Presupuesto, viabilidad y mercado del producto editorial (UF1901)

Presupuesto, viabilidad y mercado del producto editorial (UF1901)

Duración: 50 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. 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,…)

© icaformación2024

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

© icaformación2024