ARGN0210 ASISTENCIA A LA EDICIÓN

ARGN0210 ASISTENCIA A LA EDICIÓN

Duración: 570 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

Bolsa de empleo:

El alumno en desemple puede incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas. Le pondremos en contacto con nuestras empresas colaboradoras en todo el territorio nacional

Comunidad:

Participa de nuestra comunidad y disfruta de muchas ventajas: descuentos, becas, promociones,etc....

Formas de pago:

-Mediante transferencia
-Por cargo bancario
-Mediante tarjeta
-Por Pay pal
-Consulta nuestras facilidades de pago y la posibilidad de fraccionar tus pagos sin intereses

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.

© icaformación2024

Programa del curso:

UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL y Planificación Editorial

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDITORIAL

1. Proyecto editorial: parámetros que lo definen
2. Herramientas y software de planificación de proyectos
3. Fases del desarrollo de un proyecto editorial
4. Valoración de tiempos
5. Planificación de las fases de edición
6. Estimación de tiempos y de recursos
7. Aplicación a libros, prensa y otros medios o soportes
8. Establecimiento de la fecha objetivo de finalización del proyecto
9. Calendario. Seguimiento y control
10. Elementos de una línea editorial. Criterios para su definición y análisis
11. Profesionalidad, rigor y honestidad intelectual
12. Herramientas de gestión de proyectos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCADO DE SERVICIOS EDITORIALES

1. Ferias nacionales e internacionales. Panorama actual
2. Procesos productivos. Principales flujos
3. Proveedores de recursos editoriales. Funciones y aportaciones
4. Proveedores de imágenes. Funciones y aportaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRODUCTOS EDITORIALES

1. Clasificación de productos editoriales
2. Sistemas de catalogación de productos editoriales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE PROGRAMAS INFORMÁTICOS EN EL PROCESO DE EDICIÓN

1. Programas de diseño y maquetación
2. Programas de creación y retoque de Imagen
3. Programas de edición de video y audio y post-producción de video y audio
4. Programas de integración multimedia y web

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PARÁMETROS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EDITORIALES

1. Estructura del sistema de gestión de la calidad
2. Gestión de la calidad en el proceso de edición
3. Manual de calidad de la empresa
4. Factores de afectan a la calidad. Diagramas causa efecto

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN DE LA NORMATIVA DE SEGURIDAD, SALUD Y PROTECCIÓN AMBIENTAL

© icaformación2024

1. Conceptos sobre seguridad, salud y protección ambiental en el trabajo

© icaformación2024

2. Ley de prevención de riesgos laborales y protección ambiental
3. Riesgos relacionados con las condiciones de seguridad en empresas editoriales
4. Aplicación de los planes de seguridad, salud y protección ambiental en los procesos de creación de productos editoriales
5. Medidas preventivas relacionadas con los riesgos generales y específicos de productos editoriales

UNIDAD FORMATIVA 2. PRESUPUESTO, VIABILIDAD Y MERCADO DEL PRODUCTO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTO DEL PROYECTO EDITORIAL

1. Análisis de las fases y distribución del trabajo
2. Planificación de tareas
3. Distribución de recursos
4. Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto
5. Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto
6. Seguimiento y control del presupuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 2. VISIBILIDAD DEL PRODUCTO EDITORIAL

1. Conceptos relativos al coste
2. Clasificación de costes
3. Métodos de estimación de costes. Ratios de rentabilidad
4. Presupuesto editorial. Estimación de ventas
5. Evaluación de riesgos de la publicación
6. Sinergias en la edición que conllevan una disminución de la carga de costes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DE LA EDICIÓN

1. Conocimiento del producto
2. Conocimiento de los lectores reales y potenciales
3. Estudio de mercado. Mercado global
4. Circuitos de distribución y venta
5. Políticas de calidad y promoción del producto editorial
6. Planes y estrategias para conseguir el máximo de ventas en los diferentes canales de distribución
7. Diversificación de la oferta
8. Nuevos canales de difusión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRODUCTOS EDITORIALES DE NUEVA GENERACIÓN

1. Libro electrónico. Principales características técnicas
2. Contenidos para dispositivos móviles. Principales características técnicas
3. Webs. Principales características técnicas
4. Bases de Datos
5. Red. Protocolos

PARTE 2. MÉTODOS DE CORRECCIÓN DE TEXTOS

UNIDAD FORMATIVA 1. CORRECCIÓN DE TEXTOS

Corrección de Estilo y Ortotipografía

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCADO DE TEXTOS MEDIANTE SIGNOS UNE NORMALIZADOS

1. Signos UNE normalizados para la corrección de textos
2. Simbología
3. Las llamadas a la corrección
4. Signos utilizados
5. Técnicas de marcado de textos
6. Marcado de originales y/o pruebas
7. Concordancia con el Libro de Estilo
8. Relacionar textos e imagen/ilustración

