



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Máster en Edición y Gestión Editorial + Titulación Universitaria***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Máster en Edición y Gestión Editorial + Titulación Universitaria

**duración total:** 800 horas

**horas teleformación:** 300 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

Si trabaja en el entorno editorial y quiere aprender los procesos para llegar a tener éxito en este sector este es su momento, con el Master en Edición y Gestión Editorial podrá adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar esta labor de la mejor manera posible. En la gestión editorial influyen diferentes factores que se deben controlar para manejar la situación, por lo que las estrategias de planificación, edición, corrección y organización del contenido editorial. Gracias a este Master en Edición y Gestión Editorial aprenderá las técnicas para desenvolverse de profesionalmente en este entorno.



## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Adquirir los conocimientos necesarios para programar la edición de una obra adaptando los objetivos a las características del mercado y aplicar adecuadamente los instrumentos informáticos o programas específicos de gestión de proyectos.
- Desarrollar los conocimientos, estrategias y técnicas más actuales en materia de gestión de proyectos editoriales.
- Identificar y analizar los estándares de calidad de obligado cumplimiento en todo encargo editorial y sus requisitos técnicos mínimos.
- Aplicar los signos de corrección normalizados UNE durante la preparación y la corrección de textos.
- Realizar la corrección de documentos de forma que se cumpla con los parámetros de calidad requeridos en los textos.
- Comprobar las pruebas impresas corregidas y preparar los índices incluidos en la obra para finalizar así la fase de corrección del texto.
- Definir e identificar los criterios gráficos de las obras editoriales durante la generación del diseño gráfico.
- Realizar las indicaciones técnicas y tipológicas del producto en el encargo del diseño gráfico y de la maqueta.
- Marcar las pautas de realización de los proyectos editoriales en función de la obra y atendiendo los criterios óptimos de producción.
- Ser capaz de acordar con los autores o representantes las condiciones de la contratación de las obras, dentro de los márgenes establecidos por la editorial.
- Seleccionar las obras y proceder a la contratación de los elementos que acompañarán a dichas obras, valorando factores como su adaptación, idoneidad y coste.
- Adquirir el conocimiento necesario para acordar con los autores y agencias especializadas la contratación de imágenes para incluirla en una obra, discutiendo y llegando a un acuerdo en relación a los diferentes puntos del contrato.

## *para qué te prepara*

Este Master en Edición y Gestión Editorial le prepara para tener una visión completa del entorno editorial llevando a cabo estrategias que le permitirán tener éxito en el sector. Además podrá aprender los conocimientos oportunos sobre la contratación de derechos de autor.

## *salidas laborales*

Gestión Editorial / Edición.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## *metodología*

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## *materiales didácticos*

- Manual teórico 'Contratación de Derechos de Autor'
- Manual teórico 'Elaboración de Reseñas para Productos Editoriales'
- Manual teórico 'Gestión del Producto Editorial'
- Manual teórico 'Presupuesto, Viabilidad y Mercado del Producto Editorial'
- Manual teórico 'Definición y Diseño de Productos Editoriales'
- Manual teórico 'Tratamiento de Textos para Contenidos Editoriales'
- Manual teórico 'Selección y Adecuación de la Imagen para Productos Editoriales'
- Manual teórico 'Normas para la Corrección de Textos'



## profesorado y servicio de tutorías

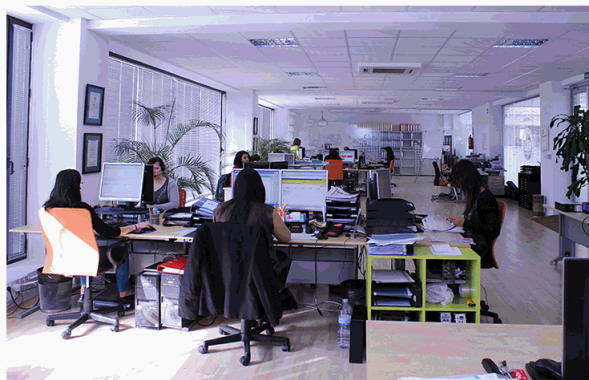
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación





## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

**programa formativo**

# PARTE 1. GESTIÓN DEL PRODUCTO 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. MERCADOS 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

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

# PARTE 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. 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

#### **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 3. CORRECCIÓN DE TEXTOS**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA CORRECCIÓN DE TEXTOS**

1. El texto escrito

2. El papel del Editor

1.- El Editor anglosajón

3. El papel del Corrector

4. Normas Técnicas

1.- Pasos que deben cumplirse para la evaluación y aceptación de los títulos propuestos

5. Pasos que debe cumplir el corrector

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA NARRACIÓN ADECUADA PARA LA CORRECCIÓN DE TEXTOS**

1. ¿Qué es la narración?

1.- Características de la narración

2.- Estructura de la narración

3.- ¿Cómo empezar una narración?

