Definición y diseño de productos editoriales (UF1904)

Definición y diseño de productos editoriales (UF1904)

Duración: 70 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2024

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2024

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Definición del Producto Gráfico
1.1 Criterios editoriales en la definición del Producto
1.1.1 Criterio de idoneidad
1.1.2 Realce de los contenidos mediante ilustraciones
1.1.3 Fotografías. Valor de transmisión
1.1.4 Criterios de diseño gráfico en las obras
1.1.5 Características de obras que pertenecen a una misma colección
1.1.6 Pautas para el diseño de la edición
1.1.7 Requisitos gráficos en la maqueta
1.2 Procesos de edición
1.2.1 Soportes
1.2.2 Documentación del proceso
1.2.3 Proceso de diseño. Especificaciones. Criterios estilísticos
1.2.4 Proceso de cartografía
1.2.5 Maquetación.
1.2.6 Materias Primas
1.2.7 Tintas. Bibliotecas de color
1.2.8 Calendarios de producción
1.3 Estándares de calidad aplicables al proceso
1.3.1 Normas de compaginación
1.3.2 Normas de calidad estandarizadas.
1.3.3 Control de los procesos editoriales.
1.3.4 Libros de estilo.
UNIDAD DIDÁCTICA 2. Tipografía y maquetación

© icaformación2024

2.1 Conceptos relativos al tipo.
2.2 Clases de fuentes.
2.3 Elementos de la tipografía. Reglas de legibilidad, interlineado, márgenes.
2.4 Propiedades de la tipografía.
2.5 Campos de aplicación de las tipografías y recomendaciones de uso.
2.6 Principios de la teoría de la composición de textos.
2.7 Composición de la página.
2.8 Especificaciones de párrafo.
2.9 Configuración del documento.
2.10 Páginas maestras.
2.11 Definición de estilos de párrafo
2.12 Cuerpo central de un Producto
2.13 Necesidad de las imágenes con respecto al Texto o la inversa
UNIDAD DIDÁCTICA 3. El formato del producto gráfico
3.1 Los diferentes tipos de formatos gráficos.
3.2 Peculiaridades y condicionantes de los distintos tipos de formatos.
3.3 Herramientas de composición de textos en productos gráficos:
3.3.1 Formatos de archivo digitales.
3.3.2 Compatibilidades y problemas de transferencia.
3.3.3 Composición de textos con software de edición vectorial y editorial estándares
3.4 Aplicación tipográfica en formatos estándar (DINAs).
3.5 Aplicación tipográfica en otros formatos:
3.5.1 Desplegables y Folletos: Dípticos, Trípticos.
3.5.2 Grandes Formatos.
3.5.3 Formatos digitales; “Banners”.
UNIDAD DIDÁCTICA 4. Elaboración de maquetas de productos gráficos
4.1 Metodología de la creación de maquetas de productos gráficos.
4.2 Materiales para la creación de maquetas:
4.2.1 Sistemas de impresión digital de pruebas.
4.2.2 Simulación de acabados en las maquetas.
4.2.3 Soportes para presentación: Cartón Pluma, PVC y otros soportes.
4.3 Creación de maquetas:
4.3.1 Especificaciones de salida para la elaboración de la maqueta.
4.3.2 Impresión de maquetas.
4.4 Impresión Láser, Plotter, Impresión digital y otros sistemas de impresión.
4.5 Colocación en el soporte de presentación.
4.6 Métodos adhesivos, de plegado y otros métodos.
4.7 Calidad en las maquetas:
4.7.1 Revisión de los aspectos de legibilidad y estética de la maqueta.
4.7.2 Corrección de maquetas para elaborar la maqueta definitiva.
UNIDAD DIDÁCTICA 5. Maquetación de un producto editorial

© icaformación2024

5.1 Plataformas y software de edición de textos e imágenes.
5.2 Distribución de la página:
5.2.1 Normas y teorías compositivas de la página.
5.2.2 Creación de retículas compositivas.
5.3 Creación de páginas maestras:
5.3.1 Elementos de la página maestra.
5.3.2 Aplicación de páginas maestras.
5.3.3 Cambios en las páginas maestras.
5.4 Creación de hojas de estilo:
5.4.1 Estilos de carácter.
5.4.2 Estilos de párrafo.
5.4.3 Estilos anidados.
5.5 Introducción y composición de textos:
5.5.1 Importación de textos.
5.5.2 Selección de tipografías.
5.5.3 Aplicación de estilos al texto.
5.5.4 Normas de composición de textos.
5.6 Tipos de párrafos.
5.7 Normas de legibilidad y componentes tipográficos de una publicación.
5.8 Preparación e introducción de imágenes.
5.9 Selección de imágenes según sistema de reproducción.
5.10 Tratamiento de la imagen para reproducciones editoriales.
5.11 Maquetación de las imágenes con respecto al texto y a la págin

© icaformación2024