



**instituto
universitario
de posgrado**

Universidad de Alicante
Universidad Autónoma de Barcelona
Universidad Carlos III de Madrid
Santillana Formación

GUÍA DIDÁCTICA
Máster en Edición
8ª Edición 2007-2008



Índice

● Introducción al máster.....	3
● Objetivos globales del Máster en Edición.....	5
● Contenidos de los módulos.....	6
● Itinerario de aprendizaje.....	19
● Autoría de los módulos.....	20
● Plan de trabajo.....	22
● Actividades y criterios de evaluación.....	25
● Información de interés.....	26

Introducción al Máster

En este **Máster en Edición** organizado por el Grupo Santillana de Ediciones y la Universidad de Salamanca encontrará, desde el inicio, una voluntad decidida por hacer que sus hábitos de estudio y trabajo, basados habitualmente en el qué se aprende, evolucionen hacia el cómo utilizar el conocimiento adquirido, hacia cómo transferir lo aprendido a un contexto determinado, a su propio proyecto editorial. Es decir, si bien nos preocupará la transmisión habitual de contenidos teóricos (cuáles son, por ejemplo, los formatos habituales del papel y de los libros), usted se verá en la situación de tener que decidir por sí mismo (junto a los compañeros que formen su propia editorial ya que se trata de un trabajo colaborativo) cuál es el formato más adecuado para su proyecto y deberá argumentar y exponer cuáles son las razones que le han impulsado a tomar una u otra decisión.

Creemos firmemente que no es tan interesante que usted repita monótonamente una retahíla de conocimientos memorizados como que sea capaz de usar creativamente el conocimiento adquirido en un proyecto propio. Para ser editor más vale hacer un libro y enfrentarse a todos los interrogantes que eso plantea que ojear cansinamente las páginas de un manual en el que se exponga qué es el cuerpo de una letra sin tener nunca la oportunidad de experimentarlo verdídicamente.

Hemos creado un entorno de enseñanza en el que usted encontrará reflejados todos los valores que consideramos fundamentales para hacer de su experiencia de aprendizaje algo rico y fructífero:

- 1. Un currículum basado en un proyecto:** podríamos asegurar que ser editor es un oficio en el que se debe ser un contable riguroso, un artesano esmerado y un intelectual bien informado, es decir, una persona capaz de fundamentar económica y comercialmente un proyecto editorial, de esmerarse en la selección de los formatos, los tipos y las calidades de los libros y de construir un catálogo sólido y coherente. La mejor manera de aprender esas competencias es llevándolas a cabo, desarrollando un proyecto a lo largo de 17 meses en los que usted se vea obligado a tomar decisiones que tendrán una repercusión real.
- 2. Libertad de acción:** usted y su grupo de trabajo se verán “forzados” a tomar decisiones de manera permanente de acuerdo con la información, herramientas y recursos que se les proporcionen. Se aprende más y de forma más verídica cuando es ineludible enfrentarse a situaciones reales en las que deben asumirse responsabilidades.
- 3. Confianza:** forzarle a tomar decisiones no significa que tengamos la pretensión de cuantificar y reprender sus errores de manera permanente. Al contrario, si le empujamos a que reflexione y asuma responsabilidades es porque sabemos que del error o la inexactitud se extraen enseñanzas tan provechosas como del acierto inmediato. Sus profesores se encargarán de guiarles, orientarles y sugerirles caminos de resolución de las tareas adecuados a los objetivos principales. Trabaje tranquilo.
- 4. Equilibrio entre objetivos y competencias:** los objetivos principales y parciales que constituyen la trama principal de este máster son perfectamente asequibles y no excederán, en ningún caso, las competencias que deben demandarse a un editor. La

evaluación estará basada precisamente en ese ajuste entre los objetivos que se le planteen y la idoneidad y originalidad con que ustedes los alcancen.

- 5. Creatividad y valoración del trabajo:** para ser editor hay que desempeñar de manera solvente cierta clase de tareas y estar en condiciones de tomar decisiones creativas y competentes en situaciones al mismo tiempo similares y cambiantes. Porque en la vida profesional eso siempre es así, nuestra evaluación estará basada, sobre todo, en el uso creativo e innovador de los conocimientos adquiridos. Todos los alumnos de este máster tendrán que desarrollar un **Plan Editorial** del que se elegirá un libro que acabará en imprenta, pero ese proceso tantas veces repetido a lo largo de la historia y aparentemente trivial se puede hacer siempre de maneras inéditas y originales. Eso es lo que valoraremos, por encima de todo, del trabajo que usted haga.
- 6. La variación de contextos:** si insistimos tanto en los beneficios de esta aproximación pedagógica basada en la veracidad de los procesos y en la estimulación de la creatividad es porque, cuando usted termine este máster, estará obligado, lo quiera o no, a trasladar lo aprendido a situaciones reales y distintas, y sólo estará en perfectas condiciones de hacerlo si ya lo ha ensayado previamente.
- 7. Intercambio de ideas y conocimientos:** se aprende más y mejor cuando las ideas, los comentarios reforzadores o correctores y las evaluaciones circulan con fluidez entre los miembros de la comunidad. El equipo, en una editorial, es algo fundamental: si bien es cierto que en el reparto de responsabilidades unas personas estarán en condiciones de tomar decisiones más adecuadas en unos terrenos que en otros, la discusión y el intercambio de puntos de vista enriquece siempre un proyecto. Tendrá la ocasión de comprobar que todo este máster está basado en la colaboración y la construcción cooperativa del conocimiento.
- 8. La importancia de los resultados reales:** creemos firmemente que la sensación de motivación y de consecución crecen cuando el resultado de lo aprendido tiene una concreción real. Cuando concluya este máster usted podrá colocar en una estantería de su biblioteca el libro creado por usted mismo. No sólo eso: tendrá en su cartera un **Plan de Negocio** presto para ser hecho realidad y un **Plan Editorial** coherente y meditado que podría publicar y comercializar si así lo deseara.

