ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Fundamentos del Mundo Editorial: Catálogo, Propuesta y Proceso de Edición

6 ECTS | 150 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Especialízate con el Curso de Formación Permanente en Fundamentos del Mundo Editorial: Catálogo, Propuesta y Proceso de Edición y adquiere una visión integral de una industria en constante evolución. En ICUFOR te ofrecemos una formación rigurosa que te permitirá comprender el funcionamiento interno de las editoriales, desde su estructura organizativa hasta las dinámicas que rigen la relación entre autores, agentes y profesionales del sector.

A lo largo del programa, profundizarás en aspectos fundamentales como la construcción estratégica del catálogo editorial, la segmentación del mercado lector y el desarrollo de propuestas editoriales sólidas. También dominarás el proceso completo de edición, incluyendo la evaluación de manuscritos, la corrección de textos y la producción del libro en sus diferentes formatos.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Conocer el contexto histórico y la evolución de la industria editorial, identificando los hitos fundamentales que han configurado el panorama actual del sector.

Distinguir los agentes, roles y estructuras organizativas del ecosistema editorial, describiendo sus funciones, interrelaciones y dinámicas de colaboración profesional.

Comprender los modelos de negocio y los fundamentos económicos de la industria editorial, analizando la estructura de costes, la formación de precios y los indicadores de rentabilidad.

Dominar los principios de construcción y gestión estratégica del catálogo editorial, aplicando criterios de selección, planificación, segmentación del mercado e identificación del público lector.

Elaborar propuestas editoriales completas y profesionales, desarrollando cada uno de sus elementos constitutivos —desde la concepción de la idea hasta su defensa argumentada ante comités de decisión—.

Conocer los criterios y metodologías de evaluación, selección y adquisición de proyectos editoriales, diferenciando los procedimientos de valoración literaria, comercial y ética aplicables a los originales.

Identificar las fases del proceso de edición, diseño, maquetación y producción del libro, describiendo los flujos de trabajo, las herramientas profesionales y los estándares de calidad que intervienen desde la recepción del original hasta la publicación de la obra.

Comprender el marco legal, las estrategias de comercialización y las tendencias de transformación digital del sector editorial, relacionando los aspectos contractuales, los canales de distribución y las tecnologías emergentes con los retos y oportunidades del mundo editorial contemporáneo.

Temario

01 Introducción al mundo editorial: contexto histórico, evolución y panorama actual

1.1. Orígenes y evolución histórica de la industria editorial
1.2. Panorama actual de la industria editorial nacional e internacional
1.3. El libro como objeto cultural, económico y social
1.4. Tipología de publicaciones y formatos editoriales contemporáneos
1.5. Retos y oportunidades del sector editorial en el siglo XXI

02 El ecosistema editorial: agentes, roles y estructuras organizativas

2.1. Mapa general del ecosistema editorial contemporáneo
2.2. Estructura organizativa de una empresa editorial
2.3. El editor: funciones, competencias y perfil profesional
2.4. Agentes y profesionales de la cadena editorial
2.5. Relaciones y dinámicas entre los agentes del ecosistema editorial
2.6. Instituciones, asociaciones y organismos del sector editorial

Temario

03 Modelos de negocio y fundamentos económicos de la industria editorial

3.1. Modelos de negocio tradicionales y emergentes en el sector editorial
3.2. Estructura de costes y formación de precios del libro
3.3. Fuentes de financiación y ayudas públicas al sector editorial
3.4. Gestión presupuestaria de proyectos editoriales
3.5. Indicadores económicos y análisis de rentabilidad editorial

Temario

04 El catálogo editorial: concepto, tipología y planificación estratégica

4.1. Definición y función del catálogo en la configuración de la identidad editorial
4.2. Tipología de catálogos según el modelo y la especialización de la editorial
4.3. Construcción y desarrollo estratégico del catálogo editorial
4.4. Colecciones y series: concepto y función dentro del catálogo editorial
4.5. Criterios de creación, diseño y gestión de colecciones
4.6. El catálogo como herramienta de posicionamiento y diferenciación en el mercado
4.7. Análisis de catálogos editoriales de referencia: estudios de caso

