



Curso virtual “Gestión económica y planeación para editoriales”

Curso virtual orientado a brindar herramientas de gestión empresarial editoriales emergentes y pequeñas de los sectores editoriales iberoamericanos. Su objetivo es suplir la carencia de competencias para una adecuada comprensión de la dimensión económica de la actividad editorial. Una carencia que se explica, en parte, por la trayectoria o formación de los actores, más inclinada hacia la cultura que hacia la economía. Se busca, pues, propiciar una instancia de formación que contribuya a cualificar las prácticas de estos actores para asegurar la rentabilidad y sostenibilidad de sus proyectos editoriales.

Objetivo general

Propiciar una adecuada comprensión de la dimensión económica de la actividad editorial a fin de contribuir a la sostenibilidad de pequeñas y medianas editoriales.

Objetivos específicos

- Ofrecer una introducción a nociones esenciales de administración, planeación y finanzas.
- Capacitar en el uso de herramientas que contribuyan a mejorar la gestión económica de las editoriales y la planeación y seguimiento de los proyectos.

Modalidad

Virtual, asincrónica, con acompañamiento de un tutor

Tutor

Raquel Franco. Licenciada en Letras por la Universidad de Buenos Aires y cuenta con una especialización en edición por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Tiene más de veinte años de experiencia en el ámbito editorial y desde 2012 dirige Pequeño Editor, una premiada editorial independiente de Argentina.

Duración

4 semanas. Se espera que las personas participantes dediquen al menos 3 horas semanales a cada uno de los módulos.

Módulos

Módulo 1 - El libro como producto comercial

1.1 Estructura de costos

- Introducción-costos fijos y variables
- Determinación del precio de venta al público del libro
- Punto de equilibrio
- Cálculo de tirada
- Títulos de long tail - short tail

1.2 Análisis económico vs. análisis financiero

- Financiero-económico
- Flujo de caja
- Manejo de inventario

1.3 Largo plazo vs. corto plazo

- Planear las publicaciones
- Reimpresiones y novedades

Módulo 2 – Un ecosistema digital en tres herramientas

2.1 Introducción general

2.2 Manejo de archivos en la nube con Dropbox

2.3 Gestión editoriales mediante Trello

2.4. Gestión de tareas diarias

2.5 Calendario y agenda

Módulo 3 – Catálogos y tiempos de publicación

3.1 Definición de público y diferencial

3.2 Planificación del ritmo de publicación del catálogo impreso

3.3 Planificación de otros formatos y soportes del catálogo

3.4 Algunas reglas básicas de orden y nomenclatura

Módulo 4 – Estructura necesaria para operar y gestión de la información

4.1 La información como insumo fundamental para el análisis comercial

- ¿Qué información queremos?
- Análisis de rendimiento
- Consignación de devoluciones
- Quiebre de stock y reposiciones
- Exportación

4.2 La estructura necesaria para operar

- Estructura legal
- Sistema de gestión y división de tareas
- Organizar el depósito