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NORMAS DE COMPOSICIÓN

1. Uso de las distintas familias y subfamilias
2. Tipología. Elementos de los caracteres
3. Familias tipográficas. Clasificación
4. Normas sobre la utilización de los signos de ortografía

© icaformación2024

5. Reglas de acentuación
6. Reglas sobre el empleo de los estilos de letra: cursiva, negrita, versalitas y mayúsculas
7. Normas sobre la utilización de la numeración y letras voladas
8. Normas para el uso de otros idiomas
9. Normas para la utilización de apartados y enumeraciones
10. Normas para el empleo de citas y transcripciones
11. Normas sobre el empleo de notas a pie de página y bibliografías
12. Normas para el empleo de siglas y abreviaturas
13. Tipos de párrafos. Características
14. Sangrías. Clasificación y reglas
15. Administración de espacios: márgenes, cuerpos, interlineados, separación de párrafos y otros
16. Defectos de la composición: viudas, huérfanas y otros
17. Normas de libro de estilo
18. Relación de las normas de composición según el tipo de producto gráfico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNDAMENTOS PARA LA REDACCIÓN Y CORRECCIÓN DE ESTILO DE TEXTOS EDITORIALES

1. Revisión de conceptos gramaticales: prosodia, ortografía, morfología y sintaxis
2. Estructura sintáctica y clasificación de oraciones
3. Estudio de la oración compuesta
4. Estructura de los escritos según su clase
5. Normas gramaticales y ortográficas
6. Normas de redacción y corrección de estilo
7. Utilización del libro de estilo en las empresas editoriales
8. Estilo del texto según el tipo de producto editorial y según la zona geográfica a la que está destinado

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CORRECCIÓN DE ORIGINALES Y DE PRUEBAS IMPRESAS

1. Fases de la corrección de originales
2. Corrección ortográfica de originales
3. Corrección de estilo de los originales
4. Fases de la corrección de pruebas
5. Corrección de pruebas impresas
6. Ajustes para el flujo de textos. Recorridos
7. Comprobación de pruebas impresas
8. Corrección y comprobación de libros
9. Corrección y comprobación de revistas y folletos
10. Herramientas informáticas para Corrección ortográfica

UNIDAD FORMATIVA 2. ELABORACIÓN DE RESEÑAS PARA PRODUCTOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LENGUAJE PERIODÍSTICO Y LENGUAJE PUBLICITARIO

1. La Comunicación y el Lenguaje
2. Características del lenguaje periodístico
3. Subgéneros periodísticos
4. Características del lenguaje publicitario
5. Recursos lingüísticos del lenguaje publicitario
6. La estructura de los enunciados publicitarios. Tipología oracional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIFUSIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

1. Necesidades de la Sociedad del Conocimiento, Divulgación y Ocio
2. Influencia del Autor/es en el entorno social
3. Conocimiento de los medios sociales más adecuados para dar a conocer el Producto
4. Características de la publicidad y promoción en redes sociales y en webs especializadas. Idiosincrasia del mensaje en internet (“honestidad”)

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDACCIÓN DE TEXTOS QUE ACOMPAÑAN AL PRODUCTO GRÁFICO

1. Técnicas para la redacción de textos cortos
2. Redacción de textos promocionales en 2.0.
3. Técnicas para la redacción de textos para la Web

UNIDAD FORMATIVA 1. DEFINICIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTOS EDITORIALES

© icaformación2024

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

1. Criterios editoriales en la definición del Producto
2. Procesos de edición
3. Estándares de calidad aplicables al proceso

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOGRAFÍA Y MAQUETACIÓN

1. Conceptos relativos al tipo
2. Clases de fuentes
3. Elementos de la tipografía. Reglas de legibilidad, interlineado, márgenes
4. Propiedades de la tipografía
5. Campos de aplicación de las tipografías y recomendaciones de uso
6. Principios de la teoría de la composición de textos
7. Composición de la página
8. Especificaciones de párrafo
9. Configuración del documento
10. Páginas maestras
11. Definición de estilos de párrafo
12. Cuerpo central de un Producto
13. Necesidad de las imágenes con respecto al Texto o la inversa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL FORMATO DEL PRODUCTO GRÁFICO

1. Los diferentes tipos de formatos gráficos
2. Peculiaridades y condicionantes de los distintos tipos de formatos
3. Herramientas de composición de textos en productos gráficos
4. Aplicación tipográfica en formatos estándar (DINAs)
5. Aplicación tipográfica en otros formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELABORACIÓN DE MAQUETAS DE PRODUCTOS GRÁFICOS

1. Metodología de la creación de maquetas de productos gráficos
2. Materiales para la creación de maquetas
3. Creación de maquetas
4. Impresión Láser, Plotter, Impresión digital y otros sistemas de impresión
5. Colocación en el soporte de presentación
6. Métodos adhesivos, de plegado y otros métodos
7. Calidad en las maquetas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MAQUETACIÓN DE UN PRODUCTO EDITORIAL

