



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
 LICENCIATURA: DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:					
LABORATORIO DE DISEÑO EDITORIAL III					
IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA					
MODALIDAD:	Curso				
TIPO DE ASIGNATURA:	Teórica – Práctica				
SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:	Séptimo				
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria				
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8				
HORAS DE CLASE A LA SEMANA:	6	Teóricas: 2	Prácticas: 4	Semanas de clase: 16	TOTAL DE HORAS: 96
SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:	Laboratorio de Diseño Editorial II				
SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:	Laboratorio de Diseño Editorial IV				

OBJETIVO GENERAL

El alumno conocerá los elementos en la planeación y desarrollo de un producto editorial determinado (Pasquín, Cartel, Folleto, Revista y Libro).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso, el alumno:

- A) Aplicará los elementos de organización, estructuración y producción de diseño utilizados en el área del Proceso Editorial.
- B) Será capaz de planear y visualizar un producto editorial menor de 48 páginas.
- C) Realizará el proceso de elaboración de un cartel (tamaño 43x28 cm. / con un máximo de 3 tintas).
- D) Realizará el proceso de elaboración de un pasquín (tamaño ½ carta, 4 páginas, a 1 x 1 tinta).
- E) Realizará el proceso de elaboración de un folleto desplegable (tamaño: cuatro cartas máximo, a 2 x 2 tintas).
- F) Utilizará los conocimientos teóricos y prácticos en cuanto a medios de impresión se refiere para poder realizar la planeación y producción de un cartel.
- G) Será capaz de planear y visualizar un producto editorial.
- H) Utilizará los conocimientos teóricos y prácticos en cuanto a medios de impresión se refiere para poder realizar la planeación y producción de un pasquín.
- I) Será capaz de planear y visualizar un producto editorial.
- J) Utilizará los conocimientos teóricos y prácticos en cuanto a medios de impresión se refiere para poder realizar la planeación y producción de un folleto desplegable.
- K) Será capaz de planear y visualizar un producto editorial.

ÍNDICE TEMÁTICO

UNIDAD	TEMAS	Horas Teóricas	Horas Prácticas
1	Proceso Editorial	8	16
2	Cartel	8	16
3	Pasquín	8	16
4	Folleto Desplegable	8	16
	Total de Horas Teóricas	32	
	Total de Horas Prácticas		64
	Total de Horas	96	

1. PROCESO EDITORIAL

- 1.1. Antecedentes y Objetivos del Proceso Editorial.
- 1.2. Proceso Metodológico en la preparación de una Campaña de Difusión.
- 1.3. Medios que son utilizados en las Estrategias de Comunicación y Difusión Masiva.
 - 1.3.1. Folletos (a caballo, desplegados, dípticos, trípticos, catálogos, boletines, revistas, periódicos, tarjetones, carta formula, muestra, etc.).
- 1.4. Diseño editorial asistido por computadora.
 - 1.4.1. Sistema Operativo PC y Sistema Operativo Macintosh.
 - 1.4.2. Plataforma PC o Macintosh – Adobe InDesign para edición de textos, Adobe Illustrator para Construcción y Digitalización de Imágenes.
 - 1.4.3. Adobe Photoshop, para trabajo de edición fotográfica, efectos especiales, retoque fotográfico y preparación de imágenes para impresión.

2. CARTEL

- 2.1. Planeación o visualización.
 - 2.1.1. Contenido.
 - 2.1.2. Forma.
 - 2.1.3. Aspectos técnicos y económicos.
 - 2.1.4. Propuesta gráfica.
- 2.2. Preparación del producto.
 - 2.2.1. Formato.
 - 2.2.2. Elementos tipográficos.
 - 2.2.3. Elementos gráficos.
 - 2.2.4. Diagramación.
 - 2.2.5. Cálculo tipográfico.
 - 2.2.6. Originales.
- 2.3. Realización de impresión.
 - 2.3.1. Papel.
 - 2.3.2. Tintas.
 - 2.3.3. Prensa.
 - 2.3.4. Acabado.

3. PASQUÍN

- 3.1. Planeación o visualización.
 - 3.1.1. Contenido.
 - 3.1.2. Forma.
 - 3.1.3. Aspectos técnicos y económicos.
 - 3.1.4. Propuesta gráfica.
- 3.2. Preparación del producto.
 - 3.2.1. Formato.
 - 3.2.2. Elementos tipográficos.
 - 3.2.3. Elementos gráficos.
 - 3.2.4. Diagramación.

