

Curs

Competențe antreprenoriale și bune practici în domeniul editorial

Formator: **Paul Marinescu**

I. Preliminariile afacerii

1. Motivarea afacerii
2. Obiectivele afacerii
3. Resursele financiare necesare pentru înființarea unei Edituri
4. Necesarul de dotări și de personal pentru începerea activității de editare

II. Cadrul legal

1. Înființarea unui SRL
2. Pașii și actele necesare pentru înființarea unei Edituri

III. Organizarea unei Edituri

1. Ce este Editura? Produsele unei Edituri
2. Tehnologia realizării unei cărți / broșuri / revistă (pașii de urmat de la decizia de a edita o publicație până la tipărirea ei)
3. Organigrama unei Edituri
4. Structura de personal a unei Edituri
5. Activitățile specifice fiecărui departament / fiecărei ocupații
6. Activități conexe: marketing, vânzări, financiar-contabil etc
7. Externalizarea anumitor activități

IV. Condiții specifice de editare-tipărire

1. Condiții specifice manuscrisului
2. Condiții specifice produsului finit
3. Principalele programe utilizate în procesul de editare

V. Managementul documentelor Editurii

1. Întocmirea contractelor specifice: de drepturi de autor; cu tipografia; cu diverși colaboratori (recenzori, activități externalizate etc); de distribuție etc
2. Întocmirea documentelor conexe: planul editorial; prețul de cost; prețul de vânzare; tirajul; cod ISBN/ISSN; descriere CIP; cod de bare etc
3. Obținerea avizelor anuale privind acreditarea Editurii, a colecțiilor de cărți și a revistelor
4. Organizarea și gestionarea documentelor

VI. Managementul calității produselor Editurii

1. Manualul de proceduri privind calitatea activităților unei Edituri
2. Metode de verificare a calității produselor în diferite etape

VII. Managementul pe bugete al Editurii

1. Stabilirea Planului editorial (structură, număr de titluri, tiraje etc) pe baza bugetului alocat
2. Planificarea realizării Planului editorial: în timp, pe persoane, pe titlu de carte

VIII. Managementul pe proiecte al Editurii

1. Realizarea unui produs (carte / broșură / album / revistă etc) pe baza unui buget alocat
2. Planificarea, pe etape, a realizării produsului

IX. Marketingul Editurii

1. Identificarea clienților
2. Estimarea vânzărilor și, implicit, a tirajului
3. Strategia de vânzare: pe site-ul propriu / pe site-uri partenere / prin librării / prin firme de distribuție specializate etc

X. Realizarea site-ului unei Edituri

1. Structura unui site de Editură
 2. Structura unui site de Revistă de specialitate
-