Objetivos globales del máster

En consecuencia, los objetivos globales y principales de este Máster en Edición son:

- **Constituir su propia editorial:** reflexionar sobre cuál debe ser su organigrama; cuáles su viabilidad y fundamento económicos; y cuáles los principios intelectuales en los que se basa su proyecto distintivo.
- Desarrollar de manera ordenada su **Plan de Negocio Editorial** y todo lo que eso conlleva:
 - Presentar su proyecto y reflexionar sobre cuáles son las **oportunidades y ventajas** de su proyecto y cuáles **los riesgos y amenazas** que debe evitar.
 - Razonar detenidamente sobre la **estructura de personal** más conveniente para su editorial.
 - Reflexionar sobre el **proceso de producción** y sobre los distintos tipos de proveedores que nos ayudarán a sacar adelante el proyecto editorial.
 - **Vigilar el mercado**, distinguir claramente cuál es nuestro público lector potencial, saber llegar a él en las mejores condiciones. Meditar, también, sobre todo aquello que afecte a nuestra relación con los lectores: el precio del libro, la distribución al punto de venta y la mejor manera de comunicarle nuestras novedades.
 - Elaborar un **plan de viabilidad económico** que nos permita trabajar con holgura.
- Construir su propio **Plan Editorial** con todas las implicaciones que eso tiene: desde la concepción del catálogo, de los títulos y los autores que deban constituirlo, hasta la cumplimentación de los contratos con los autores, el cálculo del presupuesto de ejecución del prototipo de la obra, el detalle de las especificaciones técnicas del original, etc.
- **Crear, componer e imprimir** el primer libro de su catálogo: no se podría llamar uno editor si no hubiera hecho alguna vez un libro, desde el inicio del proceso hasta su finalización. Usted, junto a su equipo, deberá dar todos los pasos relacionados con la creación y composición del libro que llegará a la imprenta y que cobrará forma al final de este máster.
- **Concebir y diseñar** un entorno propio en Internet que sea el escaparate virtual de su proyecto editorial.

Contenidos de los módulos

Bloque 1. Proyecto editorial

Módulo 1. Pensar el libro

Objetivos

Reflexionar sobre las razones de la evolución de los soportes editoriales a lo largo de la historia con especial atención a la revolución digital y las nuevas tecnologías y a conocer la estructura del espacio editorial en España y las características de todos sus actores (autores, editores, libreros, medios especializados).

Contenidos

- Los demasiados libros:
 - Evolución histórica de la producción editorial.
 - Estructura de la oferta editorial.
 - Concentración editorial y edición independiente.
 - Lectores y prácticas de lectura.
- El campo editorial:
 - Funcionamiento del campo editorial.
- La tercera revolución del libro:
 - Formas escritas de comunicación.
 - El ejemplo de la imprenta.
 - La comunicación y la edición científicas.
 - Libros de papel, libros electrónicos.
 - Escenarios de la Unión Europea.
 - La impresión bajo demanda.
- Continuidad y ruptura del oficio de editor:
 - Las tareas del editor tradicional.
 - El editor del futuro.
 - Modificaciones de la cadena editorial.
 - Modalidades de la edición.

Duración: 2 semanas y media.

Módulo 2. Creación de una editorial

Objetivos

Conocer los fundamentos intelectuales, económicos y jurídicos para la creación de una empresa editorial.

Contenidos

- Plan de Negocio Editorial:
 - Objetivos generales.
 - Definición del tipo de empresa.
 - Características de los promotores: su perfil empresarial.
 - El Plan de Negocio.
- Contenidos básicos del Plan de Empresa:
 - Objetivos del proyecto empresarial y definición del perfil de los promotores.
 - Política del producto a realizar.
 - El mercado: panorama de la edición.
 - Distribución.
 - Precio.
 - Producción.
 - Recursos humanos.
 - Financiación.
 - Localización de la sede social.
 - Aspectos legales.
- Elección de la forma jurídica de la empresa editorial:
 - Objetivos generales.
 - Opciones de formas jurídicas para la creación de una empresa.
 - Formas de sociedades mercantiles: constitución de la sociedad.
- Captación de los recursos necesarios para la constitución de la editorial.