- 3.2.5. Cálculo tipográfico.
- 3.2.6. Compaginación.
- 3.2.7. Originales.
- 3.3. Realización de impresión.
 - 3.3.1. Papel.
 - 3.3.2. Tintas.
 - 3.3.3. Prensa.
 - 3.3.4. Acabado.

4. FOLLETO DESPLEGABLE

- 4.1. Planeación o visualización.
 - 4.1.1. Contenido.
 - 4.1.2. Forma.
 - 4.1.3. Aspectos técnicos y económicos.
 - 4.1.4. Propuesta gráfica.
- 4.2. Preparación del producto.
 - 4.2.1. Formato.
 - 4.2.2. Elementos tipográficos.
 - 4.2.3. Elementos gráficos.
 - 4.2.4. Diagramación.
 - 4.2.5. Cálculo tipográfico.
 - 4.2.6. Compaginación.
 - 4.2.7. Originales.
- 4.3. Realización de impresión.
 - 4.3.1. Papel.
 - 4.3.2. Tintas.
 - 4.3.3. Prensa.
 - 4.3.4. Acabado.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Ambrose, Gavin, *Formato*, Editorial Parramón, Barcelona, 2004.
- Ambrose, Gavin, *Impresión y acabados*, Editorial Parramón, Barcelona, 2007.
- Ambrose, Gavin, *Layout*, Editorial Parramón, Barcelona, 2007.
- Arnold, Edmundo C., *Diseño total de un periódico*, México, Editorial EDAMEX, 1985.
- Beltran, Raul, *Publicidad en medios de impresión*, México, Editorial Trillas, 2004.
- Brookfield, Karen, *La escritura*, México, Editorial Biblioteca Visual Altea, 1994.
- *Carteles*, Gustavo Gili, México, 1996.
- *Diseño de catálogos y folletos*, Gustavo Gili, México. 2000.
- Gabelli, Prat Pedro, *Publicidad Combativa*, Barcelona, Editorial Labor, 2002
- Hourez, Fernand, *Tratado de Publicidad Directa*, Barcelona, Editorial Miracle, 1999.
- John, Lynn, *Como preparar diseños para la imprenta*, Gustavo Gili, México, 1989.

- Klanten, Robert... (y otros tres), *Turning pages: editorial design for print media*, Gestalten, Berlin. 2010.
- Martin, Euniciano, *La Composición en Artes Gráficas*, Tomo primero, Barcelona, Biblioteca profesional EPS, Editorial Don Bosco, 1975.
- Martin, Euniciano, *La Composición en Artes Gráficas*, Tomo segundo, Barcelona, Biblioteca Profesional EPS, Editorial Don Bosco, 2005.
- Sander, Norman, *Manual de producción del diseñador gráfico*, México, Editorial G. Gili, 1992.
- Swann, Alan, *Bases del diseño*, México, Editorial G. Gili. 2008
- Tubaro, Antonio, *Tipografía, estudios e investigaciones sobre la forma de la escritura y del estilo de la impresión*, Universidad de Palermo, Librería técnica, CP67, 1994.
- Weill, Georges, Jaques, *El Periodismo: Orígenes, Evolución y función de la prensa periódica*, Editorial Utera, 1979.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Bert, Braham, *Manual del Diseñador Gráfico*, Madrid, Editorial Celeste, 2001.
- Celorio, Blasco, Carlos, *Diseño del Embalaje para Exportación*, México, Editorial Instituto Mexicano del Envase y Bancomext, 1999.
- Dawson, Jhon, *Guía completa de grabado e impresión*, España, Editorial Blume, 2002.
- Kleppners, Otto, *Publicidad*, Novena Edición, Editorial Prentice Hall, Inc. Hispanoamericana, 2008.
- Vidales, Dolores, *El mundo del envase*, México, Editorial G. Gili, UAM, 2007.

CIBERGRAFÍA

- <http://www.unostiposduros.com/>
- <http://vectoralia.com/>
- <http://www.scribd.com/doc/19790769/Diseno-Editorial-Reticulas>
- <http://www.slideshare.net/rapega/breve-historia-del-libro>
- <http://la.bookdesignonline.com/partes-diseno-editorial.aspx>
- azul.bnct.ipn.mx/dir_ecus/reuniones/.../HISTORIADELLIBRO.pps -

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓

Prácticas de taller	
Prácticas de campo	
Otras	

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	✓
Asistencia	✓
Exposición de seminarios por los alumnos	

PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
En Diseño Gráfico, o Comunicación Gráfica o en Diseño y Comunicación Visual	En Artes Visuales o en Creatividad.	Diseño Editorial.	Diseño Editorial.