



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

PROGRAMA DE ESTUDIOS

UNIDAD XOCHIMILCO		DIVISION CIENCIAS Y ARTES PARA EL DISEÑO		1/ 10
NOMBRE DEL PLAN MAESTRIA EN DISEÑO Y PRODUCCION EDITORIAL				
CLAVE	UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	CREDITOS	35	
340629	CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION	TIPO	OBL.	
H.TEOR.14.0	SERIACION	TRIM.	II	
H.PRAC. 7.0		340628		

**OBJETIVO(S) :**

**OBJETIVO GENERAL:**

Que al final del curso el alumno sea capaz de conceptualizar respuestas de distintos niveles de complejidad para proponer políticas, estrategias, programas o proyectos, a partir del análisis de cada posible público, y de estructurar argumentos apropiados para cada situación.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

Que al final del curso el alumno sea capaz de:

- I. Explicar la historia de los procesos y productos editoriales, lo que le permitirá analizar hacia dónde evolucionan a futuro, enriqueciendo su colección de referentes con la tradición de la cultura escrita, la edición, la organización lógica, textual y visual, y la presencia sensible de los discursos escritos, las tecnologías, la comercialización, la recepción, la lectura, y los usos sociales de la escritura.
- II. Iniciar la exploración de los conceptos y teorías más relevantes para establecer el estado del arte en su proceso de investigación y desarrollo, para la apropiada delimitación conceptual del problema y la construcción de un marco teórico.
- III. Identificar los principales problemas y las técnicas apropiadas para la redacción de textos para productos editoriales que permitan una comunicación eficaz, de acuerdo con los tópicos emanados del análisis de una situación comunicativa particular.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 3064 129

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

IV. Aplicar los principales conceptos y técnicas para la solución de problemas relacionados con la generación de nuevas oportunidades sustentables de negocio y el funcionamiento económico de los procesos y productos editoriales, tales como los costos, los presupuestos, el financiamiento, el marco legal y el marco fiscal.

V. Comprender los conceptos fundamentales del derecho y el contrato civil, la propiedad intelectual, la propiedad industrial y el derecho de autor, los procedimientos de contratación de derechos patrimoniales y los trámites esenciales en materia de propiedad intelectual.

VI. Aplicar los conceptos fundamentales de diseño editorial y computación gráfica, de acuerdo con la licenciatura de origen de cada alumno.

**OBJETO DE TRANSFORMACIÓN:**

La conceptualización de políticas, planes, programas, argumentos y representaciones para la planeación estratégica de procesos y productos editoriales.

**PROBLEMA EJE:**

La definición razonada de lo que quiere hacer y decir un programa editorial, la generación de argumentos para movilizar los acuerdos del lector, y la planeación, adquisición y selección de los contenidos y presencias que permitan mantener la coherencia de la intención comunicativa al establecer políticas, estrategias, planes, programas, proyectos, lugares, tópicos y argumentos plausibles.

**OBJETIVO DE PROCESO:**

Iniciar la exploración de los conceptos y teorías más relevantes para establecer el estado del arte en su proceso de investigación y desarrollo. Enfrentar una situación comunicativa indeterminada y reducir la incertidumbre para la toma de decisiones mediante la aplicación apropiada de conceptos y herramientas que permitan establecer políticas, estrategias, planes, programas, proyectos, lugares, tópicos y argumentos que mantengan la coherencia de la intención comunicativa.

**CONTENIDO SINTETICO:**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

1. Seminario eje: invención y planeación de procesos, productos y argumentos editoriales apropiados y razonables para cada situación; los juicios y acuerdos del receptor; relación tópica entre el contenido y la forma; estilo, tradición, innovación, canon y ruptura en los lugares del texto y de su organización, la estructura de la página, la tipografía, la imagen y el soporte físico; la presencia del argumento en los materiales, las técnicas y la apariencia de los productos editoriales.
2. Seminario de investigación: exploración de los conceptos y teorías más relevantes para establecer el estado del arte en el proceso de investigación y desarrollo, para la apropiada delimitación conceptual del problema y la construcción de un marco teórico para la ICR.
3. Redacción editorial: problemas avanzados de sintaxis y ortografía; ejercicios de redacción para diferentes géneros del texto y problemas específicos de comunicación.
4. Historia de los procesos y productos editoriales: historia cultural de la escritura, la edición, el diseño, la tipografía, las tecnologías de reproducción, la recepción, la apropiación y los usos sociales.
5. Costos, presupuestos, finanzas e impuestos: costos directos e indirectos, fijos y variables, por hora y por proyecto, punto de equilibrio, presupuestos, política de precios; nociones básicas de contabilidad y finanzas editoriales; flujo de efectivo; análisis de estados financieros; régimen fiscal de la industria editorial y de sus actividades conexas.
6. Propiedad intelectual, derechos y contratos: el contrato civil; prestación de servicios profesionales; propiedad intelectual, propiedad industrial y derecho de autor; contrato de edición, traducción, obra por encargo y cesión de derechos patrimoniales; trámites esenciales en materia de propiedad intelectual para la actividad editorial.
7. Fundamentos de diseño editorial: formatos, organización de la página, elementos de tipografía y géneros de diseño editorial.
8. Fundamentos de computación gráfica: principales herramientas digitales para el diseño y la producción editorial.

