



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Master en Actividades de Asistencia a la Edición



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL** que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master en Actividades de Asistencia a la Edición



DURACIÓN:

600 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

1.495 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

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

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, 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 (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Master en Actividades de Asistencia a la Edición [Ver Curso](#)

- Aplicar criterios editoriales en la selección de imágenes destinadas a diferentes tipos de publicaciones (entendiendo por imágenes: fotos, dibujos, infografías, videos, sonidos, entre otros).
- Definir la utilización y/o transformación de los diferentes elementos de un producto editorial: fotos, dibujos, video, voz... teniendo en cuenta no solo la utilización principal que la ha motivado, sino también una utilización paralela en otro producto o en una variación del principal.
- Definir y valorar criterios gráficos de obras editoriales en la realización del diseño gráfico.
- Coordinar la maquetación y el diseño definitivo de productos editoriales (impresos, multimedia, web, entre otros) - Identificar estándares de calidad aplicables a procesos de diseño y maquetación en obras editoriales.
- Analizar originales de texto, de acuerdo a criterios editoriales, considerando su coherencia y equilibrio.
- Identificar estándares de calidad aplicables a procesos relacionados con los textos en obras editoriales.
- Elaborar el presupuesto de diferentes áreas de la edición de un proyecto editorial: derechos de autor, imagen, diseño, programación, distribución y logística.
- Redactar pequeños textos de un producto editorial, para completar su edición (contraportada, solapas, entre otros) o para promocionarlo (anuncios, catálogos...).
- Redactar pequeños textos promocionales para los diferentes medios de un producto editorial.
- Redactar textos promocionales en 2.0.
- Establecer las condiciones de contratación de originales de obras de encargo individuales y/o colectivas necesarias para su edición.
- Seleccionar y aplicar la normativa establecida y adecuada a las relaciones más características que las editoriales mantienen con profesionales, proveedores, empresas de servicios e instituciones.

A quién va dirigido

Este Master en Actividades de Asistencia a la Edición está dirigido a todas aquellas personas interesadas en el ámbito de Artes Gráficas y quieran especializarse en Asistencia a la Edición y Contratación de Derechos de Auto.

Para qué te prepara

Este Master en Actividades de Asistencia a la Edición le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en la Asistencia a la Edición y Contratación de Derechos de Autor.

Salidas Laborales

Artes Gráficas.

-

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede 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, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. SELECCIÓN Y ADECUACIÓN DE LA IMAGEN PARA PRODUCTOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA PRODUCTOS GRÁFICOS

1. Características de las imágenes:
 - 1.- Características técnicas
 - 2.- Características visuales y estéticas
 - 3.- Características semánticas
2. Tipo de imágenes. Fotografía / ilustración:
 - 1.- Criterios para la selección de imágenes acordes con los requerimientos del producto
 - 2.- Idoneidad de la imagen
 - 3.- Realce de los contenidos mediante ilustraciones
 - 4.- Valor de transmisión de la imagen
3. Imagen analógica / digital
 - 1.- Evolución técnica de la imagen
 - 2.- Almacenamiento de imágenes, formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TRATAMIENTO DIGITAL DE LA IMAGEN

1. Principios, características y manejo de aplicaciones de tratamiento digital de la imagen
 - 1.- Configuración de la administración del color en aplicaciones de tratamiento digital de la imagen
 - 2.- Técnicas de selección y enmascaramiento
 - 3.- Técnicas y herramientas de corrección de color

- 4.- Métodos y herramientas de retoque fotográfico
- 5.- Técnicas de montaje digital de imágenes
- 2. Estándares de calidad aplicables a la imagen
 - 1.- Profundidad de color
 - 2.- Balance de blancos
 - 3.- Gama de color
 - 4.- Contraste en luces
 - 5.- Sombras y tonos medios

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 2. DEFINICIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

