

Nombre de la Asignatura: Proyecto Editorial Impreso

a) Generalidades:

| | | |
|---|--|---|
| Número de Orden: 36 | Código: PEI0 | Duración del Ciclo en Semanas: 16 |
| Pre- Requisito (s): Haber aprobado las primeras 35 asignaturas del Pensum. | Ciclo Académico: VIII | Duración/Hora Clase: 50 minutos |
| | Área: Profesionalización (Comunicación y Cultura) | Número/Hora Clase por Ciclo: 112 |
| | U. V.: 5 | Horas Teóricas/Semanales: 3 Horas Prácticas/Semanales: 4 |

b) Descripción de la Asignatura:

La asignatura proporciona fundamentos teóricos y prácticos para impulsar proyectos editoriales como periódicos y revistas especializadas; se parte de una idea novedosa y realista que cubra un nicho del mercado editorial y se avanza hacia la concreción y evaluación del proyecto. La asignatura anima y promueve aquellos proyectos mercadológicamente sustentables y socialmente proactivos en el tratamiento de problemas de orden social, económico o cultural.

c) Objetivo General de la Asignatura:

Sobre una base práctica concreta, ampliar la experiencia y visión de los alumnos en el campo editorial, a nivel de comunicación y expresión tanto escrita como visual. Los alumnos deberán aplicar creativamente lo aprendido, en el desarrollo de un proyecto concreto que se desarrollará en grupos de trabajo.

Objetivos Cognitivos (conocer):

- Conceptualizar una publicación periódica impresa
- Estructurar con criterio editorial las secciones de la publicación
- Estudiar el público meta y sus expectativas
- Conocer los aspectos legales involucrados en el lanzamiento de nuevas publicaciones.

Objetivos Procedimentales (saber hacer):

- Investigar a profundidad un tema de nuestra realidad sobre la que no haya cobertura periodística o que haya una adecuada proponer una publicación que cubra ese nicho
- Planificar una publicación impresa
- Elaborar el contenido y el espíritu editorial de la publicación
- Diagramar y presentar a nivel de producción gráfica, las páginas y secciones que la componen
- Aplicar varias herramientas de los programas de software tradicionalmente utilizados en producción editorial, como son FREE-HAND, PHOTOSHOP

Objetivos Actitudinales (ser):

- Actuar conforme a principios y valores al momento de redactar una publicación.
- Asumir el compromiso de respetar la propiedad intelectual.
- Desarrollar una actitud crítica; reflexiva y ética ante los hechos noticiosos.

d) Contenidos:

Unidad I: Concepción y gestión de un proyecto editorial

- Concepción del proyecto
- Modelos de estructura editorial
- Nichos de edición
- Contenidos y secciones
 - Material noticioso
 - Material investigativo
 - Reportajes
 - Crítica social–líder de opinión
 - Secciones de relleno
 - Recursos gráficos

Unidad II: El diseño editorial

- El diseño gráfico
 - a. La comunicación visual
 - b. diseño editorial
 - c. Principios tipográficos y morfológicos
 - d. Proporciones, estructuras, retículas
- Maquetaje
 - a) Imágenes, anclas y descansos visuales
 - b) Ilustraciones y viñetas vectorizadas
 - c) Fotografías, gráficos e infográficos

Unidad III: Práctica editorial

Diagramación y diseño de una publicación periódica

1. Normas de estilo
2. Ética, principios y valores de la publicación
3. Financiación
4. Ejecución
5. Evaluación

e) Estrategia Metodológica:

La asignatura se desarrollará en un 43% teórico y 57% práctico. Se realizarán exposiciones por parte del docente y de los estudiantes. Se harán discusiones en grupo, investigaciones bibliográficas y de campo. Se programarán visitas a diferentes editoriales para que los estudiantes conozcan como se realiza el trabajo en estos lugares y al finalizar el Curso, elaboren su propia revista.

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 Gili. | México | 2003 | 3 |
| <i>Publicidad Comunicación integral.</i> | Treviño M. Rubén | Mc Graw Hill | México | 2011 | 3 |
| <i>Publicidad Principios y Prácticas</i> | Wells, William | Pearson | México | 2007 | 3 |
| <i>El Estilo de Periodista</i> | Grijelmo, Alex | Taurus | México | 2008 | 3 |