



objetivos

Adquirir los conocimientos básicos del proceso editorial en seminarios teórico-prácticos. Contacto directo con un entorno editorial desde el primer día al impartirse las clases en la sede de Ediciones Nevsky. Introducción a los principios de la edición independiente. Colaboración en la edición de un libro.

organización

Formato de los seminarios: Seminarios teóricos (1er semestre) y clases prácticas dirigidas de colaboración-creación en la editorial (2º semestre). Los alumnos estarán divididos en dos grupos, uno de mañana y otro de tarde. Cada grupo se reunirá una vez a la semana en la sede de la editorial. Cada una de estas sesiones tendrá una duración de tres horas con un descanso de unos quince minutos.

GRUPO (1): MARTES MAÑANA DE 10 A 13 HORAS
GRUPO (2): JUEVES TARDE DE 16 A 19 HORAS

Semana de doble sesión: Una vez al mes se celebrará una encuentro-desayuno el sábado por la mañana (de 11 a 13 horas) con el editor invitado de un sello independiente. El editor dará una charla sobre uno de los puntos del temario, y se servirá un tentempié en el que se invitará a una charla-debate más distendida con preguntas por parte de los alumnos. Esta sesión será de carácter voluntario.

Planificación: Durante el primer semestre se expondrán los principios básicos del negocio editorial desde la perspectiva de la edición independiente. Durante el segundo, cada grupo editará y producirá un libro que será impreso, presentado y puesto a la venta durante la Feria del Libro de Madrid, bajo uno de los dos sellos de la editorial.

Enseñanza in-house: Las clases se impartirán en la sede de Ediciones Nevsky, sita en el centro de Madrid. La idea es ofrecer una formación completamente *in-house*, siguiendo el modelo de formación de editoriales británicas. Se complementará con la visita a una imprenta, la asistencia obligatoria a, al menos, una presentación literaria durante el curso, y una visita a la Feria del Libro de Madrid.

Matriculación y coste del curso: La matrícula se abrirá el 1 de agosto y se cerrará el 15 de septiembre. El curso tendrá un máximo de 8 alumnos por grupo. El coste es de 1250 €, con un 10% de descuento a desempleados y estudiantes, o un 5% si se abona en un único pago. En el momento de reserva de plaza no es necesario abonar ninguna cantidad. El curso podrá abonarse a partir del 15 de septiembre.

calendario

PRIMER SEMESTRE: 1 de octubre al 12 de diciembre

SEMANA	GRUPO (1)	GRUPO (2)
SEMANA (0):	1 DE OCTUBRE	3 DE OCTUBRE
SEMANA (1):	8 DE OCTUBRE	10 DE OCTUBRE
SEMANA (2):	15 DE OCTUBRE	17 DE OCTUBRE
SEMANA (3):	22 DE OCTUBRE	24 DE OCTUBRE
SEMANA (4):	29 DE OCTUBRE	31 DE OCTUBRE
SEMANA (5):	5 DE NOVIEMBRE	7 DE NOVIEMBRE
SEMANA (6):	12 DE NOVIEMBRE	14 DE NOVIEMBRE
SEMANA (7):	19 DE NOVIEMBRE	21 DE NOVIEMBRE
SEMANA (8):	26 DE NOVIEMBRE	28 DE NOVIEMBRE
SEMANA (9):	2 DE DICIEMBRE	4 DE DICIEMBRE
SEMANA (10):	10 DE DICIEMBRE	12 DE DICIEMBRE

SEGUNDO SEMESTRE: 21 de enero al 17 de abril (+) Feria del Libro Madrid

SEMANA	GRUPO (1)	GRUPO (2)
SEMANA (11):	28 DE ENERO	30 ENERO
SEMANA (12):	4 FEBRERO	6 FEBRERO
SEMANA (13):	11 FEBRERO	13 FEBRERO
SEMANA (14):	18 FEBRERO	20 FEBRERO
SEMANA (15):	25 FEBRERO	27 FEBRERO
SEMANA (16):	4 MARZO	6 MARZO
SEMANA (17):	11 MARZO	13 MARZO
SEMANA (18):	18 MARZO	20 MARZO
SEMANA (19):	25 MARZO	27 MARZO
SEMANA (20):	1 ABRIL	3 ABRIL
SEMANA (21):	8 ABRIL	10 ABRIL
SEMANA (22):	15 ABRIL	17 ABRIL

DESAYUNO CON EDITOR INVITADO (GRUPO 1 Y 2):

SÁBADO 26 DE OCTUBRE Pablo Mazo
Editor de SALTO DE PÁGINA. Construcción del catálogo y línea editorial.
SÁBADO 9 DE NOVIEMBRE Luis García Prado
Editor de BIBLIÓPOLIS/ALAMUT. Apuntes legales, contratos y agencias literarias.
SÁBADO 30 DE NOVIEMBRE Pilar Adón
Editora de IMPEDIMENTA. El día a día del trabajo del editor. Intervención textual.

