

CONTENIDO

PRODUCCIÓN EDITORIAL

MÓDULO I INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN Y CREACIÓN DE PROYECTOS EDITORIALES

- 1.1 Fundamentos para la Dirección y creación de Proyectos Editoriales
 - 1.1.1 ¿Qué es un proyecto?
 - 1.1.2 ¿Qué es la dirección de proyectos?
 - 1.1.3 Valor del negocio.
- 1.2 Interesados y gobierno del proyecto
 - 1.2.1 Interesados del proyecto
 - 1.2.2 Gobernabilidad del proyecto
 - 1.2.3 Éxito del proyecto
- 1.3 Equipo del proyecto
 - 1.3.1 Roles
 - 1.3.2 Composición
- 1.4 Ciclo de vida del proyecto
- 1.5 Grupo de Procesos
 - 1.5.1 Inicio. Solicitud del proyecto editorial. Libros: impresos y digitales
 - 1.5.2 Planificación
 - 1.5.3 Ejecución
 - 1.5.4 Cierre
- 1.6 Áreas del conocimiento de la dirección y creación de proyectos

MÓDULO II GESTIÓN DE PROYECTOS EDITORIALES I

- 2.1 Manuscrito/original
 - 2.1.1 El catálogo
 - 2.1.2 Autores
 - 2.1.3 Editores
 - 2.1.4 El lector
 - 2.1.5 Estudios de caso
- 2.2 Contratación de proyectos
 - 2.2.1 Presentación de originales
 - 2.2.2 Plazos de entrega
 - 2.2.3 Contratos
 - 2.2.4 Derechos
 - 2.2.5 Estudios de caso
- 2.3 Proceso de edición

- 2.3.1 Editor vs autor
- 2.3.2 Corrección y producción
- 2.3.3 Diseño editorial
- 2.3.4 Diseño de colección
- 2.3.5 Coediciones
- 2.3.6 Presentación
- 2.3.7 Estudios de caso
- 2.4 Gestión económica
 - 2.4.1 Costos
 - 2.4.2 Tipos de costos
 - 2.4.3 Gastos
 - 2.4.4 Rentabilidad
 - 2.4.5 Resultados
 - 2.4.6 Balance
- 2.5 Costos y rentabilidad en la edición digital

MÓDULO III PROCESOS DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE UNA PUBLICACIÓN

- 3.1 Diseño y producción editorial en México
- 3.2 Formatos
 - 3.2.1 Márgenes
 - 3.2.2 Retícula
- 3.3 Diseño y composición tipográfica
 - 3.3.1 Selección tipográfica
 - 3.3.2 Ilustración y fotografía
 - 3.3.3 Corrección de galeras
 - 3.3.4 Formación de planas
- 3.4 Impresión
 - 3.4.1 Digital
 - 3.4.2 Offset



DIPLOMADO



EN LÍNEA



TITULACIÓN

- 3.5 Acabados
 - 3.5.1 Encuadernación
 - 3.5.2 Acabados finales
- 3.6 Libro electrónico

MÓDULO IV GESTIÓN DE PROYECTOS EDITORIALES II

- 4.1 Tipo de editoriales
 - 4.1.1 Independientes
 - 4.1.2 Institucionales
 - 4.1.3 Comerciales
 - 4.1.4 Académicas
 - 4.1.5 Globales
- 4.2 Mercado del libro
 - 4.2.1 Factores de marketing
 - 4.2.2 Mercado en redes
 - 4.2.3 Control del mercado
 - 4.2.4 Librerías, cadenas, ferias
 - 4.2.5 Tienda en línea
 - 4.2.6 Estudios de caso
- 4.3 Nuevos modelos de negocio de la edición
 - 4.3.1 Modelos de compra de licencia
 - 4.3.2 Modelos de retail
 - 4.3.3 Venta directa
 - 4.3.4 Impresión bajo demanda
- 4.4 Desarrollo y mantenimiento de un catálogo
 - 4.4.1 Control del catálogo
 - 4.4.2 Metadatos
 - 4.4.3 Catálogos heredados
 - 4.4.4 Reimpresiones
 - 4.4.5 Descartes del catálogo
- 4.5 Futuro del libro
 - 4.5.1 Libro impreso
 - 4.5.2 Libro digital
 - 4.5.3 Lectores digitales
 - 4.5.4 Edición digital académica
 - 4.5.5 Oportunidades de la edición digital

EVALUACIÓN

Módulo I: 15%
 Módulo II: 15%
 Módulo III: 15%
 Módulo IV: 15%
 Memoria de Investigación-Producción: 40%