- 1. Criterios editoriales en la definición del Producto
 - 1.- Criterio de idoneidad
 - 2.- Realce de los contenidos mediante ilustraciones
 - 3.- Fotografías. Valor de transmisión
 - 4.- Criterios de diseño gráfico en las obras
 - 5.- Características de obras que pertenecen a una misma colección
 - 6.- Pautas para el diseño de la edición
 - 7.- Requisitos gráficos en la maqueta
- 2. Procesos de edición
 - 1.- Soportes
 - 2.- Documentación del proceso
 - 3.- Proceso de diseño. Especificaciones. Criterios estilísticos
 - 4.- Proceso de cartografía
 - 5.- Maquetación
 - 6.- Materias Primas
 - 7.- Tintas. Bibliotecas de color

- 8.- Calendarios de producción
- 3. Estándares de calidad aplicables al proceso
 - 1.- Normas de compaginación
 - 2.- Normas de calidad estandarizadas
 - 3.- Control de los procesos editoriales
 - 4.- Libros de estilo

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:
 - 1.- Formatos de archivo digitales
 - 2.- Compatibilidades y problemas de transferencia
 - 3.- Composición de textos con software de edición vectorial y editorial estándares
- 4. Aplicación tipográfica en formatos estándar (DINAs)
- 5. Aplicación tipográfica en otros formatos:
 - 1.- Desplegables y Folletos: Dípticos, Trípticos
 - 2.- Grandes Formatos
 - 3.- Formatos digitales; "Banners"

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:
 - 1.- Sistemas de impresión digital de pruebas
 - 2.- Simulación de acabados en las maquetas
 - 3.- Soportes para presentación: Cartón Pluma, PVC y otros soportes
- 3. Creación de maquetas:

- 1.- Especificaciones de salida para la elaboración de la maqueta
- 2.- Impresión 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:
 - 1.- Revisión de los aspectos de legibilidad y estética de la maqueta
 - 2.- Corrección de maquetas para elaborar la maqueta definitiva

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MAQUETACIÓN DE UN PRODUCTO EDITORIAL

1. Plataformas y software de edición de textos e imágenes
2. Distribución de la página:
 - 1.- Normas y teorías compositivas de la página
 - 2.- Creación de retículas compositivas
3. Creación de páginas maestras:
 - 1.- Elementos de la página maestra
 - 2.- Aplicación de páginas maestras
 - 3.- Cambios en las páginas maestras
4. Creación de hojas de estilo:
 - 1.- Estilos de carácter
 - 2.- Estilos de párrafo
 - 3.- Estilos anidados
5. Introducción y composición de textos:
 - 1.- Importación de textos
 - 2.- Selección de tipografías
 - 3.- Aplicación de estilos al texto
 - 4.- Normas de 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 3. TRATAMIENTO DE TEXTOS 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

- 1.- Convenciones
- 2.- Categorías
3. Normas de utilización de:
 - 1.- Elementos básicos de diseño: punto, línea, plano
4. Los textos: tipografías, color, tamaños y otros. Convenciones y normas de uso:
 - 1.- Tipografías. Terminología básica
 - 2.- Tipos de fuente: serifas, sans serif, script,...
 - 3.- Normas de diseño para elegir y utilizar fuentes
 - 4.- Formatos de fuente: Postscript Tipo 1, Múltiple Master, TrueType, OpenType. Combinación de formatos
 - 5.- Gestionar tipografías en MAC y en PC
 - 6.- Manipulación: controles de carácter, incrementos, kerning, controles de párrafo, equilibrio de columnas, alineación vertical e incrustación de gráficos
 - 7.- Hojas de estilo: objetivos y creación de una sistemática de trabajo
 - 8.- Personalización de tipografías: crear contornos, editar contornos y crear nuevas fuentes
 - 9.- Utilización de hojas de estilo
 - 10.- Utilización de fuentes
 - 11.- Hojas de estilo en cascada (CSS)
 - 12.- Tipos de archivos informáticos: txt, rtf, xml, Word, e-pub...

