

## ANEXO X

### I. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

**Denominación:** Asistencia a la edición

**Código:** ARGN0210

**Familia profesional:** Artes Gráficas

**Área profesional:** Edición

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Cualificación profesional de referencia:**

ARG292\_3 Asistencia a la edición (RD 1135/2007 de 31 de agosto,)

**Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:**

- UC0931\_3 Colaborar en la gestión y planificación de la edición.
- UC0932\_3 Corregir los textos de forma estilística y orto tipográfica
- UC0933\_3 Organizar los contenidos de la obra
- UC0934\_3 Gestionar la contratación de derechos de autor

**Competencia general:**

Asistir y colaborar en la gestión y edición editorial, realizando la corrección estilística y orto tipográfico de textos, gestionando la contratación de los derechos de autor de textos e imágenes y organizando los contenidos de la obra, manteniendo los criterios y calendarios del programa de la editorial.

**Entorno Profesional:**

Ámbito profesional:

Desarrolla su actividad profesional en editoriales de productos impresos: libros, revistas y fascículos. Editoriales de ediciones digitales, servicios de publicaciones de universidades. Gabinetes de comunicación, agencias de publicidad, agencias literarias, en general empresas en las que se edita texto escrito de difusión pública. También puede desarrollar sus funciones en departamentos de comunicación, información y departamentos de derechos de autor. En medianas o grandes empresas, públicas y privadas. La actividad se realiza por cuenta propia o ajena

Sectores productivos:

Editorial. Artes gráficas. Cualquier otro sector productivo, dentro del departamento de comunicación y publicidad con presencia de ediciones convencionales en papel y digitales.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados:

- 2921.1032 Corrector de estilo.
- 2921.1069 Lector de originales.

3129.1086 Técnico editor.  
4222.1023 Corrector orto tipográfico  
Asistente de editor de libros.  
Asistente de editor digital.  
Técnico en derechos de autor.  
Asistente de editor de fascículos.  
Asistente de editor de revistas.  
Asistente de agente literario.

**Duración de la formación asociada:** 570 horas

**Relación de módulos formativos y de unidades formativas:**

MF0931\_3: Gestión y planificación editorial (120 horas)

- UF1900: Gestión del producto editorial (70 horas)
- UF1901: Presupuesto, viabilidad y mercado del producto editorial (50 horas)

MF0932\_3: Corrección de textos de estilo y orto tipografía (100 horas)

- UF1902: Corrección de textos (60 horas)
- UF1903: Elaboración de reseñas para productos editoriales (40 horas)

MF0933\_3: Organización de contenidos editoriales (180 horas)

- UF1904: Definición y diseño de productos editoriales (70 horas)
- UF1905: Tratamiento de textos para contenidos editoriales (60 horas)
- UF1906: Selección y adecuación de la imagen para productos editoriales (50 horas)

MF0934\_3: Contratación de derechos de autor (90 horas)

MP0400: Módulo de prácticas profesionales no laborales de asistencia a la edición (80 horas)

## II. PERFIL PROFESIONAL DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

**Unidad de competencia 1**

**Denominación:** COLABORAR EN LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE LA EDICIÓN

**Nivel:** 3

**Código:** UC0931\_3

**Realizaciones profesionales y criterios de realización**

RP1: Recepcionar y clasificar originales de textos e imágenes, para valorar su posible edición, según la línea de la editorial actualizada por el editor.

CR1.1 La línea editorial definida por el director editorial se aplica en la selección de las obras.

CR1.2 Los originales recibidos, en papel o en formato digital, se clasifican en función de las colecciones o las series de la editorial.

CR1.3 Los originales o propuestas de edición recibidos se inscriben en el registro de entrada, comunicándole al autor tanto el rechazo como el registro.

CR1.4 Los títulos preseleccionados se derivan al editor que decide su publicación.

CR1.5 Los títulos no seleccionados se devuelven al autor mediante comunicado escrito.

RP2: Encargar originales, imágenes y traducciones de textos, para la edición de las obras, según la programación definida en el plan editorial.

CR2.1 El plan editorial a la vista se tiene en cuenta en el encargo de originales, siempre por indicación de la editorial.

CR2.2 El encargo de los originales para la edición de obras nuevas se realiza teniendo en cuenta los bancos de imágenes y bases de datos de contenidos.

CR2.3 La traducción y edición de obras se encargan, ocasionalmente, a partir de la selección de originales en ferias nacionales e internacionales, de acuerdo con las instrucciones del director editorial.

CR2.5 Las imágenes no disponibles en el archivo editorial se encargan a fotógrafos, dibujantes o empresas especializadas conforme a las necesidades de la obra.

RP3: Realizar el presupuesto de edición estimando el coste global de la obra, contemplando los derechos, la producción, la difusión y la distribución.

CR3.1 El cálculo de costes de las fases de edición hasta la entrega del CD o similar para la producción, se realiza teniendo en cuenta las distintas fases de la ejecución.

CR3.2 Los costes fijos correspondientes a proveedores, diseño y maquetación se estiman conforme a los costes de mercado.

CR3.3 Los costes variables se establecen conforme a la tirada de la obra, determinada por el departamento comercial

CR3.4 Los costes variables se obtienen consultando catálogos y bases de datos de precios de proveedores

CR3.5 Los derechos de autor se recogen conforme al tipo de contrato establecido por la editorial.

CR3.6 La valoración económica de la difusión y distribución se realiza teniendo en cuenta la programación de la campaña de difusión del libro, marcada por los responsables de distribución y venta.

CR3.7 Los costes generales de la empresa se recogen como tal en la estimación del coste de la obra.

CR3.8 Los costes de los soportes se tienen en cuenta conforme a sus estándares y formatos normalizados.

CR3.9 La estimación del coste detallado con las fases contratadas se recoge, facilitando su comprobación con los costes de la obra reflejados en las facturas.

RP4: Realizar el informe sobre la viabilidad de la obra, para valorar su posible edición, atendiendo a los análisis de la red de lectores especializados, a la concurrencia de obras paralelas y a los criterios de rentabilidad

CR4.1 El informe del análisis de la red de los lectores especializados es conciso y recoge los distintos aspectos sobre los que se les consulta, ya sean cuestiones formales, de redacción o de contenidos.

CR4.2 Las obras propuestas se singularizan, de forma que no compitan con otras publicaciones de la propia editorial, consultando la base de datos del ISBN, internet y prensa especializada.

CR4.3 La rentabilidad de la obra que se va a editar se calcula teniendo en cuenta los objetivos de ventas y la tirada, en relación con el coste de edición.

CR4.4 La ficha técnica y las hojas de planificación se realizan concretando el formato, características de la colección, previsión de páginas, pantallas, caracteres previstos y fechas previstas de aparición.

CR4.5 La expectativa de venta de la futura edición se estima tomando como referencia la venta de la obra en otro idioma, los estudios de mercado y los informes técnicos.

CR4.6 El entorno competitivo se analiza, valorando los competidores reales, los competidores potenciales, la demanda y los productos sustitutivos.

CR4.7 El informe sobre la viabilidad de la obra recoge la valoración de los lectores potenciales, nicho de mercado y criterios de rentabilidad.

RP5: Intervenir en la programación de la edición, para cumplir los objetivos de aparición y difusión de la obra, colaborando con el equipo editorial.

CR5.1 Las fases de realización de la edición se determinan, de acuerdo a la dirección editorial, teniendo en cuenta los conceptos de traducción, corrección de estilo, fotografía, ilustración, cartografía, diseño gráfico y maquetación.

CR5.2 Las características y particularidades de la fase de edición se especifican teniendo en cuenta el tipo de corrección, línea de maquetación, características y tipos de ilustraciones, cartografía y navegación de la obra.

CR5.3 Las especificaciones de las distintas fases de edición se recogen en un informe, de acuerdo con el libro de estilo de la editorial.

CR5.4 La producción de la obra seleccionada se programa teniendo en cuenta las necesidades de calendario de aparición en el mercado.

CR5.5 Las fichas bibliográficas para las librerías se disponen aportando toda la información necesaria sobre la obra a publicar.

CR5.6 Los profesionales o las empresas necesarios se seleccionan, según las pautas indicadas por el equipo editorial, teniendo en cuenta las necesidades de participación en la obra, la calificación de normativa ISO relacionada con la gestión de la calidad y medioambiente y sus conocimientos de acuerdo con el formato editorial escogido.

CR5.7 La página o pantalla de créditos se determina, haciendo constar el ISBN (International Standard Books Number), el ISSN (International Serial Standard Number) el © (propiedad intelectual), el Depósito Legal y otros.

CR5.8 El calendario de realización de la obra se confecciona atendiendo a las necesidades comerciales de la aparición de la obra, en coordinación con el departamento comercial.

CR5.9 La campaña de difusión de la obra se programa de acuerdo con los responsables de distribución y ventas especiales.

### **Contexto profesional**

#### **Medios de producción**

Originales para evaluar. Equipos de medidas. Metro. Tipómetro. Equipos informáticos. Impresoras láser. Grabadoras de CD y DVD. Bibliografía de consulta (impresa y virtual): diccionarios, manuales y otros. Software de tratamiento de textos. Software de tratamiento imágenes. Hojas de cálculo. Programas de presupuestos editoriales. Bases de datos de contenidos. Bancos de imágenes. Internet.

#### **Productos y resultados**

Originales clasificados. Imágenes encargadas. Originales encargados. Traducciones encargadas. Originales seleccionados. Presupuestos. Calendario de realización.

Informe de viabilidad de la obra o valoración de la red de lectores, de los competidores reales, potenciales, de la demanda y de los productos sustitutivos. Programación de la edición. Base de datos de autores, traductores, profesionales y empresas colaboradoras.

#### **Información utilizada o generada**

Registro de entrada de obras. Comunicado de devolución de obras. Programación de obras. Plan editorial. Instrucciones del director editorial. Coste. Mercado de proveedores. Diseño y maquetación. Bases de datos. Tirada de la obra. Derechos de autor. Programación de difusión de la obra. Formatos normalizados. Estándares.

Análisis de red de lectores. Ficha técnica. Hojas de planificación. Informe sobre las fases. Normas ISO relacionadas con la gestión de calidad y de medioambiente y normas UNE

## Unidad de competencia 2

**Denominación:** CORREGIR LOS TEXTOS DE FORMA ESTILÍSTICA Y ORTOTIPOGRÁFICA

**Nivel:** 3

**Código:** UC0932\_3

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Realizar la corrección de los originales de texto, en el aspecto sintáctico y ortográfico, para mejorar la comprensión conforme al libro de estilo de la editorial y a las indicaciones del editor

CR1.1 Los originales de texto recibidos, en papel o en formato digital, se corrigen ortográficamente de acuerdo con la normativa de la lengua y el país de edición.