1. Plataformas y software de edición de textos e imágenes
2. Distribución de la página
3. Creación de páginas maestras
4. Creación de hojas de estilo
5. Introducción y composición de textos
6. Tipos de párrafos
7. Normas de legibilidad y componentes tipográficos de una publicación
8. Preparación e introducción de imágenes
9. Selección de imágenes según sistema de reproducción
10. Tratamiento de la imagen para reproducciones editoriales
11. Maquetación de las imágenes con respecto al texto y a la página

UNIDAD FORMATIVA 2. TRATAMIENTO DE TEXTO PARA CONTENIDOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LIBRO DE ESTILO DE PRODUCTOS EDITORIALES

1. Definición de libro de estilo: funcionalidad y objetivos
2. Plantillas en los libros de estilo
3. Normas de utilización de…
4. Los textos: tipografías, color, tamaños y otros. Convenciones y normas de uso

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOLOGÍA DE LOS PRODUCTOS EDITORIALES

© icaformación2024

1. Requisitos editoriales. Manual de estilo
2. Medios de distribución
3. Temática de las obras
4. Estilos literarios, gramaticales y lingüísticos
5. Continuidad gráfica en las colecciones o series
6. Presentación múltiple de los contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRATAMIENTO DEL TEXTO EN FUNCIÓN DE LA TEMÁTICA Y DEL SOPORTE

1. En función de la temática
2. En función del soporte
3. Estándares de calidad aplicables al tratamiento de textos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. JERARQUIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS

1. Continuidad de estilo en los contenidos
2. Rangos de jerarquización
3. Equilibrio entre los elementos
4. Títulos y subtítulos
5. Entradillas
6. Distribución y adecuación del texto
7. Criterios gráficos de organización
8. Adecuación de las obras
9. División de las obras
10. Coherencia y aspecto formal de los contenidos

UNIDAD FORMATIVA 3. SELECCIÓN Y ADECUACIÓN DE LA IMAGEN PARA PRODUCTOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA PRODUCTOS GRÁFICOS

1. Características de las imágenes
2. Tipo de imágenes. Fotografía / ilustración
3. Imagen analógica / digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRATAMIENTO DIGITAL DE LA IMAGEN

1. Principios, características y manejo de aplicaciones de tratamiento digital de la imagen
2. Estándares de calidad aplicables a la imagen

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ADAPTACIÓN DE LA IMAGEN AL PRODUCTO EDITORIAL

1. Diferencia entre las imágenes digitales vectoriales y las imágenes digitales de píxeles
2. Características de la imagen digital. Limitaciones de resolución e interpolación
3. Ajustes geométricos en la imagen. Recorte de imagen. Proporciones
4. Cambio de espacios de color según las condiciones de reproducción
5. Ajustes de contraste, equilibrio de gris, equilibrio de color, brillo, saturación
6. Filtros: destramado, enfoque/ desenfoque
7. Retoques, degradados, fundidos y calados
8. Formatos digitales de archivo de imagen. Características y aplicación. Principios y algoritmos de compresión
9. Adaptación técnica de la imagen al soporte final

PARTE JURÍDICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DERECHO Y FISCALIDAD DE LA EDICIÓN

ón de Derechos de Autor

1. Aspectos legales relativos al mercado editorial
2. Propiedad literaria y artística
3. Derechos y contratos de la edición
4. Fiscalidad de la edición
5. La propiedad intelectual: derechos de texto y derechos de imagen
6. Modalidad de cesión de derechos
7. Normativa sobre propiedad intelectual
8. Los registros de la propiedad intelectual, ISBN e ISSN

© icaformación2024

9. Tipos de IVA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS Y BASES PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS EDITORIALES

1. Contratos. Tipos. Partes del contrato
2. Elementos contractuales
3. Penalizaciones por incumplimiento
4. Bases legales de la contratación
5. Contratos tipo según el servicio editorial
6. Contratos y relaciones con colaboradores y empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BASES PARA LA CONTRATACIÓN DE ORIGINALES

1. Contratación de cesión de derechos de autor individuales
2. Contratación de cesión de derechos de autores colectivos
3. Agencias literarias
4. Agencias especializadas en bancos de imágenes, infografía y cartografía
5. Agencias especializadas en bancos de registros sonoros y en vídeos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NEGOCIACIÓN EN EL ÁMBITO EDITORIAL

1. Concepto de negociación y agentes implicados
2. Condiciones para una negociación efectiva
3. Estrategias para la negociación
4. Fases de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE IMÁGENES

1. Normativa de aplicación
2. Como registrar las imágenes propias
3. Derechos de reproducción y uso
4. Derechos de manipulación
5. Creative Commons

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DIFERENCIAS EN LA LEGISLACIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR ENTRE ÁREAS GEOGRÁFICAS (EUROPA/AMÉRICA)

1. Propiedad de la Obra
2. Derecho intelectual
3. Plazos de vigencia
4. Diferentes formas de pago de los Derechos Intelectuales

© icaformación2024