

# CONTENIDO

# DISEÑO DE EXPERIENCIAS EDITORIALES

## MÓDULO I. DISEÑO EDITORIAL

Duración: 20 horas

- 1.1 ¿Qué es diseño editorial?
- 1.2 Publicaciones impresas vs. digitales
- 1.3 Nuevas directrices del mercado editorial
- 1.4 Conceptualización del proyecto editorial

Estrategia docente: exposición del tema a través de diapositivas, análisis en grupo, muestra de ejemplos e investigación por parte del participante para comparar datos y emitir conclusiones.

## MÓDULO II. EDICIÓN

Duración: 40 horas

- 2.1 Estructuración
- 2.2 Contenido y corrección de estilo
- 2.3 Elaboración de textos
- 2.4 Gestión del proyecto
- 2.5 Producción del proyecto
- 2.6 Trabajo editorial de mesa
- 2.7 Áreas de oportunidades laborales
- 2.8 Comunicación y colocación
- 2.9 Desarrollo de contenidos para un libro
- 2.10 Desarrollo de contenidos para una revista

Actividades paralelas: análisis in situ del punto de venta.

Estrategia docente: exposición del tema a través de diapositivas, análisis de textos y proyectos editoriales. Supervisión de la aplicación de los temas a ejercicios prácticos.

## MÓDULO III. DISEÑO DE LIBROS

Duración: 20 horas

- 3.1 Mercado editorial
- 3.2 Anatomía del libro
- 3.3 Formato
- 3.4 Retícula

- 3.5 Tipografía
- 3.6 Composición
- 3.7 Portada
- 3.8 Producción

Actividades paralelas: conversación con diseñador de libro, análisis in situ del punto de venta.

Estrategia docente: exposición del tema a través de diapositivas, análisis de proyectos editoriales investigación de mercado en el punto de venta. Supervisión de la aplicación de los temas a ejercicios prácticos.