CR1.2 Los originales de texto recibidos se corrigen en cuanto a las puntuaciones y los textos diferenciados como citas o destacados.

CR1.3 La corrección sintáctica de los textos se realiza teniendo en cuenta el estilo literario y la intencionalidad, así como el público destinatario de la obra.

CR1.4 Los anacolutos, cacofonías y palabras malsonantes se evitan a lo largo del texto.

CR1.5 La corrección se consensua con los autores o editores especialmente en las modificaciones que vulneren la normativa gramatical.

CR1.6 La exactitud de los datos del texto se comprueba, siempre que la información le sea accesible y en caso de duda, se señala para su comprobación por parte del autor o corrector de concepto.

CR1.7 Las posibles correcciones de los originales se realizan sobre una fotocopia de los mismos, marcando las indicaciones de forma clara, utilizando los signos convencionales normalizados.

CR1.8 Todas las correcciones se realizan teniendo en cuenta las normas de la editorial, recogidas en el libro de estilo

RP2: Realizar la corrección de las pruebas impresas ya maquetadas, aplicando las normas orto tipográficas y de composición, para cumplir los parámetros de calidad requeridos de los textos.

CR2.1 La corrección de pruebas se realiza marcando los errores de forma clara, mediante llamadas marginales y utilizando los signos convencionales normalizados

CR2.2 La corrección se realiza teniendo en cuenta las tipografías y estilos tipográficos, así como los cuerpos e interlineados indicados en las especificaciones técnicas.

CR2.3 Los textos, las notas a pie de página, los pies de fotos, los destacados, las bibliografías y otras lecturas paralelas se corrigen aplicando las normas orto tipográficas y de composición.

CR2.4 El aspecto ortográfico del texto se revisa marcando las posibles correcciones

RP3: Realizar la comprobación de las pruebas impresas corregidas y preparar los índices que pueda llevar la obra, para concluir la fase de corrección.

CR3.1 Las pruebas previas y posteriores a la corrección se cotejan con pulcritud, asegurando la corrección de todas las indicaciones.

CR3.2 Los números de página, los números de llamadas de notas, números de capítulos y otros, se comprueban verificando su correcta numeración.

CR3.3 El número de divisiones silábicas consecutivas y las particiones malsonantes de los textos se comprueban y se marcan en las pruebas.

CR3.4 Los posibles recorridos de texto se comprueban teniendo en cuenta las nuevas divisiones silábicas y recorridos que se puedan generar en los mismos.

CR3.5 Los índices que pueda llevar la obra se confeccionan seleccionando las entradas que van a formar parte del índice.

CR3.6 Las entradas de los índices se buscan a lo largo de la obra y se anotan todas las páginas en las que aparece cada una de las entradas (definir las palabras "clave" para la localización de las partes más importantes).

CR3.7 Las referencias bibliográficas dentro del texto se cotejan con el original y con sí mismas en cuanto a su convención o formalidad.

RP4: Redactar pequeños textos, reseñas promocionales o bibliográficas, bibliografía final o fichas bibliográficas para su inclusión en la obra, cuarta de cubierta o solapas, siguiendo las directrices del editor.

CR4.1 La redacción de los pequeños textos se realiza de forma concisa y clara.

CR4.2 Los textos relativos a pies de fotos, títulos y subtítulos de texto y/o de tablas, estadillos, bibliografías y otros, que se crean o modifican dentro de la obra, se redactan teniendo en cuenta las particularidades técnicas y las directrices del editor.

CR4.3 Los textos relativos a pequeñas reseñas o pequeñas biografías del autor, colección y otros, que suelen ir en las solapas de la cubierta se redactan siguiendo las directrices del editor o del autor.

CR4.4 Las fichas bibliográficas y otras de similar contenido se redactan teniendo en cuenta las características técnicas y editoriales de las mismas.

CR4.5 Los textos pertenecientes tanto a reseñas promocionales como a recopilaciones bibliográficas siguen las características técnicas y editoriales de la misma, sea para su publicación en papel o en multimedia.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Ordenador. Impresora. Software de tratamiento de textos. Reglas, tipómetro. Diccionarios. Diccionarios de sinónimos. Enciclopedias. Teléfono. Fax. Correo electrónico. Acceso a Internet.

### Productos y resultados

Corrección de textos en libros, revistas, periódicos, publicaciones en formatos digital y otros productos editoriales. Originales de texto corregidos en el aspecto sintáctico y ortográfico. Marcado de textos. Corrección de pruebas. Corrección de tipografías, estilos, cuerpos e interlineados, citas, destacados, notas, pies de fotos, estadillos, bibliografías, divisiones silábicas adecuadas, recorridos de texto y otros. Comprobación de pruebas impresas en todos sus aspectos, tanto ortográficos como tipográficos y de numeración. Preparación de los índices. Redacción de pequeños textos para reseñas, pies de fotos, bibliografías, solapas, fichas técnicas y otros.

### Información utilizada o generada

Pruebas impresas para su corrección. Libro de estilo de la editorial. Indicaciones del editor. Normas ortográficas y gramaticales. Normas de composición. Especificaciones técnicas. Normas ISO y UNE. Signos convencionales de corrección.

## Unidad de competencia 3

**Denominación:** ORGANIZAR LOS CONTENIDOS DE LAS OBRA

**Nivel:** 3

**Código:** UC0933\_3

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Revisar los originales de texto, para evitar reiteraciones o lagunas en el contenido de la obra, adecuándolos a las jerarquías establecidas por el editor o a las normas de estilo.

CR1.1 Los contenidos del texto se revisan, comprobando que la distribución y coherencia de las distintas partes del libro, epígrafes y apartados mantienen un equilibrio.

CR1.2 El contenido del texto se revisa teniendo en cuenta las normas de estilo de la editorial.

CR1.3 Los originales del texto se revisan comprobando que el lenguaje, intencionalidad y redacción se adaptan al segmento de público al cual se dirige la obra.

CR1.4 Las modificaciones que se consideren necesarias en los contenidos de texto revisados se notifican al autor indicando los cambios apropiados

CR1.5 Las reiteraciones o lagunas en el contenido de la obra se analizan con el autor, mejorando el contenido si es preciso.

CR1.6 La división de capítulos, subcapítulos y epígrafes se revisan, comprobando que es la adecuada al contenido del texto.

CR1.7 Las notas a pie página, las bibliografías y las citas se comprueban, verificando que son formalmente coherentes con el conjunto de la obra y que responden al criterio editorial.

CR1.8 La correlación entre índices, términos, apartados y epígrafes se comprueban, verificando su exactitud.

RP2: Determinar las imágenes más adecuadas, de entre las seleccionadas en el proceso de gestión editorial, para su incorporación a la obra, atendiendo a los criterios editoriales.

CR2.1 Las fotografías se eligen, de acuerdo con el autor y los criterios editoriales, teniendo en cuenta los contenidos y garantizando un nivel de calidad técnica.

CR2.2 Las ilustraciones se eligen de acuerdo con los contenidos, teniendo en cuenta una continuidad de estilo en el conjunto de la obra.

CR2.3 La cartografía se determina, teniendo en cuenta las necesidades de la obra.

CR2.4 Las imágenes se seleccionan teniendo en cuenta las necesidades para transmitir los contenidos, garantizando el nivel de calidad técnica requerido.

RP3: Realizar las indicaciones técnicas y tipológicas del producto en el encargo del diseño gráfico y de la maqueta, para marcar las pautas de realización del proyecto editorial, según los criterios editoriales de la obra, teniendo en cuenta los criterios óptimos de producción.

CR3.1 Los criterios para realizar el diseño gráfico se indican teniendo en cuenta la temática de la obra, el público a quien va dirigido y la continuidad gráfica en las colecciones o series.

CR3.2 Los criterios para realizar la maqueta de la obra se indican, atendiendo a la optimización de los recursos y teniendo en cuenta la claridad y efectividad de los contenidos.

CR3.3 Los rangos de jerarquización de los textos ya determinados, se indican marcando las tipografías y los estilos tipográficos más adecuados a la obra, destacando los elementos más importantes.

CR3.4 Los criterios para el aprovechamiento del papel se establecen teniendo en cuenta los formatos estandarizados de los libros

CR3.5 Las indicaciones relativas a índices y epígrafes se realizan atendiendo a la exacta correspondencia entre los mismos a lo largo de la obra.

CR3.6 Las pautas a seguir, concernientes a índices temáticos, glosarios, bibliografías y otros se indican teniendo en cuenta las particularidades específicas de cada uno de ellos: número de columnas, tipo de párrafo, jerarquización y otras características.

RP4: Revisar, de acuerdo con las pautas editoriales, los procesos de diseño, cartografía y maquetación de la obra editorial sobre papel, para garantizar la calidad y el calendario, de forma exhaustiva.

CR4.1 El diseño de la cubierta se revisa valorando que se mantengan los criterios estilísticos de la colección, así como su idoneidad al público destinatario.

CR4.2 Los procesos de diseño, cartografía y maquetación se comprueban, valorando las relaciones existentes entre tipos de papel, tintas, gamas de colores utilizadas y otros.

CR4.3 El proceso de la maquetación se revisa, teniendo en cuenta las pautas marcadas en el libro de estilo.

CR4.4 Los posibles defectos relativos a líneas viudas, huérfanas y otros se identifican y corrigen, teniendo en cuenta las normas de compaginación.

CR4.5 El diseño y la maquetación cumplen con las indicaciones hechas en el encargo.

CR4.6 Los calendarios de producción se cumplen con precisión, respetando la programación editorial establecida y documentando el proceso con órdenes de fabricación y niveles de calidad.

## Contexto profesional

### Medios de producción

Equipos informáticos. Impresoras láser. Grabadoras de CD y DVD. Software de tratamiento de textos, de tratamiento de imágenes, de compresión y maquetación. Internet. Cartas de color. Originales de texto.

### Productos y resultados

Originales de texto revisados. Originales organizados según la jerarquía o normas de estilo. Contenidos de la obra mejorados. Selección de imágenes. Selección de tipografías. Procesos de diseño, cartografía y maquetación revisados.

### Información utilizada o generada

Indicaciones sobre la realización del diseño y la maqueta. Pautas sobre índices, bibliografías y otros. Pautas editoriales. Bibliotecas de color. Muestras de papel. Muestras de tinta. Libro de estilo. Normas de compaginación.



## Unidad de competencia 4

**Denominación:** GESTIONAR LA CONTRATACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

**Nivel:** 3

**Código:** UC0934\_3

### Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Acordar con los autores o representantes las condiciones de la contratación de originales de obras de encargo individuales, dentro de los márgenes establecidos por la editorial, para realizar el contrato.

