



UNIVERSIDAD DEL  
CLAUSTRO DE SOR JUANA  
.....  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

CCC  
AI  
0202

# **Licenciatura en Diseño Editorial**

*Plan de Estudios*



# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### Programa Académico

#### *Licenciatura en Diseño Editorial*

## 1. PRESENTACIÓN

### 1.1 Ideario de la Institución

La Universidad del Claustro de Sor Juana se fundó en 1979 como Centro Universitario de Ciencias Humanas, A. C., y desde entonces, su propósito fundamental ha sido cultivar y promover la formación de personas a través de la sapiencia y la ciencia, las humanidades y el arte, la técnica y la cultura en un sentido humanista bien definido.

Nuestra universidad es un espacio de reflexión sobre lo que es y hace el hombre. Su tarea es principalmente un esfuerzo decidido para contribuir a la construcción de una vida digna, tanto individual como comunitaria, de alta calidad ética que haga posible la conquista de la excelencia en el ser y en el conocimiento.

#### **Propósito fundamental**

La Universidad del Claustro de Sor Juana es una persona moral cuya finalidad es educar, promover y difundir la cultura universal y nacional, cultivar, crear y fomentar el conocimiento y la investigación, ofreciendo servicios académicos que favorezcan el desarrollo del proceso de enseñanza y aprendizaje de las personas que constituyen nuestra sociedad, especialmente en los estudios de bachillerato, licenciatura y posgrado, incluyendo otras modalidades de educación.

#### **Vocación universitaria**

La Universidad del Claustro de Sor Juana tiene como vocación universitaria la formación de profesionales en las áreas de las ciencias humanas (ciencias sociales o ciencias del espíritu, ciencias del hombre y ciencias de la cultura) y las humanidades con fundamento en la investigación de la verdad, a través del saber científico, filosófico y humanístico en beneficio de un desarrollo integral de los miembros de la comunidad de mexicanos que conforman nuestro país.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN PARTICULAR



RECTORÍA

## Vocación humanista

Independientemente del área de conocimientos que explora, las humanidades que cultiva y sus convicciones educativas, la Universidad del Claustro de Sor Juana realiza la totalidad de sus actividades académicas, científicas y culturales sobre la base de una decidida vocación humanística que consiste en crear, reconocer y defender una forma de ser que por amor a lo humano funda en la dignidad humana toda forma de acción, saber y conocimiento.

## Vocación por la cultura

Las cuestiones de la cultura, como totalidad de las actividades humanas significativas, expresión del ser propio individual y comunitario y conjunto de las creaciones del hombre en la integración de su mundo, representan para la Universidad del Claustro de Sor Juana un llamado fundamental en la realización de sus actividades institucionales.

## Principios

Los principios que sustentan y guían el trabajo de nuestra institución son los siguientes:

### 1. *El hombre es libertad*

El hombre es un ente libre porque tiene la necesidad de formar su ser con decisiones y acciones, convicciones y conocimientos para lograr una forma de ser valiosa y un modo de vida digna.

### 2. *La persona humana es digna de respeto*

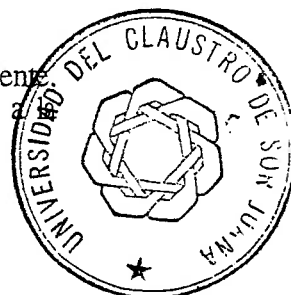
La persona humana, independientemente de la descripción filosófica que pueda hacerse de ella, de sus ideas, su condición social y económica y sus creencias religiosas y políticas y de sus conocimientos, debe ser objeto de respeto incondicional por la sola consideración de su dignidad ontológica. Ella constituye, como individuo, toda comunidad humana posible, y representa el valor de la vida humana en cualquier tiempo y cualquier espacio.

### 3. *El saber y el conocimiento tienen sentido fundamentalmente ético*

El saber y los conocimientos tienen un sentido fundamentalmente ético que consiste, por un lado, en el abandono de las segundas intenciones cuando se trata de saber lo que son las cosas y por otro lado, en el descubrimiento de lo que valen por ser lo que son. La complejidad y riqueza del saber y los conocimientos no deben servir como pretexto para hacer a un lado ese sentido ético que determina su importancia fundamental para la vida del hombre.

### 4. *La cultura es expresión de nuestro ser*

La cultura expresa lo que somos tanto individual como comunitariamente en el presente y en el pasado, y representa lo que el hombre pueda agregar a



RECTORÍA

naturaleza mediante una multiplicidad y diversidad de actos creadores que exponen lo que es, lo que ha sido y lo que desea ser.

### 5. El hombre es un ser axiológico

El ser humano es un ente estructurado axiológicamente: crea, descubre, conoce y reconoce lo que son las cosas para saber lo que vale. Los valores representan lo mejor de lo que el hombre es, ha sido y será en cualquier horizonte del desarrollo de su historia.

### 6. La educación es la formación de lo que somos

La educación es el mejor medio con que cuentan las sociedades humanas para conservar, transmitir y transformar valores y conocimientos, pero es fundamentalmente un proceso de modelado de nuestra propia naturaleza para saber lo que somos y sobretodo para llegar a ser lo que, individual y comunitariamente, a través de una idea e ideal del hombre, deseamos ser.

### 7. La universidad es el lugar de las interrogaciones

La formación y el desarrollo de la persona a través de los conocimientos, los valores, la cultura y la educación se sustentan en un respeto irrestricto a los derechos humanos y una pasión por la justicia y un amor por el saber y los conocimientos que convierte a la universidad en un centro para el aprendizaje y el ejercicio de la actividad interrogadora, como práctica de la libertad.

## Saber para valorar, valorar para elegir

Con los principios presentados en los puntos anteriores, la Universidad del Claustro de Sor Juana, con el propósito de conservar y promover la identidad, la cultura y la historia nacionales en un diálogo permanente con otras culturas, fija su tarea universitaria en el lema *saber para valorar, valorar para elegir*.

La universidad es, desde sus propios fundamentos, un espacio axiológico. La universidad es el espacio vital donde se consigue, dialogando acerca de lo que las cosas y los hombres son, el *saber* que permite *valorar* todo lo que hay en el cosmos para poder *elegir* lo mejor para el ser propio, individual y comunitario.

Con ideales bien definidos a través de su lema, *saber para valorar, valorar para elegir*, la Universidad del Claustro de Sor Juana tiene como tarea fundamental formar universitarios, es decir, hombres y mujeres cuya forma de ser consista en una manera peculiar de pararse en el mundo, de conocerlo y valorarlo y de relacionarse consigo mismo y con los demás.

Por esta razón, ser universitario no es nada más pertenecer a una universidad, facultad o escuela, ni tampoco significa únicamente ser dueño o poseedor de un saber en un campo de conocimientos o en otro. La del universitario bien formado es una manera de ser que no corresponde necesariamente a títulos, grados y se muestra por igual en conocimientos que en actos, en principios y convicciones, que implica ciencia, pero es sapiencia, sabe técnicas y tecnologías.



RECTORÍA



pero es al mismo tiempo humanismo y tiene que ver fundamentalmente con un sentido ético del trabajo, como expresión del ser propio.

En la Universidad del Claustro de Sor Juana, la docencia, la investigación, la difusión de la cultura, las actividades del Museo de la Indumentaria Mexicana y las tareas de Extensión Universitaria se llevan a cabo bajo el signo principal del humanismo, el amor a la patria y la cultura y la pasión por la excelencia académica.

Siendo una de las instituciones educativas de nivel superior más recientes en nuestro país, la Universidad del Claustro de Sor Juana tiene su sitio ideal en el noble e histórico edificio cuyos muros supieron alojar bien la extraordinaria personalidad de Sor Juana, como un espacio que promueve tanto la más íntima de las relaciones del espíritu consigo mismo como la más apasionada de las acciones comunitarias, el edificio del ex Convento de San Jerónimo que es el ámbito natural para la realización de una tarea universitaria que siente la necesidad de conjugar presente y pasado, novedad y tradición, ciencia y sapiencia, técnica y humanismo para conjugar así razón y pasión, verdad y justicia, libertad y necesidad, pensamiento y vida.

## 2. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO

En México, la producción editorial es una actividad industrial y comercial, aunque con una fuerte presencia editorial de diversas dependencias del gobierno, especialmente de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, organismos que forman parte del sector educativo y que se distinguen por la cantidad de ejemplares impresos y, en el caso de Conaculta, por el número de títulos y mecanismos de comercialización.

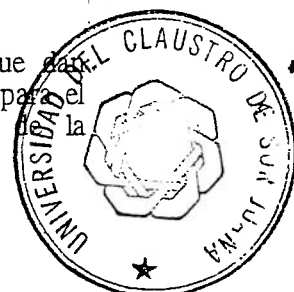
La industria editorial en su conjunto se ha deteriorado en la última década, lo que se ha reflejado en la situación económica e industrial del sector editorial que abarca la producción de papel, talleres de impresión y encuadernación, editores, distribuidores y librerías.

Esto se refleja de manera concreta en la disminución en la venta de libros y en el aumento de cierre de librerías. Se calcula que en la actualidad hay una librería por cada 170,000 habitantes.

A lo anterior se debe agregar los constantes pronósticos y declaraciones de defunción de la letra impresa desde los años sesenta, para ser sustituida por lo que se consideraba el predominio de la imagen audiovisual primero y de la informática después.

Sin embargo, y a pesar de la anunciada muerte de la escritura impresa ante la irrupción de los modernos medios y tecnologías de telecomunicaciones, de información y difusión audiovisual, es evidente que las publicaciones impresas tienen y seguirán teniendo un lugar fundamental en el campo de la comunicación humana.

