

## **FICHA DE ASIGNATURA**

**Título:** DESARROLLO Y VIABILIDAD DE UN PROYECTO EDITORIAL GLOBAL

**Descripción:** A la luz de todo lo mostrado y demostrado en las asignaturas del máster, el TFM versará en la aplicación práctica de todo ello en uno o varios proyectos editoriales concretos. Consistirá en la invención de una colección o de una línea editorial determinadas -hipotéticas, imaginarias-, en la que desarrollar todas las parcelas específicas de la globalidad explicadas en las asignaturas. El objetivo del TFM es, por tanto, eminentemente práctico. Se trata de que el alumno pueda llevar a cabo, de manera virtual pero aplicando datos verídicos y plausibles, la elección de un determinado tipo de libros según criterios concretos (ficción, no-ficción, comercial, minoritario, etc.) según el nicho de mercado elegido, e inicie todo el ciclo de su viabilidad económica, su proceso de edición, su márketing y comunicación, su comercialización de la venta y su hipotética dimensión internacional (América y ferias internacionales).

**Carácter:** Básica

**Créditos ECTS:** 6

**Contextualización:** El objetivo es que el alumno abarque lo más ampliamente posible todos los elementos de la cadena representada en las sucesivas asignaturas, y que pueda hacer un mapa real de lo que sería montar una editorial viable y rentable, para lo cual ha de hacer una serie de elecciones y tomar determinadas decisiones, calcular los aspectos económicos que precisa tener en cuenta, su situación y venta en el mercado y la promoción requerida para cumplir los objetivos marcados. El TFM se marca la meta de hacer algo real y práctico.

**Modalidad:** Online

**Elementos del TFM:**

- elección del tipo de libro / línea editorial / colección
- elección del campo de la ficción y por qué (oportunidades)
- elección del campo de la no-ficción y por qué (oportunidades)
- nicho de mercado buscado
- objetivos marcados
- viabilidad económica de los libros de un catálogo, uno a uno
- viabilidad económica del proyecto editorial en conjunto
- presupuesto anual de un plan editorial
- contratación
- proceso de edición, *editing*, correcciones, etc. (todas sus variantes)
- diseño de cubiertas (textos, portada...)
- plan de campaña de márketing para la venta (*trade-marketing*)
- plan de márketing para el mercado y publicidad
- plan de comunicación de cara a los medios

- comercialización y punto de venta
- producción del libro y estocaje
- facturación, liquidación, saldos, etc.
- gestión de devoluciones
- etcétera...

**Competencias** (*Enumerar según Aneca*):

- Que los alumnos puedan crear, hipotética y virtualmente, una editorial en sí misma o una colección de libros determinada, a elección del alumno, comprendiendo en su TFM todo el amplio y pormenorizado proceso de fases y viabilidades que se requieren para ello, según la aplicación de los conocimientos mostrados en las asignaturas
- Que los alumnos, mediante esa planificación práctica, puedan tener un suficiente nivel para desempeñar profesionalmente su vocación en el mundo editorial y/o en algunos de sus apartados específicos (departamento de derechos, área editorial, gestión económica, área de marketing-comunicación o área comercial).
- Que el alumno, en el TFM , ejemplifique global y realmente el conjunto de lo aprendido en las asignaturas parciales.