

####

4.1.1 Sistemas operativos y formatos de los archivos

####

4.1.2 Resolución (píxel) y niveles de grises

####

4.1.3 Voz y sonido integrados en la obra

####

4.1.4 Protección de la obra

####

4.1.5 Obras libres de derechos

####

4.2 Contenidos para dispositivos móviles. Principales características técnicas

####

4.2.1 Teléfonos

####

4.2.2 Videoconsolas

####

4.2.3 PDA (Personal Digital Assistant)

####

4.2.4 PC portátil: Sistemas operativos, Resolución y tarjeta de video, Capacidad de almacenamiento y Conectividad.

####

4.3 Webs. Principales características técnicas

####

4.3.1 Formato

####

4.3.2 Servidor

####

4.3.3 Bases de Datos

####

4.3.4 Accesos: Privadas y/o Públicas

####

4.4 Red. Protocolos:

####

4.4.1 Intranet

####

4.4.2 Internet: Personal/Privada, Local, Sectorial, Pública

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.