Primero, porque la industrialización de los procesos editoriales que dan origen a miles de títulos y a millones de publicaciones y páginas impresas para el consumo masivo de la población, las nuevas técnicas y tecnologías de la



RECTORIA

comunicación han literalmente salvado de una muerte lenta a una industria editorial que se asfixiaba por el propio peso de sus procesos y medios de producción.

Segundo, porque las publicaciones impresas como productos culturales y de información han comenzado a vivir con plenitud dentro de la llamada "aldea global" de la comunicación sin fronteras y, sobre todo de la sociedad, donde en su vida cotidiana millones de personas tienen ya un acceso universal, inmediato e interactivo, dentro de las redes de la teledistribución, videocomunicación y de la computación multimedia, a una abundancia informativa de textos mezclados con imágenes y sonidos que nunca imaginaron, pero que les ha mostrado también muy pronto la necesidad de aprender a crear, escribir, editar y leer sobre la pantalla de un monitor de video, televisión o computadora como si fueran páginas de una publicación impresa.

De hecho, en México, al igual que en muchos otros países de todo el mundo, las publicaciones impresas, y en un futuro multimedia, se han de convertir en los instrumentos indispensables de la comunicación y de la cultura omnipresente que nos rodea cotidianamente en nuestra vida personal y profesional con su gran evolución tecnológica, su expansión comercial y su enorme influencia social, económica y política que han logrado en estos últimos años como medios de difusión e información.

### 3. OFERTA EDUCATIVA

No obstante que cada día aparecen nuevas publicaciones principalmente periódicas, la formación de los encargados de producirlas se ha descuidado en nuestro país y sólo se cuenta con cursos y diplomados sobre aspectos específicos del campo editorial. Hasta el momento, la única institución que ofrece la formación de profesionales a nivel licenciatura en el campo de la edición de impresos es la Universidad del Claustro de Sor Juana.

### 4. CAMPO DE TRABAJO

La Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana cuenta aproximadamente con 300 empresas afiliadas. Éstas producen anualmente una gran cantidad de impresos. Baste señalar que sólo en 1993 se editaron 1,102 títulos -que representan 804.5 millones de ejemplares-, entre periódicos (diarios o no), revistas y boletines, historietas, fotonovelas y comics. Para lograr esta producción fue necesaria la intervención de 2,807 obreros, 8,744 empleados y 3,140 externos.

En ese mismo año, se editaron 16,000 títulos (nuevos, reediciones y reimpressiones) con un total de 107 millones de ejemplares y se ocupó a 1,317 obreros, 6,449 empleados y 2,369 externos. Todo esto sin contar otro tipo de materiales impresos, como folletos, por ejemplo.

A pesar del deterioro mencionado anteriormente, la industria editorial mantiene una presencia y una producción considerable, lo que es reforzado con el Programa de Cultura 1995-2000 que fue presentado en enero de 1996 por el Gobierno de la República.



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS FEDERATIVAS  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

En este programa se ha reconocido, ante la necesidad de vincular cada vez más estrechamente la cultura y la educación, el carácter estratégico que el libro y la lectura tienen en la educación y en el desarrollo personal de todos los individuos.

Además de que el rayo láser, las computadoras, los satélites artificiales, la televisión, la radio, los multimedia, internet y todos los demás adelantos tecnológicos descansan en materiales escritos. Por lo que el progreso tecnológico del siglo XXI se logrará sólo si se mejora substancialmente la capacidad y los hábitos de lectura.

Entre las líneas de acción que establece dicho Programa se encuentran la comunicación con la industria editorial para fortalecer la producción, promoción y distribución de libros; y la revisión de los aspectos económicos de la actividad editorial para fomentar su desarrollo, entre otras.

Estas líneas de acción marcan claras posibilidades de recuperación para la industria editorial, con su consiguiente desarrollo.

#### 4. 1 La Formación Profesional del Diseño Editorial en México

La licenciatura en diseño editorial viene a cubrir una necesidad de la industria editorial, ya que es una carrera profesional que no se había dado en ninguna institución de educación superior pública ni privada.

La demanda de cuadros por parte de la industria editorial se ha satisfecho mediante la improvisación de egresados de carreras como Letras, Ciencias de la Comunicación y Diseño y Comunicación Gráfica, entre otras, quienes han sido ubicados en las diversas fases del proceso de producción editorial.

Por ello, la carrera profesional en diseño editorial surge como una opción para los interesados en estudiar una licenciatura que proporcione una visión especializada de la producción editorial en su conjunto y no solamente de fases aisladas.

Por otra parte, lo más que llega a haber en cuanto a formación profesional de diseñadores editoriales son cursos-talleres impartidos por una empresa privada y cursos de especialización promovidos por una universidad privada.

Ante todo lo anterior, la licenciatura en diseño editorial no tiene problemas de saturación de egresados ni se disputa la demanda de esta carrera con otras instituciones.

#### 5. EJERCICIO PROFESIONAL

El licenciado en diseño editorial tiene una amplia gama de posibilidades de trabajo en empresas dedicadas a la producción de publicaciones: periódicos (diarios o no), revistas, boletines, folletos y por supuesto libros de línea y de arte.

Además, sus servicios son requeridos en un gran número de organismos de comunicación social, educativa, cultural y organizacional y en todo tipo de empresas generadoras de impresos.



RECTORIA

Específicamente, puede desarrollarse como corrector de galeras y de estilo, editor de publicaciones, jefe de redacción, gestor de procesos editoriales y coordinador general de publicaciones.

## 6. OBJETIVOS GENERALES

Como resultado de la definición del Perfil Profesional, los Objetivos Generales de la Licenciatura en Diseño Editorial son formar un especialista capaz de:

- Analizar los fenómenos comunicativos editoriales desde una perspectiva pluri e interdisciplinaria que se presentan en México y el mundo.
- Diseñar, editar, producir y evaluar publicaciones mediante el uso de métodos y el aprovechamiento de las técnicas y tecnologías más avanzadas.
- Responder con una actitud humanista hacia sus semejantes, con un compromiso social ante los problemas que tenga que enfrentar, con los principios ontológicos de su profesión a los requerimientos y necesidades del medio en el que se van a desenvolver y con una estricta observancia de los derechos y obligaciones marcados por los diversos ordenamientos jurídicos.

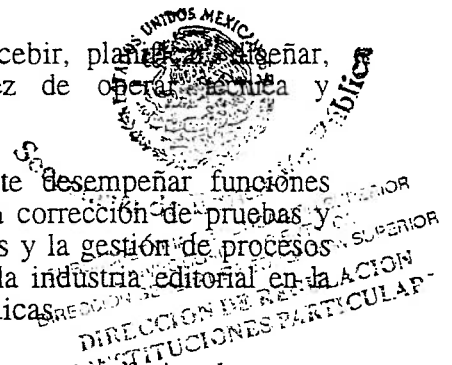
## 7. PERFIL DEL EGRESADO

El egresado de la licenciatura en diseño editorial es un estudioso capaz de analizar todo tipo de comunicación impresa mediante la aplicación de teorías, métodos y técnicas de investigación de las ciencias humanas y sociales, así como del arte.

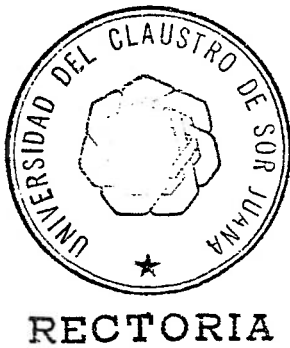
Es además un profesional especializado en concebir, planificar, diseñar, producir, realizar y evaluar publicaciones, a la vez de operar técnica y tecnológicamente los diversos medios impresos.

La formación del diseñador editorial le permite desempeñar funciones diversas, especializadas y complementarias como son la corrección de pruebas y galeras, la corrección de estilo, la edición de publicaciones y la gestión de procesos editoriales. Por lo cual está en capacidad de trabajar en la industria editorial en la edición de libros, folletos, revistas y publicaciones periódicas.

Por ello, los licenciados en diseño editorial son profesionales cuya especialización les permite responder satisfactoriamente a los requerimientos sociales y del mercado de trabajo por contar con los conocimientos y las habilidades necesarios.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL  
CLAUSTRO DE SOR JUANA