CR1.1 Las características en las que la editorial se compromete a situar la obra en el mercado se acuerdan respetando el plazo de tiempo determinado en el contrato.

CR1.2 Las limitaciones de la cesión para la edición de la obra, se acuerdan con el autor.

CR1.3 Las posibles traducciones de la obra se establecen con el autor determinando los derechos a negociar en cada caso.

CR1.4 Los mínimos retributivos se ajustan a lo establecido en las disposiciones legales vigentes

CR1.5 Los aspectos de duración y utilización de los textos contratados se fijan teniendo en cuenta las particularidades relativas a la normativa de cesión de derechos de autor.

CR1.6 El porcentaje de derechos o el pago a tanto alzado que percibirán cada uno de los autores que participan en las obras colectivas, se ajustará con los autores.

RP2: Realizar la gestión de los derechos de autor de los textos para la formalización del contrato, contactando con los autores, agencias literarias u otros editores, de acuerdo con las condiciones establecidas por el editor.

CR2.1 La contratación se realiza asegurándose de que las agencias literarias acreditan la autoría y la disponibilidad de las obras a editar.

CR2.2 Los elementos contractuales más importantes: retribuciones, fecha de entrega de los originales, difusión y publicación de la obra, traducciones y demás elementos se recogen en el contrato según las indicaciones editoriales.

CR2.3 La forma en la que los créditos constarán en la obra editada, cuando son obras que tienen diversos autores, se especifican en el contrato.

CR2.4 El porcentaje de derechos, o el pago a tanto alzado que percibirá cada uno de los autores que participan en las obras colectivas se reflejarán en el contrato.

CR2.5 Los contratos de edición colectiva se realizan incluyendo los límites de la cesión de derechos, así como el uso temporal, el número de ediciones y los idiomas de edición.

CR2.6 El contrato se formaliza teniendo en cuenta el tipo de edición, de remuneración a tanto alzado, de coedición y otros.

CR2.7 El envío de ejemplares de contrato se acompaña de las indicaciones de firmas de forma sucesiva en todas las páginas y ejemplares.

CR2.8 Los ejemplares firmados por todas las partes se reciben, devolviéndose a cada firmante su ejemplar validado, evitando cualquier defecto de forma que invalide el mismo.

RP3: Acordar con los autores y/o las agencias especializadas la contratación de imágenes para su inclusión en la obra, ajustando los puntos del contrato a las características de la misma, siguiendo las instrucciones del editor.

CR3.1 La contratación de las imágenes, infografías, cartografías y registros sonoros se gestiona con los autores y/o agencias, teniendo en cuenta su adecuación a los contenidos de la obra.

CR3.2 El coste y uso de las fotografías elegidas con las agencias, reflejándolos en el contrato de uso.

CR3.3 La autoría y la propiedad de las fotografías se recogen en el contrato, indicando explícitamente su inclusión en la obra editada.

CR3.4 El copyright de las imágenes se recoge en el contrato, indicando explícitamente su inclusión en la obra editada.

CR3.5 Las ilustraciones, infografías y cartografía acordadas se contratan respondiendo a las necesidades definidas en la parte ilustrativa de la ilustración de la obra.

CR3.6 Las bases de datos de autores se mantienen actualizadas mediante la introducción de los datos de nuevos autores.

CR3.7 Las bases de datos de autores se actualizan en cuanto al vencimiento y a las cláusulas fijadas en el contrato.

## **Contexto profesional**

### **Medios de producción**

Equipos informáticos. Impresoras láser. Grabadoras de CD y DVD. Software: tratamiento de textos, Internet, Correo electrónico.

### **Productos y resultados**

Gestión de derechos de autor. Contrato de derechos. Textos contratados. Imágenes, ilustraciones, fotografías y cartografías contratadas. Infografías contratadas. Actualización de bases de datos de autores.

### **Información utilizada o generada**

Disposiciones legales vigentes. Información sobre cesión de derechos para la edición. Información sobre las posibles traducciones. Porcentajes de derechos de los autores. Créditos de la obra generada. Costes de la contratación a terceros.

### III. FORMACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

#### MÓDULO FORMATIVO 1

**Denominación:** GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN EDITORIAL

**Código:** MF0931\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC0931\_3: Colaborar en la gestión y planificación de la edición

**Duración:** 120 horas

#### UNIDAD FORMATIVA 1

**Denominación:** GESTIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

**Código:** UF1900

**Duración:** 70 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP5

#### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Clasificar obras en función de una línea editorial determinada teniendo en cuenta la signatura nacional o internacional y las características que la definen.

CE1.1 Reconocer los sistemas nacionales e internacionales de clasificación de colecciones o series editoriales.

CE1.2 Especificar los principales elementos que definen una línea editorial.

CE1.3 En un supuesto práctico, debidamente caracterizado, clasificar y adecuar originales a una serie o colección predefinida.

CE1.4 Decidir y definir los conceptos para la aceptación o rechazo de un conjunto de obras respecto de una supuesta línea editorial debidamente caracterizada.

CE1.5 Inscribir diferentes títulos editoriales en un registro de entrada tipo.

C2: Analizar los procesos y el mercado de los servicios editoriales mediante catálogos y guías de servicios.

CE2.1 Identificar y conocer las principales ferias nacionales e internacionales del sector editorial y manejando los catálogos de información asociada.

CE2.2 Conocer los flujos de los procesos productivos.

CE2.3 Conocer la aplicación de las Normas ISO destinadas al Medio Ambiente.

CE2.4 Disponer del compromiso de los colaboradores en el respeto del Medio Ambiente.

CE2.5 En un supuesto práctico debidamente caracterizado, confeccionar la ficha técnica y la relación de especificaciones para la obtención del producto editorial.

CE2.6 Realizar el encargo de un texto original para una obra cuya línea editorial se supone conocida.

CE2.7 Realizar el encargo para la traducción de un supuesto texto, teniendo en cuenta que la obra traducida deba integrarse en una hipotética línea editorial.

CE2.8 Realizar el encargo de otros servicios editoriales que aparecen a lo largo del proceso y que son necesarios para la creación del producto: correctores, maquetistas...

CE2.9 Dada una obra editorial:

- Enumerar y describir la documentación, información y especificaciones que debe entregarse a los distintos intervinientes en la elaboración y preparación de los originales: diseñadores, redactores, traductores, ilustradores, maquetistas.

C3: Identificar los estándares de calidad que debe cumplir un encargo editorial y sus mínimos requisitos técnicos.

CE3.1 Conocer las ventajas e inconvenientes de los diferentes tipos de archivo informático.

CE3.2 Conocer los mínimos de calidad que debe cumplir un trabajo de imagen: fotos (a tamaño, resolución suficiente para el producto final, CMYK/RGB), mapas con textos editables, audios, videos (calidad imagen y sonido).

CE3.3 Conocer los mínimos de calidad que debe cumplir un trabajo de texto: que sea editable, con estilos,...

CE3.4 Conocer los diferentes programas de diseño/maquetación y sus versiones con la finalidad de analizar ventajas e inconvenientes.

C4: Programar la edición de una obra fijando los objetivos de aparición en el mercado y manejando herramientas informáticas de gestión de proyectos.

CE4.1 Manejar herramientas informáticas con programas específicos de gestión de proyectos.

CE4.2 Definir tareas y el orden lógico de ejecución en un proyecto editorial dado.

CE4.3 Planificar la realización del encargo propuesto, fijando plazos de entrega en función de los planes de la empresa y las condiciones de cada proveedor.

CE4.4 Asegurar la viabilidad de un proyecto ajustando los costes y los tiempos.

CE4.5 En un caso práctico, debidamente caracterizado:

- Elaborar un calendario con indicación de las tareas críticas.
- Ajustar la duración de tareas y la asignación de recursos para alcanzar la fecha objetivo.
- Identificar aspectos de la programación destinados a garantizar la salida en el tiempo programado de la publicación.

CE4.6 En un supuesto práctico en el que se caracteriza una empresa editorial y un plan de publicaciones anual:

- Programar la publicación de los títulos fijados.
- Indicar en un diagrama las fases de preparación, elaboración y comercialización de cada libro.
- Señalar las consecuencias derivadas de la implantación de sistemas de gestión de la calidad en el plan de publicaciones.
- Hacer los ajustes convenientes para optimizar los recursos y garantizar los ritmos de publicación previstos.
- Hacer el seguimiento de un proyecto editorial dado en función del grado de cumplimiento de las tareas y de objetivos propuestos.

CE4.7 Confeccionar una página o pantalla de créditos supuesta, haciendo constar: el ISBN (International Serial Books Number), el © copyright (propiedad intelectual), el Depósito Legal y otros.

## Contenidos

### 1. Planificación y gestión editorial

- Proyecto editorial: parámetros que lo definen.
- Herramientas y software de planificación de proyectos.
- Fases del desarrollo de un proyecto editorial:
  - Preparación (estudio conceptual y económico)
  - Elaboración
  - Comercialización
- Valoración de tiempos
- Planificación de las fases de edición.
- Estimación de tiempos y de recursos.
- Aplicación a libros, prensa y otros medios o soportes
- Establecimiento de la fecha objetivo de finalización del proyecto.

- Calendario. Seguimiento y control.
- Elementos de una línea editorial. Criterios para su definición y análisis.
  - Conjunto de valores y criterios: Formas de jerarquizar, Ángulo, Punto de vista y Tono
- Profesionalidad, rigor y honestidad intelectual
- Herramientas de gestión de proyectos:
  - Secuencia crítica. Características técnicas.
  - Diagrama de Gantt.
  - Método Pert.
  - Principales programas informáticos de soporte a la gestión.

## 2. Mercados de servicios editoriales

- Ferias nacionales e internacionales. Panorama actual.
- Procesos productivos. Principales flujos.
  - Diseño y usabilidad.
  - Creación de textos. Traducción. Corrección.
  - Edición gráfica (Ilustración)
  - Maquetación (Diagramación)
  - Post edición (Preimpresión / Programación)
- Proveedores de recursos editoriales. Funciones y aportaciones
  - Escritores, agentes, traductores, diseñadores gráficos, programadores y otros.
- Proveedores de imágenes. Funciones y aportaciones.
  - Agencias, museos, ilustradores, fotógrafos, animadores.

