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,

CONTENIDOS

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