Licenciatura en Diseño Editorial  
(8) MAPA POR ÁREAS DE CONOCIMIENTO

TRONCO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
HOMBRE Y COMUNICACIÓN	Hombre, Lingüística y Comunicación DE-0101	Hombre, Filosofía y Comunicación DE-0206	Hombre, Estética y Comunicación DE-0311	Hombre, Semiología y Comunicación DE-0416	Hombre, Humanismo y Comunicación DE-0521	Hombre, Psicología y Comunicación DE-0626	Hombre, Historia y Comunicación DE-0731	Hombre, Ética y Comunicación DE-0836	Seminario de Investigación de Ciencias Humanas y Diseño Editorial DE-0941	TALLER
SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN	Sociedad, Información y Comunicación DE-0102	Sociedad, Cultura y Comunicación DE-0207	Sociedad, Ciencia y Comunicación DE-0312	Sociedad, Educación y Comunicación DE-0417	Sociedad, Ideología y Comunicación DE-0522	Sociedad, Política y Comunicación DE-0627	Sociedad, Economía y Comunicación DE-0732	Sociedad, Derecho y Comunicación DE-0837	Seminario de Investigación de Ciencias Sociales y Diseño Editorial DE-0942	DE
EXPRESIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA	Expresión del Lenguaje Oral y Escrito DE-0103	Redacción y Lectura de Textos DE-0208	Relación y Narración de Textos DE-0313	Análisis Estructural de Textos DE-0418	Estilo y Creación de Textos DE-0523	Análisis Crítico de Textos DE-0628	Expresión ante los Medios DE-0733	Diseño Visual de Textos DE-0838	Seminario de Investigación de Expresión y Crítica de Diseño Editorial DE-0943	TESIS
METODOLOGÍA DEL DISEÑO EDITORIAL	Lenguajes Impresos DE-0104	Mediación Impresos DE-0209	Percepción y Creatividad Comunicativa DE-0314	Procesamiento de Información DE-0419	Tratamiento de Información DE-0524	Evaluación de Comunicación DE-0629	Estructura Financiera de la Comunicación Impresa DE-0734	Estructura Legal de la Comunicación Impresa DE-0839	Seminario de Investigación de Metodología de Diseño Editorial DE-0944	DE-1046
LABORATORIOS DE DISEÑO EDITORIAL	Laboratorio de Corrección Editorial I DE-0105	Laboratorio de Corrección Editorial II DE-0210	Laboratorio de Estilo Editorial I DE-0315	Laboratorio de Estilo Editorial II DE-0420	Laboratorio de Producción Editorial I DE-0525	Laboratorio de Producción Editorial II DE-0630	Laboratorio de Gestión Editorial I DE-0735	Laboratorio de Gestión Editorial II DE-0840	Laboratorio de Experimentación e Innovación Creativa en Diseño Editorial I DE-0945	Laboratorio de Experimentación e Innovación Creativa en Diseño Editorial II DE-1047

## 9. EVALUACIÓN CURRICULAR

A continuación se presentan algunos de los instrumentos que se utilizan en la evaluación curricular:

### a) Evaluación interna:

- Selección de maestros por concurso de oposición
- Contratación de especialistas por asignatura
- Evaluación docente realizada por director de la licenciatura
- Autoevaluación didáctica realizada por el profesor al finalizar el semestre
- Evaluación psicopedagógica de una clase modelo
- Aplicación de encuestas a alumnos
- Planeación académica por asignatura
- Reuniones académicas con los profesores de cada una de las materias

### b) Evaluación externa:

- Durante el próximo ciclo escolar se dará inicio a la evaluación externa a partir de las siguientes estrategias:

- 1.- Número de alumnos egresados
- 2.- Número de alumnos en proceso de titulación
- 3.- Solicitud de informe por escrito del Servicio Social a las distintas instituciones en donde se realice para analizar el desempeño laboral de nuestros egresados
- 4.- Número de alumnos titulados
- 5.- Seguimiento de alumnos para analizar su inserción al campo laboral

## 10. PLAN DE ESTUDIOS

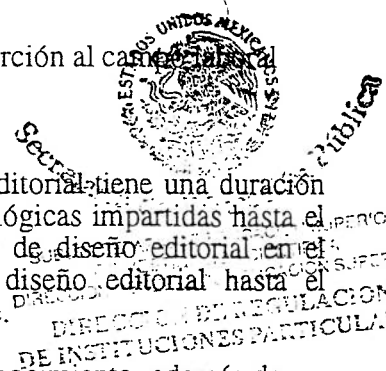
El plan de estudios de la Licenciatura en Diseño Editorial tiene una duración de 10 semestres, cuenta con 32 materias teórico-metodológicas impartidas hasta el octavo semestre, 4 seminarios de investigación aplicada de diseño editorial en el noveno semestre, 10 laboratorios teórico-prácticos de diseño editorial hasta el décimo semestre y un taller de tesis en el décimo semestre.

Las asignaturas se agrupan en cinco áreas de conocimiento, además de un taller de tesis. En dichas áreas se proporcionan los conocimientos teóricos, metodológicos y técnicos; así como la práctica necesaria para la adecuada formación del diseñador editorial.

### A. Área de Ciencias Humanas:

En esta área se ubica el fenómeno comunicativo como una forma de interacción del ser humano con su entorno natural, social y cultural para sobrevivir, defender y compartir los valores más fundamentales de la vida humana y de su comunidad. El aprendizaje del alumno se busca mediante clases teóricas, la explicación del tema tratado, la aclaración de dudas, la lectura dirigida, la exposición y discusión en clase, la elaboración de tareas, ejercicios metodológicos y trabajos finales.

Hombre, lingüística y comunicación



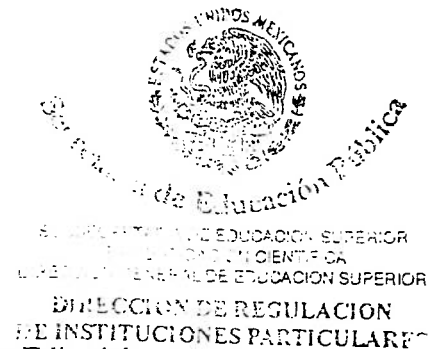
RECTOR

Hombre, filosofía y comunicación  
Hombre, estética y comunicación  
Hombre, semiología y comunicación  
Hombre, humanismo y comunicación  
Hombre, psicología y comunicación  
Hombre, historia y comunicación  
Hombre, ética y comunicación  
Seminario de investigación de ciencias humanas y Diseño Editorial

### B. Área de Ciencias Sociales:

Esta área tiene como propósito el estudio de la comunicación llevado a cabo por las ciencias sociales; se ubica el papel del contexto social en el fenómeno comunicativo y de la mediación informativa en los procesos comunicacionales. La enseñanza se da por medio de clases teóricas, la explicación del tema tratado, la aclaración de dudas, la lectura dirigida, la exposición y discusión en clase, así como la elaboración de tareas, ejercicios metodológicos y trabajos finales en los que se apliquen los conocimientos adquiridos en el análisis de la realidad social de México y del mundo.

Sociedad, información y comunicación  
Sociedad, cultura y comunicación  
Sociedad, ciencia y comunicación  
Sociedad, educación y comunicación  
Sociedad, ideología y comunicación  
Sociedad, política y comunicación  
Sociedad, economía y comunicación  
Sociedad, derecho y comunicación  
Seminario de investigación de ciencias sociales y Diseño Editorial



### C. Área de Expresión de la Comunicación Oral y Escrita:

La finalidad de esta área es proporcionar el conocimiento de las particularidades de la comunicación oral y escrita para que el estudiante, mediante su creatividad, lea, analice, elabore y exprese textos y discursos de acuerdo a los públicos a los que va destinado. El aprendizaje se da mediante un taller en el que se busca la adquisición de conocimientos y se fomenta la destreza y la creatividad prácticas.

Expresión del lenguaje oral y escrito  
Redacción y lectura de textos



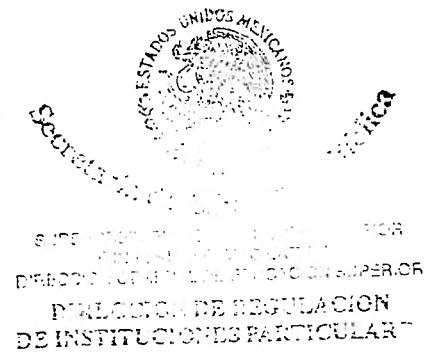
RECTORIA

Retórica y narración de textos  
Análisis estructural de textos  
Estilo y creación de textos  
Análisis crítico de textos  
Expresión ante los medios  
Diseño visual de textos  
Seminario de investigación de expresión y crítica de Diseño Editorial

#### D. Área de Metodología de Diseño Editorial:

En esta área se da el conocimiento específico y las particularidades del diseño editorial; se enseñan las metodologías para el estudio y las técnicas de este tipo de comunicación, así como el marco legal y económico en el que se encuentra inmerso. Su modalidad es el de la clase teórico-práctica, con elaboración de tareas, ejercicios metodológicos y trabajos finales dentro de la realidad comunicativa de México y del mundo.

Lenguajes impresos  
Medios impresos  
Percepción y creatividad comunicativa  
Procesamiento de información  
Tratamiento de información  
Evaluación de comunicación  
Estructura financiera de la comunicación impresa  
Estructura legal de la comunicación impresa  
Seminario de investigación de metodología de Diseño Editorial



#### E. Área de Laboratorios de Diseño Editorial:

Tiene como finalidad el análisis y manejo óptimo técnico-artístico de las herramientas, equipos, técnicas, tecnologías y lenguajes editoriales en todas sus facetas de creación, concepción, producción, edición y evaluación del diseño editorial en situaciones reales de trabajo profesional para los diferentes campos de aplicación de los medios impresos en la información, cultura, entretenimiento, comunicación pública, educativa, institucional, organizacional, publicitaria, etc. Su modalidad de trabajo es el del laboratorio teórico práctico, con demostración operativa de técnicas y tecnologías editoriales, los ejercicios metodológicos de entrenamiento de ensayo-prueba-error, experimentación innovadora y creativa, así como elaboración de tareas y trabajos finales.

Laboratorio de corrección editorial I



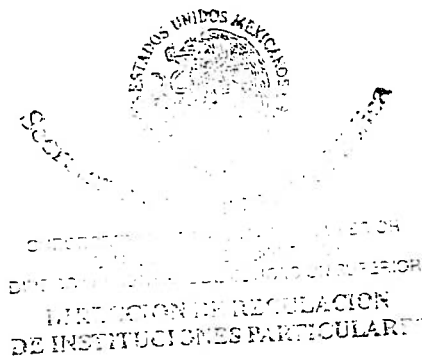
RECTORIA



Laboratorio de corrección editorial II  
Laboratorio de estilo editorial I  
Laboratorio de estilo editorial II  
Laboratorio de producción editorial I  
Laboratorio de producción editorial II  
Laboratorio de gestión editorial I  
Laboratorio de gestión editorial II  
Laboratorio de experimentación e innovación en diseño editorial I  
Laboratorio de experimentación e innovación en diseño editorial II

**F. Taller de Tesis:**

El taller pretende la presentación de la tesis como resultado de los seminarios de investigación aplicada y como sistematización final de los trabajos profesionales de diseño editorial que hayan surgido de los laboratorios de experimentación e innovación creativa.