## 3. Productos editoriales

- Clasificación de productos editoriales:
  - Por el sistema venta: Tradicional (quisco, librería, gran superficie), Venta electrónica (web, nube, mail), Gratuitos
  - Por la periodicidad: Anuarios, Mensuales, Quincenales, Semanales y Diarios
  - Por la "presentación": Revista, Libro, Fascículo, Coleccionable, Multimedia y Digital
- Sistemas de catalogación de productos editoriales
  - Por el contenido: Historia, Ensayo, Novela y Juegos

## 4. Aplicación de programas informáticos en el proceso de edición

- Programas de diseño y maquetación:
  - Características y requerimientos técnicos básicos que debe cumplir un programa de diseño y de maquetación.
  - Formatos informáticos con los que trabaja (formatos de importación / formatos de exportación).
  - Principales programas de diseño y de maquetación que ofrece el mercado.
- Programas de creación y retoque de Imagen:
  - Características y requerimientos técnicos básicos que debe cumplir un programa de tratamiento de imagen.
  - Formatos informáticos con los que trabaja. Principales programas de tratamiento de imagen que ofrece el mercado.
- Programas de edición de video y audio y post-producción de video y audio:
  - Características y requerimientos técnicos básicos que debe cumplir un programa de edición, edición de audio y post-producción de video.
  - Formatos informáticos con los que trabaja. Principales programas de edición, edición de audio y post-producción de vídeo que ofrece el mercado.

- Programas de integración multimedia y web.
- Características y requerimientos técnicos básicos que debe cumplir un programa de multimedia y web.
- Formatos informáticos con los que trabaja. Principales programas de multimedia y web que ofrece el mercado.

## 5. Parámetros de control de calidad de los productos editoriales

- Estructura del sistema de gestión de la calidad:
  - ISO 9001: sistema de calidad relacionado con el mantenimiento de desarrollos de productos que impliquen diseño.
  - ISO 9000-2, ISO 9004-1: implementación e interpretación de sistemas de calidad.
  - ISO 9004-2. Soporte de usuarios.
  - ISO 9000-3. Desarrollo, suministro y mantenimiento de software.
- Gestión de la calidad en el proceso de edición.
- Manual de calidad de la empresa.
- Factores de afectan a la calidad. Diagramas causa efecto.

## 6. Aplicación de la normativa de seguridad, salud y protección ambiental

- Conceptos sobre seguridad, salud y protección ambiental en el trabajo.
- Ley de prevención de riesgos laborales y protección ambiental.
- Riesgos relacionados con las condiciones de seguridad en empresas editoriales.
- Aplicación de los planes de seguridad, salud y protección ambiental en los procesos de creación de productos editoriales.
- Medidas preventivas relacionadas con los riesgos generales y específicos de productos editoriales.

## UNIDAD FORMATIVA 2

**Denominación:** PRESUPUESTO, VIABILIDAD Y MERCADO DEL PRODUCTO EDITORIAL

**Código:** UF1901

**Duración:** 50 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP5

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Elaborar el presupuesto de diferentes áreas de la edición de un proyecto editorial: derechos de autor, imagen, diseño, programación, distribución y logística.

CE1.1 Definir las necesidades del diseño de un producto editorial para confeccionar esa parte del presupuesto de acuerdo al soporte o medio.

CE1.2 Definir las necesidades de las imágenes e ilustraciones para confeccionar esa parte del presupuesto de acuerdo al soporte o medio.

CE1.3 Definir los parámetros para solicitar los textos (texto seguido y pies de foto) para confeccionar esa parte del presupuesto.

CE1.4 Describir las características necesarias para las grabaciones de voz o doblaje para confeccionar esa parte del presupuesto.

CE1.5 Estipular el alcance de los costes sobre los derechos adquiridos.

CE1.6 A partir de un caso práctico, elaborar presupuestos de un producto diferenciando el coste de los derechos del coste de la utilización, incluyendo:

- Imágenes
- Ilustraciones
- Textos
- Audios
- Vídeos

CE1.7 Definir las necesidades de programación para confeccionar esa parte del presupuesto de acuerdo al soporte o medio.

CE1.8 Valorar los costes de distribución y logística de un producto editorial.

C2: 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.

CE2.1 Identificar los conceptos que deben tenerse en cuenta para elaborar un presupuesto estimativo y seleccionar y aplicar los precios tipo adecuados.

CE2.2 Consultar catálogos y bases de datos para obtener precios de materiales y servicios.

CE2.3 Elaborar peticiones de oferta tipo de materiales y servicios editoriales que permitan obtener ofertas en las que la calidad, plazos y precios queden perfectamente determinados.

CE2.4 En un supuesto práctico de edición de un libro ilustrado, debidamente caracterizado, elaborar un presupuesto detallado, indicando toda la información que se precise sobre datos y precios.

CE2.5 En un supuesto práctico en el que se da un determinado proyecto editorial para un período de tiempo determinado realizar un presupuesto estimativo para llevarlo a cabo, contemplando los costes de derechos de autor, difusión, distribución y demás costes.

CE2.6 Realizar un informe de viabilidad sobre diferentes obras editoriales, haciendo constar la valoración de su posible edición, el análisis de sus posibles lectores y los criterios de rentabilidad.

CE2.7 Identificar posibles sinergias en la creación del producto en relación a ediciones simultáneas o futuras.

C3: Valorar la potencialidad de un producto editorial teniendo en cuenta los estudios de mercado.

CE3.1 Reconocer los principales aspectos a tener en cuenta para la promoción de una obra editorial y su posible repercusión sobre las ventas.

CE3.2 Conocer las principales características de los medios de comunicación para la promoción de productos editoriales teniendo en cuenta la política de calidad editorial.

CE3.3 Analizar un informe sobre una determinada obra, efectuado supuestamente por los lectores especializados, con objeto de determinar si la obra se ajusta o no a lo expuesto en el informe.

CE3.4 Determinar el momento óptimo de aparición en el mercado de varias obras propuestas en función de los datos aportados referentes a épocas de mayores ventas, acciones de la competencia y otras tiradas de la editorial.

CE3.5 Comprobar si un conjunto de obras propuestas compiten directamente con una supuesta línea editorial y, de haber conflicto, tratar de diferenciar e individualizar las nuevas obras.

CE3.6 A partir de un estudio sobre el entorno competitivo: valorar los competidores reales y potenciales, así como los productos sustitutivos existentes en el mercado.

CE3.7 En un estudio de mercado debidamente caracterizado:

- Determinar el nicho de mercado de unas obras editoriales.
- Valorar el público real y potencial.
- Proponer estrategias para conseguir el máximo de ventas.

## Contenidos

### 1. Presupuesto del proyecto editorial

- Análisis de las fases y distribución del trabajo:
  - Área Creativa: Diseño, Texto, Imagen, Voz, Software.
  - Área Productiva, adecuado al Soporte: Papel, Multimedia, Software, Web.
  - Área de Distribución, para cada Soporte: Directo, Suscripción, Librería, Quiosco, Gran Superficie, Nube, Internet.
  - Área Comercial: Directa, Subcontratada, Sinergias con otras Líneas Editoriales.
  - Área Logística: Transporte, Almacenaje, Valor del Producto Transportado
- Planificación de tareas.
- Distribución de recursos.
- Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto.
- Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto:
  - Creación, maquetas, fabricación y distribución.
- Seguimiento y control del presupuesto

### 2. Viabilidad del producto editorial

- Conceptos relativos al coste.
- Clasificación de costes.
- Métodos de estimación de costes. Ratios de rentabilidad.
- Presupuesto editorial. Estimación de ventas.
- Evaluación de riesgos de la publicación.
- Sinergias en la edición que conllevan una disminución de la carga de costes:
  - Edición en distintos idiomas
  - Edición en distintos formatos/diseños simultáneos
  - Edición en distintos soportes (web, multimedia,...)

### 3. Marketing de la edición

- Conocimiento del producto.
- Conocimiento de los lectores reales y potenciales.
- Estudio de mercado. Mercado global.
- Circuitos de distribución y venta.
- Políticas de calidad y promoción del producto editorial.
- Planes y estrategias para conseguir el máximo de ventas en los diferentes canales de distribución.
- Diversificación de la oferta.
- Nuevos canales de difusión.

### 4. Productos editoriales de nueva generación

- Libro electrónico. Principales características técnicas
  - Sistemas operativos y formatos de los archivos
  - Resolución (píxel) y niveles de grises
  - Voz y sonido integrados en la obra
  - Protección de la obra
  - Obras libres de derechos
- Contenidos para dispositivos móviles. Principales características técnicas
  - Teléfonos
  - Videoconsolas
  - PDA (Personal Digital Assistant)
  - PC portátil: Sistemas operativos, Resolución y tarjeta de video, Capacidad de almacenamiento y Conectividad.
- Webs. Principales características técnicas
  - Formato
  - Servidor



- Bases de Datos
- Accesos: Privadas y/o Públicas
- Red. Protocolos:
  - Intranet
  - Internet: Personal/Privada , Local, Sectorial, Pública

### Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1900	70	60
Unidad formativa 2 – UF1901	50	40

### Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

### MÓDULO FORMATIVO 2

**Denominación:** CORRECCIÓN DE TEXTOS DE ESTILO Y ORTO TIPOGRAFIA

**Código:** MF0932\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC0932\_3: Corregir los textos de forma estilística y orto tipográfica

**Duración:** 100 horas

### UNIDAD FORMATIVA 1

**Denominación:** CORRECCIÓN DE TEXTOS.

**Código:** UF1902

**Duración:** 60 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP3

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar los signos de corrección normalizados UNE en la preparación y corrección de textos.

CE1.1 Conocer los símbolos normalizados UNE, utilizados para el marcado de los originales.

CE1.2 Identificar los signos convencionales normalizados UNE, que se utilizan en la corrección de textos.

CE1.3 Realizar el marcado de un original con las instrucciones necesarias:

- Cuerpo, interlinea, longitud de línea, familia, formato, tipo de letra.
- Modelo de párrafo, sangrías situación de los cuadros.
- Establecer sangrías, alineaciones de párrafos y capitulares.

- Determinar el uso de las cursivas, versalitas, capitulares y banderas.
- Formatos de página, márgenes y columnas.

CE1.4 A partir de un texto dado, marcar los errores detectados mediante los signos de corrección normalizados correspondientes.

CE1.5 Dado un texto con erratas:

- Identificar las erratas.
- Marcar las erratas identificadas mediante sus correspondientes signos normalizados de llamada.
- Indicar las correcciones de las erratas mediante el marcado con los signos de corrección normalizados.

C2: Elaborar un libro de estilo a partir de unos productos editoriales dados.

CE2.1 Identificar los conceptos que han de tenerse en cuenta para definir: la empresa, la editora y el producto en su trayectoria y en un momento concreto.

CE2.2 Definir el origen de las tipografías y la influencia de la Sociedad en el diseño y utilidad de las mismas.