Duración: 2 semanas.

Módulo 3. Proyecto editorial

Objetivos

Reflexionar sobre los títulos que han de formar parte del catálogo de la editorial que constituyan; desarrollar un conjunto bien trabado de obras, un conjunto con coherencia; pensar sobre el tipo de editorial que se desea ser y las ideas que se quieren transmitir; elegir uno de los títulos para imprimir.

Contenidos

- Cuestiones sobre la identidad del editor y sobre sus fuentes de trabajo:
 - Definición del oficio de editor.
 - Análisis de los diversos dominios de la edición.
 - Examen de las fuentes de información más usuales y valiosas del mundo editorial.
- Estudio e investigación de mercados:
 - Estudio de la competencia.
 - Estudio de la demanda.

- Análisis de resultados y recomendaciones.
- Estudio de mercadotecnia:
 - Elementos a tener en cuenta para la configuración del libro como producto.
 - Elementos a tener en cuenta para fijar el precio.
 - Estrategias de distribución adecuadas a la naturaleza del libro.
 - Estrategias globales de explotación del libro.
- Elaboración del Plan Editorial:
 - Estudio de diferentes modelos de Plan Editorial.
 - Confección y desarrollo del propio Plan Editorial.
 - Examen y uso de la Hoja de ruta.

Duración: 4 semanas.

Bloque 2. Tipologías de la edición

Módulo 4. Edición literaria y de ensayo

Objetivos

Concebir el plan de ediciones de una editorial literaria; tomar decisiones sobre el lugar que se desea ocupar en el campo editorial; conocer el papel que juegan los agentes e intermediarios; tratar aspectos editoriales específicos.

Contenidos

- Determinación de la naturaleza del texto que se edita:
 - Hacerse un público (lector).
 - ¿Qué es un texto literario?
 - Particularidades de los textos literarios.
 - Funciones de los textos literarios.
- Determinación de las diversas formas de lecturas y de sus funciones:
 - Tipos de lectura.
 - Prácticas de lectura.
 - Las lecturas del editor: elaboración de informes de lectura.

Duración: 1 semana.

Módulo 5. Operaciones especiales

Objetivos

Entender la manera en que se concibe un plan editorial abocado a satisfacer una demanda previa y comprender todos los aspectos editoriales específicos de esta clase de libros.

Contenidos

- Departamento de Proyectos y Operaciones especiales.

- La preparación de informes editoriales.
- La realización de proyectos editoriales.
- La confección de un coleccionable:
 - Intervenientes en un coleccionable.
 - Cualidades de un coleccionable.
- Cómo surge un proyecto especial.
- Plan del proyecto.

Duración: 1 semana.

Módulo 6. Referencia y consulta

Objetivos

Comprender el proceso de creación y edición, en formato papel y digital, de las obras de referencia y consulta.

Contenidos

- Concepto general: ¿qué son las obras de referencia y consulta?
- Tipos de diccionarios y enciclopedias:
- La edición tradicional vs. edición electrónica de obras de referencia y consulta.

Duración: 1 semana.

Módulo 7. Edición de libros de texto

Objetivos

Entender la estructura de un libro de texto, sus aspectos editoriales y pedagógicos. Realizar una unidad modelo aplicando los conocimientos aprendidos.

Contenidos

- El proceso editorial.
- El libro escolar en su contexto.
- Primeros pasos del producto.
- Decir y comunicar.
- La intervención sobre el texto.
- Las actividades.

Duración: 1 semana y media.

Módulo 8. Literatura infantil y juvenil

Objetivos

Concebir el plan de ediciones de una editorial infantil o juvenil; tomar decisiones sobre el lugar que se desea ocupar en el campo editorial; conocer el papel que juegan los agentes e intermediarios; tratar aspectos editoriales específicos.

Contenidos

- Particularidades de la Literatura infantil y juvenil.
- El mercado del libro infantil y juvenil.

Duración: 1 semana

Bloque 3. Producción

Módulo 9. Producción editorial

Objetivos

Conocer todo lo relativo al papel (tipos, gramajes, características, precios, etc.); conocer el funcionamiento de las máquinas de impresión y sus características; conocer las potencialidades de la impresión bajo demanda.

Contenidos

- Introducción a la producción editorial: definición y conceptos principales.
- Planificación: qué elementos se van a utilizar y cómo.
- Presupuestos y programación.
- Órdenes de trabajo: seguimiento y control de calidad.
- Cierre y generación de archivos.

Duración: 4 semanas.

Bloque 4. Economía

Módulo 10. Economía editorial

Objetivos

Ser capaz de evaluar la viabilidad económica de un proyecto editorial determinado; calcular el precio de cubierta de un libro a partir de la suma de gastos incurridos en un proyecto editorial; calcular el punto de equilibrio y la cuenta de resultados.