DOCENTES

JUAN CARLOS ROSAS RAMÍREZ

Licenciado en Lingüística y egresado de la maestría en Humanidades-línea Lingüística por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Ha colaborado en la producción editorial de distintas universidades y organismos

enfocados en el desarrollo de la educación en México, como: el Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación (IISUE) de la UNAM, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE) y la Coordinación General de Universidades Tecnológicas y Politécnicas (CGU-TyP)-SEP. También, corrector de estilo en diferentes publicaciones periódicas y tipógrafo en editoriales privadas. Editor externo del Departamento Editorial de la Universidad Autónoma de Baja California, tipógrafo y formador de libros electrónicos, editados por el Departamento de Ciencias de la Comunicación y Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa, corrector y formador de libros publicados por Siglo XXI Editores. Dirigió el acompañamiento en procesos de escritura del taller de lectura y creación de cuentos para niños en IBBY México; profesor de la asignatura Español como lengua escrita en el Centro de Escritura Académica de la UAM Cuajimalpa, nivel licenciatura; guía en lectura y creación de cuentos para niños, en Biblioteca Pública Francisco Zarco, Delegación Benito Juárez. Profesor asistente en el taller de escritura académica en la UAM Iztapalapa.

FELIPE ORLANDO BECERRA PALMA

Maestro en Informática Administrativa con especialidad en Desarrollo Estratégico del Entorno Organizacional, obtuvo el grado con mención honorífica, por el Posgrado de la Facultad de Contaduría y Administración, UNAM. Realizó una estadía en la Universidad de Salamanca, España, en el Máster Interuniversitario en Investigación en Administración y Economía de la Empresa. Cursó la licenciatura en Ingeniería Eléctrica y Electrónica, por la Facultad de Ingeniería, UNAM. Cuenta con preparación complementaria en los diplomados: “Integral de telecomunicaciones”, y “Administración de proyectos de tecnologías de la información”, en la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de la Información y Comunicación. Su trayectoria profesional inicia en el Centro Nacional de Control Energía-CENACE de la Comisión Federal de Electricidad, como ingeniero auxiliar y analista en la Subgerencia de Procesamiento Digital y en la Gerencia del Servicio Eléctrico Nacional. Técnico en sistemas, interinato, en la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial (DGPYFE). Posteriormente se desempeñó como corrector de estilo en la Subdirección Editorial de la DGPYFE. Asimismo, se desempeñó como profesor de Física en el Colegio de Ciencias y Humanidades, plantel Oriente. Actualmente, funge como funcionario de la UNAM, gestionando el Centro de Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento (CTAC’s) en la Facultad de Artes y Diseño, plantel Xochimilco.

JAVIER MARTÍNEZ RAMÍREZ

Es egresado de la Licenciatura en Historia por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Fue responsable del reordenamiento de los procesos para la optimización de la labor editorial y la difusión del libro universitario. Conferenciante sobre los procesos de gestión editorial, producción, distribución y comercialización del libro. Ha participado en jornadas de profesionales de la actividad editorial universitaria en diversas instituciones nacionales e internacionales. Asesor para la concertación de iniciativas de diversas áreas generadoras de actividad editorial y cultural. Responsable ejecutivo en tareas administrativas determinantes para la gestión cultural. Se ha desempeñado por más de dos décadas en diversas áreas de la promoción cultural y la gestión editorial. Fue Director General

de Publicaciones y Fomento Editorial de la UNAM, Director General de Ibbi México, Secretario Técnico en Difusión Cultural, UNAM, Subdirector de la Dirección de Literatura y de la Casa del Lago “Maestro Juan José Arreola” y colaboró como Secretario Auxiliar Administrativo en la Revista de la Universidad. Actualmente, se desempeña como Secretario de Vinculación de la FAD. Ha tomado cursos, programas y diplomados en Administración de proyectos con PROJECT, Diseño Gráfico, Estilo editorial y Alta Dirección de museos. Así como sobre artes visuales e historia del arte. Ha sido miembro del comité organizador y consejero del FIC/UNAM, del Programa de Fomento a la Lectura Universo de Letras, y de la Feria Internacional del Libro, del Palacio de Minería, UNAM. Ha publicado artículos en revistas académicas sobre temas editoriales y de traducción literaria, además ha sido coordinador editorial de diversas publicaciones universitarias.