CE2.3 Unir los conceptos de tipografías e imágenes con la imagen que la Editorial quiere transmitir a través de la utilización de elementos en sus productos, teniendo en cuenta las diferentes épocas.

C3: Aplicar normas de composición de textos en relación al contenido y al estilo de diferentes obras editoriales.

CE3.1 Conocer las normas gramaticales y ortográficas.

CE3.2 Identificar las normas de composición en relación al uso de las tipografías en la composición de textos: estilo de letras, uso de los estilos, reglas de acentuación, uso de signos ortográficos.

CE3.3 A partir del estudio de unos rasgos de caracteres, clasificar una serie de familias determinadas.

CE3.4 Distinguir el empleo de la numeración y letras voladas, normas para otros idiomas, apartados y enumeraciones, citas y transcripciones.

CE3.5 Conocer las normas sobre la confección de notas a pie de página y bibliografía, siglas y abreviaturas.

CE3.6 Determinar el cuerpo a utilizar en un texto para: revista, libro y edición periódica.

CE3.7 Dado un texto sin formatear, determinar el cuerpo óptimo para que sean legibles los caracteres.

- Analizar el espacio entre palabras.
- Aplicar las normas de composición relacionadas con el uso de cursivas, versalitas, comillas, partición de palabras y demás normas.
- Utilizar los signos ortográficos: coma, dos puntos, comillas, paréntesis, corchetes y demás signos que precise el texto, según normas estándar.

CE3.8 Valorar los diferentes libros de estilo que utilizan las editoriales.

CE3.9 Reconocer el contenido y las terminologías que se utiliza en los libros de estilo.

CE3.10 En un caso práctico, debidamente caracterizado, de composición de textos en relación al contenido y estilo:

- Utilizar el libro de estilo en el marcado de una obra literaria.
- Planificar la obra con criterios estéticos y de legibilidad.
- Determinar el cuerpo y el interlineado óptimo del texto.
- Determinar el uso de las cursivas, versalitas, capitulares y banderas.

CE3.11 A partir de un original de prensa periódica preparar: entradillas, cuerpo y edición según las recomendaciones de un libro de estilo.

C4: Corregir originales de texto y pruebas impresas de documentos maquetados, desde el punto de vista sintáctico y orto tipográfico, teniendo en cuenta las indicaciones sobre el estilo del documento.

CE4.1 Corregir originales de texto desde el punto de vista ortográfico, utilizando para la corrección símbolos normalizados.

CE4.2 Conocer y aplicar los diferentes métodos de cita en los escritos.

CE4.3 Revisar y corregir una obra teniendo en cuenta el estilo literario, adecuándolo a la intencionalidad de la obra.

CE4.4 Identificar anacolutos, cacofonías y otros defectos de los escritos.

CE4.5 Dado un texto en soporte informático, utilizar el corrector ortográfico de un programa de tratamiento de textos decidiendo las sugerencias ofertadas por el programa.

CE4.6 Corregir un texto teniendo en cuenta los principios de la teoría de la maquetación y normas de composición.

CE4.7 Identificar viudas, huérfanas y otros defectos en la composición de documentos.

CE4.8 Dada una prueba impresa de un documento ya maquetado:

- Comprobar el ancho de columnas
- Comprobar la alineación de los párrafos
- Párrafos
- Sangrías y espaciados
- Partición de palabras
- Capítulos, títulos y ladillos
- Llamadas de notas
- Citas.

C5: Verificar índices, numeración de páginas, capítulos, epígrafes, referencias bibliográficas y otros aspectos de las obras editoriales mediante la comprobación de pruebas impresas.

CE5.1 Aplicar las indicaciones de corrección sobre un documento corregido.

CE5.2 Conocer los diferentes sistemas de numeración de páginas, epígrafes y capítulos.

CE5.3 Aplicar los métodos de comprobación de pruebas.

CE5.4 Aplicar y definir en un determinado documento de maquetación los principios de partición silábica.

CE5.5 Verificar la correcta aplicación de referencias bibliográficas en un documento.

CE5.6 En una prueba impresa de una obra dada:

- Comprobar las numeraciones de páginas, capítulos y notas.
- Verificar la correlación entre índices, capítulos y epígrafes.
- Cotejar las referencias bibliográficas a lo largo de la obra.

CE5.7 En unas segundas pruebas impresas de una obra dada:

- Comprobar que se han realizado las correcciones indicadas en las primeras pruebas.
- Revisar que no se han producido recorridos de texto.
- Confrontar, en los posibles recorridos de texto que se hayan producido, que no se han producido variaciones en los mismos, así como repasar que las nuevas particiones silábicas existentes son correctas.
- Marcar, con los signos de corrección normalizados, las erratas que, por olvido, no hayan sido corregidas.

## Contenidos

### 1. Marcado de textos mediante signos UNE normalizados

- Signos UNE normalizados para la corrección de textos.
- Simbología.

- Las llamadas a la corrección.
- Signos utilizados.
- Técnicas de marcado de textos.
- Marcado de originales y/o pruebas.
- Concordancia con el Libro de Estilo
- Relacionar textos e imagen/ilustración.

## 2. Normas de composición

- Uso de las distintas familias y subfamilias.
- Tipología. Elementos de los caracteres.
- Familias tipográficas. Clasificación.
- Normas sobre la utilización de los signos de ortografía.
- Reglas de acentuación.
- Reglas sobre el empleo de los estilos de letra: cursiva, negrita, versalitas y mayúsculas.
- Normas sobre la utilización de la numeración y letras voladas.
- Normas para el uso de otros idiomas.
- Normas para la utilización de apartados y enumeraciones.
- Normas para el empleo de citas y transcripciones.
- Normas sobre el empleo de notas a pie de página y bibliografías.
- Normas para el empleo de siglas y abreviaturas.
- Tipos de párrafos. Características.
- Sangrías. Clasificación y reglas.
- Administración de espacios: márgenes, cuerpos, interlineados, separación de párrafos y otros.
- Defectos de la composición: viudas, huérfanas y otros.
- Normas de libro de estilo.
- Relación de las normas de composición según el tipo de producto gráfico:
  - Editorial - novela
  - Editorial - revista
  - Publicidad
  - "Packaging"

## 3. Fundamentos para la redacción y corrección de estilo de textos editoriales

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

## 4. Corrección de originales y de pruebas impresas

- Fases de la corrección de originales.
- Corrección ortográfica de originales.
- Corrección de estilo de los originales.
- Fases de la corrección de pruebas.
- Corrección de pruebas impresas.
- Ajustes para el flujo de textos. Recorridos.
- Comprobación de pruebas impresas.
- Corrección y comprobación de libros.
- Corrección y comprobación de revistas y folletos.

- Herramientas informáticas para Corrección ortográfica
  - Búsqueda (y sustitución) de palabras
  - Estilos
  - Diccionarios/Traductores

## UNIDAD FORMATIVA 2

**Denominación:** ELABORACIÓN DE RESEÑAS PARA PRODUCTOS EDITORIALES

**Código:** UF1903

**Duración:** 40 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP4.

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Redactar pequeños textos de un producto editorial, para completar su edición (contraportada, solapas, entre otros) o para promocionarlo (anuncios, catálogos...).

- CE1.1 Redactar escritos de forma concisa y clara.
- CE1.2 Construir oraciones según su estructura formal.
- CE1.3 Construir oraciones según la relación lógica que pretende expresar.
- CE1.4 Construir e identificar oraciones según la calidad psicológica del predicado y del juicio.
- CE1.5 Identificar y escribir oraciones compuestas según clases y grupos de oraciones coordinadas y subordinadas.
- CE1.6 Establecer/distinguir los diferentes tipos de texto que el editor incluye en una edición.
  - Identificar las diferentes jerarquías de texto que componen una obra/producto (títulos, subtítulos, texto general, destacados, pies de foto)
  - Conocer los atributos que se asignan a los estilos de textos para diferenciar las jerarquías del mismo (cuerpo de letra, tipografías, subrayados).
  - Conocer los atributos utilizados para implicar interactividad de textos, de elementos gráficos...
- CE1.7 En un caso práctico debidamente caracterizado:
  - Redactar la cuarta de cubierta, las solapas y las reseñas promocionales en la cubierta de la obra.
  - Confeccionar la bibliografía de la obra.
  - Redactar de forma clara y concisa, pequeños textos de la obra relativos a pies de fotos, títulos y subtítulos, tablas, estadillos y otros, de acuerdo al estilo general de la obra y al libro de estilo de la editorial.

C2: Redactar pequeños textos promocionales para los diferentes medios de un producto editorial.

- CE2.1 Redactar escritos desde un punto de vista comercial/promocional de forma concisa y clara.
- CE2.2 Conocer los distintos medios de promoción tradicionales de una obra y sus diferentes "lenguajes": prensa, radio, televisión...
- CE2.3 En un caso práctico debidamente caracterizado redactar de forma clara y concisa:
  - Un texto para aparecer en prensa
  - Un texto para locutar en radio
  - Un texto para aparecer en un punto de libro o elemento promocional similar

C3: Redactar textos promocionales en 2.0.

- CE3.1 Analizar los nuevos medios de promoción de una obra y sus diferentes "lenguajes": webs especializadas, redes sociales (Facebook, Twitter...), blogs...

CE3.2 En un caso práctico debidamente caracterizado redactar de forma clara y concisa:

- El texto de un banner
- Un texto sinopsis-promocional para una web especializada

## Contenidos

### 1. Lenguaje periodístico y lenguaje publicitario

- La comunicación y el lenguaje
  - Componentes de la comunicación
  - Funciones del lenguaje
  - La comunicación de masas
- Características del lenguaje periodístico:
  - Concisión, tendencia al cliché, sintaxis sencilla, objetividad.
- Subgéneros periodísticos:
  - Informativos: la noticia, la crónica, el reportaje y la entrevista
  - Opinión: la columna y el editorial
- Características del lenguaje publicitario:
  - Originalidad, brevedad, sugerencia
- Recursos lingüísticos del lenguaje publicitario:
  - Interrogaciones retóricas
  - Enunciados imperativos
  - Metáforas
  - Comparaciones
  - Dobles sentidos
  - Hipérbolos
  - Paradojas
  - Aliteraciones
- La estructura de los enunciados publicitarios. Tipología oracional
  - La oración simple
  - La yuxtaposición
  - Oraciones coordinadas
  - La expresión de la causalidad

### 2. Difusión del Producto Editorial

- Necesidades de la Sociedad del Conocimiento, Divulgación y Ocio
- Influencia del Autor/es en el entorno social
- Conocimiento de los medios sociales más adecuados para dar a conocer el Producto:
  - Prensa
  - Radio
  - Televisión
  - Redes sociales.
- Características de la publicidad y promoción en redes sociales y en webs especializadas. Idiosincrasia del mensaje en internet ("honestidad").
  - La lectura crítica de la web. Determinación de palabras claves de la web.
  - Organizar la información: claridad y eficacia en la transmisión del mensaje que se quiere transmitir.