Contenidos

- Economía editorial: introducción y conceptos fundamentales:
 - Tesorería.
 - Balance de situación.
 - Cuenta de resultados
 - Memorias.
- Inversión en prototipos: definición y cálculo:
 - Características, clasificación y valoración de los prototipos.
 - Implicaciones financieras y de negocio que derivan de la inversión en un prototipo.
 - Valoración de la elaboración de un prototipo y cálculo del precio del prototipo.

- Estimación del precio y la venta prevista:
 - Precio orientativo del libro.
 - Fijación de la tirada e implicaciones financieras.
- Anticipos de derechos.
 - Implicaciones financieras de los pagos de anticipos.
 - Amortización de un anticipo.
 - Punto de equilibrio de un anticipo.
- Fijación del precio del libro:
 - Visiones distintas del precio.
 - Métodos de fijación.
 - Escenarios diversos de fijación del precio.
- Margen de contribución y punto de equilibrio:
 - Definición y valor del margen de contribución.
 - Contextos de aplicación.
- Cuenta de resultados de un proyecto editorial:
 - Características.
 - Elementos integrantes.

Duración: 4 semanas.

Bloque 5. Derecho

Módulo 11. Derecho editorial

Objetivos

Reflexionar sobre todos los problemas de propiedad intelectual derivados de la contratación de una obra editorial en soporte papel o digital; elaborar el contrato concreto de la obra que se haya elegido para imprimir.

Contenidos

- Aproximación al derecho de la propiedad intelectual.
- Derecho de la edición: negocio y contratos de edición.
- Publicaciones electrónicas: incidencia de las nuevas tecnologías en el derecho de la propiedad intelectual y en el negocio editorial.

Duración: 3 semanas.

Bloque 6. Diseño editorial

Módulo 12. Realización y composición de un libro

Objetivos

Entender y manejar todas las variables tipográficas y tipométricas implicadas en la realización; analizar la legibilidad del texto; estudiar todo el proceso de preimpresión del libro.

Contenidos

- Tipografía.
- Tipometría: historia.

Duración: 3 semanas.

Módulo 13. Diseño editorial

Objetivos

Ser capaz de diseñar las cubiertas de la colección concebida por la editorial donde está integrado el alumno y discutir cuáles deberán ser los elementos comunes y distintivos.

Contenidos

- Cómo influyen en el diseño los condicionantes técnicos de la edición.
- La tipografía como herramienta de diseño.
- Utilización de los recursos cromáticos como una herramienta de diseño.
- Trabajar con fotos, ilustraciones y otros recursos gráficos.
- El diseño de otros elementos de cubierta.
- Diseñar los interiores.
- Elementos de las "tripas".
- Prologo, prefacio e introducción.
- Texto principal, caja principal; la "zona viva".
- Índices, sumarios.

Duración: 3 semanas.

Bloque 7. Maquetación

Módulo 14. InDesign

Objetivos

Realizar el aprendizaje de una de las herramientas de maquetación más utilizadas en el mundo editorial. Los conocimientos adquiridos se emplearán directamente en la maquetación del libro que usted editará y enviará a imprenta¹.

¹ En el caso de los módulos técnicos: InDesign, Photoshop, Dreamweaver y Flash, IUP facilitará en calidad de préstamo a cada equipo de trabajo una licencia universitaria de cada uno de estos

Contenidos

- Conocimientos básicos de maquetación.
- Conocimientos básicos de Adobe InDesign.
- Trabajar con InDesign.
- Personalización del área de trabajo.
- Actividades y ejemplos prácticos.

Duración: 2 semanas.

Módulo 15. Photoshop básico y avanzado

Objetivos

Realizar una extensión específica de 20 horas para el aprendizaje del software, de manejo, manipulación y retoque de imágenes. Los conocimientos aquí adquiridos habrá de emplearlos directamente en el diseño y maquetación de las cubiertas de su libro (véase nota a pie de página).

Contenidos

- Manipulación y retoque de imágenes.
- Composición fotográfica digital.
- Importación de vectores.
- Filtros y efectos especiales.
- Modalidades de color: RGB, CMYK, color indexado, escala de grises, duotonos, altos contrastes, medios tonos, etc. Selección de color.
- Formatos de ingreso y exportación.
- Trabajo en capas y mascarillas.
- Sombreados de dibujo y textos, modalidades de manejo de luz.
- Trabajo en canales Alpha.
- Generador de trazos bezier para selección especial-Paths.
- Control de calidad para una salida de imagen por brillos, contrastes, balance de colores, etc.

Duración: 2 semanas.

programas para que practiquen y puedan realizar las tareas asignadas a cada módulo. No se proporcionará una licencia a cada alumno sino una a cada grupo de trabajo por lo que es aconsejable que en el momento de la impartición de estos módulos, todos los alumnos tengan acceso a estos programas, de este modo, aunque en el campus de IUP se facilita el conocimiento de este software a través de tutoriales autoformativos y a través de la asistencia de profesores especialistas en cada uno de ellos, consideramos que el aprendizaje será mayor y más positivo.

Bloque 8. Edición

Módulo 16. Habilidades editoriales básicas

Objetivos

Aprender todas las habilidades editoriales básicas propias de un editor: corrección ortotipográfica y de estilo; conocimiento del proceso de revisión y realización editorial y aplicación al libro que se imprimirá.