**MODALIDADES DE CONDUCCION DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**

Esta UEA se podrá operar de manera presencial, semipresencial o a distancia, con lecturas y trabajo de investigación a cargo del alumno.

El eje de la UEA será el seminario de conceptualización y planeación de procesos y productos editoriales, con cursos de apoyo sobre redacción editorial, historia, cálculo de costos, presupuestos, financiamientos e impuestos, propiedad intelectual, derechos y contratos, fundamentos de diseño



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

editorial, fundamentos de computación gráfica y el seminario de investigación.

El seminario eje estará enfocado principalmente a la discusión de conceptos teóricos fundamentales y al análisis de ejemplos concretos de su aplicabilidad en casos particulares, con énfasis en el pensamiento y la acción estratégicos.

Los cursos de apoyo podrán operar simultáneamente o no, o durar sólo una parte del trimestre; su labor se centrará en los conceptos y herramientas que cada uno plantea, orientados a su aplicación en el seminario eje, que es el único curso que puede involucrar al alumno en proyectos reales o simulados para poner en práctica las técnicas y conceptos adquiridos, y en el seminario de investigación, donde se brindará asesoría colectiva e individual al alumno en el desarrollo de su Idónea Comunicación de Resultados.

**MODALIDADES DE EVALUACION:**

- a) Participación en clases y trabajos del seminario eje: 40% de la evaluación.
- b) Participación en clases y trabajos de los cursos de apoyo y del seminario de investigación: 50% de la evaluación, siempre que se demuestre capacidad para aplicar y relacionar entre sí los conceptos adquiridos en los cursos de apoyo, y éstos con los del seminario.
- c) Réplica 10% de la evaluación. Para aprobar la unidad de enseñanza-aprendizaje será indispensable tener una evaluación aprobatoria en todos los seminarios y cursos de apoyo, demostrando la capacidad de relacionar y aplicar todos los conceptos, y un avance significativo en el desarrollo de la ICR.

**BIBLIOGRAFIA NECESARIA O RECOMENDABLE:**

ALBALADEJO, T. (1989). Retórica. Madrid: Síntesis.

BARVO, C. (1996). Manual de edición. Guía para autores, editores, correctores de estilo y diagramadores. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.

BERMAN, B. (ed.) (2001). From Ideas to Assets: Investing Wisely in Intellectual Property. Nueva York. Wiley & Sons.

BIRKERTS, S. (1999). Elegía a Gutenberg. El futuro de la lectura en la era



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

electrónica. Madrid: Alianza.

BOLTER, J. D. (1991). Writing Space: The Computer Hypertext and the History of Writing. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

BOOK HOUSE TRAINING CENTRE (1992). Manual de administración editorial. Madrid: FGSR-Pirámide.

CABALLERO, J. L. (2004). Derecho de autor para autores. México: Librería/FCE.

CARLINO, P. (2007). Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica. Buenos Aires: FCE.

CARLSON, MALINA Y GLISHMAN (1999). Diseño gráfico, tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.

CARTER, R. (1996). Diseñando con tipografía. Barcelona: Rotovisión.

CURTIUS, E. R. (1984). Literatura europea y edad media latina I y II. México: FCE.

DAVIES, G. (2005). Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros. México: Librería/FCE.

KAPR, A. (1984). 101 reglas para el diseño de libros. La Habana: Eds. de Cultura y Ciencia.

LIPSYC, D. (1993). Derecho de autor y derechos conexos. Buenos Aires: Cerlalc/UNESCO.

– (2004). Nuevos temas de derecho de autor y derechos conexos. Buenos Aires: Cerlalc/UNESCO.

LUPTON, E. (2004). Thinking with Type. Nueva York: Princeton Arch.

MANGADA, A. (1988). Cálculo editorial. Fundamentos económicos de la edición. Madrid: FGSR-Pirámide.

MARGOLIN, V. (ed.) (1989). Design Discourse: History, Theory, Criticism. Chicago: University of Chicago Press.