4.- Las formas verbales más utilizadas en la narración

2. La importancia de las palabras en la narración

1.- Los signos lingüísticos (la palabra escrita o hablada)

2.- Componentes de los signos lingüísticos

3. El género narrativo

1.- Principales géneros narrativos

2.- Elementos que componen el texto narrativo

4. El narrador

1.- Tareas del narrador

2.- Tipos de narradores

5. Los estilos narrativos

1.- Estilo directo

2.- Estilo indirecto

6.La voz narrativa

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN LA CORRECCIÓN DE TEXTOS**

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 4. LAS ORACIONES QUE COMPONEN EL TEXTO DE LA NARRACIÓN**

1.El papel de la oración en la narración

2.Tipos de oraciones

1.- La oración simple: según la estructura sintáctica que posea o según la actitud del emisor o hablante

2.- La oración compuesta

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. NORMAS PARA LA CORRECCIÓN GRAMATICAL**

1.El sustantivo

1.- Clases de sustantivos

2.- Estructura de los sustantivos

3.- Género y número de los sustantivos

2.Los pronombres

1.- Pronombres personales

2.- Pronombres clíticos

3.- Pronombres reflexivos y recíprocos

4.- Pronombres demostrativos y posesivos

5.- Pronombres relativos

6.- Pronombres interrogativos

7.- Pronombres indefinidos

8.- Pronombres expletivos

9.- Pronombres e imperativos

3.Los determinantes

1.- Artículos

2.- Demostrativos

3.- Posesivos

4.- Numerales

5.- Indefinidos

4.El verbo

1.- Tipos de verbos

2.- Modos de conjugación de los verbos

3.- Designaciones para conjugación regular

4.- Designaciones para conjugación irregular

5.El adverbio

1.- Tipos de adverbios

2.- Locuciones adverbiales

6.La preposición

1.- Preposiciones en desuso

7.La conjunción

1.- Conjunciones coordinantes o coordinativas

2.- Conjunciones subordinantes o subordinativas

8.La interjección

9.Uso impersonal de verbos y "se"

10. Tiempo condicional

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. NORMAS PARA LA CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA I**

1. Los signos de puntuación
2. El punto
  - 1.- Usos del punto
3. La coma
  - 1.- Uso de la coma
4. El punto y coma
  - 1.- Uso del punto y coma
5. Los dos Puntos
  - 1.- Usos de los dos puntos
6. Los puntos suspensivos
7. Los paréntesis
  - 1.- Utilización de los paréntesis
8. Los corchetes
  - 1.- El uso de los corchetes
9. El guion y la raya
10. Las comillas
  - 1.- Usos de las comillas
11. Signos de interrogación y exclamación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. NORMAS PARA LA CORRECCIÓN ORTOGRÁFICA II**

1. La acentuación
  - 1.- El acento y la tilde
  - 2.- Reglas generales de acentuación
  - 3.- Acentuación de interrogativos y exclamativos
  - 4.- Acentuación de diptongos e hiatos
2. Abreviaturas
  - 1.- Lista de Abreviaturas convencionales
3. Siglas
4. Símbolos
  - 1.- Lista de símbolos alfabetizables
  - 2.- Lista de símbolos o signos no alfabetizables

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. NORMAS PARA LA CORRECCIÓN TIPOGRÁFICA**

1. Definición de tipografía y partes del tipo
2. Familias tipográficas y campos de aplicación
3. Tipometría
  - 1.- Originales de texto
4. Aspectos a considerar para la selección de tipografías
5. Factores a considerar en la composición de textos
6. Principales problemas relacionados con la maquetación y la selección de tipos
7. Normas de diseño para elegir y emplear fuentes tipográficas
8. Reglas sobre el empleo de los estilos de letra: cursiva, negrita, versalitas y mayúsculas
9. Normas sobre la utilización de la numeración y letras voladas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. CORRECCIÓN DE LOS TEXTOS SEGÚN LA TEMÁTICA Y EL SOPORTE**

1. Corrección de textos en función de la temática
  - 1.- No ficción: Informativo, Científico/Técnico y Publicitario/Promocional
  - 2.- Ficción: Novela/Poesía y Cómic
2. Corrección de textos en función del soporte
  - 1.- Papel: Libro, Revista, Diario y Cómic
  - 2.- Digital

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. CORRECCIÓN DE ESTILO Y PRESENTACIÓN DE LOS TEXTOS**

1. La corrección de estilo
  - 1.- Corrección de estilo de los originales
  - 2.- Continuidad de estilo en los contenidos
2. Aspectos a tener en cuenta en la presentación de los textos
  - 1.- Rangos de jerarquización
  - 2.- Equilibrio entre los elementos
  - 3.- Títulos y subtítulos
  - 4.- Entradillas
  - 5.- Distribución y adecuación del texto
  - 6.- Criterios gráficos de organización
  - 7.- Adecuación de las obras
  - 8.- Coherencia y aspecto formal de los contenidos

## **PARTE 4. 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

## **PARTE 5. DEFINICIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTOS EDITORIALES**

### **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

## **PARTE 6. 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**

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

## **PARTE 7. 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 8. CONTRATACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. DERECHO Y FISCALIDAD DE LA EDICIÓN**

- 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
- 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