### 3. Redacción de textos que acompañan al producto gráfico

- Técnicas para la redacción de textos cortos
  - Solapas.
  - Cubiertas
  - Estuches
  - Carátulas

- Guías de producto
- Embalaje del producto
- Redacción de textos promocionales en 2.0.
- Técnicas para la redacción de textos para la Web
- El hipertexto. Características

### Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1902	60	50
Unidad formativa 2 – UF1903	40	30

Secuencia:

Las unidades formativas correspondientes a este módulo se pueden programar de manera independiente.

### Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

### MÓDULO FORMATIVO 3

**Denominación:** ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS EDITORIALES

**Código:** MF0933\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC0933\_3: Organizar los contenidos de la obra

**Duración:** 180 horas

### UNIDAD FORMATIVA 1

**Denominación:** DEFINICIÓN Y DISEÑO DE PRODUCTOS EDITORIALES

**Código:** UF1904

**Duración:** 70 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP3 y RP4

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Definir y valorar criterios gráficos de obras editoriales en la realización del diseño gráfico.

CE1.1 Reconocer los criterios gráficos que se utilizan en la edición de libros de una misma colección.

CE1.2 Establecer el diseño de una supuesta obra, de acuerdo a las necesidades de máximo aprovechamiento y al logro de claridad y efectividad en la transmisión de los contenidos.

CE1.3 Establecer los criterios de diseño gráfico para la obra a partir de una temática, un público destinatario y unos criterios gráficos del resto de colecciones o series dados.

CE1.4 En un supuesto práctico, debidamente caracterizado:

- Valorar la idoneidad de los criterios de diseño en relación al público destinatario.
- Determinar los rangos de jerarquización de los textos, destacando los más importantes.
- Decidir el formato más apropiado, a ser posible uno estandarizado
- Considerar el porcentaje de imagen con respecto al porcentaje de texto
- Considerar la correspondencia entre índices, epígrafes, glosarios, bibliografía y otros, respetando las particularidades de cada uno de ellos.

C2: Coordinar la maquetación y el diseño definitivo de productos editoriales (impresos, multimedia, web, entre otros)

CE2.1 Determinar los procesos idóneos para la elaboración de la maquetación definitiva, en cada una de sus especialidades.

CE2.2 Crear la maqueta teniendo en cuenta las necesidades del cliente y aplicando los criterios de presentación de originales.

CE2.3 Determinar los requisitos de la maquetación y del diseño, y evaluar los criterios de calidad.

CE2.4 Verificar que la maquetación y el diseño se corresponden con el libro de estilo de la editorial.

C3: Identificar estándares de calidad aplicables a procesos de diseño y maquetación en obras editoriales.

CE3.1 Conocer las normas de compaginación, analizando sus particularidades.

CE3.2 Redactar las especificaciones para la realización del diseño de la cubierta de una obra, partiendo de la descripción del público al que se dirige y de los criterios estilísticos de la colección, así como de los estándares de calidad normalizados.

CE3.3 Comprobar que la maquetación de una obra cumple las recomendaciones dadas en un supuesto libro de estilo.

CE3.4 Relacionar los diferentes tipos de soportes y medios con su aplicación en un proceso de diseño, cartografía y maquetación determinado.

CE3.5 Analizar los criterios estilísticos implícitos en una colección de libros determinada.

CE4.6 Ajustar una serie de tareas propuestas en el tiempo para asegurar el cumplimiento exacto de un supuesto calendario de producción.

## Contenidos

### 1. Definición del Producto Gráfico

- Criterios editoriales en la definición del Producto
  - Criterio de idoneidad
  - Realce de los contenidos mediante ilustraciones
  - Fotografías. Valor de transmisión
  - Criterios de diseño gráfico en las obras
  - Características de obras que pertenecen a una misma colección
  - Pautas para el diseño de la edición
  - Requisitos gráficos en la maqueta
- Procesos de edición
  - Soportes
  - Documentación del proceso



- Proceso de diseño. Especificaciones. Criterios estilísticos
- Proceso de cartografía
- Maquetación.
- Materias Primas
- Tintas. Bibliotecas de color
- Calendarios de producción
- Estándares de calidad aplicables al proceso
  - Normas de compaginación
  - Normas de calidad estandarizadas.
  - Control de los procesos editoriales.
  - Libros de estilo.

## 2. Tipografía y maquetación

- Conceptos relativos al tipo.
- Clases de fuentes.
- Elementos de la tipografía. Reglas de legibilidad, interlineado, márgenes.
- Propiedades de la tipografía.
- Campos de aplicación de las tipografías y recomendaciones de uso.
- Principios de la teoría de la composición de textos.
- Composición de la página.
- Especificaciones de párrafo.
- Configuración del documento.
- Páginas maestras.
- Definición de estilos de párrafo
- Cuerpo central de un Producto
- Necesidad de las imágenes con respecto al Texto o la inversa

## 3. El formato del producto gráfico

- Los diferentes tipos de formatos gráficos.
- Peculiaridades y condicionantes de los distintos tipos de formatos.
- Herramientas de composición de textos en productos gráficos:
  - Formatos de archivo digitales.
  - Compatibilidades y problemas de transferencia.
  - Composición de textos con software de edición vectorial y editorial estándares
- Aplicación tipográfica en formatos estándar (DINAs).
- Aplicación tipográfica en otros formatos:
  - Desplegables y Folletos: Dípticos, Trípticos.
  - Grandes Formatos.
  - Formatos digitales; “Banners”.

## 4. Elaboración de maquetas de productos gráficos

- Metodología de la creación de maquetas de productos gráficos.
- Materiales para la creación de maquetas:
  - Sistemas de impresión digital de pruebas.
  - Simulación de acabados en las maquetas.
  - Soportes para presentación: Cartón Pluma, PVC y otros soportes.
- Creación de maquetas:
  - Especificaciones de salida para la elaboración de la maqueta.
  - Impresión de maquetas.
- Impresión Láser, Plotter, Impresión digital y otros sistemas de impresión.
- Colocación en el soporte de presentación.
- Métodos adhesivos, de plegado y otros métodos.

- Calidad en las maquetas:
  - Revisión de los aspectos de legibilidad y estética de la maqueta.
  - Corrección de maquetas para elaborar la maqueta definitiva.

## 5. Maquetación de un producto editorial

- Plataformas y software de edición de textos e imágenes.
- Distribución de la página:
  - Normas y teorías compositivas de la página.
  - Creación de retículas compositivas.
- Creación de páginas maestras:
  - Elementos de la página maestra.
  - Aplicación de páginas maestras.
  - Cambios en las páginas maestras.
- Creación de hojas de estilo:
  - Estilos de carácter.
  - Estilos de párrafo.
  - Estilos anidados.
- Introducción y composición de textos:
  - Importación de textos.
  - Selección de tipografías.
  - Aplicación de estilos al texto.
  - Normas de composición de textos.
- Tipos de párrafos.
- Normas de legibilidad y componentes tipográficos de una publicación.
- Preparación e introducción de imágenes.
- Selección de imágenes según sistema de reproducción.
- Tratamiento de la imagen para reproducciones editoriales.
- Maquetación de las imágenes con respecto al texto y a la página.

## UNIDAD FORMATIVA 2

**Denominación:** TRATAMIENTO DE TEXTO PARA CONTENIDOS EDITORIALES

**Código:** UF1905

**Duración:** 60 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP1

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar originales de texto, de acuerdo a criterios editoriales, considerando su coherencia y equilibrio.

CE1.1 Reconocer las normas editoriales en relación al estilo de los textos (y su vinculación a las imágenes, si las hubiera).

CE1.2 En unos textos propuestos hacer las modificaciones necesarias para adecuarlos a un supuesto lector destinatario.

CE1.3 Redistribuir los contenidos de un texto dado, manteniendo un adecuado equilibrio y coherencia entre las distintas partes de la obra: capítulos, epígrafes, apartados, notas, bibliografías y citas.

CE1.4 En un supuesto editorial debidamente caracterizado identificar lagunas, reiteraciones, anacolutos y otros errores de estilo y determinar el proceso a seguir para contrastarlo con el autor.

CE1.5 Garantizar la coherencia formal de las notas a pie de página, bibliografías y citas de unos textos de acuerdo con unos criterios editoriales dados.

C2: Identificar estándares de calidad aplicables a procesos relacionados con los textos en obras editoriales.

CE2.1 Redactar las especificaciones para la realización de un texto editorial, partiendo de la descripción del público al que se dirige y de los criterios estilísticos de la colección, así como de los estándares de calidad normalizados.

CE2.2 Comprobar que los textos de una obra cumplen las recomendaciones dadas en un supuesto libro de estilo.

CE2.3 Adaptar textos de diferentes formatos y estilos a un libro de estilo concreto (estándar en el mercado)

CE2.4 Relacionar diferentes tipos de textos con distintos targets del mercado a los que pueden ir dirigidos.

CE2.5 Analizar los criterios estilísticos implícitos en una colección de libros determinada.

CE2.6 Ajustar una serie de tareas propuestas en el tiempo para asegurar el cumplimiento exacto de un supuesto calendario de producción.

## Contenidos

### 1. Libro de estilo de productos editoriales

- Definición de libro de estilo: funcionalidad y objetivos.
- Plantillas en los libros de estilo
  - Convenciones
  - Categorías
- Normas de utilización de:
  - Elementos básicos de diseño: punto, línea, plano
- Los textos: tipografías, color, tamaños y otros. Convenciones y normas de uso:
  - Tipografías. Terminología básica.
  - Tipos de fuente: serifas, sans serif, script,...
  - Normas de diseño para elegir y utilizar fuentes
  - Formatos de fuente: Postscript Tipo 1, Múltiple Master, TrueType, OpenType. Combinación de formatos.
  - Gestionar tipografías en MAC y en PC
  - Manipulación: controles de carácter, incrementos, kerning, controles de párrafo, equilibrio de columnas, alineación vertical e incrustación de gráficos.
  - Hojas de estilo: objetivos y creación de una sistemática de trabajo.
  - Personalización de tipografías: crear contornos, editar contornos y crear nuevas fuentes.
  - Utilización de hojas de estilo.
  - Utilización de fuentes
  - Hojas de estilo en cascada (CSS)
  - Tipos de archivos informáticos: txt, rtf, xml, Word, e-pub...

