

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades, accede a la **sección Tareas** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 1	Tema 1. Panorama editorial en español 1.1. Introducción y objetivos 1.2. El panorama editorial en España y Latinoamérica 1.3. Evolución histórica de la industria editorial en España	Asistencia a 2 clases en directo a lo largo de la asignatura (0.25 puntos cada una)	Presentación de la asignatura Clase del tema 1
Semana 2	Tema 1. Panorama editorial en español (continuación) 1.4. Multinacionales del español 1.5. La internacionalización del sector editorial en español 1.6. El tiempo de las editoriales minúsculas	Test Tema 1 (0.1 puntos)	Clase del tema 1
Semana 3	Tema 2. El editor como empresario que publica libros 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Qué es una editorial 2.3. El libro: concepto, evolución y taxonomía 2.4. El proceso de producción del libro 2.5. El proceso de distribución y comercialización de los libros		Clase del tema 2
Semana 4	Tema 2. El editor como empresario que publica libros (continuación) 2.6. El proceso de producción del libro 2.7. El proceso de distribución y comercialización de los libros	Actividad: Cómo y dónde presentar la biografía de autor en un libro (4.5 puntos) Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del tema 2 Presentación de la Actividad: Cómo y dónde presentar la biografía de autor en un libro
Semana 5	Tema 3. Siguiendo la cadena de valor. Quién es quién en el sector del libro 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Agentes tradicionales de la cadena de valor 3.3. El autor 3.4. El agente editorial.		Clase del tema 3
Semana 6	Tema 3. Siguiendo la cadena de valor. Quién es quién en el sector del libro (continuación) 3.4. El editor y tipos de editores 3.5. El distribuidor 3.6. El librero	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del tema 3
Semana 7	Tema 4. Edición de libros y literatura 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Tipos de edición de libros 4.3. Edición de libros no literaria 4.4. Edición científica y técnica 4.5. La edición de libros infantiles 4.6. Edición corporativa 4.7. Caminos alternativos de edición: de formas impresas a formas digitales	Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del tema 4 Clase de resolución de la Actividad: Cómo y dónde presentar la biografía de autor en un libro

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
Semana 8	Tema 5. Métodos editoriales: más allá de la corrección, la traducción, la maquetación y el diseño 5.1. Introducción y objetivos 5.2. El diseño editorial 5.3. Cómo preparar un documento para maquetar	Actividad: Estrategias de edición y promoción de determinadas obras consideradas casos de éxito (4.5 puntos)	Clase del tema 5 Presentación de la Actividad: Estrategias de edición y promoción de determinadas obras consideradas casos de éxito
Semana 9	Tema 5. Métodos editoriales: más allá de la corrección, la traducción, la maquetación y el diseño (continuación) 5.4. Corrección de estilo y ortotipográfica 5.5. La importancia de la cubierta 5.6. Las partes de un libro en papel 5.7. Tipologías de encuadernación de libros	Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del tema 5
Semana 10	Tema 6. Propiedad intelectual y contratación 6.1. Introducción y objetivos 6.2. La elección del agente y del editor 6.3. El contrato de edición 6.4. Otros tipos de contratos editoriales	Actividad: Taller virtual de gestión editorial (4.5 puntos)	Clase del tema 6 Presentación de la Actividad: Taller virtual de gestión editorial Clase de explicación del modelo de examen
Semana 11	Tema 6. Propiedad intelectual y contratación (continuación) 6.5. Compra y venta de derechos 6.6. Nuevos marcos legales y productos multiformato 6.7. Ferias del libro	Test Tema 6 (0.1 puntos)	Clase del tema 6 Clase de resolución de la Actividad: Estrategias de edición y promoción de determinadas obras consideradas casos de éxito
Semana 12	Tema 7. Marketing para escritores 7.1. Introducción y objetivos 7.2. <i>Branding</i> personal e imagen corporativa. Creación del <i>briefing</i> 7.3. Estrategias de <i>marketing</i> digital: diseño de un plan de medios 7.4. Monitorización de los resultados en redes 7.5. Crítica en medios tradicionales y digitales	Test Tema 7 (0.1 puntos)	Clase del tema 7
Semana 13	Tema 8. La autoedición 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Cómo identificar una editorial de coedición o autopublicación 8.3. Editar y publicar no son sinónimos 8.4. Autoedición y autopublicación: diferencias y semejanzas 8.5. Vanity Publishing 8.6. Kindle Direct Publishing	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del tema 8 Clase del Taller virtual de gestión editorial
Semana 14	Tema 9. El libro y la industria editorial: la ruptura con la tradición 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Del libro a la pantalla: el cambio de paradigma creativo, productivo y de difusión 9.3. Nuevos modelos de negocio	Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase del tema 9
Semana 15	Tema 10. Fijación del precio del libro y fiscalidad 10.1. Introducción y objetivos 10.2. El precio fijo 10.3. La participación de los agentes en el precio del libro 10.4. Fiscalidad de la edición	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del tema 10 Clase de resolución de la Actividad: Taller virtual de gestión editorial
Semana 16	Semana de exámenes		