KARINA DÍAZ BARRIGA MORALES

Licenciada en Diseño y Comunicación Visual, FAD 2009 con mención honorífica y cuya tesis ganó Primer lugar en la categoría “Trabajo Receptonal de Licenciatura en Diseño Gráfico” de la 5ª Bienal Nacional de Diseño (INBA, Conaculta, EDINBA). Actual maestrante del programa de maestría en Diseño y Comunicación Visual, FAD. Docente desde hace siete años en la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual en las materias Tipografía, Edición Gráfica y Caligrafía. Cuenta con preparación complementaria en múltiples cursos especializados en tipografía, caligrafía, lettering y composición con tipos móviles. Su trayectoria profesional y docente se ha centrado en la investigación sobre la caligrafía, la tipografía y sus aplicaciones editoriales. Fue Jefa del Departamento de Publicaciones de la FAD durante 8 años y hoy es Coordinadora del Centro de Diseño, consultoría, producción e impresión de la FAD. Co-fundadora del colectivo Notypo que busca explorar las posibilidades gráficas de las letras a través del diseño, la ilustración, la caligrafía y la tipografía; ha dirigido cursos y diplomados de lettering y letterpress. Es fundadora desde 2014 del grupo de Investigación Laboratorio de Edición Artesanal (Ledar) en el que desarrolla la línea de trabajo sobre la generación de proyectos editoriales que exploren diferentes relaciones entre el diseño y la materialidad en la producción gráfica, a partir de la letra, la atención y el cuidado de la edición.

BIBLIOGRAFÍA

- Ayala, Camilo. *La cultura editorial universitaria*. UNAM, México, 2013.
- Bhaskar, M. *La máquina de contenido*. Fondo de Cultura Económica, México, 2014.
- Bringhurst, R. *Los elementos del estilo tipográfico*. Fondo de Cultura Económica. México, 2008.
- Davies, G. *Gestión de proyectos editoriales, cómo encargar y contratar libros*, Fondo de Cultura Económica. México, 2005.
- De Buen, J. *Manual de diseño editorial*. Trea. España, 2008.
- Designio-Encuadre. *Ensayos sobre diseño, tipografía y lenguaje*. Designio. México, 2004.
- Esteves, F. *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*. Eudeba, Buenos Aires, 2014.
- Gil, M. & Gómez, M. *Manual de Edición. Guía para estos tiempos revueltos*. Cerlalc, Bogotá, 2016.

- Hall, F. *El negocio de la edición digital*, Fondo de Cultura Económica. México, 2014.
- Hochuli, J. *El detalle en la tipografía. Letra, espacio entre letras, palabra, espacio entre palabras, línea, interlineado, caja*. Campgràfic, Valencia, 2007.
- Kloss, G. *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor*. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 2010.
- Lupton, E. *Pensar con tipos*. Gustavo Gili, Barcelona, 2011.
- Marin, R. *Ortotipografía para diseñadores*. Gustavo Gili, Barcelona, 2013.
- Mendoza, V. *De librerías y libreros. Encuentros y pasiones*. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 2019.
- Molinillo, S. *Distribución comercial aplicada*. ESIC Editorial, España, 2012.
- Muchnik, M. *Léxico editorial. Para uso de quienes todavía creen en la edición cultural*, MM del Taller de Mario Muchnick, Madrid, 2014.
- Piccolini, P. *De la idea al libro. Un manual para la gestión de proyectos editoriales*, FCE, México, 2019.
- Project Management Institute. *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos*. Editorial PMI, Pennsylvania, 2013.
- Pron, P. *El libro tachado. Prácticas de la negación y del silencio en la crisis de la literatura*, Turner Publicaciones, España, 2014.
- Samara, T. *Diseñar con y sin retícula*. Gustavo Gili, Barcelona, 2006.
- Unger, G. *¿Qué ocurre mientras lees? Tipografía y legibilidad*. Campgràfic, Valencia, 2009.
- Universidad de Guadalajara. *Pasajes de la edición: hablan los profesionales*, U de G, México, 2003.
- Universidad de Guadalajara. *Esencia, quehacer y retos de la edición académica*, U de G, México, 2005.
- Universidad de Guadalajara. *La edición universitaria: un proyecto de negocio*, U de G, México, 2008.
- Schiffrin, A. *La edición sin editores. Las grandes corporaciones y la cultura*, Era, México, 2001.
- Sharpe, L. T. y Gunther, I. *Manual de edición literaria y no literaria*, FCE, México, 2005.
- Smith, D. *Guía para la publicación de libros*. Universidad de Guadalajara, ANUIES, Guadalajara, 1991.
- Zenker, A. *¿Cómo se hace un libro?*. Ediciones del Ermitaño, México, 2013.
- Zavala, R. *El libro y sus orillas*. FCE, México, 2012.



UNAM
FACULTAD
DE ARTES
Y DISEÑO



DIVISIÓN
DE EDUCACIÓN CONTINUA
Y EXTENSIÓN ACADÉMICA

