

Máster en Organización de Contenidos Editoriales



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Organización de Contenidos Editoriales



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

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





EDUCA BUSINESS SCHOOL
como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A
con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso
con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.
Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE ÁREA MANAGER



Con el aval del Consejo Español del Comercio Electrónico y Social de la UNESCO (Ibero-Redacción 2005)



Descripción

Si trabaja en el sector de las artes gráficas y desea aprender los conceptos clave sobre los contenidos editoriales este es su momento, con el Master en Organización de Contenidos Editoriales podrá adquirir los conocimientos necesarios para desarrollar esta labor de la mejor manera posible.

Objetivos

Los objetivos que se pretenden alcanzar con el presente Master Organización de Contenidos Editoriales son los siguientes: - Desarrollar diseños gráficos de los productos y preparar originales para su procesado. - 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. - Clasificar obras en función de una línea editorial determinada teniendo en cuenta la signatura nacional o internacional y las características que la definen. - Analizar los procesos y el mercado de los servicios editoriales mediante catálogos y guías de servicios. - Identificar los estándares de calidad que debe cumplir un encargo editorial y sus mínimos requisitos técnicos. - Programar la edición de una obra fijando los objetivos de aparición en el mercado y manejando herramientas informáticas de gestión de proyectos. - Realizar la corrección de las pruebas impresas y maquetadas atendiendo las normas ortotipográficas y de composición de textos. - 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.

Para qué te prepara

Este Master en Organización de Contenidos Editoriales está dirigido a profesionales del sector que deseen ampliar su formación y adquirir contenidos sobre la gestión de contenidos editoriales y corrección de estilos.

A quién va dirigido

El Master en Organización de Contenidos Editoriales le prepara para tener una visión completa sobre el entorno editorial especializándose en los contenidos editoriales y la gestión de la Ortotipografía.

Salidas laborales

Una vez finalizada la presente formación, habrás adquirido los conocimientos y habilidades que

aumentarán tus expectativas laborales en los sectores de: Artes Gráficas y Contenido editorial.

TEMARIO

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. 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 3. 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 4. 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 5. CORRECCIÓN DE TEXTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCADO DE TEXTOS MEDIANTE SIGNOS UNE NORMALIZADOS

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 2. NORMAS DE COMPOSICIÓN

1. Uso de las distintas familias y subfamilias
2. Tipología. Elementos de los caracteres
3. Familias tipográficas. Clasificación
4. Normas sobre la utilización de los signos de ortografía
5. Reglas de acentuación
6. Reglas sobre el empleo de los estilos de letra: cursiva, negrita, versalitas y mayúsculas
7. Normas sobre la utilización de la numeración y letras voladas
8. Normas para el uso de otros idiomas
9. Normas para la utilización de apartados y enumeraciones

10. Normas para el empleo de citas y transcripciones
11. Normas sobre el empleo de notas a pie de página y bibliografías
12. Normas para el empleo de siglas y abreviaturas
13. Tipos de párrafos. Características
14. Sangrías. Clasificación y reglas
15. Administración de espacios: márgenes, cuerpos, interlineados, separación de párrafos y otros
16. Defectos de la composición: viudas, huérfanas y otros
17. Normas de libro de estilo
18. Relación de las normas de composición según el tipo de producto gráfico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNDAMENTOS PARA LA REDACCIÓN Y CORRECCIÓN DE ESTILO DE TEXTOS EDITORIALES

1. Revisión de conceptos gramaticales: prosodia, ortografía, morfología y sintaxis
2. Estructura sintáctica y clasificación de oraciones
3. Estudio de la oración compuesta
4. Estructura de los escritos según su clase
5. Normas gramaticales y ortográficas
6. Normas de redacción y corrección de estilo
7. Utilización del libro de estilo en las empresas editoriales
8. Estilo del texto según el tipo de producto editorial y según la zona geográfica a la que está destinado

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CORRECCIÓN DE ORIGINALES Y DE PRUEBAS IMPRESAS

1. Fases de la corrección de originales
2. Corrección ortográfica de originales
3. Corrección de estilo de los originales
4. Fases de la corrección de pruebas
5. Corrección de pruebas impresas
6. Ajustes para el flujo de textos. Recorridos
7. Comprobación de pruebas impresas
8. Corrección y comprobación de libros
9. Corrección y comprobación de revistas y folletos
10. Herramientas informáticas para Corrección ortográfica

PARTE 6. 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 7. EBOOKS Y REVISTAS DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS LIBROS ELECTRÓNICOS

1. ¿Qué es un eBook?
2. Demanda de eBook
3. Lectores de Libros Electrónicos
4. Diferentes formatos de eBook
5. Formato ePub Maquetación Ajustable y Fija
6. Ejercicios Prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONFIGURACIÓN Y CREACIÓN PROFESIONAL DE EBOOKS

1. Como configurar una página en InDesign para la creación profesional de eBooks
2. Cómo importar texto de Word a InDesign
3. Adobe Digital Editions , Readiun y Kindle Previewer
4. Metodología a seguir en la maquetación de eBooks
5. Ejercicios Prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DEL COLOR PARA EBOOKS

1. Aplicar color
2. Muestras y Matices
3. Degradado
4. Efectos
5. Ejercicios prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTILOS

1. Estilos de párrafo y carácter
2. Tablas
3. Capitulares, estilos anidados y estilos GREP
4. Reemplazar y modificar formato local
5. Ejercicios Prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA CREACIÓN EBOOKS CON INDESIGN I

1. Imágenes: Importar y objetos anclados

2. Imágenes: Marcos, exportación de objetos
3. Hipervínculos y referencias cruzadas
4. Metadatos, el estándar XMP
5. Añadir Audio a los eBooks
6. Añadir Vídeo a los eBooks
7. Ejercicios Prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA CREACIÓN EBOOKS CON INDESIGN II

1. Diccionarios, listas y notas al pie
2. Tablas de contenido
3. Panel artículos: el orden de los elementos
4. Etiquetas personalizadas: clases, estilos, importación
5. Portadas para ePub
6. Ejercicios Prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CAPAS, BOTONES Y ANIMACIONES

1. Capas: Trabajo, adición de objetos, orden
2. Crear botones interactivos
3. Diapositivas
4. Ventanas emergentes
5. Pies de foto interactivos
6. Animación de objetos
7. Ejercicios Prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRABAJAR CON DISEÑOS FLOTANTES Y ALTERNATIVOS

1. Flujo de trabajo correcto
2. Diseños Flotantes
3. Diseños Alternativos
4. Ejercicios Prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICAR ONLINE DESDE INDESIGN

1. ¿Qué es Publish Online y como funciona?
2. Visualización del documento publicado
3. Panel de control de Publish Online
4. Ejercicios Prácticos