### 2. Tipología de los productos editoriales

- Requisitos editoriales. Manual de estilo
- Medios de distribución
- Temática de las obras
- Estilos literarios, gramaticales y lingüísticos
- Continuidad gráfica en las colecciones o series
- Presentación múltiple de los contenidos.

### 3. Tratamiento del texto en función de la temática y del soporte

- En función de la temática:
  - No ficción: Informativo, Educativo, Científico/Técnico y Publicitario/Promocional.
  - Ficción: Novela/Poesía y Cómic.
- En función del soporte:
  - Papel: Libro, Revista, Diario y Cómic.
  - Digital: Webs y Pequeños dispositivos.
- Estándares de calidad aplicables al tratamiento de textos.
  - Normativa de ortografía y gramática.
  - Normas básicas de redacción y estilo.
  - Coherencia de los textos.
  - Idoneidad de estilos según posibles destinatarios de producto

### 4. Jerarquización de los contenidos

- Continuidad de estilo en los contenidos
- Rangos de jerarquización
- Equilibrio entre los elementos
- Títulos y subtítulos
- Entradillas
- Distribución y adecuación del texto
- Criterios gráficos de organización
- Adecuación de las obras
- División de las obras
- Coherencia y aspecto formal de los contenidos

## UNIDAD FORMATIVA 3

**Denominación:** SELECCIÓN Y ADECUACIÓN DE LA IMAGEN PARA PRODUCTOS EDITORIALES

**Código:** UF1906

**Duración:** 50 horas

**Referente de competencia:** Esta unidad formativa se corresponde con la RP2

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar criterios editoriales en la selección de imágenes destinadas a diferentes tipos de publicaciones (entendiendo por imágenes: fotos, dibujos, infografías, videos, sonidos, entre otros).

CE1.1 Definir las técnicas y protocolos de selección de las imágenes más apropiadas al contenido de una obra tipo.

CE1.2 Determinar los criterios de elección o encargo de ilustraciones que realcen los contenidos de una obra dada, respetando el estilo del conjunto.

CE1.3 Dada una obra editorial, fijar los criterios de realización o encargo de la cartografía o infografía necesaria.

CE1.4 A partir de una obra editorial, debidamente caracterizada, seleccionar, entre una serie de fotografías propuestas, las más adecuadas, valorando las necesidades de transmisión de contenidos y alcanzando el nivel de calidad técnica requerido en unas especificaciones dadas.

CE1.5 En una revista periódica dada, seleccionar imágenes que supongan un valor añadido al resto de los elementos.

C2: Definir la utilización y/o transformación de los diferentes elementos de un producto editorial: fotos, dibujos, video, voz... teniendo en cuenta no solo la utilización principal que la ha motivado, si no también una utilización paralela en otro producto o en una variación del principal.

CE2.1 Definir las características de la imagen para poder transformarlas de acuerdo con las posibles utilidades, (formato, resolución, detalle...).

CE2.2 Definir las características de vinculación (importancia, reiteración, calidad) de cada una de las imágenes para ser utilizadas en motores de búsqueda.

CE2.3 Establecer los enlaces en las imágenes en las bases de imágenes en las obras para todas sus utilizaciones.

CE2.4 Relacionar las imágenes por su importancia determinando su posición en la/s obras para vincularlas en los motores de búsqueda.

CE2.5 Definir si en la transformación se debe conservar las características básicas de las imágenes o ilustraciones a transformar.

C3: Identificar estándares de calidad aplicables a procesos relacionados con la selección de imágenes para productos editoriales.

CE3.1 Redactar las especificaciones para la selección de unas imágenes, partiendo de la descripción del público al que se dirige y de los criterios estilísticos de la colección, así como de los estándares de calidad normalizados.

CE3.2 Comprobar que las imágenes de la obra cumplen las recomendaciones dadas en un supuesto libro de estilo.

CE3.3 Relacionar diferentes tipos de imágenes con distintos targets del mercado a los que pueden ir dirigidos.

CE3.4 Analizar los criterios estilísticos implícitos en una colección de libros determinada.

CE3.5 Ajustar una serie de tareas propuestas en el tiempo para asegurar el cumplimiento exacto de un supuesto calendario de producción.

## Contenidos

### 1. Selección de imágenes para productos gráficos

- Características de las imágenes:
  - Características técnicas.
  - Características visuales y estéticas.
  - Características semánticas.
- Tipo de imágenes. Fotografía / ilustración:
  - Criterios para la selección de imágenes acordes con los requerimientos del producto.
  - Idoneidad de la imagen.
  - Realce de los contenidos mediante ilustraciones
  - Valor de transmisión de la imagen
- Imagen analógica / digital.
  - Evolución técnica de la imagen.
  - Almacenamiento de imágenes, formatos

### 2. Tratamiento digital de la imagen

- Principios, características y manejo de aplicaciones de tratamiento digital de la imagen.
  - Configuración de la administración del color en aplicaciones de tratamiento digital de la imagen.
  - Técnicas de selección y enmascaramiento.
  - Técnicas y herramientas de corrección de color.

- Métodos y herramientas de retoque fotográfico.
- Técnicas de montaje digital de imágenes.
- Estándares de calidad aplicables a la imagen
  - Profundidad de color
  - Balance de blancos
  - Gama de color
  - Contraste en luces
  - Sombras y tonos medios.

### 3. Adaptación de la imagen al producto editorial

- Diferencia entre las imágenes digitales vectoriales y las imágenes digitales de píxeles.
- Características de la imagen digital. Limitaciones de resolución e interpolación.
- Ajustes geométricos en la imagen. Recorte de imagen. Proporciones.
- Cambio de espacios de color según las condiciones de reproducción.
- Ajustes de contraste, equilibrio de gris, equilibrio de color, brillo, saturación.
- Filtros: destramado, enfoque/ desenfoque.
- Retoques, degradados, fundidos y calados.
- Formatos digitales de archivo de imagen. Características y aplicación. Principios y algoritmos de compresión.
- Adaptación técnica de la imagen al soporte final.

### Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Unidades formativas	Duración total en horas de las unidades formativas	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Unidad formativa 1 – UF1904	70	60
Unidad formativa 2 – UF1905	60	50
Unidad formativa 3 – UF1906	50	40

### MÓDULO FORMATIVO 4

**Denominación:** CONTRATACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

**Código:** MF0934\_3

**Nivel de cualificación profesional:** 3

**Asociado a la Unidad de Competencia:**

UC0934\_3: Gestionar la contratación de derechos de autor

**Duración:** 90 horas

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Establecer las condiciones de contratación de originales de obras de encargo individuales y/o colectivas necesarias para su edición.

CE1.1 Identificar las condiciones de contratación de originales más características existentes en el mercado editorial.

CE1.2 Estimar las condiciones idóneas para la contratación de originales.

CE1.3 Definir en un contrato de originales, las condiciones más apropiadas relativas al idioma o idiomas de edición contratados, mencionando además los derechos a negociar en posibles traducciones.

CE1.4 Definir en un contrato de originales, las condiciones más apropiadas relativas a la edición en diferentes soportes.

CE1.5 Redactar una página de créditos, citando a los autores que corresponda en cada caso concreto, para una enciclopedia u obra colectiva.

CE1.6 Estimar el porcentaje de derechos a percibir por cada uno de los autores participantes en obras editoriales.

CE1.7 Identificar las características relativas a la cesión de derechos en el uso temporal, al número de ediciones y a los idiomas de la edición.

CE1.8 En un supuesto práctico de contratación de originales de obras de encargo individuales, debidamente caracterizado:

- Determinar las condiciones idóneas para la realización del contrato.
- Establecer en las condiciones del contrato el compromiso de situar la obra en el mercado, en un plazo de tiempo determinado.
- Seleccionar las condiciones más apropiadas en cuanto a los límites de derechos en el uso temporal, el número de ediciones y los idiomas de la edición.
- Determinar en las condiciones del contrato el porcentaje de derechos a percibir por el autor.

CE1.9 En un supuesto práctico de contratación de originales de obras de encargo colectivas, debidamente caracterizado:

- Determinar las condiciones generales relativas a las condiciones de contratación de originales.
- Establecer en las condiciones del contrato el porcentaje de derechos a percibir por cada uno de los autores participantes en la obra.
- Redactar en las condiciones del contrato la disposición de la página de créditos, citando a los autores que corresponda en cada caso concreto.

C2: Seleccionar y aplicar la normativa establecida y adecuada a las relaciones más características que las editoriales mantienen con profesionales, proveedores, empresas de servicios e instituciones.

CE2.1 Describir la normativa, procedimientos y documentación referentes a la propiedad intelectual y a la edición:

- Derechos de autor
- Traducciones
- Depósito legal
- ISBN - ISSN
- Coedición

CE2.2 Describir los tipos de contrato, acuerdos de trabajo y pago, así como la documentación generada por ellos, aplicables a los colaboradores y proveedores de una editorial:

- Autores.
- Redactores.
- Correctores.
- Traductores.
- Ilustradores.
- Fotógrafos.
- Diseñadores.
- Maquetistas.
- Editores
- Agentes literarios.
- Agencias de imagen.
- Editoriales.
- Distribuidoras.

- Agencias de publicidad.
- Vendedores.
- Libreros.
- Organizaciones feriales.
- Clientes.

CE2.3 Explicar los criterios, unidades o módulos que se utilizan para valorar económicamente los trabajos de los colaboradores y proveedores citados.

CE2.4 En un supuesto práctico, debidamente caracterizado, en que una editorial pretende elaborar un libro complejo:

- Indicar cómo se establecerían y formalizarían las relaciones de trabajo con los distintos intervinientes externos en todo el proceso, desde la concepción hasta la venta.
- Elaborar un contrato de derechos, recogiendo las disposiciones vigentes, las reglamentaciones sobre mínimos retributivos y los aspectos de duración y utilización de los textos contratados.
- Determinar el mejor modo de confirmar la autoría acreditada por las agencias y la disponibilidad de las obras a editar.
- Señalar la retribución y forma de pago, las condiciones en caso de venta de saldo y las fechas de entrega de los originales, difusión y publicación de la obra.

C3: Determinar y aplicar criterios en la selección y contratación de imágenes valorando su idoneidad y el coste.

CE3.1 Identificar las particularidades relativas a la selección y contratación de imágenes.

CE3.2 Redactar los criterios de elección de fotografías para la edición de una obra dada, valorando el coste de cada una de las imágenes y el uso específico que se va a hacer de ellas en la obra.

CE3.3 Determinar de qué modo se hará constar la autoría y propiedad de las fotografías en una obra editorial.

CE3.4 Determinar las necesidades de ilustración de una obra y establecer las especificaciones para la contratación de las ilustraciones, infografías o cartografías que se precisen.

