



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
EDITORIAL MEXICANA

La mejor práctica editorial: curso internacional intensivo de gestión de proyectos y marketing para profesionales del área editorial y comercial de empresas editoriales en México

organizado por la
Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem)

con la participación de
copyTRAIN y *marketability*
(Reino Unido)

jueves 2–sábado 4 de noviembre de 2017

en las instalaciones de la Caniem:
Holanda 13, colonia San Diego Churubusco,
Coyoacán, 04120 Ciudad de México

EN LO QUE VA DE ESTE NUEVO SIGLO, LA INDUSTRIA editorial ha cambiado más que en las décadas finales del siglo XX. Y se anuncian otros cambios significativos. Los editores sobrevivientes enfrentan grandes desafíos, tienen que identificar riesgos y aprovechar oportunidades.

Frente a las realidades internacionales la industria editorial necesita profesionales idóneos, con conocimientos actualizados y nuevas competencias, que puedan convertir el cambio en una ventaja estratégica.

De esta necesidad permanente de actualización profesional se origina la concepción de este curso: una versión especial de varios cursos impartidos en el Reino Unido y diferentes países de Europa, Asia y África, con énfasis en la gestión de proyectos y en el marketing editorial, donde se abordarán las siguientes cuestiones:

¿Qué se necesita para desarrollar con éxito nuevos títulos compatibles con las metas y los recursos de su editorial? ¿Cómo construir un fondo editorial distintivo? ¿Y cómo contratar los autores idóneos, coordinar los recursos profesionales de su propia estructura y los colaboradores *free lance*, y cumplir adecuadamente a la vez con los tiempos y costos acordados al presentar sus proyectos editoriales? ¿Cómo multiplicar los beneficios de la inversión utilizada, evitar los errores financieros y reforzar el control de calidad?

¿Qué se entiende por marketing en el mundo de la edición? ¿Cómo se lleva a cabo la investigación de mercado y se preparan los planes de marketing, su presupuesto y tiempo de realización? ¿Cómo identificar las “marcas” en esta realidad específica? ¿Cómo explotar la potencialidad de las nuevas tecnologías de comunicación? Marketing editorial en el “mundo real”: canales de venta, nichos, públicos objetivo, internet, redes sociales...

La mayor ambición de este curso es que sus participantes puedan llegar de nuevo a su oficina con una comprensión aguda de los actuales procesos de decisión editorial y de marketing. En un entorno ferozmente competitivo, se requieren profesionales con capacidades y destrezas que hagan factibles sus proyectos.

La mejor práctica editorial es un curso internacional intensivo que ofrece:

- Un espacio interactivo de aprendizaje teórico-práctico para un máximo de 32 profesionales de la edición.
- A través del planteamiento y análisis de proyectos editoriales, una búsqueda de propuestas viables para el desarrollo del negocio editorial, efectuada en grupos de trabajo guiados por dos experimentados docentes británicos.

¿A quién está dirigido este curso?

- Para profesionales de las áreas editoriales, comerciales y de marketing de las empresas activas en México y Centroamérica, que estén muy motivados y persigan acrecentar su comprensión del negocio global ahondando en temas esenciales y con habilidad para concebir nuevas soluciones en diferentes escenarios.
- Está diseñado para profesionales con más de 3 años de experiencia en el sector editorial, que trabajen en empresas de todos los rangos industriales (de micro a macro), especialidades (interés general, texto, STM, infantil y juvenil, etc.) y soportes (impresos en papel y digitales), incluyendo la auto-edición.

¿Qué obtendrán los participantes?

- Ideas y experiencias que ayuden a identificar oportunidades para la oferta editorial local y su potencialidad en el mercado internacional.
- Mayor dominio de métodos y herramientas de la gestión empresarial innovadora.
- Cómo utilizar productivamente el impacto de las nuevas tecnologías en el circuito del libro (del autor al lector).
- Mejor comunicación con otros profesionales que enfrentan problemas empresariales similares.

Funcionamiento del curso

- Durante 2 1/2 días (del jueves 2 al sábado 4 de noviembre), un total de 22 horas de intenso trabajo teórico-práctico a cargo de dos docentes británicos y un experto mexicano en contratos y derechos de autor. Los participantes se integrarán en grupos de trabajo, que analizarán los proyectos editoriales preparados *ad hoc* y presentarán soluciones originales.
- Los docentes expondrán en inglés y habrá un servicio profesional permanente de traducción simultánea inglés-español y español-inglés.

