

UNIDAD DE COMPETENCIA Planificar la producción a partir del análisis de las especificaciones de los originales

Nivel 3

Código UC0204_3

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP 1: Intervenir en la definición de los productos a realizar, teniendo en cuenta los planes editoriales, las partes del libro y/o producto editorial, determinando las características técnicas, estéticas y legales, y proponiendo mejoras para facilitar la producción.

CR 1.1 Las propuestas técnicas para la fabricación del producto editorial: sistemas de impresión, número de colores, tipo de documento, número de páginas y otras, se efectúan buscando el equilibrio entre calidad y costes.

CR 1.2 Los formatos de las obras se proponen en función de los criterios de las colecciones y/o a criterios establecidos por el cliente, teniendo en cuenta las medidas estandarizadas, según normativa de calidad aplicable del papel y de las máquinas de impresión.

CR 1.3 Las distintas partes del libro o producto editorial se establecen siguiendo los criterios estéticos más adecuados al carácter de la obra: tipografías, imágenes, cajas y otros.

CR 1.4 Los aspectos legales de la edición: Depósito legal, ISBN, Copyright, créditos y otros se registran en las páginas correspondientes según normas de la editorial.

CR 1.5 Las características técnicas del producto se concretan buscando el máximo aprovechamiento de las materias primas, describiéndolas de forma precisa en cuanto a medidas, gramaje, acabados y resistencias.

CR 1.6 Las características de los textos de la obra editorial: estilos, familias y otros, se proponen ajustándose al diseño establecido y al contenido de la publicación.

CR 1.7 Las características de las imágenes de la obra editorial: técnicas correctas, definición, resolución, formato de archivo, medidas y disponibilidad se proponen, ajustándose a las necesidades de la reproducción.

CR 1.8 Las fases y operaciones de postimpresión: películados, manipulados y encuadernación de libros o revistas se establecen de acuerdo con los requerimientos del producto y las necesidades editoriales.

RP 2: Solicitar ofertas de materiales y servicios vinculados con la fabricación del producto editorial de acuerdo con las especificaciones técnicas necesarias, consiguiendo la mejor relación calidad / precio.

CR 2.1 La prospección del mercado se efectúa teniendo en cuenta la evolución, la certificación y el cumplimiento de las especificaciones técnicas necesarias de realización por parte de los proveedores de productos y servicios de preimpresión, impresión y postimpresión.

CR 2.2 Las ofertas recibidas para la compra de materiales o contratación de servicios se ajustan a las características técnicas solicitadas y a los plazos de entrega requeridos.

CR 2.3 La información técnica recibida se coteja con la que ofrecen los fabricantes de maquinaria y productos, las revistas técnicas y las ferias especializadas.

CR 2.4 Los proveedores se seleccionan atendiendo a criterios económicos y de calidad.

RP 3: Elaborar el presupuesto del producto editorial, marcando las diversas fases de producción para controlar los costes, utilizando aplicaciones informáticas.

CR 3.1 Las fases y variables de producción que intervienen en el presupuesto se registran facilitando el seguimiento y control de datos.

CR 3.2 La información técnica de los materiales y de las fases productivas se identifica considerando las características técnicas del producto y los plazos de entrega requeridos.

CR 3.3 Los costes de preimpresión se valoran atendiendo a los plazos de entrega, tamaño, número de imágenes y color, tipo de pruebas y formatos de entrega.

CR 3.4 Los costes de impresión se valoran atendiendo a los plazos de entrega, tamaño de impresión, número de ejemplares, número de tintas, cambios de planchas (u otra forma impresora) y cantidad de resmas.

CR 3.5 Los costes de postimpresión se valoran atendiendo a los plazos de entrega, número de pliegos, tipo de encuadernación, manipulados, películados y empaquetado.

CR 3.6 El coste de las materias primas se determina calculando el papel utilizado, las mermas o el almacenaje, entre otros, y a partir de consultas o utilizando tarifas pactadas con proveedores.

CR 3.7 Los costes fijos y variables de los distintos procesos de producción se determinan valorando las distintas partidas que lo integran.

CR 3.8 Los cálculos y la presentación del presupuesto se realizan utilizando el software específico.

RP 4: Programar y planificar la obtención del producto editorial, de acuerdo con los requisitos establecidos para cumplir los plazos de entrega y utilizando aplicaciones informáticas.

CR 4.1 La presentación de la programación de los trabajos se realiza utilizando los diagramas más adecuados.

CR 4.2 Las incidencias que puedan presentarse en el proceso de producción se consideran en la programación, considerando su repercusión en el desarrollo de la edición.

CR 4.3 La programación y planificación de la reproducción del producto editorial se realiza ajustándose a las características y naturaleza del mismo.

CR 4.4 Las fases productivas de preimpresión, impresión y postimpresión se determinan con un cálculo del tiempo preciso para su realización con los costes previstos.

CR 4.5 El control de la programación se realiza obteniendo pruebas intermedias entre las fases.

CR 4.6 Los puntos críticos del proceso de reproducción del producto editorial se determinan, valorando los márgenes de recepción de materiales, plazos de entrega, complejidad del proceso y otros.

CR 4.7 El número de unidades a reeditar y reimprimir se evalúa a partir de la gestión y el seguimiento del producto almacenado en stock.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos de medida: cuentahílos, densitómetro. Equipos informáticos. Software: tratamiento de textos, imágenes y maquetación. Software específico de programación. Software de presupuestos. Software específico de evaluación de ejemplares y de reposición inteligente de material en stock. Pruebas digitales. Muestras de las materias primas.

Productos y resultados

Programación y planificación del producto editorial realizados. Incidencias y datos de calidad estimados. Características de productos editoriales tales como libros, periódicos, revistas, folletos, 'displays', desplegados, sobres, encartes, 'flyers' y otros, establecidas. Dispositivos multimedia. Ofertas de materiales y servicios solicitadas y valoradas. Presupuesto realizado.

Información utilizada o generada

Información aportada por el cliente y por los proveedores. Normativa aplicable de calidad. Fichas técnicas. Certificación de proveedores. Planes editoriales. Estudio de ofertas. Normativa sobre derechos de autor, depósito legal y otros. Tarifas. Órdenes de fabricación. Hojas de producción. Especificaciones para el control de calidad. Pruebas de preimpresión. Muestras del producto impreso. Modelos. Boceto del trabajo a reproducir. Libro de estilo. Manual de identidad corporativa. Catálogo de tipos. Normativa aplicable de prevención de riesgos laborales y medioambiente.