

PRESUPUESTO, VIABILIDAD Y MERCADO DEL PRODUCTO EDITORIAL



SKU: UF1901_V2

Horas: 50

OBJETIVOS

Elaborar el presupuesto de diferentes áreas de la edición de un proyecto editorial: derechos de autor, imagen, diseño, programación, distribución y logística, Elaborar el presupuesto global y determinar la viabilidad de un proyecto editorial valorando el público destino, los costes de edición y distribución, la existencia de obras paralelas y la rentabilidad, Valorar la potencialidad de un producto editorial teniendo en cuenta los estudios de mercado,

CONTENIDO

Tema 1. Presupuestos del proyecto editorial

- 1.1. Análisis de las fases y distribución del trabajo
- 1.2. Planificación de tareas
- 1.3. Distribución de los recursos
- 1.4. Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto
- 1.5. Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto
- 1.6. Seguimiento y control del presupuesto

Tema 2. Viabilidad del producto editorial

- 2.1. Conceptos relativos al coste
- 2.2. Clasificación de los costes
- 2.3. Métodos de estimación de costes. Ratios de rentabilidad
- 2.4. Presupuesto editorial. Estimación de ventas
- 2.5. Evaluación de riesgos de la publicación
- 2.6. Sinergias de la edición que conllevan una disminución de la carga de costes

Tema 3. Marketing de la edición

- 3.1. Conocimiento del producto

- 3.2. Conocimiento de los lectores reales y potenciales
- 3.3. Estudio de Mercado. Mercado Global
- 3.4 Circuitos de comercialización y venta
- 3.5. Políticas de calidad y promoción del producto editorial
- 3.6. Planes y estrategias para conseguir el máximo de ventas en los diferentes canales de distribución
- 3.7. Diversificación de la oferta
- 3.8. Nuevos canales de difusión

Tema 4. Productos editoriales de nueva generación

- 4.1. Libro electrónico. Principales Características Técnicas
- 4.2. Contenidos para dispositivos móviles. Principales características técnicas
- 4.3. Web. Principales características técnicas
- 4.4. Red. Protocolos