

Programa del curso

1. Introducción al mundo de la edición

- 1.1 Panorámica histórica de la industria editorial
- 1.2 Estructura y problemas actuales
- 1.3 Edición de libros y organización de una empresa editorial
- 1.4 Evolución del público lector
- 1.5 El mercado editorial
- 1.6 Tipos de editoriales: públicas, privadas, institucionales

2. Autores, editores, manuscritos y agentes literarios

- 2.1 El proceso de edición: una visión de conjunto
- 2.2 Director editorial y editores
- 2.3 Determinación de una política editorial
- 2.4 Definición de un proyecto editorial: la configuración de un catálogo
- 2.5 Viabilidad de un proyecto editorial

3. El proceso de la edición

- 3.1 El Comité editorial
- 3.2 Propiedad intelectual
- 3.3 Derechos de autor
- 3.4 Aspectos económicos y financieros
- 3.5 Aspectos jurídicos de la edición

4. Producción y realización

- 4.1 Tratamiento del original
- 4.2 La composición tipográfica
- 4.3 Textos editoriales
- 4.4 Diseño y maquetación
- 4.5 La impresión
- 4.6 El papel y la encuadernación

5. Proceso editorial: comunicación y comercialización

- 5.1 Márketing editorial
- 5.2 Distribución
- 5.3 La crítica literaria
- 5.4 La librería
- 5.5 Las grandes cadenas
- 5.6 Ferias del libro
- 5.7 Gestión y protección electrónica de la información

6. Tipologías editoriales

- 6.1 La edición literaria
- 6.2 La edición de no ficción
- 6.3 La edición universitaria
- 6.4 La edición de bolsillo
- 6.5 Las publicaciones periódicas
- 6.6 La edición de libros de texto

7. Nuevas tecnologías. La edición digital

- 7.1 Los editores ante el libro digital
- 7.2 Nuevos soportes para la edición
- 7.3 Publicaciones en formato digital
- 7.4 Ediciones para la globalización
- 7.5 El futuro de la edición digital

8. Prácticum: coordinación editorial

- 8.1 Cómo crear un proyecto editorial
- 8.2 Proyecto final



Con la colaboración de



Máster en Edición

2010 - 2011
VI Edición

Departamento de Comunicación
Audiovisual y de Publicidad I
Departamento de Filología Española

UAB
Universitat Autònoma de Barcelona

Presentación

El Máster en Edición tiene por objeto la formación teórica y práctica de los futuros profesionales del mundo editorial. En este sentido se diferencia de otros cursos similares por la equivalente importancia que en su programa concede a los tres aspectos esenciales: arte, oficio y negocio.

Tanto la larga experiencia profesional de los directores y profesores del máster como el propio diseño del curso pretenden garantizar a los alumnos una visión global de la edición y la introducción a todas aquellas especialidades cuyo conocimiento práctico abre las puertas a los puestos de trabajo en las editoriales ya establecidas o al establecimiento de nuevos sellos independientes con garantías de supervivencia y de éxito.

Son numerosos los alumnos de las anteriores ediciones del máster que actualmente trabajan en las más diversas empresas editoriales, tanto en España como en América Latina, lo mismo en departamentos editoriales de diversos sellos como en agencias y oficinas de prensa.

Destinatarios

El máster se dirige a licenciados, ingenieros superiores o con titulación equivalente del segundo ciclo y diplomados que buscan una oportunidad en el mundo editorial. También está abierto a los profesionales del sector que estén interesados en mejorar su capacitación y por tanto en superar su actual posición dentro del sector.

Organización

El Máster en Edición está organizado conjuntamente por el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I y el Departamento de Filología Española, ambos de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Dirección del curso

Dr. José Luis Riva Amella. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Profesor de Diseño, composición y dirección de arte en prensa. Editor.

Dr. Gonzalo Pontón Gijón. Profesor de literatura comparada en la Universitat Autònoma de Barcelona y colaborador de la editorial Crítica. Ha sido editor de no ficción de Ediciones Destino.

Enrique Murillo Fort. Editor, traductor, escritor y periodista. Lector y encargado de prensa en Anagrama; participó en la fundación del suplemento *Babelia (El País)*; director

editorial de Plaza & Janés. Dirige la editorial Los Libros del Lince.

