

**Nombre de la Asignatura: Diseño y Producción Impresa**

**a) Generalidades**

<b>Número de Orden: 34</b>	<b>Código: DPI0</b>	<b>Duración del Ciclo en Semanas: 16</b>
<b>Pre- Requisito (s):</b>	<b>Ciclo Académico: VII</b>	<b>Duración/Hora Clase: 50 minutos</b>
	<b>Área: Fundamentación</b>	<b>Número/Hora Clase por Ciclo: 80</b>
	<b>U. V.: 4</b>	<b>Horas Teóricas/Semanales: 2</b>
		<b>Horas Prácticas/Semanales: 3</b>

**b) Descripción de la Asignatura:**

Producción Editorial fundamenta de manera sencilla, analítica y efectiva los conocimientos conceptuales y prácticos de medios editoriales como revistas, boletines internos y otras publicaciones.

**c) Objetivo General de la Asignatura:**

Ampliar experiencia y visión de los alumnos en el campo editorial, a nivel de comunicación y expresión tanto escrita como visual al constituirse en una práctica, en la que los participantes apliquen creativamente lo aprendido, en la construcción de piezas editoriales y publicitarias para el medio, mediante proyectos grupales que le dan sentido a su aprendizaje.

**Objetivos Cognitivos (conocer):**

- Identificar los elementos que componen una revista
- Analizar el contenido editorial de revistas ejemplares
- Generar criterios sobre como conceptualizar el material de las secciones que componen una revista
- Analizar el contenido publicitario de revistas ejemplares

### **Objetivos Procedimentales (saber hacer):**

- Investigar a profundidad un tema de nuestra realidad y entorno, relacionándolo con el medio editorial
- Planificar una revista
- Elaborar el contenido editorial de sus páginas
- Diagramar y presentar a nivel de producción gráfica, las páginas y secciones que la componen
- Insertar y producir anuncios publicitarios afines con este medio
- Aplicar varias herramientas de los programas de software tradicionalmente utilizados en producción editorial, como son FREE-HAND, PHOTOSHOP

### **Objetivos Actitudinales (ser):**

- Sensibilizar al estudiante sobre la innegable importancia y auge que ha tomado la comunicación visual y las exigencias actuales del entorno en su desempeño profesional
- Reconocer valores en el contenido de revistas actuales (o la falta de ellos) para plasmarlos en sus comunicaciones, aplicarlos en su vida académica y laboral y promoverlos en la cultura actual

### **d) Contenidos:**

#### **UNIDAD I: Teoría y análisis de medios editoriales**

- Tipos, conceptos, estadísticas
- Contenido de la revista editorial
  - Material investigativo
  - Reportajes
  - Crítica social–líder de opinión
  - Secciones de relleno
  - Cierre última hora
- Ética, actitudes y valores
- Planificación e investigación de una revista

#### **UNIDAD II: Análisis y aplicación de elementos editoriales**

- Titulares, lead y head
- Imágenes y elementos decorativos
  - Fotos y scan
  - Gráficos e infográficos
  - Ilustraciones y viñetas vectorizadas

- Cabezal
- Body copy del artículo
  - Investigación
  - Reportaje
  - Crítica
- Diagramación y diseño de una revista.

### UNIDAD III: La publicidad específica para medios editoriales

- Análisis de anuncios retail e imagen
- Análisis de campaña
  - Expectativa e impacto
  - Lanzamiento doble página
  - Suplemento e inserto
- Análisis de comunicación visual
- Análisis de publrreportaje
- Creación de publicidad para una revista

#### e) Estrategia Metodológica:

La asignatura se está contemplada con un 40% de contenido teórico y un 60% práctico. Se desarrollarán exposiciones de parte del docente y de los estudiantes. Se elaborará, al final del curso, una revista donde pondrán en práctica lo aprendido durante el ciclo.

#### f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	Número de ejemplares en Biblioteca
<i>Nuevo diseño de revistas</i>	Leslie, Jeremy	Editorial Gustavo Gilli.	Barcelona, España	2003	3
<i>Periodismo y Creatividad</i>	Hall, Kevin	Trillas	México	1995	3
<i>Periodismo Interpretativo</i>	Reynaga, Julio del Rio	Trillas	México	1994	3
<i>Los elementos de la edición</i>	Plotnick, Arthur	Editorial Publigrphics	México D.F., México	1989	3
<i>La publicidad en Internet</i>	Mary Meeker	Ediciones Granica, S.A.	Argentina	2001	3