– y R. BUCHANAN (eds.) (1995) Discovering Design: Explorations in Design Studies. Chicago: University of Chicago Press.

MOGUEL, L., (1996). Making it in book publishing. Nueva York: ARCO.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

ORIHUELA, J. L. y M. L. SANTOS (1999). Introducción al diseño digital. Concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva. Madrid: Anaya Multimedia.

PERFECT, C. (1994). Guía completa de la tipografía. Madrid: Hermann Blume.

PERELMAN, C., y L. OLBRECHTS-TYTECA (1989). Tratado de la argumentación. Madrid: Gredos.

RIVERA, A. (2007). La retórica en el diseño gráfico. México: Encuadre/UIC/EDINBA.

RUDER, E. (1992). Manual de diseño tipográfico. México: Gustavo Gili.

SCHIFFRIN, A. (2001). La edición sin editores. Santiago de Chile: LOM Ediciones.

- (2006). El control de la palabra. México: ERA.

SHATZKIN, L. (2004). Cómo seleccionar títulos rentables. México: FCE.

TRACY, J. A. (2001). Cómo interpretar informes financieros. México: Limusa-Noriega.

VARIOS AUTORES (2000). Diseño grafico digital. Barcelona: Gustavo Gili.

WILLBERG, H. M., y F. FORSSMAN (2002). Primeros auxilios en tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.

WILDBUR, P. y M. BURKE (1998). Infografía. Barcelona: Gustavo Gili.

WOLL, T. (2005). Editar para ganar. Estrategias de administración editorial. México: Librería/FCE.

ZAÍD, G. (1996). Los demasiados libros. México: Océano.

ZAVALA, R. (1991). El libro y sus orillas. México, UNAM.

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

ALCARAZ, E. y M. A. MARTÍNEZ (1997). Diccionario de lingüística moderna. Barcelona: Ariel.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

- AMAT, O. (2002). Análisis de estados financieros. Barcelona: Gestión.
- ARIÉS, P. y G. DUBY (2001). Historia de la vida privada. Madrid: Taurus.
- AROCA, J. (1997). Diccionario de atentados contra el idioma español. Madrid: Eds. del Prado.
- BAYARD, P. (2008). Cómo hablar de los libros que no se han leído. Barcelona: Anagrama.
- BERDUGO, L. (1993). Cálculo editorial. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.
- BERISTÁIN, H. (1988). Diccionario de retórica y poética. México: Porrúa.  
- (1997). Gramática estructural de la lengua española. México: UNAM-Limusa.
- BOURDIEU, P. (1995). Las reglas del arte. Barcelona: Anagrama.
- , R. CHARTIER y R. DARNTON (1995). "Diálogo a propósito de la historia cultural", en HOURCADE, E., et al., Luz y contraluz de una historia antropológica. Buenos Aires: Biblos.
- CASSANY, D. (1993). Reparar la escritura. Didáctica de la corrección de lo escrito. Barcelona: Graó.  
- (2002). La cocina de la escritura. Barcelona: Anagrama.
- CATACH, N. (1996). Hacia una teoría de la lengua escrita. Barcelona: Gedisa.
- CENTRO REGIONAL DEL LIBRO PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE DE LA UNESCO (1990). Manual para editores de libros para niños. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.
- CHÁVEZ, M. G. y J. A. GONZÁLEZ (1996). La cultura en México I. Cifras clave. México: Cnca-UniCol.
- CRAWFORD, T., y E. D. BRUCK (2001). Formatos legales y de negocios para diseñadores gráficos. México: Divine Egg.
- CUEVAS, S., J. PEYPOCH y D. SALINAS (2000). Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México. México: Libro Rojo.
- DE LA TORRE, E. (coord.) (1970). El libro en México. México: UNAM.
- DÍAZ ARCINIEGA, V. (1994). Historia de la casa: Fondo de Cultura Económica 1934-1994. México: FCE.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADÉMICO  
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

Diccionario del español usual en México (1996). México: El Colegio de México.

DIEZ-BORQUE, J. M. (1995). El libro. De la tradición oral a la cultura impresa. Barcelona: Montesinos.

EISENSTEIN, E. (1994). La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea. Madrid: Akal.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS (1998). Legislación sobre derechos de autor. México: Porrúa.

- Código Civil Federal.
- Ley de Fomento para la Lectura y el Libro.
- Ley de Imprenta.
- Ley Federal de la Propiedad Industrial y su Reglamento.
- Ley Federal del Derecho de Autor y su Reglamento.
- Reglamento sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas.

FERNÁNDEZ LEDESMA, E. (1991). Historia crítica de la tipografía en la ciudad de México. México: UNAM.