Profesorado

El profesorado del máster está constituido por profesores universitarios y por especialistas que trabajan en el sector editorial y que proporcionan al curso una orientación altamente técnica y profesional. Entre los profesionales que participan en la próxima edición se cuentan:

Pilar Beltrán, editora de Edicions 62. **Valeria Bergalli**, fundadora de Editorial Minúscula. **Pantaleó Bruguera**, copropietario y director de Tusquets. **Victoriano Colodrón**, director de CEDRO. **Carlota del Amo**, jefa de prensa de Lumen. **Ernest Folch**, director editorial de Ara Llibres. **Carlos de Gispert**, director general de Océano. **Toni Iturbe**, director de *Qué Leer*. **Joan Carles Marset**, director del Servicio de Publicaciones de la UAB. **José Martínez de Sousa**, escritor y miembro de la Asociación Española de Bibliografía. **Juan Maldonado**, profesor de la UAB y editor. **Virginia Marx**, scout (prospectora) internacional de Espasa, Feltrinelli y Rowohlt. **Lluís Morral**, director de las librerías Laie. **Lilian Neuman**, editora *freelance*. **Santos Palazzi**, director del área de mercado de masas del Grupo Planeta. **Joan Rimbau**, director editorial de Galaxia Gutenberg y subdirector de Círculo de Lectores. **Josep M. Riera**, escritor y editor. **Blanca Rosa Roca**, directora de Roca Editorial. **Gunther Rodewald**, director de la agencia literaria Ute Körner. **Ricard Ruiz**, periodista cultural. **Silvia Sesé**, editora de Destino, Grupo Planeta. **Fernando Valls**, profesor de Literatura Española en la UAB y crítico literario.

Plazas

Mínimo 20 y máximo 40.

Idioma

Las clases se imparten en castellano en atención a los participantes hispanoamericanos y de otras comunidades españolas. Alguna sesión se podrá impartir en inglés.

Duración

La duración del máster es la de un curso académico de 60 créditos ECTS con 260 horas lectivas. 15 créditos se destinan al trabajo final o proyecto de curso. Los alumnos admitidos pueden solicitar la realización de un período de prácticas que complementa las clases teóricas y los talleres

y que puede suponer un primer paso hacia la contratación profesional.

Calendario y horarios

Las clases se impartirán entre la segunda quincena de octubre de 2010 y junio de 2011, si bien las actas se cierran el 15 de septiembre de 2011.

Las sesiones se llevarán a cabo los martes, miércoles y jueves de 18 a 21 horas.

Sede del máster

Las sesiones del máster se llevarán a cabo en Barcelona, en el aula de la UAB en la *Casa de Convalescència* del Hospital de Sant Pau (c/ Sant Antoni Maria Claret, 171, Barcelona). Las sesiones de diseño editorial tendrán lugar en las aulas informatizadas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB en Bellaterra.

Precio y becas

El máster tiene un precio de 3.700 euros. La dirección ha dispuesto todos los años de un número limitado de ayudas en forma de becas para los estudiantes, ayudas que en ningún caso cubrirán la totalidad de la matrícula, sino una porción de la misma. Las becas sólo se concederán una vez comenzado el curso.

Preinscripción

Debe solicitarse la admisión al máster en el correo electrónico master.edicio@uab.cat acompañando el *curriculum vitae*. Una vez admitido, la preinscripción se realizará del 1 al 30 de julio de 2010 y con ella se abonará la cantidad de 300 euros. En el caso de los solicitantes no titulados, la dirección del máster tendrá en cuenta la experiencia profesional en el área.

La preinscripción se realiza en la Escola de Postgrau de la UAB (Edificio U. Campus de la UAB. Bellaterra). Tel. 93 581 24 91.

Matrícula

La matrícula se efectuará del 10 al 30 de septiembre de 2010. El importe de 3.400 € (deducida la preinscripción) se puede realizar en uno o dos plazos en la Escola de Postgrau. Para cualquier consulta al respecto: ep.formcont@uab.cat

Más información

master.edicio@uab.cat
<http://www.creacioneditorial.es>