**RECTORIA**



UNIVERSIDAD DEL  
CLAUSTRO DE SOR JUANA

(1) Nombre de la Institución

LICENCIATURA EN DISEÑO EDITORIAL

(2) Nombre de la licenciatura

11 NOV. 1994

(3) Vigencia

BACHILLERATO O EQUIVALENTE

(4) Antecedentes académicos de ingreso del alumno

Tipo de ciclo: SEMESTRAL

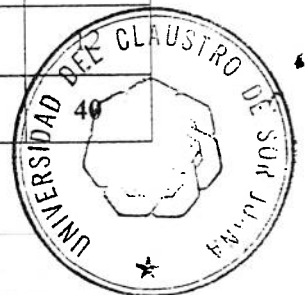
Duración: 16 SEMANAS

Clave DGES:

1994

PRIMER SEMESTRE

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Hombre, Lingüística y Comunicación	DE-0101		4		4	8
Sociedad, Información y Comunicación	DE-0102				4	8
Expresión del Lenguaje Oral y Escrito	DE-0103			2	4	6
Lenguajes Impresos	DE-0104			2	4	6
Laboratorio de Corrección Editorial I	DE-0105				8	8
(10) Suma			16	8	24	



**SEGUNDO SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Hombre, Filosofía y Comunicación	DE-0206		4		4	8
Sociedad, Cultura y Comunicación	DE-0207		4		4	8
Redacción y Lectura de Textos	DE-0208		2	2	4	6
Medios Impresos	DE-0209		2	2	4	6
Laboratorio de Corrección Editorial II	DE-0210	DE-0105	4	4	8	12
<b>(10) Suma</b>			<b>16</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

**TERCER SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Hombre, Estética y Comunicación	DE-0311		4		4	8
Sociedad, Ciencia y Comunicación	DE-0312		4		4	8
Retórica y Narración de Textos	DE-0313		2	2	4	6
Percepción y Creatividad Comunicativa	DE-0314		2	2	4	6
Laboratorio de Estilo Editorial I	DE-0315		4	4	8	12
<b>(10) Suma</b>			<b>16</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>40</b>



**CUARTO SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Hombre, Semiología y Comunicación	DE-0416		4		4	8
Sociedad, Educación y Comunicación	DE-0417		4		4	8
Análisis Estructural de Textos	DE-0418		2	2	4	6
Procesamiento de Información	DE-0419		2	2		6
Laboratorio de Estilo Editorial II	DE-0420	DE-0315	4	4		
<b>(10) Suma</b>			<b>16</b>			<b>40</b>

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES

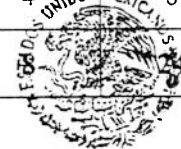
**QUINTO SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Hombre, Humanismo y Comunicación	DE-0521		4		4	8
Sociedad, Ideología y Comunicación	DE-0522		4		4	8
Estilo y Creación de Textos	DE-0523		2	2	4	6
Tratamiento de Información	DE-0524		2	2	4	6
Laboratorio de Producción Editorial I	DE-0525		4	4	8	12
<b>(10) Suma</b>			<b>16</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>40</b>



**SEXTO SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Hombre, Psicología y Comunicación	DE-0626		4		4	8
Sociedad, Política y Comunicación	DE-0627		4		4	8
Análisis Crítico de Textos	DE-0628		2	2	4	6
Evaluación de Comunicación	DE-0629		2	2	4	6
Laboratorio de Producción Editorial II	DE-0630	DE-0525	4	4	8	12
<b>(10) Suma</b>			<b>16</b>			<b>40</b>

  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES

**SÉPTIMO SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Hombre, Historia y Comunicación	DE-0731		4		4	8
Sociedad, Economía y Comunicación	DE-0732		4		4	8
Expresión ante los Medios	DE-0733		2	2	4	6
Estructura Financiera de la Comunicación Impresa	DE-0734		2	2	4	6
Laboratorio de Gestión Editorial I	DE-0735		4	4	8	12
<b>(10) Suma</b>			<b>16</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>40</b>



**OCTAVO SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Hombre, Ética y Comunicación	DE-0836		4		4	8
Sociedad, Derecho y Comunicación	DE-0837		4		4	8
Diseño Visual de Textos	DE-0838		2	2	4	6
Estructura Legal de la Comunicación Impresa	DE-0839		2	2	4	6
Laboratorio de Gestión Editorial II	DE-0840	DE-0735	4	4	8	12
<b>(10) Suma</b>			<b>16</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>40</b>

  
**Secretaría de Educación Pública**  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIONES DE REGULACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES



**RECTORIA**

**NOVENO SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Seminario de Investigación de Ciencias Humanas y Diseño Editorial	DE-0941		2	2	4	6
Seminario de Investigación de Ciencias Sociales y Diseño Editorial	DE-0942		2	2	4	6
Seminario de Investigación de Expresión y Crítica de Diseño Editorial	DE-0943				4	6
Seminario de Investigación de Metodología de Diseño Editorial	DE-0944					6
Laboratorio de Experimentación e Innovación Creativa en Diseño Editorial I	DE-0945			10	10	10
<b>(10) Suma</b>			<b>8</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>34</b>

  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIONES DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES




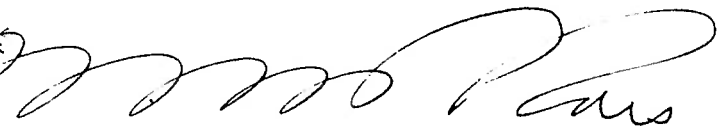
**RECTORIA**

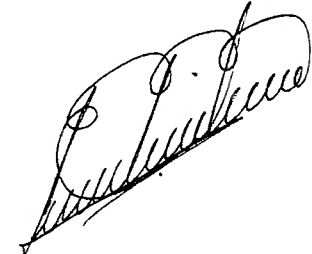
**DÉCIMO SEMESTRE**

(5) Lista de asignaturas, área o módulos	(6) Clave	(7) Seriación	(8) Horas semanales			(9) Créditos
			Teoría	Práctica	Total	
Taller de Tesis	DE-1046		5	5	10	15
Laboratorio de Experimentación e Innovación Creativa en Diseño Editorial II	DE-1047	DE-0945		10	10	10
<b>(10) Suma</b>			<b>5</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>25</b>

<b>TOTAL</b>			<b>141</b>	<b>97</b>	<b>238</b>	<b>379</b>
--------------	--	--	------------	-----------	------------	------------

  
 Estados Unidos Mexicanos  
**Secretaría de Educación Pública**  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
**DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES**

  
 LIC. CARMEN BEATRIZ LÓPEZ-PORTILLO ROMANO  
 (16) Responsable del Programa Académico

  
 (17) DIRECTOR DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES, SEP

**16 MAR. 1999**



**RECTORIA**





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

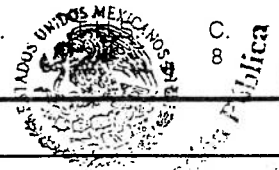
1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Hombre, Lingüística y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Primer ciclo

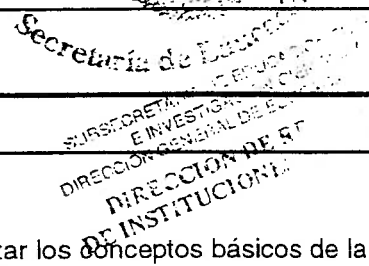
3. CLAVE: DE-0101

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.      H.P.S.  
4                      0



6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64



7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de analizar los conceptos básicos de la lingüística y sus teorías como elementos cognoscitivos fundamentales de la comunicación humana.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
El estudio de la lingüística posibilita el conocimiento de conceptos que serán determinantes a lo largo de la formación de un comunicador. La lingüística tiene un nexo de peculiar importancia con las relaciones humanas y con los problemas de comunicación, de esta forma se requiere una materia introductoria que haga énfasis en este aspecto del saber.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
32	I. El modelo lingüístico de la comunicación humana. 1. La noción de comunicación humana. 2. La noción de lengua y de lenguaje, de habla y de norma. 3. La noción de signo lingüístico: significado y significante. 4. Sintagma y paradigma.	Analizar y distinguir el modelo lingüístico de la comunicación humana; explicar y diferenciar sus nociones básicas, así como reconocer estos aportes de carácter científico para la conformación de las teorías de la comunicación.
20	II. El proceso de la comunicación humana: lingüística, lógica y hermenéutica. 1. Estudio de los símbolos. 2. Lenguaje natural y artificial. 3. Lenguaje y metalenguaje. 4. El ideal del lenguaje bien hecho.	Describir y analizar los procedimientos de construcción de lenguajes formales.
12	III. El lenguaje formalizado y el método axiomático.	Describir los fundamentos del método axiomático.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Se revisarán textos clásicos y modernos de la lingüística, de tal modo que los conceptos aplicados a la comunicación deriven de una lectura detallada y precisa. Asimismo, se desarrollará una investigación analítica de los temas propuestos y una discusión en sesiones plenarias bajo la coordinación del profesor. Clases expositivas por parte de los estudiantes.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