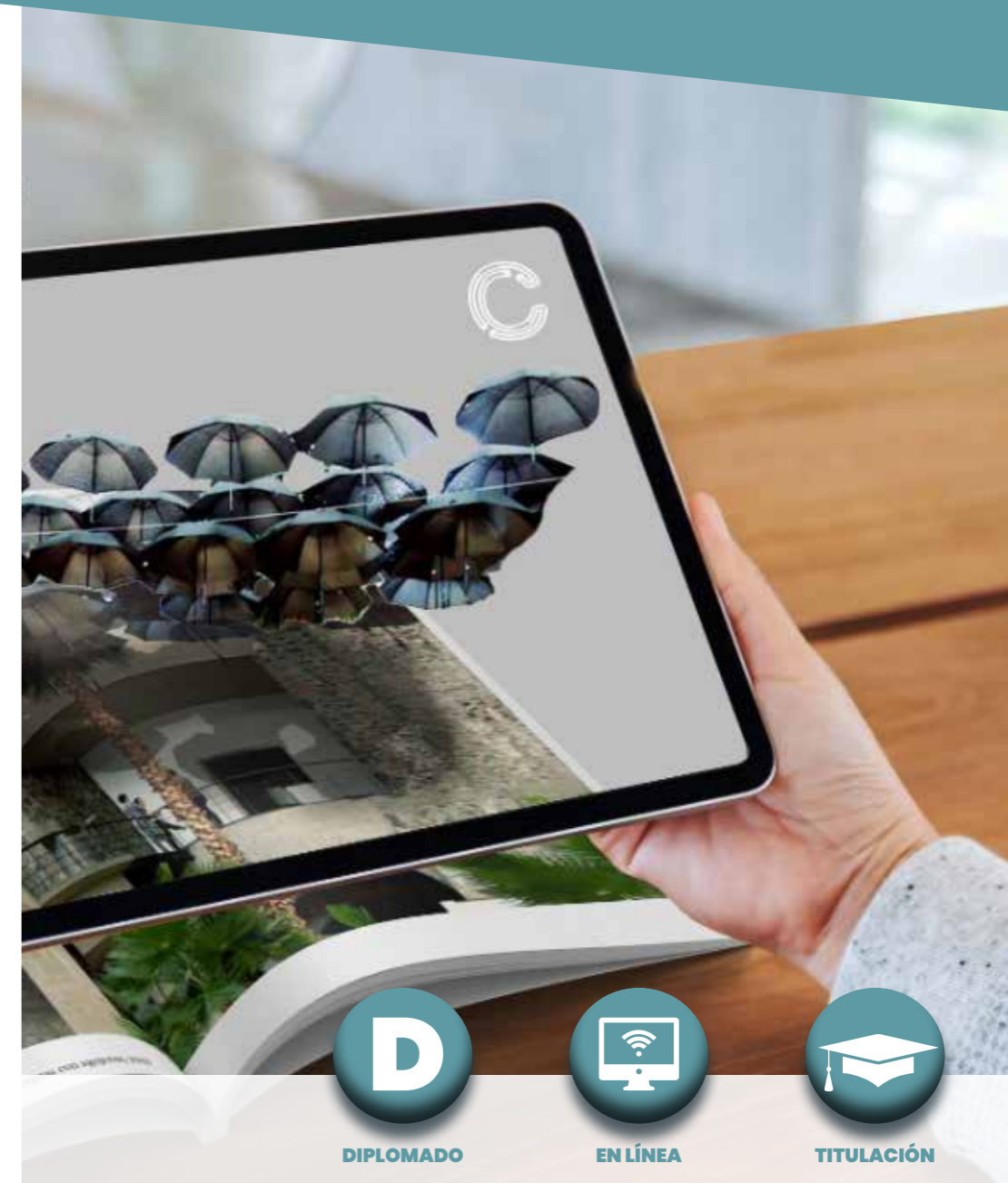
## MÓDULO IV. DISEÑO DE REVISTAS

Duración: 40 horas

- 4.1 Mercado editorial
- 4.2 Anatomía del libro
- 4.3 Portada
- 4.4 Spread
- 4.5 Niveles de información
- 4.6 Selección tipográfica
- 4.7 Retícula
- 4.8 Coherencia formal
- 4.9 Composición
- 4.10 Producción

Actividades paralelas: conversación con diseñador de revistas, análisis in situ del punto de venta, investigación de mercado (benchmarking).

Estrategia docente: exposición del tema a través de diapositivas, análisis de proyectos editoriales investigación de mercado en el punto de venta. Supervisión de la aplicación de los temas a ejercicios prácticos.



DIPLOMADO



EN LÍNEA



TITULACIÓN

## MÓDULO V. DISEÑO DE PUBLICACIONES DIGITALES

Duración: 30 horas

- 5.1 Medios digitales
- 5.2 Formatos digitales
- 5.3 Software
- 5.4 PDF Interactivo
- 5.5 Ebook
- 5.6 Redes Sociales
- 5.7 Distribución de contenidos digitales

Actividades paralelas: exploración en newstand y estadísticas.

Estrategia docente: Exposición del tema a través de diapositivas y supervisión de la aplicación de los temas a ejercicios prácticos. Profesional invitado a enseñar como se hace un ebook

## MÓDULO VI. DISEÑO DE EXPERIENCIAS EDITORIALES

Duración: 30 horas

- 6.1 Diseño de experiencias
- 6.2 Diseño sensorial
- 6.3 Diseño emocional
- 6.4 Diseño de experiencias editoriales

Actividades paralelas: Lecturas y realización de ensayos sobre el diseño de experiencias, realización y evaluación de maquetas sensoriales.

Estrategia docente: exposición del tema a través de diapositivas, proporcionar lecturas que nos acerquen a cada tema para su análisis y exploraciones en publicaciones impresas.

## MÓDULO VII. ESTRATEGIAS DIGITALES PARA MEDIO DE COMUNICACIÓN

Duración: 40 horas

- 7.1 Introducción del curso y los planteamientos de diseño
- 7.2 Campañas Publicitarias Digitales (SEO, SEM, SMO y PAIDSOCIAL)
- 7.3 Metodologías: IDEO, Design Thinking y modelos de negocio
- 7.4 Experiencias de usuario interactiva
- 7.5 Comunicación digital
- 7.6 Redes Sociales
- 7.7 Distribución de contenidos digitales
- 7.8 Objetivos de negocio, mercado y comunicación en los sistemas interactivos
- 7.9 Concepto Creativo: Propuesta Única de Valor
- 7.10 Estrategia de comunicación digital
- 7.11 Conexiones de diseño integral
- 7.12 Administración y costos de proyectos interactivos
- 7.13 Gestión de equipos de comunicación para proyectos interactivos
- 7.14 Compartir en el universo de comunicación digital
- 7.15 Web Crawler
- 7.16 Ecosistema 4.0

Actividades paralelas: Conversación y análisis de viabilidad de cada proyecto con un programador invitado, así como de un estratega de contenidos digitales. Estrategia docente: Exposición del tema a través de diapositivas y análisis de estrategias editoriales. Supervisión de la aplicación de los temas a ejercicios prácticos.