Contenidos

- ¿Qué es un libro?
 - Cómo es un libro.
 - Qué es un original.
- Las partes del libro:
 - Parte externa: la cubierta.
 - Parte interna: la tripa.
- La estructura de la página.
 - Tipos de páginas / El estilo tipográfico.
 - La tipografía.
 - Partes de la página.
- La corrección de pruebas.
 - Corrección de concepto.
 - Corrección de estilo.
 - Corrección ortotipográfica.
 - Los códigos de corrección.

Duración: 2 semanas.

Bloque 9. Edición multimedia y digital

Módulo 17. Edición multimedia y digital

Objetivos

Estudiar todas las características e implicaciones de la edición digital; conocer las potencialidades de los soportes digitales más adecuados para la edición.

Contenidos

- Qué es multimedia:
 - Características de los productos multimedia, definición y aplicaciones.
 - Soportes de la edición digital.
 - Futuro de los proyectos multimedia.
- Internet y la edición:
 - Fundamentos de Internet.

- Cómo funciona la red.
- Realidad y posibilidades del comercio electrónico.
- La web como sistema editorial.
- Proyecto multimedia:
 - Descripción del proyecto a realizar.
 - Configuración del trabajo.
 - Fases de un proyecto.
 - Producción multimedia.

Duración: 3 semanas.

Módulo 18. Dreamweaver

Objetivos

Conocer el funcionamiento de un programa estándar de creación de páginas web. Deberá aplicar directamente los conocimientos adquiridos en este módulo a la concepción y maquetación de la página web de su editorial².

Contenidos

- Visión general:
 - Funcionamiento básico.
 - El área de trabajo.
 - Las barras flotantes.
 - La ventana de HTML (HTML Inspector).
- Propiedades de la página: fondo, gif de fondo, tamaño.
- Texto: fuentes, tamaño, color, posicionamiento y formatos de texto.
- Tablas.
- Hipervínculos (*links*). Imágenes.
- *Behaviors* (comportamientos): *rollovers*, confección de botones personalizados.
- *Frames* (marcos): bordes, propiedades, *links* entre *frames*.
- Capas: propiedades, animación, *timeline*, comportamientos asociados, menús desplegables.
- Formularios: confección, propiedades.
- Estilos: creación, vincular estilos, edición de estilos.

² En el caso de los módulos técnicos: QuarkXpress, Photoshop, Dreamweaver y Flash, IUP facilitará en calidad de préstamo a cada equipo de trabajo una licencia universitaria de cada uno de estos programas para que practiquen y puedan realizar las tareas asignadas a cada módulo. No se proporcionará una licencia a cada alumno sino una a cada grupo de trabajo por lo que es aconsejable que en el momento de la impartición de estos módulos, todos los alumnos tengan acceso a estos programas, de este modo, aunque en el campus de IUP se facilita el conocimiento de este software a través de tutoriales autoformativos y a través de la asistencia de profesores especialistas en cada uno de ellos, consideramos que el aprendizaje será mayor y más positivo.

- El *web site*: organización y funcionamiento.

Duración: 2 semanas.

Módulo 19. Flash

Objetivos

Conocer el funcionamiento del programa de animación Flash para introducir elementos dinámicos en la página web de su editorial (véase nota a pie de página).

Contenidos

- Visión general: propiedades del escenario, barras de herramientas.
- Animación de objetos: animación por pasos, animación por interpolación, animar según un trayecto, máscaras, escenas.
- *Morph's* (transformaciones de forma): capas, símbolos e instancias, biblioteca de símbolos, creación y edición de símbolos.
- Botones animados. Interactividad.
- Importar/exportar imágenes: estáticas, objetos animados.
- Creación de AVIS: sonido en Flash, publicación, creación de ejecutables (proyectores).

Duración: 2 semanas.

Bloque 10. *Marketing* y ventas

Módulo 20. Comunicación editorial

Objetivos

Elaborar un Plan de *Marketing* y comunicación adecuado al tipo de colección y de libro desarrollado.

Contenidos

- Comunicación de la colección al lector potencial:
 - Elaboración de una estrategia de comunicación. Herramientas de comunicación.
 - Publicity y suplementos literarios. Relaciones públicas. Aprovechamientos de sinergias.
 - Publicidad propiamente dicha. Plan de medios.
 - Plan de comunicación.

Duración: 2 semanas.

Módulo 21. Comercialización editorial

Objetivos

Comprender el funcionamiento de los diversos canales de comercialización y su adecuación al tipo de libro que deseemos comercializar.

Contenidos

- El circuito comercial:
 - Modelos de Departamento Editorial: tradicional / moderno.
 - Organigrama de un Departamento Comercial.
 - Flujograma del circuito comercial.
 - Circuito comercial externo.
 - El entorno: situación actual y posibles escenarios futuros.
- Canales de venta:
 - Dónde promocionar / Dónde vender.
 - Canales de venta.
 - Definición, características.
 - Ventas históricas por canal.
- La gestión del punto de venta: *trade-marketing*.

