

## Nombre de la Asignatura: Proyecto Informativo Impreso

### a) Generalidades:

<b>Número de Orden: 36</b>	<b>Código: PII0</b>	<b>Duración del Ciclo en Semanas: 16</b>
<b>Pre- Requisito (s): Haber aprobado las primeras 35 asignaturas del Pensum.</b>	<b>Ciclo Académico: VIII</b>	<b>Duración/Hora Clase: 50 minutos</b>
	<b>Área: Profesionalización (Periodismo)</b>	<b>Número/Hora Clase por Ciclo: 112</b>
	<b>U. V.: 5</b>	<b>Horas Teóricas/Semanales: 3</b>
		<b>Horas Prácticas/Semanales: 4</b>

### b) Descripción de la Asignatura:

Este es un curso eminentemente práctico. La asignatura complementa los elementos teóricos y prácticos necesarios para impulsar un proyecto editorial concreto: la puesta en marcha de un periódico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, desde su concepción original, línea editorial, diseño, impresión y distribución. Así como las políticas y protocolos de mantenimiento a lo largo de los diferentes semestres de la carrera. Una parte de la materia se ocupa de su sustentabilidad financiera por medio de la pauta publicitaria. Otra parte se ocupa de que, siendo una idea novedosa y realista, sea asimismo socialmente proactiva en el tratamiento de problemas de orden académico, cultural, tecnológico y social.

### c) Objetivo General de la Asignatura:

Sobre la base de una práctica concreta, ampliar la experiencia y visión de los alumnos en el campo editorial, a nivel de comunicación y expresión tanto escrita como visual. Los alumnos deberán aplicar creativamente lo aprendido, en el desarrollo de un proyecto concreto que se desarrollará en equipos de trabajo y que será entregado a los alumnos que asuman la materia el semestre entrante.

### **Objetivos Cognitivos (conocer):**

- Conceptualizar la publicación del periódico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Estructurar con criterio editorial las secciones de la publicación
- Investigar el perfil del público meta y sus expectativas
- Conocer los aspectos legales, mercadológicos y publicitarios involucrados en el lanzamiento de nuevas publicaciones

### **Objetivos Procedimentales (saber hacer):**

- Manejar el proceso integral de producción y administración de una publicación impresa periódica
- Poner en práctica los conocimientos de periodismo en sus diferentes áreas, fotoperiodismo, diseño y diagramación adquiridos en el curso de la carrera
- Aplicar varias herramientas de los programas de software tradicionalmente utilizados en producción editorial

### **Objetivos Actitudinales (ser):**

- Estimular en el comunicador la disciplina, constancia y compromiso de trabajo en equipo que supone la producción de un periódico
- Reconocer y proyectar los valores que debe promover y cimentar el periódico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación como parte de su aporte académico y social

### **d) Contenidos:**

#### **UNIDAD I: Concepción y gestión del proyecto editorial**

1. Concepción del proyecto
  - a) Concepción editorial
  - b) Estructura organizativa
  - c) Nombre, logos, eslógan
2. Estructura editorial
3. Perfil de público meta
4. Estudio de mercado
5. Estudio y consecución de pauta publicitaria

## **UNIDAD II: Diseño editorial**

### 1. Contenidos y secciones

- a) Material noticioso
- b) Material investigativo
- c) Reportajes
- d) Crítica social–líder de opinión
- e) Secciones de relleno
- f) Recursos gráficos
- g) Diseño gráfico
- h) Diseño editorial
- i) Principios tipográficos y morfológicos
- j) Proporciones, estructuras, retículas

### 2. Maquetaje.

### 3. Imágenes, anclas y descansos visuales

### 4. Ilustraciones y viñetas vectorizadas

### 5. Fotografías, gráficos e infográficos

## **UNIDAD III: Práctica editorial**

1. Normas de estilo
2. Ética, principios y valores de la publicación
3. Financiación
4. Protocolo de traspaso administrativo
5. Ejecución
6. Evaluación

### **e) Estrategia Metodológica**

- Especificar los objetivos y competencias a lograr en el desarrollo de esta asignatura
- Explicar brevemente los sub-temas del contenido correspondiente a la sesión.
- Explorar brevemente los conocimientos previos de los participantes
- La asignatura se desarrollará en un 43% teórico y 57% práctico.
- Se realizarán exposiciones por parte del docente y de los estudiantes

**f) Bibliografía:**

<b>Nombre de la Obra</b>	<b>Autor</b>	<b>Casa editora</b>	<b>País</b>	<b>Año de edición</b>	<b>Número de ejemplares en biblioteca</b>
<i>Nuevo Diseño de revistas</i>	Leslie, Jeremy	Editorial Gustavo Gilli.	México	2003	3
<i>Publicidad Comunicación integral.</i>	Treviño M. Rubén	McGraw Hill	México	2011	3
<i>Publicidad Principios y Prácticas</i>	Wells, William	Pearson	México	2007	3
<i>El Estilo de Periodista</i>	Grijelmo, Alex	Taurus	México	2008	3