



E-BOOK

E-BOOK

Library Miguel de Cervantes Saavedra 2:48 PM 46%

Don Quixote

CHAPTER XII.
OF WHAT A GOATHERD RELATED TO
THOSE WITH DON QUIXOTE

Just then another young man, one of those who fetched their provisions from the village, came up and said, "Do you know what is going on in the village, comrades?"

"How could we know it?" replied one of them.

"Well, then, you must know," answered the young man, "that a certain student of the name of Sanchito, who is the son of a village girl the daughter of love for the Rich, she that wanders about the wolds here in the dress of a

PRODUCCIÓN EDITORIAL

RETURN OF THE
BUNNIES
Sulcides

DOUGLAS
ADAMS
THE DARK SIDE OF
THE SOUL



**Duración:**

240 horas

Modalidad:

En línea

Con apoyo de entornos virtuales, es decir con aulas invertidas y sesiones de videoenlace a distancia tiempo real donde profesores y participantes se encuentran en sesión programada.

Sede:

Entornos virtuales

Inicio:

24 de febrero 2023

Término

29 de julio 2023

Sesiones en tiempo real a distancia - online:

Viernes de 15:00 a 20:00 horas y sábados de 10:00 a 15:00 horas

Costo para participantes nacionales:

\$20,600.00 M.N.

Costo para participantes extranjeros:

\$26,780.00 M.N.

Nota:

Costo total a cubrir hasta en 5 parcialidade

Responsable académico:

Juan Carlos Rosas Ramírez

Cupo mínimo:

20 participantes

Nivel:

Básico

PRODUCCIÓN EDITORIAL

OBJETIVO GENERAL: Brindar diversas metodologías necesarias para generar propuestas educativas a través del arte y el diseño como materiales educativos, propuestas formativas presenciales o a distancia y proyectos de trabajo comunitario.

CONTENIDO

MÓDULO I. INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN Y CREACIÓN DE PROYECTOS EDITORIALES

Duración: 80 horas

Imparte: Felipe Orlando Becerra Palma

- 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



DIPLOMADO



EN LÍNEA



TITULACIÓN

1.6 Áreas del conocimiento de la dirección y creación de proyectos

MÓDULO II. GESTIÓN DE PROYECTOS EDITORIALES I

Duración: 60 horas

Imparte: Juan Carlos Rosas Ramírez

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

Duración: 60 horas

Imparte: Karina Díaz Barriga Morales

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

3.5 Acabados

3.5.1 Encuadernación

3.5.2 Acabados finales

3.6 Libro electrónico

MÓDULO IV. GESTIÓN DE PROYECTOS EDITORIALES II

Duración: 60 horas

Imparte: Miguel Ángel Ávalos Gutiérrez

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 organismo 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 (CGUTyP)-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



UNAM
FACULTAD
DE ARTES
Y DISEÑO

DIVISIÓN
DE EDUCACIÓN CONTINUA
Y EXTENSIÓN ACADÉMICA



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

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 Receptorial 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.

MIGUEL ÁNGEL ÁVALOS GUTIÉRREZ.

Licenciado en Administración de Empresas con especialización en Mercadotecnia. Cuenta con más de 30 años de experiencia profesional en empresas internacionales, donde ha dirigido la planificación, gestión y entrega de resultados corporativos. su principal objetivo ha sido establecer estrategias comerciales que permitan mejorar y hacer más eficiente la forma en que operan las organizaciones. Fue subdirector comercial en la Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial UNAM, donde fue responsable de la distribución y comercialización de más de 4 mil títulos. Durante el periodo que se desempeñó en este cargo las ventas se incrementaron 125%. Asimismo, fue subgerente de ventas y jefe de crédito y cobranzas en el Fondo de Cultura Económica, donde estuvo a cargo de la comercialización y distribución de más de 3 mil títulos y fue responsable de la recuperación de cartera de clientes y la autorización de plazos y líneas de crédito.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- 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