Duración: 1 semana y media.

Módulo 22. Distribución editorial

Objetivos

Comprender todas las implicaciones logísticas de la distribución del libro, sus costes y sus canales.

Contenidos

- Conocimiento de las alternativas, ventajas e inconvenientes de la distribución:
 - Modelo centralizado.
 - Modelo descentralizado.
- Conocimiento de los procesos de distribución del libro:
 - Almacenaje: recepción y ubicación.
 - Administración de pedidos: atención telefónica y captura.
 - Manipulación previa: preparación de los pedidos.
- Transporte al cliente:
 - Devoluciones.
 - Administración de las ventas: Facturación y cobro.
- Sistema de información asociado: Estadísticas de ventas, seguimiento de campaña, información al editor.
- Costes de procesos.
- Definición de la estrategia de distribución.

Duración: 1 semana y media.

Bloque 11. Evaluación final

Módulo 23. Evaluación final y cuenta de resultados

Objetivos

Repasar y perfeccionar, si procede, todos los epígrafes de los documentos maestros del curso (Plan de Negocio y Plan Editorial) y todos los parámetros relativos a la confección del libro que se enviará a la imprenta.

Contenidos

- Repaso de todos los puntos relativos al Plan de Negocio. Introducción de posibles cambios en alguno de los epígrafes, con especial atención en la cuenta de resultados.
- Repaso de todos los puntos relativos al Plan Editorial y modificación de aquellos epígrafes que lo requieran.
- Remate de todos los elementos del prototipo que enviaremos a la imprenta.
- Elaboración de la Memoria final del Máster.

Duración: 4 semanas.

Itinerario de aprendizaje

Para cursar y entender este máster adecuadamente deberá **seguir secuencialmente el orden de los módulos**. Aun cuando formular una secuencia lógica única en un proceso editorial sea algo arriesgado y discutible, lo que le proponemos es un ejercicio en el que cada una de las tareas que deba resolver sirva para construir, paso a paso, el objeto fundamental de este curso: el libro. Eligiendo cada una de las casillas correspondientes podrá obtener información específica sobre cada uno de los **módulos**, las **plantillas específicas** que deberá utilizar y completar y los **documentos principales** que empleará y habrá de ir rellenando progresivamente a lo largo de todo el curso.

	MÓDULOS	PLANTILLAS ESPECÍFICAS	DOCUMENTOS PRINCIPALES
Bloque 1	Pensar el libro		Hoja de ruta Plan editorial Plan de empresa
	Creación de una editorial	Plan de empresa	
	Proyecto editorial	Proyecto editorial	
Bloque 2	Literatura infantil y juvenil		
	Edición literaria y ensayo	Informes de lectura	
	Operaciones especiales		
	Obras referencia y consulta	Software construcción de entradas	
	Edición libros de texto		
B3	Producción editorial		
B4	Economía editorial	Plantillas de cálculo/cuenta resultados	
B5	Derecho editorial	Contratos	
B6	Realización y composición		
	Diseño editorial		
B7	Maquetación	Entorno específico	
	Photoshop básico y avanzado		
B8	Habilidades editoriales básicas		
	Edición multimedia y digital		
Bloque 9	Dreamweaver	Entorno específico	
	Flash		
	Comunicación editorial		
B10	Comercialización editorial		
	Distribución editorial		
B11	Evaluación final / cuenta resultados		

Autoría de los módulos

Bloque 1. Proyecto editorial	Módulo 1. Pensar el libro Joaquín Rodríguez Director del Máster Universitario en Edición de Santillana Formación. Grupo Santillana de Ediciones.
	Módulo 2. Creación de una editorial Antonio Roche Director General de la Editorial Biblioteca Nueva.
	Módulo 3. Proyecto editorial Luis Suñén Director Editorial de Espasa-Calpe
Bloque 2. Tipologías de la edición	Módulo 4. Edición literaria y de ensayo Constantino Bértolo Director Editorial de la Editorial Debate. Random House Mondadori.
	Módulo 5. Operaciones especiales Jaime Garcimartín Director Comercial y de <i>Marketing</i> de TURNER. Jesús Terreros Andreu Director Comercial del Grupo Zeta en Aragón.
	Módulo 6. Edición de obras de referencia y consulta Alberto Martín Baró Editor Ejecutivo de la División de Educativas del Grupo Santillana de Ediciones. Fue, durante quince años, editor ejecutivo del departamento de obras de referencia y consulta.
	Módulo 7. Edición de libros de texto Enrique Ferro Editor Ejecutivo de la División de Educativas del Grupo Santillana de Ediciones.
	Módulo 8. Literatura infantil y juvenil Lucía Luengo Martínez. Editora ejecutiva. Ediciones B.
Bloque 3. Producción editorial	Módulo 9. Producción editorial Manuel Gómez Consultor en Artes Gráficas.
Bloque 4. Economía	Módulo 10. Economía editorial Dionisio García Director de Control de Gestión del Grupo Santillana de Ediciones para España y Portugal.
Bloque 5. Derecho	Módulo 11. Derecho editorial Fernando Carbajo Profesor titular de Derecho Mercantil de la Facultad de Derecho de la Universidad de Salamanca. Asesor jurídico de Ediciones Universidad de Salamanca.