FERRER, E. (1994). El lenguaje de la publicidad. México: FCE.

FRANK, T., y D. WALL (1994). Cultiva tu talento literario. Barcelona: Urano.

GATEPAILLE, M., y A. S. BAUMANN (1996). La historia del libro. Madrid: SM.

HANSEN, D. R. (2003). Administración de costos. Contabilidad y control. México: Thomson.

INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS (2007). Principios de contabilidad generalmente aceptados. México: IMCP.

JOYANES AGUILAR, L. (1997). Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital. Madrid: McGraw-Hill.

KARTOFEL, G., y M. MARÍN (1992). Ediciones de y en artes visuales. México: UNAM.

LEÑERO, V., y C. MARÍN (1986). Manual de periodismo. México: Grijalbo.

MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (1987). Diccionario de ortografía técnica. Madrid: FGSR-Pirámide.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

APROBADO POR EL COLEGIO ACADÉMICO  
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 309

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

- (1987). Diccionario de redacción y estilo. Madrid: Pirámide.
- (1992). Diccionario de información, comunicación y periodismo. Madrid: Paraninfo.
- (1999). Pequeña historia del libro. Gijón: Trea.

MARTÍNEZ Y MARTÍNEZ, R. (2006). Cómo escribir y estructurar un texto en ciencias de la salud. México: El Manual Moderno.

MARTÍNEZ, J. L. (1987). El libro en Hispanoamérica. Origen y desarrollo. Madrid: FGSR-Pirámide.

MEEK, M. (2004). En torno a la cultura escrita. México: FCE.

MILLARES CARLO, A. (1971). Introducción a la historia del libro y de las bibliotecas. México: FCE.

MILLER, J. (2001). Historia de la comunicación visual. México: Gustavo Gili.

MOGEL, L. (1996). Making it in book publishing. Nueva York: ARCO.

MORRIS, W. (1982). The ideal book. Los Ángeles, University of California Press.

POLTORAK, A. I., y P. J. LERNER (2002). Essentials of Intellectual Property. Nueva York: Wiley & Sons.

RICHAUDEAU, F. (1991). Diccionario de la edición y las artes gráficas. Madrid: FGSR-Pirámide.

RICEUR, P. (1999). Historia y narratividad. Barcelona: Paidós.

RIVERA, A. (2005). El taller de diseño como espacio para la discusión argumentativa. Guadalajara: CUAAD/UDG-UIA-UIC.

ROBLES, S. (2004). Realce y apelación en el lenguaje de la publicidad. Madrid: Arco-Libros.

SÁNCHEZ, A. (2000). Redacción avanzada. México: Thomson.

SÁNCHEZ Y GÁNDARA, A., et al. (1992). El arte editorial en la literatura científica. México: UNAM.

SELECCIONES DEL READER'S DIGEST (1977). La fuerza de las palabras. México:



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADÉMICO  
EN SU SESIÓN NUM. 306 y 307

EL SECRETARIO DEL COLEGIO



CLAVE 340629

CONCEPTUALIZACION Y PLANEACION

SRD.

SERAFINI, M. T. (2000). Cómo redactar un tema. Didáctica de la escritura. México: Paidós.

– (2003). Cómo se escribe. México: Paidós.

SMITH, D. C. (1991). Guía para la publicación de libros. Guadalajara: UDG-Asedies.

SUÁREZ, L. (2001). Empresa y cultura en tinta y papel, 1800-1860. México: Instituto Mora-UNAM.

ULIJN, J. M., y J. B. STROTHER (1995). Communicating in Business and Technology: From Psycholinguistic Theory to International Practice. Berna: Peter Lang.

UNESCO (1994). Profession: éditeur. Montreal: Hurtubise HMH.

VARIOS AUTORES (1997). Historia de la lectura en México. México: El Colegio de México.

– (2003). Pasajes de la edición: hablan los profesionales. Memoria del I Foro Internacional de Editores. Guadalajara: Cerlalc/UNESCO-UDG-SEP.

– (2004). Competitividad y demanda, desafíos del oficio editorial. Memoria del II Foro Internacional de Editores. Guadalajara: Cerlalc/UNESCO-UDG-Caniem.

VEGA, A. (2003). Manual de derecho de autor. Bogotá: Cerlalc/UNESCO.

VIVALDI, G. M. (2000). Curso de redacción. Teoría y práctica de la composición y del estilo. Madrid: Paraninfo.

WESTON, A. (2002). Las claves de la argumentación. Barcelona: Ariel.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO  
EN SU SESION NUM. 364/07

EL SECRETARIO DEL COLEGIO