## EVALUACIÓN

Cubrir el porcentaje mínimo de asistencia, entregas parciales y presentación de la estrategia final del producto editorial.

- Módulo 1. Diseño editorial: 5%  
Módulo 2. Edición: 20%  
Módulo 3. Diseño de libros: 5%  
Módulo 4. Diseño de revistas: 5%  
Módulo 5. Diseño editorial para medios digitales: 5%  
Módulo 6. Diseño de publicaciones digitales: 10%  
Módulo 7. Estrategias digitales para medio de comunicación: 10%  
Memoria de Investigación: 40%

Características del entregable digital final: Memoria de Investigación Producción. La entrega final consiste en definir dos proyectos editoriales (libro y revista), generar para cada uno la estrategia de contenido multi-plataforma, así como diseñar las experiencias editoriales que se integren en un documento que describa el proceso y sus respectivas maquetas.

## DOCENTES

IVÁN W. JIMÉNEZ

Estudió Diseño Gráfico en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, UNAM (1994-1998). En 2006 concluyó la especialidad en *Creatividad y Estrategia Publicitaria* en la Escuela de Diseño del INBA. Actualmente cursa la Maestría en *Diseño y Comunicación Visual* en la UNAM. A lo largo de su carrera se ha especializado en proyectos editoriales diseñando e ilustrando para distintas revistas. Durante 4 años colaboró como diseñador en el departamento de Promoción e Imagen de TV Azteca. En 1999 funda la *Revista Ene O* (ensayo del diseño). Su trabajo ha sido incluido en los dos compendios publicados recientemente: *Diseño Gráfico en México* (100 años) de Giovanni Troconi e *Historia del Diseño Gráfico en México* (1910-2010) de Luz del Carmen Vilchis. En 2005 cofundó *GRUPO HORMA* (concilio arte y diseño en marzo). En 2013 es invitado a ser Consejero del Abierto Mexicano de Diseño. Premios y distinciones: Mención en la Novena Bienal Nacional de Diseño 2017, INBA, México, con el proyecto *Lotería de Artistas*; primer lugar en la Bienal Iberoamericana de Diseño 2016 – Madrid, en la categoría Diseño Transversal con el proyecto *Escribe Escribano*; segundo lugar en la Octava Bienal Nacional de Diseño 2015, INBA, México, con el proyecto *Escribe Escribano*; selección del jurado para formar parte de la Bienal Iberoamericana de Diseño 2014 – Madrid, en la categoría Diseño Gráfico y comunicación con la *Revista Ene O 17*; finalista y mérito en *The Society of Publications Designers Awards 2013* con la *Revista Ene O 17*, en la categoría *Bespoke Tailored*. [www.ivanw.mx](http://www.ivanw.mx) [www.grupohorma.com](http://www.grupohorma.com)

## ISRAEL ALDANA

Estudió diseño gráfico en la Universidad del Valle de México (UVM), en el año 2001 estudió en la Universidad del Claustro de Sor Juana el diplomado, *Reflexiones semióticas, y hermenéuticas de Logos e Imagen*, complementándolo en 2002 al estudiar en la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes (EDINBA) el diplomado *Historia de la Mirada*. Estudió la maestría en la Universidad Simón Bolívar en *Comunicación Visual*, en la que obtuvo la especialidad en *Educación y Sociología de la Imagen*. Ha sido parte del cuerpo docente en las áreas de licenciatura, educación continua y posgrado tales como la EDINBA, Facultad de Artes y Diseño de la UNAM (FAD), Universidad de Cuenca en Ecuador, UVM, Universidad Simón Bolívar, Universidad Anáhuac, Centro Cultural Universitario Justo Sierra, Universidad de la Comunicación (Centro), Universidad de Londres y el Instituto de Mercadotecnia y Publicidad. En la Unidad de Posgrado UNAM, es parte del cuerpo docente del Diplomado Publicidad, Comunicación y Diseño Aplicados a Medios Digitales, coordinando el módulo III *Desarrollo y Soporte para la Campaña Publicitaria con una historia* de 13 generaciones a la fecha. En la Universidad *Jannette Klein* incursionó en la generación de contenidos curriculares y en la coordinación de la Unidad de Posgrados, gestionando y dirigiendo proyectos enfocados al diseño, la publicidad, el *marketing* y la tecnología desde la mirada de la vanguardia de la moda. [www.cayab.com.mx](http://www.cayab.com.mx)