<p>Bloque 6. Diseño editorial</p>	<p>Módulo 12. Realización y composición de un libro</p> <p>Juan José Rodríguez Director y profesor del Departamento de Artes Gráficas del IES Puerta Bonita, Centro Para la Formación Audiovisual y Gráfica.</p> <p>Fernando López Toribio Profesor del Departamento de Artes Gráficas y Secretario del ISE Puerta Bonita, centro para la formación Audiovisual y Gráfica.</p>
	<p>Módulo 13. Diseño editorial</p> <p>Emilio Gil Director Creativo de TAU Diseño.</p> <p>Miguel Gallego Diseñador. Profesor del IED (Istituto Europeo de Disegno).</p>
<p>Bloque 7. Maquetación</p>	<p>Módulo 14. Maquetación</p> <p>Jorge Fernández Val. Profesor Artes Gráficas. Instituto Puerta Bonita. Madrid.</p>
	<p>Módulo 15. Photoshop básico y avanzado</p> <p>Santillana Formación.</p>
<p>Bloque 8. Edición</p>	<p>Módulo 16. Habilidades editoriales básicas</p> <p>José Antonio Sánchez Paso Director Editorial del Consorcio Salamanca 2002. Director Técnico de Ediciones Universidad de Salamanca.</p>
<p>Bloque 9. Edición multimedia</p>	<p>Módulo 17. Edición multimedia y digital</p> <p>Javier Delicado Editor Ejecutivo de la Dirección Técnica y de Realización de Santillana Formación.</p>
	<p>Módulo 18. Dreamweaver</p> <p>Santillana Formación.</p>
	<p>Módulo 19. Flash</p> <p>Santillana Formación.</p>
<p>Bloque 10. Marketing y ventas</p>	<p>Módulo 20. Comunicación editorial</p> <p>Luis García Martín Director Editorial de Ediciones del Prado.</p>
	<p>Módulo 21. Comercialización editorial</p> <p>Ricardo del Barrio Director Comercial del Grupo Santillana de Ediciones.</p>
	<p>Módulo 22. Distribución editorial</p> <p>Ángel Sáenz de Cenzano Director de Distribución y Logística del Grupo Santillana de Ediciones.</p>
<p>Bloque 11. Evaluación final</p>	<p>Módulo 23. Evaluación final y cuenta de resultados</p> <p>Joaquín Rodríguez Director del Máster Universitario en Edición de Santillana Formación. Grupo Santillana de Ediciones.</p>

Plan de trabajo

En el calendario de impartición del Máster en Edición podrá encontrar todas las fechas e hitos relacionados con el seguimiento de los módulos, la entrega de trabajos y documentos y la exposición del proyecto. El máster tiene una duración de 12 meses, la impartición de los módulos se realizará conforme al siguiente calendario:

- **Toma de contacto.** Comienza el día 23 de octubre y se cierra el día 6 de noviembre de 2007.

Bloque 1. Plan editorial

- **Módulo 1. Pensar el libro.** Comienza el día 7 de noviembre y se cierra el día 25 de noviembre de 2007.
- **Módulo 2. Creación de una editorial.** Comienza el día 26 de noviembre y se cierra el día 12 de diciembre de 2007.
- **Módulo 3. Proyecto editorial.** Comienza el día 13 de diciembre y se cierra el día 6 de febrero de 2008.

VACACIONES DEL 23 DE DICIEMBRE AL 8 DE ENERO

Bloque 2. Tipologías de la edición

- **Módulo 4. Edición literaria y de ensayo.** Comienza el día 7 de febrero y se cierra el día 17 de febrero de 2008.
- **Módulo 5. Operaciones espaciales.** Comienza el día 18 de febrero y se cierra el día 29 de febrero de 2008.
- **Módulo 6. Referencia y consulta.** Comienza el día 1 de marzo y se cierra el 10 de marzo de 2008.
- **Módulo 7. Edición de libros de texto.** Comienza el día 11 de marzo y se cierra el 31 de marzo de 2008.

VACACIONES DEL 17 AL 23 DE MARZO

- **Módulo 8. Literatura infantil y juvenil.** Comienza el día 1 de abril y se cierra el día 7 de abril de 2008.

Bloque 3. Producción

- **Módulo 9. Producción editorial.** Comienza el día 8 de abril y se cierra el día 5 de mayo de 2008.

Bloque 4. Economía editorial

- **Módulo 10. Economía editorial.** Comienza el día 6 de mayo y se cierra el día 2 de junio de 2008.

Bloque 5. Derecho editorial

- **Módulo 11. Derecho editorial.** Comienza el día 3 de junio y se cierra el día 23 de junio de 2008.

Bloque 6. Maquetación

- **Módulo 12. Realización y composición de un libro.** Comienza el día 24 de junio y se cierra el día 14 de julio de 2008.

