



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

UF1901 Presupuesto, Viabilidad y Mercado del Producto Editorial

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF1901 Presupuesto, Viabilidad y Mercado del Producto Editorial, incluida en el Módulo Formativo MF0931_3 Gestión y planificación editorial, regulada en el Real Decreto 1520/2011, de 31 de Octubre, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para los presupuesto, viabilidad y mercado del producto editorial.

CONTENIDOS

UNIDAD FORMATIVA 1. PRESUPUESTO, VIABILIDAD Y MERCADO DEL PRODUCTO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTO DEL PROYECTO EDITORIAL

1. Análisis de las fases y distribución del trabajo:
2. - Área Creativa: Diseño, Texto, Imágen, Voz, Software
3. - Área Productiva, adecuado al Soporte: Papel, Multimedia, Software, Web
4. - Área de Distribución, para cada Soporte: Directo, Suscripción, Librería, Quiosco, Gran Superficie, Nube, Internet

5. - Área Comercial: Directa, Subcontratada, Sinergias con otras Líneas Editoriales
6. - Área Logística: Transporte, Almacenaje, Valor del Producto Transportado
7. Planificación de tareas
8. Distribución de recursos
9. Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto
10. Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto:
11. - Creación, maquetas, fabricación y distribución
12. Seguimiento y control del presupuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 2. VIABILIDAD 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:
7. - Edición en distintos idiomas
8. - Edición en distintos formatos/diseños simultáneos
9. - Edición en distintos soportes (web, multimedia, etc...)

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. - Sistemas operativos y formatos de los archivos
3. - Resolución (píxel) y niveles de grises
4. - Voz y sonido integrados en la obra
5. - Protección de la obra
6. - Obras libres de derechos
7. Contenidos para dispositivos móviles. Principales características técnicas
8. - Teléfonos
9. - Videoconsolas
10. - PDA (Personal Digital Assistant)
11. - PC portátil: Sistemas operativos, Resolución y tarjeta de vídeo, Capacidad de almacenamiento y Conectividad
12. Webs. Principales características técnicas
13. - Formato
14. - Servidor
15. - Bases de Datos
16. - Accesos: Privadas y/o Públicas
17. - Red. Protocolos:
18. - Intranet
19. - Internet: Personal/Privada , Local, Sectorial, Pública



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es