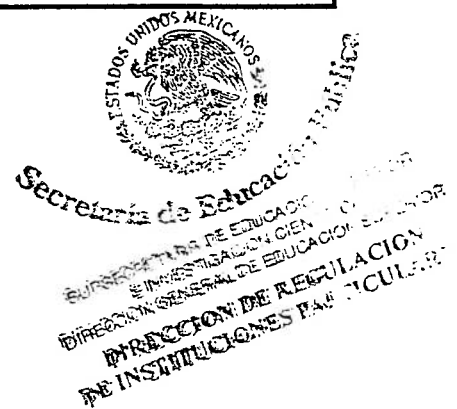
BENVENISTE, Emile, *La lingüística*, Editorial Siglo XXI, México, 1990.  
MALBERG, Bertil, *Teoría de los signos*, Editorial Siglo XXI, México, 1986.  
SAUSSURE, Ferdinand, *Curso General de Lingüística*, Editorial Losada, México, 1990.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales y sonoros especializados.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos parciales de investigación analítica de cada tema.  
Exposición de uno de los trabajos investigados.  
Dos exámenes parciales y uno final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Sociedad, Información y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Primer ciclo

3. CLAVE: DE-0102

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	0	4	8

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

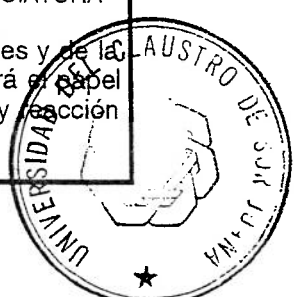
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Ubicar y analizar los fenómenos, usos sociales de la comunicación y la explicación de sus teorías a partir de conceptos, modelos y métodos de estudio sociológicos dentro del contexto social actual de la comunicación impresa en México.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La materia permitirá al alumno introducirse al estudio de los fenómenos sociales y de la relación de éstos con la comunicación. De esta forma el estudiante reconocerá el papel que juega la comunicación impresa en las diversas sociedades, su influencia y reacción ante determinadas situaciones y contextos específicos.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SECRETARÍA DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGISTRO Y CONTROL DE INSTITUCIONES PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
12	I. Comunicación y sociedad. 1. Lenguaje, comunicación y sociedad. 2. Conceptos y modelos fundamentales de la comunicación.	Revisar, ubicar e identificar los conceptos y modelos fundamentales de la comunicación, del lenguaje y la sociedad como vínculo para entender el problema del orden social.
8	II. Sociología y comunicación. 1. El problema del orden social. 2. La teoría de la racionalización. 3. El estructural funcionalismo.	Aplicar la teoría de la racionalización y el estructural funcionalismo para acercarse a los principios de la comunicación y la sociología.
8	III. El desarrollo de la comunicación como fenómeno social. 1. Individuo y sociedad. 2. Sociedad de masas y comunicación. a. El habla: la sociedad tribal. b. La escritura: la sociedad destribalizada. c. La electrónica: la sociedad retribalizada.	Analizar y discutir los antecedentes socio-culturales de los medios de comunicación dentro del proceso de secularización y el advenimiento de la sociedad de masas.
12	IV. El contexto social actual de la comunicación en México. 1. El contexto socio-económico. 2. El contexto socio-político-jurídico. 3. El contexto socio-ideológico.	Examinar y explicar el contexto social de México donde se genera la comunicación.
24	V. Introducción a la investigación social. 1. Teorías sociológicas de investigación. 2. Metodología de investigación social.	Describir y utilizar las teorías y metodologías de investigación social.

  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Con el apoyo de materiales didácticos que ilustren los temas tratados, se llevará a cabo una discusión grupal.  
Se aplicarán los conceptos aprendidos a casos específicos de fenómenos sociológicos vistos a través de la comunicación. .  
Se desarrollará una investigación que amplíe uno de los puntos del temario, donde se apliquen las teorías y metodologías de investigación social.  
Exposición por parte del alumno.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

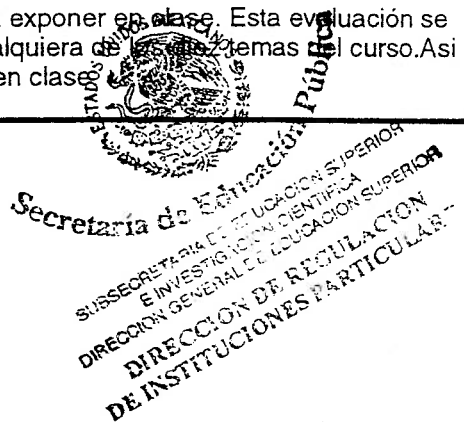
MORAGAS, Spa Miguel de, *Sociología de la comunicación de masas*, Editorial Gustavo Gili, México, 1994.  
ROJAS Soriano, Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, UNAM, México, 1997.  
WRIGHT Mills, Charles, *Sociología y pragmatismo*, Ediciones Siglo Veinte, Buenos Aires, Argentina, 1968.  
WRIGHT Mills, Charles, *La imaginación sociológica*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1994.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en sociología y comunicación.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, filminas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos y films).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Los alumnos se reunirán en equipos de trabajo para exponer en clase. Esta evaluación se promediará con una investigación que aludirá a cualquiera de los temas del curso. Así mismo, se considerará la asistencia y participación en clase.



RECTORIA



# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA COLEGIO DE COMUNICACIÓN

## *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Expresión del Lenguaje Oral y Escrito

2. CICLO O ÁREA: Primer ciclo

3. CLAVE: DE-0103

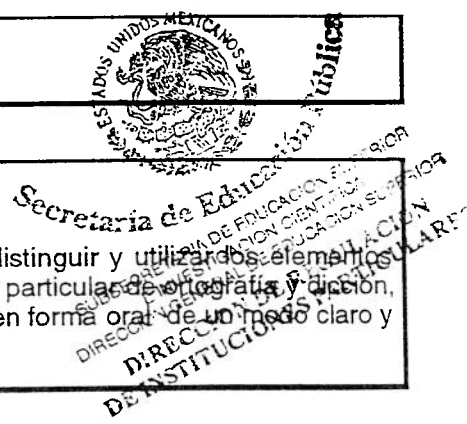
4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

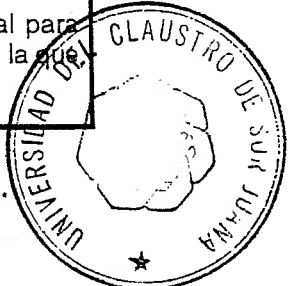
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de distinguir y utilizando los elementos necesarios de la gramática y la prosodia en general, y en particular de ortografía y dición, para aprender a expresarse correctamente por escrito y en forma oral de un modo claro y preciso.



8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La materia permitirá al alumno valorar la importancia de la lengua escrita y oral para establecer una comunicación correcta e inteligible en cualquier empresa editorial en la que se desempeñe.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
4	I. Expresión oral y escrita: Principios y fundamentos de comunicación. 1. La lengua oral y su importancia frente a la lengua escrita.	Ubicar las diferencias y valores de las lenguas oral y escrita en el campo de la expresión y de la comunicación.
10	II. La gramática. 1. Las categorías gramaticales. a. Forma. b. Función.	Analizar y reconocer las diferentes categorías gramaticales tanto por su forma cuanto por su función.
20	III. La ortografía. 1. La división silábica. 2. Los diptongos. 3. La acentuación. 4. Las grafías y los sonidos.	Analizar y ejemplificar prácticamente las dificultades existentes en lo que respecta a ortografía en los principales medios de comunicación.
4	IV. Las articulaciones fonéticas. 1. Entonación y gradación. 2. Los signos de puntuación significado y sentido. 3. Frase, oración, período, párrafo.	Identificar las articulaciones fonéticas propias del idioma español.
20	V. La construcción sintáctica. 1. Frase. 2. Oración simple. 3. Monorema. 4. Prooración. 5. Oración compleja. 6. Período. 7. Cláusula.	Utilizar y practicar las diversas formas básicas de construcción sintáctica y su influencia en la comunicación.
6	VI. La prosodia.	Conocer y utilizar los elementos de la prosodia dentro de una correcta expresión oral.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguido de ejercicios.  
Ejercicios elaborados en clase o extramuros donde los alumnos analicen materiales impresos y audiovisuales (programas de radio y televisión).  
Lectura en voz alta con y sin micrófono.  
Discusión grupal de los ejercicios realizados.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ALCINA Franch, Juan y José Manuel Blecua, *Gramática española*, Barcelona. Ariel, 1997.  
MALMBERG, Bertil, *La Fonética*, Buenos Aires, Eudeba, 1986.  
Mc BURNEY, James H., y Ernest Wrage, *El arte del buen hablar*, Barcelona, Argos, 1963.  
NAVARRO, Tomás, *Manual de entonación española*, Madrid, Guadarrama, 1974.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada.  
Materiales audiovisuales especializados: videos, telenovelas y otros programas de gran difusión entre la población mexicana, así como grabaciones de programas de radio y noticieros radiofónicos.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Control de los ejercicios de análisis realizados.  
Exámenes orales y escritos, parciales y finales.



RECTORIA



# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Lenguajes Impresos			
2. CICLO O ÁREA: Primer ciclo	3. CLAVE: DE-0104		
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S. 2	H.P.S. 2	T.H.S. 4 C. 6
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64			
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al concluir esta materia el alumno será capaz de establecer, comparar y manejar en sus aspectos formales específicos los elementos estructurales que integran los lenguajes impresos, así como de aplicar los primeros instrumentos metodológicos de análisis y utilización de los lenguajes impresos.			
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA La materia pretende ser la introducción a los lenguajes impresos que caracterizan y distinguen al diseño gráfico y a cada uno de sus medios impresos a fin de que el alumno inicie su conocimiento metodológico sobre su objeto de estudio.			

