

Nombre de la Asignatura: Producción Impresa

a) Generalidades:

Número de Orden: 37, 38 ó 39	Código: PRI0	Duración del Ciclo en Semanas: 16
Pre- Requisito (s): Diseño y Producción Impresa (DPI0)	Ciclo Académico: VIII	Duración/Hora Clase: 50 minutos
	Área: Optativa	Número/Hora Clase por Ciclo: 64
	U. V.: 3	Horas Teóricas/Semanales: 2
		Horas Prácticas/Semanales: 2

b) Descripción de la asignatura:

La asignatura proporcionará a los estudiantes los elementos básicos, teóricos y prácticos de la producción de medios impresos, aplicará los conocimientos adquiridos en un “producto terminal” concreto y motivará en el comunicador la creatividad y el análisis crítico de la producción de materiales impresos.

c) Objetivo General de la Asignatura:

Definir de manera práctica y sistematizada el proceso de producción de impresos, cada una de las etapas de producción de impresos, el tipo de soportes impresos: revistas, periódicos, boletines, folletos y otros. Analizar los procesos de pre prensa, de tratamiento tipográfico, offset y digital. Estudiar los procesos de fotomontaje, rotativa y prensa plana hasta el acabado del impreso. Conocer el proceso de distribución y los medios impresos para públicos internos, los medios impresos para comunicación intergrupala y los medios impresos en publicidad.

Objetivos Cognitivos (conocer):

- Recorrer la historia de la evolución de proceso de impresión
- Conocer cada uno de los pasos del proceso de impresión en la actualidad
- Facultar al comunicador para convertirse en un productor y editor de materiales impresos

Objetivos Procedimentales (saber hacer):

- Concebir e impulsar la ejecución de un material impreso
- Conocer el manejo tecnológico de la preparación de impresos

Objetivos Actitudinales (ser):

- Estimular en el comunicador la disciplina, constancia y compromiso de trabajo en equipo que supone la producción de un material impreso.
- Reconocer y proyectar los valores que debe promover y cimentar un material impreso de cualquier tipo de organización.

d) Contenidos:

UNIDAD I: Proceso de Producción de Impresos

1. Historia general del proceso de “impresión”.
 - a. Las huellas cavernarias: tinta e idea
 - b. El tornillo y la presión
 - c. Tinta china, papel y arte
2. Tipografía Gutemberg y la imprenta
 - a. Tecnología moderna: ofset y digital
 - b. Definición de producción de impresos
3. Etapas de la producción de impresos
 - a. Boceto
 - b. Diseño
 - c. Arte final
 - d. Preprensa
 - e. Talleres
 - f. Acabado

UNIDAD II: Planificación del impreso. Tecnología

1. Tipos de soportes impresos: revistas, periódicos, boletines, folletos, otros
2. Formatos de impresión
3. Tamaños de impresión
4. Maquetas de planificación
5. Derrotero para la publicación

6. Proceso de pre prensa
 - a. La planificación del impreso. Principios de diseño
 - b. Diagramado de secciones según estilo, formato y público.
 - c. Software básico de diseño: PowerPoint, pageMaker, Freehand, QuarXpress y Photoshop

UNIDAD III: Medios impresos

1. Medios impresos para públicos internos
2. Logo e isotipo
3. Boletín
4. Carta informativa
5. Dípticos
6. Periódico mural
7. Vitrina de informaciones
8. Revista
9. Memoria anual
10. Otras publicaciones periódicas
11. Medios impresos en la publicidad
 - a. Volantes
 - b. Displays
 - c. Gigantografías
 - d. Otros materiales impresos

e) Estrategia metodológica

La asignatura se desarrollará en un 50% a través de las cátedras participativas; el otro 50% será eminentemente práctico; se realizarán discusiones, talleres y laboratorios cuyo propósito será el diseño y elaboración de materiales impresos. Al final del curso se comprobará el cumplimiento de los objetivos con la creación de un proyecto en el área de las comunicaciones.

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 Publigráficos	México D.F., México	1989	3
<i>La publicidad en Internet</i>	Mary Meeker	Ediciones Granica, S.A.	Argentina	2001	3

Otra bibliografía

<i>Diseño gráfico y comunicación</i>	Frascara, Jorge	Editorial Infinito	Bolivia	1996	En proceso de compra (3)
<i>Diseño de periódicos</i>	Vilmos, Radics y Aladar, Ritter	Ciespal	Ecuador	1986	En proceso de compra (3)
<i>El diseño de revistas</i>	Owen, W.	Editorial Gustavo Gili.	Barcelona, España	1991	En proceso de compra (3)