CE3.5 En un supuesto práctico de selección y contratación de imágenes, debidamente caracterizado:

- Seleccionar, junto con los autores, las imágenes más apropiadas al contenido de la obra.
- Determinar las necesidades de ilustración de la obra, estableciendo las especificaciones para su selección y contratación.
- Precisar el modo en que se hará constar la autoría y propiedad de las imágenes dentro de la obra editorial.
- Establecer la contratación de las imágenes en función de las especificaciones pactadas con una agencia especializada.

C4: Aplicar técnicas de negociación y comunicación para llevar a cabo acuerdos respecto a la contratación de derechos de autor, analizando los aspectos, condiciones y factores que intervienen en la misma.

CE4.1 Comunicarse activamente y eficazmente con otros compañeros en una situación simulada de comunicación.

CE4.2 Identificar los diferentes pasos en una negociación.

CE4.3 Resolver situaciones de dificultad comunicativa practicando activamente situaciones que se pueden presentar.

CE4.4 Analizar las actitudes implícitas en una situación práctica dada de cierta complejidad negociadora.



CE4.5 En diferentes situaciones prácticas de negociación simuladas:

- Aplicar las técnicas más apropiadas en negociación de derechos de autor.
- Determinar las condiciones del contrato de autor.
- Determinar las condiciones de contratación con las agencias especializadas.

## Contenidos

### 1. Derecho y fiscalidad de la edición

- Aspectos legales relativos al mercado editorial
- Propiedad literaria y artística
- Derechos y contratos de la edición
- Fiscalidad de la edición
- La propiedad intelectual: derechos de texto y derechos de imagen
- Modalidad de cesión de derechos
- Normativa sobre propiedad intelectual
- Los registros de la propiedad intelectual, ISBN e ISSN.
- Tipos de IVA

### 2. Principios y bases para la contratación de servicios editoriales

- Contratos. Tipos. Partes del contrato
- Elementos contractuales:
  - Duración, alcance, utilización, subrogación
  - Plazos de los contratos, carencias.
  - Reconocimiento de las autorías en textos, imágenes, y diseños de autores contratados.
  - Utilización de los derechos para propaganda y publicidad.
  - Especificación de la legislación a la que se recurre, en caso de incumplimiento
- Penalizaciones por incumplimiento
- Bases legales de la contratación
- Contratos tipo según el servicio editorial
- Contratos y relaciones con colaboradores y empresas

### 3. Bases para la contratación de originales

- Contratación de cesión de derechos de autor individuales.
- Contratación de cesión de derechos de autores colectivos.
- Agencias literarias.
- Agencias especializadas en bancos de imágenes, infografía y cartografía.
- Agencias especializadas en bancos de registros sonoros y en videos.

### 4. Negociación en el ámbito editorial

- Concepto de negociación y agentes implicados.
- Condiciones para una negociación efectiva.
- Estrategias para la negociación.
- Fases de la negociación:
  - Preparación.
  - Discusión.
  - Señales.
  - Propuestas.
  - Intercambio.
  - Cierre del acuerdo.

**5. Gestión de la propiedad intelectual de imágenes**

- Normativa de aplicación.
- Como registrar las imágenes propias.
- Derechos de reproducción y uso.
- Derechos de manipulación.
- Creative commons

**6. Diferencias en la legislación de los derechos de autor entre áreas geográficas (Europa/América)**

- Propiedad de la Obra
  - Autoría
  - Propiedad
  - Reconocimiento de la Propiedad
- Derecho intelectual
  - Obra Original
  - Obra Modificada
- Plazos de vigencia
  - Obra Escrita
  - Voz
  - Música
- Diferentes formas de pago de los Derechos Intelectuales.

**Orientaciones metodológicas**

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo - MF0934_3	90	40

**MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE ASISTENCIA A LA EDICIÓN**

**Código:** MP0400

**Duración:** 80 horas

**Capacidades y criterios de evaluación**

C1: Colaborar en la definición de un producto editorial siguiendo las indicaciones de la empresa editora.

CE1.1 Identificar las especificaciones del Producto Editorial con respecto a la línea editorial, a la colección y al cliente o comprador final.

CE1.2 Identificar las especificaciones del Producto Editorial con respecto a su canal de distribución y/o punto de venta final

CE1.3 Realizar una propuesta concreta de las calidades y estándares de calidad de un proyecto editorial en función de las especificaciones requeridas.

C2: Establecer los criterios estilísticos y técnicos del diseño, los textos, las imágenes y las materias primas de un producto editorial de acuerdo a las indicaciones del editor.

CE2.1 Definir las características estilísticas y técnicas que deben cumplir los originales de textos, imágenes, diseños y materias primas de un Producto Editorial y sus posibles alternativas.

CE2.2 Participar en la elaboración de los encargos editoriales necesarios para la realización de un producto editorial, recogiendo los requisitos técnicos solicitados para cada caso.

CE2.3 Proponer los criterios de archivo de originales, trabajos en curso y definitivos de un producto editorial.

C3: Colaborar en la realización del Presupuesto de un Producto editorial y establecer su Viabilidad.

CE3.1 Participar en la definición de los Costes de Estructura aplicados al Producto Editorial

CE3.2 Participar en la definición de los Costes Fijos y Variables aplicados a un Producto Editorial

CE3.3 Participar en conocer la viabilidad del Producto Editorial, de acuerdo con todas las Cifras de Costes y Ventas previstas y presupuestadas

C4: Participar en la creación de una Maqueta, Prototipo o Número 0.

CE4.1 Definir las partes necesarias y representativas de las que debe constar la maqueta o prototipo.

CE4.2 Colaborar en la creación de una maqueta o prototipo.

CE4.3 Establecer un calendario o planning para la realización de la maqueta o prototipo.

C5: Revisar originales y pruebas en sus diferentes fases.

CE5.1 Colaborar en la revisión de originales en sus diferentes fases.

CE5.2 Verificar mediante pruebas que no falta ningún elemento de los que deben integrar una obra concreta y que estos funcionan correctamente: sumario, bibliografía, créditos, solapas.

CE5.3 Colaborar en la elaboración de pequeños textos necesarios para completar una obra.

C6: Establecer el marco legal de contratación de autores de un Producto Editorial.

CE6.1 Participar en la asignación de los diferentes Autores de un Producto Editorial

CE6.2 Colaborar en la concreción de los contratos, sus plazos y responsabilidades

CE6.3 Proponer los contratos para una posible coedición

CE6.4 Participar en la creación de contratos "tipo" y sus implicaciones económicas tanto en la primera edición como en reediciones o coediciones

CE6.5 Documentar los derechos legales de uso de los originales a incluir en un producto editorial concreto.

C7: Definir los criterios de Contratación y los Controles de Calidad.

CE7.1 Participar en la definición de los circuitos administrativos para la contratación

CE7.2 Participar en la definición de los controles de Calidad de las diferentes fases de la creación, producción, distribución y venta de un Producto Editorial

CE7.3 Definir las interrelaciones entre las áreas creativas con las áreas de producción y ventas

CE7.4 Definir los tipos de Proveedores o Colaborares, sus características y alcance de participación en el conjunto de la Empresa Editorial

C8: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

CE8.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.

CE8.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.

CE8.3 Empezar con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.

CE8.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.

CE8.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.

CE8.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

## Contenidos

### 1. Fases de elaboración de un Producto Editorial

- Tipos de Productos Editoriales.
- Características de los Productos Editoriales
- Fases de la creación y producción de un Producto Editorial
- Flujos de las Fases de los Productos Editoriales.
- El proceso de planificación.
- Planificación de recursos técnicos y humanos de un Producto Editorial
- Relación coste/beneficio y oportunidad del Producto Editorial
- Estimación de costes y de tiempos.
- Realización de presupuestos.
- Gestión de riesgos durante el proceso de desarrollo de un Producto Editorial
- Definición de libro de estilo y su objetivo.
- Componentes del libro de estilo: gráficos, textos, elementos multimedia, plantillas.

### 2. Creación de un Producto Editorial

- Aspectos creativos de un Producto Editorial.
- Uso de herramientas informáticas de diseño, edición e imagen.
- Integración estilística de los diferentes elementos que componen un producto editorial.
- Definición de los derechos legales de Autor.
- Tipos de derechos legales de Autor en Ediciones y Reediciones.
- Los derechos de autor de las diferentes partes de un Producto Editorial.
- Gestión de los derechos legales de Autor del Producto Editorial
- Documentación de los derechos de Autor del Producto Editorial.

### 3. Producción de un Producto Editorial

- Bases de la producción del Producto Editorial.
- Colaboradores, proveedores, materias primas y suministros utilizados en la producción de un Producto Editorial
- Necesidad de una "Tirada" adecuada al objetivo del Producto Editorial
- Equipos técnicos utilizados para la producción de un Producto Editorial
- Normas de seguridad, salud y protección ambiental.
- Requisitos básicos del contexto formativo
- Desarrollo de documentación de producción de un Producto Editorial.

### 4. Distribución y Venta del Producto Editorial

- Definición y objetivos de la distribución.
- Estándares y principios de distribución.
- El proceso de evaluación de la distribución.
- Definición de plazos de venta
- Alternativas de la distribución
- Desarrollo de documentación de ventas de un Producto Editorial.

**5. Integración y comunicación en el centro de trabajo**

- Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
- Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
- Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
- Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
- Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
- Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
- Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente

**IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES**

Módulos formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia
MF0931_3: Gestión y planificación editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li> <li>•Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li> </ul>	2 años
MF0932_3: Corrección de textos de estilo y orto tipografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li> <li>•Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes</li> </ul>	2 años
MF0933_3: Organización de contenidos editoriales	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li> <li>•Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes</li> </ul>	2 años
MF0934_3: Contratación de derechos de autor	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.</li> <li>•Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes</li> </ul>	2 años

## V. REQUISITOS MÍNIMOS DE ESPACIOS, INSTALACIONES Y EQUIPAMIENTO

Espacio formativo	Superficie m <sup>2</sup> 15 alumnos	Superficie m <sup>2</sup> 25 alumnos
Aula de gestión	45	60

Espacio formativo	M1	M2	M3	M4
Aula de gestión	X	X	X	X

Espacio formativo	Equipamiento
Aula de gestión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Equipos audiovisuales</li> <li>- PCs instalados en red, cañón de proyección e internet</li> <li>- Software específico de la especialidad (Diseño, maquetación, tratamiento digital de imágenes, edición de voz, edición de video)</li> <li>- Pizarras para escribir con rotulador</li> <li>- Rotafolios</li> <li>- Material de aula</li> <li>- Mesa y silla para formador</li> <li>- Mesas y sillas para alumnos</li> </ul>

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.