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
E INSPECCIONES PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
18	I. Aproximaciones teóricas al lenguaje impreso. Definiciones y conceptos. a. Códigos. b. Referentes. c. Símbolos.	Conocer las aproximaciones teóricas (definiciones y conceptos) del lenguaje impreso.
8	II. Los elementos del lenguaje impreso.	Analizar los elementos del lenguaje impreso.
38	III. Los lenguajes impresos: usos y funciones comunicativas. 1. El lenguaje de periódicos. 2. El lenguaje de publicaciones. 3. El lenguaje de revistas. 4. El lenguaje diversos impresos.	Conocer y aplicar los usos y funciones comunicativas de los lenguajes de cada uno de los medios impresos.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas y ejercicios prácticos de comprensión para los alumnos.  
Investigación y estudio de documentación especializada.  
Demostración impresa de ejemplos.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ALONSO, Martín, *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*, Aguilar, México, 1990.  
DONDIS, A., *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*, Editorial Gili Barcelona, 1982.  
TUSÓN, Jesús, *El lujo del lenguaje*, Barcelona, Paidós, 1993.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos,).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales de investigación.  
Ejercicios prácticos de comprensión.  
Controles de lectura.  
Exámenes escritos, parciales y final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Corrección Editorial I

2. CICLO O ÁREA: Primer ciclo

3. CLAVE: DE-0105

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	4		12

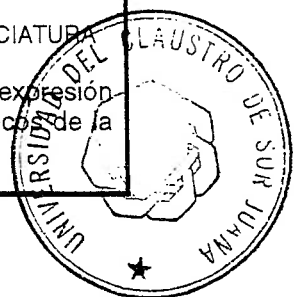
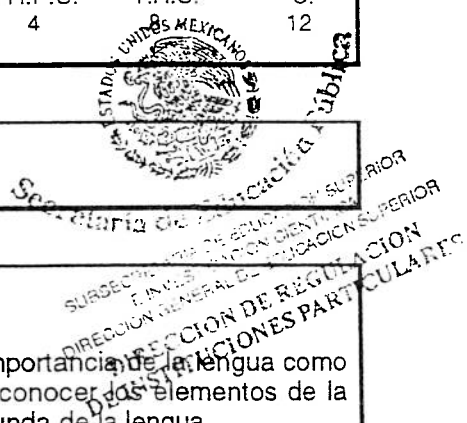
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 128

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de descubrir la importancia de la lengua como medio de comunicación en sus distintos niveles, además, conocer los elementos de la gramática necesarios para iniciar una comprensión más profunda de la lengua.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA:

La materia permitirá al alumno introducirse en el estudio de la lengua como expresión escrita. Esta asignatura logrará que el estudiante conozca los elementos básicos de la redacción dentro del proceso de la comunicación impresa.



RECTORIA

9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
31	I. El lenguaje. 1. Definiciones. 2. Origen y evolución. 3. Signo, señal, símbolo. 4. El signo lingüístico. 5. Doble articulación de la lengua. 6. Lengua, habla y norma. El prestigio lingüístico.	Utilizar las diferentes definiciones del lenguaje, su origen y evolución, así como las características del signo, señal y símbolo. Analizar las funciones y características del signo lingüístico, la doble articulación de la lengua y el prestigio lingüístico.
35	II. La gramática. 1. Límites y recursos.	Analizar los límites y recursos de la gramática, como base de la expresión escrita.
31	III. La ortografía. 1. Nociones y alcances.	Evaluar las nociones y los alcances de la ortografía, a partir de una serie de ejercicios prácticos.
31	IV. La construcción sintáctica. 1. Oración, periodo, cláusula.	Elaborar oraciones, periodos y cláusulas de acuerdo con una construcción sintáctica correcta.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ALCINA Franch, Juan y José Manuel Blecua, *Gramática española*, Barcelona, Ariel, 1998.  
BERISTAIN, Helena, *Gramática estructural de la lengua española*, UNAM, 1985.  
MARTÍNEZ de Sousa, José, *Diccionario de ortografía*, Madrid, Ediciones Grales. Anaya, 1992.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales y sonoros especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Exámenes parciales y final.



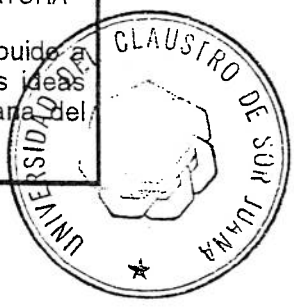
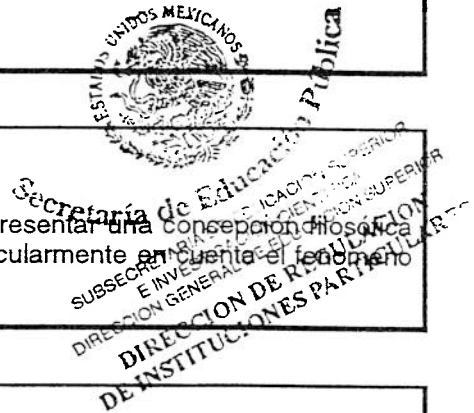


# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Hombre, Filosofía y Comunicación			
2. CICLO O ÁREA: Segundo ciclo	3. CLAVE: DE-0206		
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S. 4	H.P.S. 0	T.H.S. C. 4 8
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64			
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al concluir esta asignatura, el alumno será capaz de presentar una concepción filosófica coherente del hombre y de la sociedad, que tome particularmente en cuenta el fenómeno universal de la comunicación.			
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA Con esta materia el alumno conocerá las tendencias filosóficas que han contribuido a desarrollar las teorías de la comunicación; y aprenderá cuáles han sido esas ideas filosóficas que han formulado una manera de observar la complejidad humana del fenómeno comunicativo.			





9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
12	I. La comunicación: un concepto filosófico del hombre en sí mismo y en relación con los demás.	Entender la comunicación a través de los principales conceptos de la Filosofía.
16	II. El problema empírico: el funcionalismo y el estructuralismo.	Enumerar las ideas del positivismo para entender cómo se filtran y llegan a influir en el análisis de la comunicación bajo las corrientes funcionalistas del pensamiento occidental.
8	III. El problema antropológico: el existencialismo y el materialismo.	Ubicar a la comunicación en el mundo del saber antropológico y de sus principales orientaciones modernas dentro de la filosofía: el existencialismo y el materialismo.
8	IV. Las combinatorias del materialismo, existencialismo, estructuralismo y funcionalismo.	Analizar las combinaciones y fusiones entre materialismo, estructuralismo y funcionalismo en el campo de la comunicación.
8	V. La sociología-filosófica de Jean Baudrillard.	Analizar las propuestas de Baudrillard, cuya perspectiva se sitúa dentro de la llamada posmodernidad, mediante el encuentro con la Sociología, la Filosofía y las ciencias de la comunicación.
12	VI. Las últimas tendencias de las teorías de la comunicación y la "nueva filosofía".	Evaluar las tendencias que dominan el saber contemporáneo y descubrir el panorama de cómo se ha desarrollado el universo del comunicólogo en un siglo tan complejo como el presente.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Revisión de textos de Filosofía y comunicación.  
Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada .  
Investigación analítica de los temas propuestos.  
Exposición en clase.  
Dinámica de discusión grupal de los temas abordados.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

BAUDRILLARD, Jean, *Cultura y simulacro*, Editorial Cátedra, México, 1998.  
BARTHES, Roland, Jacques Derrida y otros, *Teoría de conjunto*, Editorial Seix Barral, México, 1992.  
GARCÍA Navarro, Raúl, *Hermenéutica de la comunicación*, Editorial de la Universidad de Guadalajara, México, 1992.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos)



14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.  
Trabajo final que consistirá en la realización de una investigación analítica de algunos temas propuestos.  
Exposición en clase.  
Dos exámenes parciales y uno final.



RECTORIA



# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Sociedad, Cultura y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Segundo ciclo

3. CLAVE: DE-0207

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	0	4	8

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de ubicar y exponer los principales conceptos y teorías de la cultura, entender la relación entre cultura de masas e industria cultural y distinguir los tópicos culturales de la comunicación, en especial en México.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La materia permitirá al alumno comprender las relaciones entre un concepto de tan amplia complejidad como la cultura y sus implicaciones en el proceso comunicativo, así como evaluar "la experiencia cultural" a través de fenómenos que consigan aclarar y hacer explícito el funcionamiento de la comunicación en la sociedad contemporánea.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR E INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGULACIÓN Y SERVICIOS PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
12	I. Cultura: conceptos y teorías. 1. La cultura: proceso de comunicación. 2. Comunicación de la cultura: medios culturales. 3. Cultura y hombre: conceptos filosóficos. 4. Cultura y sociedad: conceptos sociológicos. 5. Cultura y civilización: nociones actuales. 6. Cultura de la comunicación.	Ubicar y establecer los principales conceptos, nociones básicas y enfoques disciplinarios sobre la cultura como elementos fundamentales de las teorías de la comunicación.
16	II. La vida humana y la antropología cultural. 1. El conocimiento y el lenguaje. 2. Las sensaciones internas y externas. 3. La voluntad y el determinismo. 4. La conciencia y la libertad. 5. El amor y el enamoramiento. 6. La ley y la ética.	Conocer y explicar los rasgos diferenciadores y específicos de la vida humana.
16	III. Tópicos culturales de la comunicación. 1. El hábitat cotidiano del hombre. 2. El arte y las prácticas culturales del hombre. 3. La religión y las creencias del hombre. 4. Las tradiciones y los mitos del hombre. 5. El erotismo y la sexualidad humana. 6. La violencia y muerte del hombre.	Exponer y analizar las principales manifestaciones de la cultura en su relación y/o a través de la comunicación y su tratamiento informativo.
20	IV. La cultura de masas y las industrias culturales en México. 1. Culturas populares y patrimonio nacional. 2. Publicidad y cultura. 3. Consumo cultural, audiencia y medios de comunicación (prensa, radio, cine, T.V. y video). 4. Consumo cultural, espacios artísticos (salas de espectáculos, teatros, museos y galerías.) 5. Consumo cultural, audición y música (la industria fonográfica). 6. Consumo cultural, lectura y libros (la industria editorial).	Ilustrar y discutir los conceptos de consumo cultural, sociedad de masas e industrias culturales en México.

INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

El alumno expondrá y ampliará el tema presentado por el maestro. La unidad se cierra con una discusión general que permita confrontar y aclarar las nociones esbozadas. Asimismo, y en forma paralela, los alumnos desarrollan y exponen una investigación documental y de campo sobre uno de los temas de la materia.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

BAUDRILLARD, Jean, *Cultura y simulacro*, Editorial Kairós, 1998.  
GARCÍA Canclini, Nestor, *El consumo cultural en México*, Colección Pensar la Cultura. CNCA, 1993, 1a. edición.  
MOSTERÍN, Jesús, *Filosofía de la cultura*, Madrid, 1993 (Alianza Universidad, 753).

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual y gráfica.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filmas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos y films).



14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Exposición de un tema.  
Controles de lectura.  
Investigación documental y de campo de uno de los temas de la materia.  
Tres exámenes parciales y uno final.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Redacción y Lectura de Textos

2. CICLO O ÁREA: Segundo ciclo

3. CLAVE: DE-0208

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

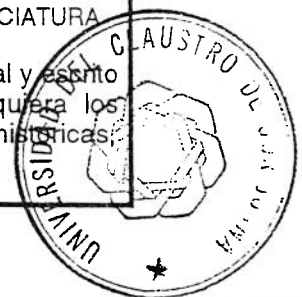
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al terminar esta asignatura el alumno será capaz de distinguir y aplicar en sus escritos los elementos de una redacción clara y concisa, a fin de elaborar mensajes escritos y orales que permitan una comunicación eficaz, así como de utilizar los distintos métodos de lectura de textos para analizar las bases y herramientas de la investigación documental.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La materia permitirá al alumno utilizar con pulcritud y buen gusto el lenguaje oral y escrito que le permita producir y analizar mensajes, al mismo tiempo que adquiera los conocimientos necesarios para investigar y leer distintos textos de obras históricas, filosóficas, literarias y humanísticas.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE ESTUDIOS PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
14	I. Condiciones de la buena redacción. 1. La claridad del escrito como reflejo de la claridad del pensamiento. 2. La sencillez como forma de un mensaje escrito. 3. La concisión como meta para una rápida comprensión de un escrito.	Comprender que la correcta elaboración de un mensaje oral y escrito obedece a la claridad del pensamiento, diferenciar la cualidad de sencillez del defecto de simplicidad en un escrito, así como la concisión como reflejo del conocimiento del tema y uso adecuado del idioma.
12	II. Vicios de la redacción. 1. Errores presentes de léxico. 2. Errores de estructura. 3. Errores semánticos.	Analizar la pobreza de léxico en diferentes publicaciones y programas de radio y televisión, con el fin de evitar los errores y enriquecer el acervo propio.
8	III. El diccionario y el léxico. Usos, límites, criterios e imposiciones.	Identificar y emplear el diccionario como herramienta de conocimiento del léxico, pero no como única forma de acceder a dicho conocimiento.
8	IV. La lectura de textos. 1. Métodos, alcances y límites. 2. Del cuaderno de notas a las fichas.	Practicar la lectura con método a fin de poder extraer las ideas principales de un texto.
8	V. El primer y el último acercamiento a la lectura: La bibliografía. Criterios, límites y preferencias.	Conocer los elementos que conforman una bibliografía a fin de distinguir los criterios que se utilizan para elaborar esta herramienta de investigación documental.
14	VI. La obra. Estructuras y ritmos. 1. La lectura de la historia. 2. La lectura filosófica. 3. La lectura de obras humanísticas. 4. La obra literaria. a. Narrativa. b. Ensayo. c. Poesía.	Estudiar las estructuras y ritmos de diversos textos y así conocer las características formales y los elementos textuales de distintas obras históricas, filosóficas, humanísticas y literarias.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIONES EDUCATIVAS  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Investigaciones analíticas por parte del alumno.

Participación por parte de los estudiantes, de tal forma que, en cada una de las sesiones, reflexionen y discutan los diversos temas que integran el programa, y ejerciten sus habilidades y destrezas para desarrollar de manera individual y colectiva los contenidos académicos.

Para apoyar el objetivo propuesto se utilizarán diversas técnicas didácticas como la expositiva, lluvia de ideas, panel, mesa redonda, Phillips 6-6, entre otras.

Ejercicios prácticos de redacción y lectura de textos de diversas disciplinas.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

CASSANY, Daniel, *Describir el escribir*, Barcelona, Paidós, 1997.

LÁZARO Carreter, Fernando y Evaristo Correa Calderón, *Cómo se comenta un texto literario*, Ediciones Cátedra, Publicaciones Cultural, México, 1989.

MOLINER, María. *Diccionario de uso del español*, Madrid, Gredos, 1998.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada.

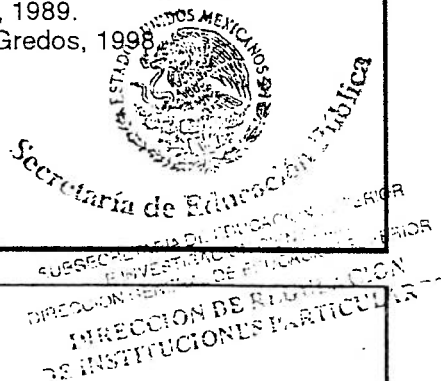
Impresos diversos.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Análisis de diversos medios impresos.

Controles de lectura.

Exámenes escritos parciales y final.



RECTORIA





# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Medios Impresos	
2. CICLO O ÁREA: Segundo ciclo	3. CLAVE: DE-0209
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S. 2
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64	
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de conocer, distinguir y analizar metodológicamente los usos y funciones sociales de los medios impresos, así como sus características tecnológicas y contexto histórico tanto en el mundo como en México.	
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA La materia le permitirá al alumno examinar con métodos analíticos los usos y funciones de los medios impresos y de esta manera diferenciar las características que cada uno tiene en relación con sus diferentes aplicaciones en un contexto social, político e histórico.	

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGULARIZACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
17	I. Usos y funciones sociales de los medios impresos. 1. Concepciones teóricas. a. La información: notas y reportajes periodísticos. b. La educación: didáctico-pedagógica y divulgación del conocimiento. c. La cultural: expresión artística y difusión cultural. d. La recreación: espectáculos y de entretenimiento. 2. Metodologías de análisis.	Describir, distinguir y analizar metodológicamente los usos y funciones sociales de los medios impresos, así como su contexto histórico y sus características tecnológicas.
17	II. Contexto histórico de los medios. 1. Periódicos. 2. Revistas. 3. Libros. 4. Carteles. 5. Folletos.	Ubicar el contexto histórico mundial en el que surgieron los medios impresos y conocer sus características tecnológicas.
15	III. Medios impresos: origen y desarrollo en México (revisión por sexenales).	Conocer el contexto económico, político y social del surgimiento y desarrollo de los medios impresos en México a través de los distintos periodos sexenales.
15	IV. Los medios impresos: análisis de la situación actual. Características Tecnológicas 1. Electrónica. 2. Óptica. 3. Digitalización. 4. Satélites.	Ubicar y analizar metodológicamente las nuevas tecnologías de la comunicación, sus usos y funciones, así como su relación con la estructura económica y política de México y el mundo.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN BÁSICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO  
 DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS  
 DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas.  
Estudio analítico de documentación especializada.  
Desarrollo de la investigación de uno de los temas de la materia.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

BOHMANN, Karin, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, México, CNCA, Alianza Editorial, 1989.  
GÓMEZ Mont, C. (Comp.), *Nuevas tecnologías en México*, México, Ed. Trillas, 1991.  
FAUS Belau, Ángel, *Introducción al estudio de un medio informativo*, Editorial Gudiana de Publicaciones, S.A., 1990.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).