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:
 - 1.- No ficción: Informativo, Educativo, Científico/Técnico y Publicitario/Promocional
 - 2.- Ficción: Novela/Poesía y Cómic
2. En función del soporte:
 - 1.- Papel: Libro, Revista, Diario y Cómic
 - 2.- Digital: Webs y Pequeños dispositivos
3. Estándares de calidad aplicables al tratamiento de textos
 - 1.- Normativa de ortografía y gramática
 - 2.- Normas básicas de redacción y estilo
 - 3.- Coherencia de los textos
 - 4.- Idoneidad de estilos según posibles destinatarios de producto

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 4. PRESUPUESTO, VIABILIDAD Y MERCADO DEL PRODUCTO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTO DEL PROYECTO EDITORIAL

1. Análisis de las fases y distribución del trabajo:
 - 1.- Área Creativa: Diseño, Texto, Imagen, Voz, Software
 - 2.- Área Productiva, adecuado al Soporte: Papel, Multimedia, Software, Web
 - 3.- Área de Distribución, para cada Soporte: Directo, Suscripción, Librería, Quiosco, Gran Superficie, Nube, Internet
 - 4.- Área Comercial: Directa, Subcontratada, Sinergias con otras Líneas Editoriales
 - 5.- Área Logística: Transporte, Almacenaje, Valor del Producto Transportado
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:
 - 1.- Creación, maquetas, fabricación y distribución
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:
 - 1.- Edición en distintos idiomas
 - 2.- Edición en distintos formatos/diseños simultáneos
 - 3.- Edición en distintos soportes (web, multimedia,...)

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
1. Contenidos para dispositivos móviles. Principales características técnicas
 - 1.- Teléfonos
 - 2.- Videoconsolas
 - 3.- PDA (Personal Digital Assistant)
 - 4.- PC portátil: Sistemas operativos, Resolución y tarjeta de video, Capacidad de almacenamiento y

Conectividad

2. Webs. Principales características técnicas
 - 1.- Formato
 - 2.- Servidor
 - 3.- Bases de Datos
 - 4.- Accesos: Privadas y/o Públicas
 - 5.- Red. Protocolos:
 - 6.- Intranet
 - 7.- Internet: Personal/Privada , Local, Sectorial, Pública

PARTE 5. ELABORACIÓN DE RESEÑAS PARA PRODUCTOS EDITORIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LENGUAJE PERIODÍSTICO Y LENGUAJE PUBLICITARIO

1. La comunicación y el lenguaje
 - 1.- Componentes de la comunicación
 - 2.- Funciones del lenguaje
 - 3.- La comunicación de masas
2. Características del lenguaje periodístico:
 - 1.- Concisión, tendencia al cliché, sintaxis sencilla, objetividad

3.Subgéneros periodísticos:

- 1.- Informativos: la noticia, la crónica, el reportaje y la entrevista
- 2.- Opinión: la columna y el editorial

4.Características del lenguaje publicitario:

- 1.- Originalidad, brevedad, sugerencia

5.Recursos lingüísticos del lenguaje publicitario:

- 1.- Interrogaciones retóricas
- 2.- Enunciados imperativos
- 3.- Metáforas
- 4.- Comparaciones
- 5.- Dobles sentidos
- 6.- Hipérboles
- 7.- Paradojas
- 8.- Aliteraciones

6.La estructura de los enunciados publicitarios. Tipología oracional

- 1.- La oración simple
- 2.- La yuxtaposición
- 3.- Oraciones coordinadas
- 4.- La expresión de la causalidad

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:

- 1.- Prensa
- 2.- Radio
- 3.- Televisión
- 4.- Redes sociales

4.Características de la publicidad y promoción en redes sociales y en webs especializadas. Idiosincrasia del mensaje en internet ("honestidad")

- 1.- La lectura crítica de la web. Determinación de palabras claves de la web
- 2.- Organizar la información: claridad y eficacia en la transmisión del mensaje que se quiere transmitir

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

1.Técnicas para la redacción de textos cortos

- 1.- Solapas
- 2.- Cubiertas
- 3.- Estuches
- 4.- Carátulas
- 5.- Guías de producto
- 6.- Embalaje del producto

- 2.Redacción de textos promocionales en 2.0
- 3.Técnicas para la redacción de textos para la Web
 - 1.- El hipertexto. Características

PARTE 6. 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 videos

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