

## 7. Edición de publicaciones periódicas

- 7.1 Revistas y boletines internos.
- 7.2 Características de las publicaciones periódicas.
- 7.3 Géneros de las publicaciones periódicas.
- 7.4 Tendencias actuales del diseño gráfico.

## 8. Aspectos jurídicos de la edición

- 8.1 El departamento de derechos de una editorial.
- 8.2 La Ley de Propiedad intelectual.
- 8.3 Los contratos: edición, traducción y obras de encargo.
- 8.4 Las agencias literarias.
- 8.5 Otras entidades de gestión; SGAE, CEDRO, VEGAP.

## 9. Nuevos soportes y tecnologías aplicadas a la edición

- 9.1 Soportes digitales y multimedia.
- 9.2 Características de la información digital: el hipertexto, la interactividad y el uso de los nuevos soportes editoriales.
- 9.3 La tecnología digital: bases de datos, programaciones y plataformas de publicación.
- 9.4 Concepción, diseño, desarrollo, evaluación y gestión de un proyecto digital.
- 9.5 Ediciones electrónicas para la web y otros soportes digitales: revistas y tesis doctorales.
- 9.6 El libro electrónico, un nuevo concepto de libro.

## 10. Marketing editorial

- 10.1 Introducción al Márketing.
- 10.2 El Marketing editorial: estratégico y operativo.
- 10.3 Estrategias de comunicación: el plan de marketing.
- 10.4 Distribución y comercialización.
- 10.5 El libro y la venta: libro de choque, libro de fondo, best-seller, grandes obras, coleccionables...
- 10.6 Comercio internacional y exportación: el mercado europeo y América latina. Otros mercados.
- 10.7 La comunicación y los sistemas de información.

## 11. Organización sectorial y marco institucional

- 11.1 Organismos profesionales: gremios y asociaciones de editores, de librerías, de distribuidores, de autores.
- 11.2 Organismos comerciales: cámaras del libro, cámaras de comercio.
- 11.3 Organismos institucionales: internacionales, estatales, regionales y de los distintos ámbitos culturales y lingüísticos.
- 11.4 Fuentes de información: guías profesionales, guías comerciales, publicaciones oficiales, Internet...

# Máster en Edición

2009 - 2010  
V Edición

 **UNE**  
UNIÓN DE EDITORIALES  
UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS

 **CEDRO**

**UAB**

Universitat Autònoma de Barcelona

Departament de Comunicació  
Audiovisual i de Publicitat

Servei de Publicacions



El campo editorial es un sector en crecimiento que ha experimentado fuertes cambios con la incorporación de las nuevas tecnologías y que necesita profesionales especializados en el tratamiento de contenidos en diferentes soportes (papel, on line y of line) y en la planificación y el control de las fases de edición. Así pues, este máster, orientado específicamente a la formación técnica de los profesionales de la edición, está constituido por diferentes módulos en los que se desarrollan todos los contenidos necesarios para adquirir una buena formación como editor. Además ofrece la posibilidad de realizar estancias de formación y prácticas en empresas del sector.

### **Destinatarios del máster**

Pueden acceder al máster todos los licenciados, ingenieros superiores o con titulación equivalente del segundo ciclo y diplomados en carreras que puedan tener su desarrollo profesional posterior en el campo de la edición, así como profesionales que acrediten tres años como mínimo de experiencia en el sector.

### **Objetivos**

Capacitar profesionalmente en edición a titulados universitarios de fuerte cualificación intelectual para un sector de la industria cultural que hace de España la cuarta potencia editorial del mundo.

### **Duración**

La duración del máster es de un curso académico en el que se realizan 60 créditos ECTS con 220 horas lectivas. 10 créditos se destinan a prácticas en empresas editoriales y otros 10 al trabajo final o proyecto editorial.

El curso se impartirá desde octubre de 2009 a julio de 2010, concentrando las clases lectivas en tres días durante una semana de cada mes, en horario de 10 a 14 horas y de 16 a 20 horas.