PROGRAMA

Día 1 (jueves 2 de noviembre)

El marco global de la edición internacional

08:30-09:00	Bienvenida. Objetivos del curso e introducción operativa RB / RM / JA
09:00-09:45	Tendencias y retos actuales de la edición internacional RB / RM
09:45-10:30	Cómo generar el valor agregado en los procesos editoriales: del texto al libro, del concepto al servicio en línea RB
10:30-10:45	<i>Receso</i>
10:45-11:30	Tendencias del desarrollo editorial RB
11:30-12:30	¿Qué se entiende por marketing editorial? RM
12:30-13:15	Los nuevos deberes de los autores en su relación con los editores y el marketing editorial RB / RM
13:15-14:45	<i>Comida</i>
14:45-15:30	Conocimiento de los mercados. Innovación y riesgos RB
15:30-16:30	Marketing estratégico y presupuestos RM
16:30-16:45	<i>Receso</i>
16:45-19:00	Trabajo en equipos / I. Ejercicio: propuesta de un proyecto editorial RB / RM / JA

Día 2 (viernes 3)

De la edición orientada por el marketing editorial a las líneas de acción

09:00-10:00	La "típica" mezcla del marketing (las 4 P) y su papel en el negocio editorial del siglo XXI RM
10:00-10:30	Estrategias de marketing orientadas a los productos editoriales: campañas de venta por correo directo, prensa y relaciones públicas, conferencias de ventas y ferias del libro RM
10:30-11:00	La potencialidad de las asociaciones estratégicas para el marketing: editor /autor / libreros / medios / redes sociales y otros RM
11:00-11:15	<i>Receso</i>
11:15-12:15	Desarrollar el potencial del marketing digital RM
12:15-13:00	Los proyectos editoriales orientados al mercado RB
13:00-14:30	<i>Comida</i>
14:30-16:15	Ejercicios II / continuación del trabajo encomendado a los grupos RB / RM / JA
16:15-16:30	<i>Receso</i>
16:30-19:30	Ejercicios III / conclusión del trabajo de los grupos y presentación final de los proyectos editoriales RB / RM / JA

Día 3 (sábado 4)

Clase editorial magistral: reforzar los conocimientos financieros y de gestión empresarial

08:30-09:15	El editor y las tareas financieras. La economía editorial RB
09:15-10:00	El editor como gestor de proyectos editoriales RB
10:00-10:45	Foro abierto: temas para debate con los participantes, incluidos reclutamiento y continuidad de autores, inversión en el negocio digital (y los criterios de rentabilidad), enfoque de los productos editoriales como marcas (y la identidad del catálogo) RB / RM / JA
10:45-11:00	<i>Receso</i>
11:00-12:00	Copyright, contratos, licencias, derechos de autor... <ul style="list-style-type: none">• La situación internacional RB• La realidad mexicana JLC
12:00-13:00	Conclusiones del curso. Entrega de certificados y clausura RB / RM / JA

Jesús R. Anaya Rosique
CDMX, 10 de julio de 2017

Siglas:

RB = Richard Balkwill, docente

RM = Rachel Maund, docente

JA = Jesús R. Anaya Rosique, coordinador del Curso

JLC = José Luis Caballero Leal

Los docentes

RICHARD BALKWILL

Graduado en literatura francesa y española en Christ Church, Oxford. Inició su trayectoria profesional en 1968 en la editorial Ginn & Co., continuó en Thomas Nelson y fue director editorial de la división educativa de Macmillan y director de no ficción en Heinemann. En 1992 fundó su propia compañía: CopyTRAIN (“a writing, training and copyright service”). En la Book House (hoy *The Publishing Training Centre*, imparte cursos de finanzas, derechos, gestión y políticas editoriales y es responsable de varios cursos internacionales en una docena de países de Asia, África y Europa, así como en la Oxford Brookes University. Fue activo colaborador de la maestría en edición de la Universidad de Guadalajara y docente en el 1er. (Cholula 1993) y 2º. Seminarios de Alta Dirección (Hacienda Galindo 2006), que se efectuó también en Colombia, Brasil y Argentina (1994-95). Miembro de la OMPI, del British Copyright Council y del Comité sobre edición electrónica de la Asociación británica de editores. Es autor de una docena de libros de distintos géneros (incluyendo libros para niños) y coautor del *Diccionario multilingüe de contratos y derechos* (Londres 1994), así como de *The Professionals' Guide to Publishing* (Londres 2011). rbalkwill@aol.com