05 Análisis de géneros, segmentación del mercado e identificación del lector

5.1. Clasificación y caracterización de los géneros editoriales
5.2. Segmentación del mercado editorial y definición del público objetivo
5.3. Hábitos de lectura y perfil del lector contemporáneo
5.4. Tendencias temáticas y patrones de consumo en el mercado editorial actual

Temario

06 La propuesta editorial: concepción, desarrollo y presentación formal del proyecto

6.1. Concepto y elementos constitutivos de la propuesta editorial profesional
6.2. Identificación y desarrollo de ideas con potencial editorial
6.3. Estructura y contenido de una propuesta editorial completa
6.4. Presentación y defensa de la propuesta ante comités editoriales
6.5. Propuestas editoriales por encargo: particularidades y metodología específica
6.6. Técnicas de argumentación y comunicación persuasiva en la defensa del proyecto
6.7. Errores frecuentes en la elaboración y presentación de propuestas editoriales

Temario

07 Evaluación, selección y adquisición de proyectos editoriales

7.1. El proceso de recepción y gestión de manuscritos y originales
7.2. Criterios y metodología de evaluación de originales
7.3. El comité de lectura y los procesos colegiados de toma de decisiones
7.4. Negociación y adquisición de derechos editoriales
7.5. Gestión de la relación profesional con autores y agentes literarios
7.6. Criterios éticos en la selección, aceptación y rechazo de originales

Temario

08 El proceso de edición: fases, metodologías y flujo de trabajo profesional

8.1. Visión global del proceso editorial: de la adquisición del original a la publicación de la obra
8.2. La edición de contenido o edición estructural del texto
8.3. La edición de estilo: depuración lingüística y adecuación expresiva
8.4. Corrección ortotipográfica y de pruebas
8.5. Particularidades de la edición según el género y el tipo de obra
8.6. Planificación temporal y gestión del flujo de trabajo editorial
8.7. La relación editor-autor a lo largo del proceso de edición
8.8. Herramientas digitales aplicadas al proceso de edición contemporáneo

Temario

09 Diseño, maquetación y producción editorial del libro

9.1. Fundamentos de diseño editorial aplicados al libro
9.2. Diseño de interiores, cubiertas y elementos gráficos del libro
9.3. Maquetación y composición del libro
9.4. Gestión de la producción editorial: impresión y encuadernación
9.5. Producción de libros electrónicos y formatos digitales
9.6. Control de calidad integral en el proceso de diseño y producción editorial

10 Aspectos legales, contractuales y de propiedad intelectual en la edición

10.1. Marco normativo de la propiedad intelectual aplicado al sector editorial
10.2. El contrato de edición: concepto, tipología y función en la relación editorial
10.3. Contenido y cláusulas fundamentales del contrato de edición
10.4. Gestión de derechos subsidiarios, licencias y registros editoriales
10.5. Resolución de conflictos y situaciones legales frecuentes en el sector editorial

Temario

11 Comercialización, distribución y comunicación del producto editorial

11.1. Estrategias de marketing editorial: del plan estratégico a la ejecución operativa
11.2. Canales de distribución del libro: estructura y funcionamiento
11.3. Comunicación y relaciones públicas en el ámbito editorial
11.4. Ferias del libro, eventos literarios y presentaciones como herramientas de difusión
11.5. Marketing digital aplicado al sector editorial
11.6. Internacionalización editorial y venta de derechos en mercados exteriores
11.7. Análisis de resultados comerciales y métricas de éxito editorial

12 Transformación digital y nuevas tendencias en el mundo editorial contemporáneo

12.1. Impacto de la digitalización en la cadena de valor editorial
12.2. Autopublicación y plataformas de autoedición
12.3. Inteligencia artificial y tecnologías emergentes aplicadas a la edición
12.4. Sostenibilidad, responsabilidad social y prospectiva del sector editorial

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 6 créditos ECTS y 150 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06 **Contenidos actualizados**
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07 **El curso, por escrito**
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08 **Autónomo, pero acompañado**
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09 **Enseñanza adaptada**
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10 **Estudio sencillo e intuitivo**
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