DESAYUNO CON EDITOR INVITADO (GRUPO 1 Y 2):

A DETERMINAR



planificación/desglose del temario

PRIMER SEMESTRE: SENTANDO LAS BASES DE LA EDICIÓN INDEPENDIENTE

- Semana (0): Presentación del curso y visión general
Exposición de objetivos, herramientas y retos
- Semana (1): El mercado editorial y sus modelos
Edición independiente vs. Edición como negocio · Por qué editar · Los “6000” lectores · La edición, su negocio y su contexto · Otros mercados: el modelo británico-anglosajón
- Semana (2): La edición independiente
Modelos alternativos (pequeña editorial, la edición especializada, la editorial de guerrilla, los nichos editoriales) y su viabilidad como negocio cultural · La edición independiente actual en el contexto español
- Semana (3): El proyecto editorial
De la primera idea a la creación de un catálogo · La línea editorial: riesgo + coherencia (+)
Desayuno con editor invitado, Pablo Mazo (SALTO DE PÁGINA)
- Semana (4): A propósito de la organización (I): Principios de pre-producción
Selección y criba · Desarrollo de un proyecto desde cero · Búsqueda de información (principios y herramientas) · Los encargos (ilustración, traducción, corrección, paratextos)
- Semana (5): A propósito de la organización (II): Principios económicos
Estudios económicos · Becas y subvenciones · Negociación (derechos, contratos) · Redacción (contratos) (+)
Desayuno con editor invitado: Luis García Prado (BIBLIÓPOLIS/ALAMUT)
- Semana (6): A propósito de la organización (III): Principios de planificación
El calendario editorial (organización · relevancia · fechas clave)
- Semana (7): CASO PRÁCTICO (I): Desarrollo de un proyecto editorial para Ediciones Nevsky, primera sesión.
Objetivos, propuestas, debate.
- Semana (8): Los procesos (I): Pre-producción editorial
El proceso de edición · Corrección / Intervención · Español normativo, principios de transliteración (+)
Desayuno con editor invitado: Pilar Adón (IMPEDIMENTA)
- Semana (9): Los procesos (II): Producción editorial
El diseño y la maquetación · Relevancia de la cubierta y otros materiales promocionales · Introducción a la impresión [se completa con la visita a una imprenta durante el 2º SEMESTRE]
- Semana (10): CASO PRÁCTICO (II): Desarrollo de un proyecto editorial para Ediciones Nevsky, segunda sesión.
Asignación del proyecto. Reparto de tareas.
Presentación del calendario del 2º semestre (+)
Desayuno-despedida navideña

SEGUNDO SEMESTRE: ÚLTIMOS SEMINARIOS (+) DESARROLLO DE UN PROYECTO EDITORIAL

- Semana (11): La comunicación (I): Marketing editorial
Marketing (principios y teoría) · Marketing editorial, lo que hay que saber (*community management*, nuevas tecnologías y herramientas, objetivos promocionales, escritura de dossiers) · Desarrollo del plan de marketing para un producto editorial
- Semana (12): La comunicación (II): Prensa cultural
Realidades y mitos de la prensa cultural · El plan de comunicación (principios y desarrollo) · otros medios
- Semana (13): SESIÓN DE CONTROL CASO PRÁCTICO: Planificación y calendario de las siguientes semanas. Planificación de la visita a la imprenta
- Semana (14)-Semana (22): DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO

*Descanso hasta la Feria del Libro de Madrid
Reencuentro en la Feria del Libro de Madrid-Presentación del proyecto editorial
Brunch de despedida*



Información y reserva de plazas

web del curso: www.edicionesnevsky.com/pages/taller-de-edicion

e-mail de contacto: info@nevsky.es

Se ruega especificar en el tema del email "Taller de Edición"

teléfonos de contacto: 911 836 483 · 658 612 797

coordinación: EDICIONES NEVSKY (NEVSKY PROSPECTS / FÁBULAS DE ALBIÓN)
MARQUÉS DE SANTA ANA, 16, 2ºB, 28004 MADRID

www.edicionesnevsky.com
www.facebook.com/nevskyeditorial
www.facebook.com/fabulassellonevsky
twitter.com/NevskyProspects
twitter.com/FabulasAlbion