RACHEL MAUND

Desempeñó funciones directivas en marketing y ventas internacionales en varias editoriales británicas académicas y de STM (Elsevier, Ashgate, Gower y RIBA, entre otras) a partir de 1981. Ha sido docente de marketing en la Book House desde 1991 y en la Oxford Brookes University y la City University de Londres. Ha impartido cursos profesionales en Singapur, China y Australia. En 1999 fundó su propia compañía: *Marketability*, que ofrece una variedad de servicios y cursos de marketing a las principales editoriales del Reino Unido y a los gremios de Escocia e Irlanda, en particular cursos empresariales “a la medida”. Publica un boletín electrónico mensual (www.marketability.info). También fue docente en el 2º. Seminario de Alta Dirección (Hacienda Galindo 2006). rachel.marketability@binternet.com

JESÚS R. ANAYA ROSIQUE. Coordinador

Editor, traductor e investigador en México, Italia y España. Fue director editorial del Grupo Planeta en México (1997-2006). Fundó en la Universidad de Guadalajara el primer posgrado en edición de Latinoamérica (1991-1997), apoyado también por la FIL, la Caniem y el Book House Training Centre del Reino Unido. Organizó el 1er. Seminario de Alta Dirección (Cholula 1993) y el 2º. (Hacienda Galindo 2006), al igual que en Paipa, Colombia (1994). Ha impartido cursos para editores en México, Guatemala, Chile, Brasil y Colombia. Desde 2009 es profesor-investigador en la Academia de Creación Literaria de la UACM. janayarosique@yahoo.com.mx

JOSÉ LUIS CABALLERO LEAL

Licenciado en derecho (UNAM 1985) y especialista en derecho de la propiedad intelectual (Universidad Panamericana 2005). Desde 1987 forma parte de la firma Jalife, Caballero, Vázquez & Asociados, donde atiende principalmente asuntos de derechos de autor y conexos en el sector cultural, la industria del entretenimiento y la publicidad. Es un colaborador activo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Ha publicado numerosos artículos en revistas especializadas y dos libros: *Jingles, producción y contratación* y *Derecho de autor para autores* (FCE 2005). Profesor de su especialidad en la Universidad Panamericana y en la maestría en derecho corporativo del IPADE. jlcaballero@jcip.mx

El lugar

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

Holanda 13, colonia San Diego Churubusco
Coyoacán, 04120 Ciudad de México

Proceso de registro:

- La inscripción quedará abierta a partir de la publicación de la convocatoria (10 de julio de 2017).
- El interesado deberá llenar la forma de inscripción, que recibirá vía correo electrónico, y la enviará a la atención de Leticia Arellano/Caniem al correo: capacit@caniem.com
- Fecha límite para inscribirse: lunes 2 de octubre de 2017. (o antes, en cuanto se cubra el cupo máximo, que será que será de 32 participantes). Dada la demanda, se recomienda inscribirse a la brevedad posible.
- La participación queda asegurada solo previo pago de la cuota de inscripción y del compromiso de participar los 2 días y medio del curso (jueves 2-sábado 4 de noviembre), para garantizar la mayor efectividad de los grupos de trabajo que se integrarán.
- La cuota de inscripción para socios de la Caniem es de \$9,000 pesos (con IVA incluido); y para no afiliados es de \$11,500 (con IVA incluido).

DESCUENTOS POR PRONTO PAGO:

10% pagando antes del lunes 28 de agosto de 2017.

FORMAS DE PAGO:

Cheque, depósito, transferencia, cargo a tarjeta de crédito.

- Cuenta de depósito: 5203 8020 418, Banco Santander
A nombre de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
- Transferencia: 01418052 0380 2041 87, Banco Santander
A nombre de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
- Cargo a tarjeta Bancomer: 3, 6 y hasta 12 meses

CARGOS POR CANCELACIÓN:

Deberá hacerse por escrito con acuse de recibo:

- Antes del lunes 18 de septiembre: 15% de la cuota pagada
- Antes del viernes 22 de septiembre: 50% de la cuota pagada
- A partir del viernes 29 de septiembre, no habrá devolución

INFORMES E INSCRIPCIONES:

Leticia Arellano. Teléfono directo: 5604 3294, conmutador: 5688 2011 ext. 728, capacit@caniem.com
Holanda 13, colonia San Diego Churubusco, Coyoacán, 04120 Ciudad de México