### **Organización**

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona, en colaboración con la Unión de Editoriales Universitarias Españolas. (UNE).

### **Aulas**

Escuela de Postgrau y aulas informatizadas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB, en Bellaterra, y aulas de la Casa de Convalecencia de la UAB en Barcelona.

### **Idioma**

Las clases se impartirán en castellano en atención de los participantes hispanoamericanos y de otras comunidades españolas.

### **Precio**

3.500 euros.

### **Plazas**

Mínimo de 10 y máximo de 30.

### **Evaluación**

La evaluación del curso se realiza mediante el seguimiento de los diferentes profesores en sus tutorías, por la asistencia a un mínimo del 80% de las clases y por la valoración del trabajo final que debe reunir elementos de todas las materias estudiadas.

El alumno debe elaborar un proyecto de edición de una colección de libros, una publicación periódica o un libro que refleje la asimilación de contenidos del curso en todos sus componentes, mediante la presentación de una maqueta del objeto del proyecto y el estudio completo de todos sus pormenores.

El proyecto final se presentará a primeros de julio y será evaluado mediante defensa ante un tribunal de tres profesores.

### **Titulación**

Título de Máster en Edición expedido por la Universidad Autónoma de Barcelona con la colaboración de la UNE.

### **Coordinación**

José Luis Riva Amella, doctor en Ciencias de la Información, Profesor Titular de la UAB.

Xavier Salla García, doctor en Ciencias de la Comunicación. Profesor de la UAB.

### **Información**

[master.edicio@uab.cat](mailto:master.edicio@uab.cat)

### **Inscripción y matrícula**

Con la solicitud de admisión es necesario enviar curriculum vitae antes del 30 de julio de 2009 a [master.edicio@uab.cat](mailto:master.edicio@uab.cat)

El plazo de inscripción será del 1 al 30 de julio de 2009. Se abonará entonces la cantidad de 300 euros.

La matrícula se efectuará del 1 al 10 de octubre de 2009 y será de 3.200 euros (una vez descontada la preinscripción). Puede abonarse en uno o dos plazos.

La preinscripción y la matrícula se realizarán en la Escuela de Postgrau de la UAB. (Edificio U. Campus de la UAB. 08193 Bellaterra. Tel. 93 581 24 91 [ep.formcont@uab.es](mailto:ep.formcont@uab.es))

### **Profesorado**

El profesorado del máster está constituido tanto por profesores universitarios (principalmente de la UAB) como por especialistas que trabajan en el sector editorial y que proporcionan una orientación altamente técnica y profesional.

---

## **PROGRAMA**

---

### **1. Introducción al mundo de la edición**

- 1.1 Panorámica histórica de la industria editorial.
- 1.2 Estructura y problemas actuales.
- 1.3 La edición de libros y la 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. Creación de proyectos editoriales**

- 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. Preproducción editorial**

- 3.1 El original.
- 3.2 Grafismos.
- 3.3 Blancos o contragrafismos: definición, clases y usos.
- 3.4 La composición.
- 3.5 La corrección editorial.
- 3.6 Diseño y maquetación.
- 3.7 Aplicaciones informáticas: InDesign, PhotoShop e Illustrator.

### **4. Producción editorial**

- 4.1 La impresión.
- 4.2 La encuadernación.

### **5. El presupuesto editorial**

- 5.1 Tipos de presupuestos.
- 5.2 Clasificación de los gastos: fijos y variables.
- 5.3 El escandallo de costes.
- 5.4 Decisiones editoriales.

### **6. La edición universitaria**

- 6.1 Evolución histórica y problemática actual.
- 6.2 Una perspectiva internacional.
- 6.3 El panorama europeo.
- 6.4 La edición universitaria en España.
- 6.5 El papel del editor universitario: Criterios específicos para las ediciones universitarias.
- 6.6 Edición de libros y de revistas universitarias.