Revisión del estado del proyecto

- **Módulo 13. Maquetación. Primera parte** Comienza el día 15 de julio y se cierra el día 22 de julio de 2008.

VACACIONES DEL 23 DE JULIO AL 24 DE AGOSTO

Bloque 7. Diseño editorial

- **Módulo 14. Diseño editorial.** Comienza el día 25 de agosto y se cierra el día 14 de septiembre de 2008.
- **Módulo 15. Photoshop básico y avanzado.** Comienza el día 15 de septiembre y se cierra el día 28 de septiembre de 2008.

Bloque 8. Edición

- **Módulo 16. Habilidades editoriales básicas.** Comienza el día 29 de septiembre y se cierra el día 12 de octubre de 2008.

Bloque 9. Edición multimedia y digital

- **Módulo 17. Edición multimedia y digital.** Comienza el día 13 de octubre y se cierra el día 2 de noviembre de 2008.

- **Módulo 12. Maquetación. Segunda parte.** Comienza el día 3 de noviembre y se cierra el día 9 de noviembre de 2008.
- **Módulo 18. Dreamweaver.** Comienza el día 10 de noviembre y se cierra el día 23 de noviembre de 2008.

15 de noviembre: Envío a IUP de la maqueta para llevar a imprenta

- **Módulo 19. Flash.** Comienza el día 24 de noviembre y se cierra el día 7 de diciembre de 2008.

Bloque 10. Marketing y ventas

- **Módulo 20. Comunicación editorial.** Comienza el día 8 de diciembre y se cierra el día 21 de diciembre de 2008.

VACACIONES DEL 22 DE DICIEMBRE AL 6 DE ENERO

- **Módulo 21. Comercialización editorial.** Comienza el día 7 de enero y se cierra el día 16 de enero de 2009.
- **Módulo 22. Distribución editorial.** Comienza el día 17 de enero y se cierra el día 26 de enero de 2009.

Evaluación final

- **Módulo 23. Evaluación final y cuenta de resultados.** Comienza el día 27 de enero y se cierra el día 28 de febrero de 2009.
- **Entrega de memorias fin de máster.**
- **Defensa de proyectos: presentación pública ante los profesores del máster.**
- **Revisión de proyectos.**
- **Publicación de notas finales.**
- **Cierre de actas.**

Actividades y criterios de evaluación

El Máster en Edición está basado en la idea de **aprender haciendo**. El proceso de aprendizaje es simultáneamente, por eso, un **proceso de realización y elaboración progresivo** de un proyecto, en este caso, un libro.

La evaluación o estimación no podrán estar basadas tan sólo, por tanto, en una prueba final única, como sucede tradicionalmente. La apreciación y valoración estará basada, en consecuencia, tal como puede observar en el gráfico adjunto, en una suma de factores que recojan todas las etapas.

El **proceso de aprendizaje**: si va a aprender pensando, proyectando y elaborando cosas, es coherente y necesario que ese esfuerzo sea evaluado continuamente y tenga un reflejo cuantitativo final en su evaluación. El valor de su trabajo a lo largo del curso contará hasta un 50% de la evaluación final. Los profesores de cada uno de los módulos enviarán a los coordinadores sus apreciaciones sobre el trabajo individual y grupal en cada uno de los módulos.

Para aprobar el máster el alumno debe cursar todos los módulos y necesita superar el 80% del mismo para poder defender con su grupo el proyecto. El alumno debe superar con su grupo la defensa del proyecto para poder optar al título y su calificación representa un 50% de la nota final.

En cada módulo dispondrá de unos criterios de evaluación específicos que le servirán para orientarse, para saber qué se espera de usted y, sobre todo, para permitirle reflexionar sobre el proceso de trabajo que le ha llevado a tomar determinadas decisiones antes de entregar la tarea a su profesor, cobrar conciencia de que realmente ha tenido en cuenta los aspectos más importantes y los ha integrado en su respuesta.

Información de interés

Atención al alumno

24 horas

a través del correo electrónico:

info@iup.es

Asistencia técnica

24 horas

a través del correo electrónico:

asistencia@santillana.es

Tutores	Están disponibles en el Campus Virtual a través del correo interno.
----------------	---

Departamento	Teléfono Código de país +34	Fax	E-mail	Horario Peninsular Español
Atención al Alumno	91 744 94 12	91 744 93 02	info@iup.es	Lunes a Viernes 9:30 – 14:00 16:00 – 18:30
Asistencia Técnica	902 215 512	91 744 93 02	asistencia@santillana.es	Lunes a Viernes 9:00 – 19:00

Acceso al Campus Virtual	En www.iup.es haz click en “Campus” Para acceder al Campus necesitarás un usuario y una clave que te serán proporcionados por correo electrónico. Para cualquier problema relacionado con el funcionamiento del Campus Virtual ponte en contacto con el Departamento de Asistencia Técnica
---------------------------------	---

Edificio Grupo Santillana, C/Torrelaguna 60, 28043 Madrid (España)