## MARCO ANTONIO VILLA JUÁREZ

Es maestro en Historia por la Universidad Iberoamericana (CDMX) y periodista egresado de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. También egresado de los diplomados en *Diseño Editorial*, de la Academia de San Carlos y en *Divulgación de la ciencia*, por la DGDC, de la UNAM. Profesionalmente, desde hace más de una década se dedica a la edición y escritura de libros de diversos temas y fines, aunque principalmente de historia y otras asignaturas para la educación básica y media superior. Asimismo, es editor, investigador y articulista en *Relatos e Historias* en México, revista de divulgación de la historia de nuestro país, con quienes recién cumplió cien ediciones publicadas, en marzo de 2020. Como divulgador de la historia nacional, también da entrevistas quincenales en la estación radiofónica *Código MX* y en el noticiario vespertino de *TV Mexiquense*, además de conferencias magistrales y disertaciones en mesas redondas, debates y ponencias en diferentes congresos nacionales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Barvo, Carmen. *Manual de edición: guía para editores, autores, correctores de estilo y diagramadores*. Bogotá: CERLALC, 2009.
- Bedolla, Deyanira. *Emociones y Diseño*. México: Designio, 2017.
- Berzbach, Frank. *Psicología para creativos. Primeros auxilios para conservar el ingenio y sobrevivir en el trabajo*. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.
- Borrás Castanyer, Laura. *Textualidades electrónicas. Nuevos escenarios para la literatura*. Barcelona: Editorial UOC, 2005.
- Bringhurst, Robert. *Los elementos del estilo tipográfico*. México: Fondo de Cultura Económica, 2008.

- Calasso, Roberto. *La marca del editor*. México: Anagrama, 2015.
- Caldwell, Cath y Yolanda Zappaterra. *Diseño editorial. Periódicos y revistas / Medios impresos y digitales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.
- Calvera, Anna. *De lo bello de las cosas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- Carrión, Ulises. *El arte nuevo de hacer libros*. México: Tumbona Ediciones, 2012.
- Cooper, Rachel y Mike Press. *El diseño como experiencia: el papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.
- De Buen Unna, Jorge. *Manual de diseño editorial*. México: Santillana, 2000.
- Donald, Norman. *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos emocionales*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.
- Esqueda, Román. *El juego del diseño*. México: Editorial Designio, 2000.
- Hallaä, Lars y Johan Redström. *Interaction Design Foundations, Experiments*. Borås: The Interactive Institute, The Swedish School of Textiles and University College of Borås, 2006.
- Klanten, Robert, Sven Ehmann y Kitty Bolhofer. *Turning pages, Editorial design for print media*. Berlín: Gestalten, 2010.
- Leslie, Jeremy. *Nuevo diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
- Leslie, Jeremy. *The modern magazine*. London: Laurence King Publishing, 2013.
- Lewis, Angharad. *¿Quieres publicar una revista? Autoedición, diseño, creación, y distribución de publicaciones independientes*. Barcelona: Gustavo Gili, 2016.
- Losowsky, Andrew, Mike Koedinger y Jeremy Leslie. *We Make Magazines*. Inside the Independents. Luxemburgo: Mike Koedinger, 2009.
- Lupton, Ellen. *Tipografía en pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, blogueros y editores*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
- Martínez de Sousa, José. *Manual de edición y autoedición*, Madrid: Pirámide, 2001.
- Meseguer, Laura. *Typo Mag. Tipografía en las revistas*. Barcelona: Index Book, 2011.
- Nolan, Michael.J. *Designing for interaction*. Berkeley, CA: New Riders, 2010.
- Nyssen, Hubert. *La sabiduría del editor*. Madrid: Trama, 2008.
- Owen, William. *Diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1991.
- Polo, Pujadas, Magda. *Creación y gestión de proyectos editoriales en el siglo XXI. Del papel a la era digital*. Castilla: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2011.
- Schiffrin, André. *La edición sin editores*. México: Ediciones Era, 2001.
- Shaoqiang, Wang. *Page unlimited*. Barcelona: Promopress, 2011.
- Unger, Gerard. *¿Qué ocurre mientras lees? Tipografía y legibilidad*. Valencia: Campràfic, 2009.
- Zappaterra, Yolanda. *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili, 2008.
- Zavala, Ruiz Roberto. *El libro y sus orillas*. México: Fondo de Cultura Económica, 2012.



**PORTADA Y CONTRA PORTADA**

**FORMATO.** 17 x 14 cm.

**TIPOGRAFÍAS.**

PORTADA. Arial Black Regular 20.4 pt y Love is Attention Regular 31.7 pt.

CONTRAPORTADA. Love is Attention Regular 25.7, Gandhi Sans Bold 8.5/10.2 pt y Arial Black Regular 13.2 pt.