14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales de investigación.  
Controles de lectura.  
Exámenes escritos, parciales y final.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Corrección Editorial II

2. CICLO O ÁREA: Segundo ciclo

3. CLAVE: DE-0210

4. SERIACIÓN: DE-0105

5. H.T.S.      H.P.S.  
4                4

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 128

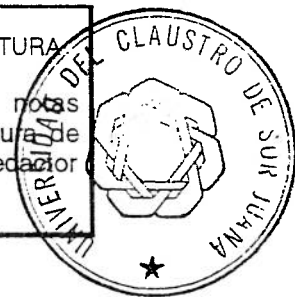
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de distinguir los elementos básicos de las notas periodísticas cortas en forma clara y concisa. Además de conocer el lenguaje tipográfico para realizar marcajes y lectura de galeras y planas.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

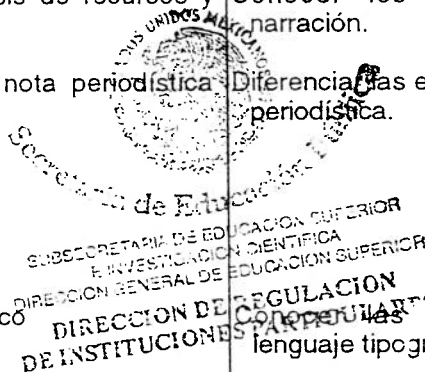
La materia permitirá que el alumno conozca los elementos básicos de las notas periodísticas, así como el lenguaje tipográfico necesario en el marcaje y lectura de galeras y planas, con esto podrá contar con el conocimiento indispensable como redactor de textos y corrector de pruebas.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
16	I. Condiciones de la buena redacción. 1. Claridad. 2. Sencillez. 3. Concisión.	Conocer y distinguir las características de la redacción correcta.
16	II. Vicios de la redacción. 1. Errores de léxico. 2. Errores de estructura. 3. Errores semánticos.	Distinguir los vicios frecuentes de la redacción.
16	III. El diccionario y el léxico. Usos, límites, criterios e imposiciones.	Comprender los usos, límites, criterios y disposiciones de los diccionarios.
16	IV. La descripción. Análisis de recursos y límites.	Analizar las características de una descripción.
16	V. La narración. Análisis de recursos y límites.	Conocer los elementos de la narración.
12	VI. Estructuras de la nota periodística corta. 1. Pies. 2. Micronota. 3. Nota documental. 4. Nota de eventos. 5. Boletines.	Diferenciar las estructuras de la nota periodística.
12	VII. El lenguaje tipográfico	Diferenciar las características del lenguaje tipográfico.
12	VIII. El marcaje de textos. Análisis y límites. 1. El texto periodístico 2. El texto de libros a línea 3. El texto para libros de arte.	Conocer las características del marcaje de textos periodísticos y de libros.
12	IX. La lectura de galeras y de planas.	Analizar los elementos que permiten la lectura de galeras y planas.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

La clase se compondrá de dos partes: por un lado el profesor expone las ideas generales de cada tema; en el inicio de la siguiente sesión un grupo de alumnos expone y amplía el tema, mientras que la unidad se cierra con un discusión general, que permita confrontar y aclarar las nociones esbozadas.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ALONSO, Martín, *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*, Aguilar, México, 1990.  
BERISTAIN, Helena, *Gramática estructural de la lengua española*, UNAM, 1985.  
ROCA, Pens, *El lenguaje*, Editorial Teide, Barcelona, 1990.  
DEMONEY, J., *Montaje de originales gráficos para su producción*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1986.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Exámenes parciales y final.  
Trabajos.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Hombre, Estética y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Tercer ciclo

3. CLAVE: DE-0311

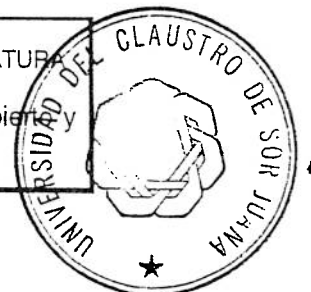
4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S. 4 H.P.S. T.H.S. C. 8.4.09

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de entender la estética en su carácter esclarecedor de la comunicación dentro del proceso creativo, así como de distinguir las interpretaciones y reinterpretaciones de ideas filosóficas paradójicas y contradictorias que abren un amplísimo panorama acerca del arte dentro de los fenómenos comunicativos.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA:  
La materia permitirá al alumno acercarse a las ideas estéticas, en un universo abierto y plural, estimulando el proceso creativo de los mensajes editoriales.



RECTORIA

9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
16	I. Aproximaciones al concepto de estética.	Establecer y revisar las ideas que van de la objetividad a la subjetividad dentro del análisis del arte y sus producciones.
16	II. El gusto estético. 1. El discurso de la obra de arte . 2. La comunicabilidad del fenómeno artístico.	Comprender cómo se forma la noción de gusto y la manera como influye en el discurso de la obra de arte y comunicabilidad.
16	III. Tres momentos de la estética y la comunicación. 1. Las contradicciones del romanticismo. 2. Las polarizaciones surrealistas. 3. El espíritu abstracto.	Interpretar tres momentos de la estética con base en los planteamientos de la comunicación: el romanticismo, el surrealismo y el espíritu abstracto.
16	IV. El fin de la modernidad estética y el inicio de la posmodernidad. 1. La mirada occidental. 2. La estética en la actualidad.	Evaluar el fin del clasicismo y la modernidad, frente al nacimiento de la posmodernidad.

  
 ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
 Secretaría de Educación Pública  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIONES DE REGULACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Desarrollo de una investigación que aborde uno de los temas de la materia.  
Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada.  
Discusión en clase.  
Revisiones visuales y audiovisuales.  
Visitas a museos y galerías.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

BAUDELAIRE, Charles, *Cuestiones estéticas en Obras*, Editorial Aguilar, México, 1989.  
DELLA Volpe, Galvano, *Historia del gusto*, Editorial Comunicación Serie B. 1972.  
GOMBRICH, Hochberg y Black, *Arte, percepción y realidad*, Editorial Paidós, 1996.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentos textuales, gráficos e iconográficos especializados en estética y comunicación.  
Apoyos visuales (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Material videográfico.



14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Investigación de un tema que se aborde en el semestre.  
Control de lecturas.  
Exámenes orales y escritos.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA



**UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA**  
**COLEGIO DE COMUNICACIÓN**

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Sociedad, Ciencia y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Tercer ciclo

3. CLAVE: DE-0312

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	0	4	8

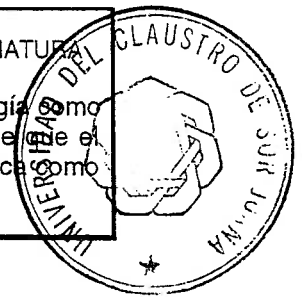
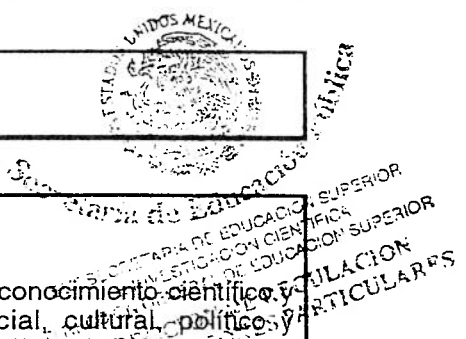
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al concluir la asignatura, el alumno será capaz de identificar el conocimiento científico, tecnológico como un factor de los procesos de cambio social, cultural, político y económico del mundo desde la antigüedad hasta nuestros días. Asimismo, podrá distinguir la importancia de la ciencia y la tecnología en la actualidad y las repercusiones que puede tener la divulgación del conocimiento científico y tecnológico en la sociedad. Examinará un panorama de los recursos y técnicas con que puede contar el comunicador para divulgar la ciencia en los medios impresos y audiovisuales.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA:

La asignatura permitirá al alumno valorar la importancia de la ciencia y la tecnología como campos del conocimiento a través de los medios de comunicación, con el fin de que el receptor norme su criterio e influya tanto en la conformación de la política científica como en el modelo de desarrollo del país.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. Ciencia, tecnología y comunicación. 1. Definición de ciencia. 2. Diferencias entre la ciencia y la pseudociencia, entre la tecnología y la pseudotecnología. 3. Clasificación de la ciencia y la tecnología dentro de los campos del conocimiento. 4. La importancia de los sistemas científico-técnicos.	Proporcionar elementos que permitan identificar la ciencia y la tecnología como integrantes importantes del campo de conocimiento, así como sus relaciones con el desarrollo integral del ser humano.
22	II. La comunicación en la ciencia. 1. Influencia de la ciencia y la tecnología en los procesos del cambio social, económico, político y cultural en la historia de la humanidad. 2. El papel de la comunicación como factor de desarrollo de la ciencia y la tecnología. 3. Los problemas actuales de la comunicación científica y tecnológica.	Determinar la influencia que han tenido la ciencia y la tecnología en la conformación y solidación de las transformaciones históricas. Plantear la relevancia de la comunicación en el desarrollo científico y tecnológico.
22	III. La divulgación de la ciencia y la tecnología en México. 1. El lenguaje científico y el tecnológico 2. Los problemas de la divulgación científica. 3. La comunicación de la ciencia: difusión y divulgación a. Medios impresos: diarios, revistas, libros, catálogos, folletos. b. Medios audiovisuales: ilustración, fotografía, cine, radio, televisión y video. 4. La comunicación como factor para el desarrollo y fortalecimiento de un sistema científico-técnico vinculado al desarrollo económico, político, social y cultural del país.	Proporcionar recursos y técnicas para divulgar la ciencia a través de los medios de comunicación impresos y audiovisuales. Asimismo, resaltar la importancia de la divulgación de la ciencia como parte de la formación cultural del individuo de la sociedad en México.

  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Debates grupales.  
Elaboración de trabajos de investigación por cada tema.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

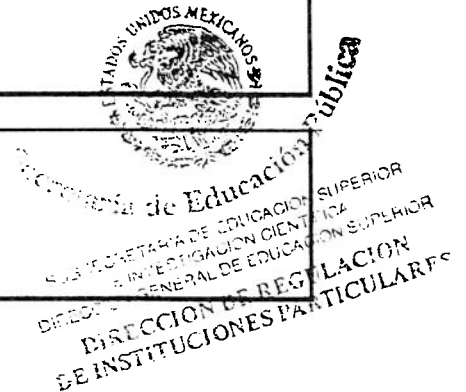
BERNAL, John D., *La ciencia en la historia*, México, UNAM. Ed Nueva Imagen, 5a. ed., 1997.  
BUNGE, Mario, *La ciencia, su método y su filosofía*, Ediciones Quinto Sol, S.A, sd., 1990.  
BUNGE, Mario, *Seudociencias e ideología*, México, Alianza Editorial Mexicana S.A., 1986.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentos textuales especializados.  
Revistas de divulgación científica.  
Cápsulas de televisión de divulgación científica.  
Apoyos audiovisuales (rotafolios, acetatos, videos, películas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajo final de divulgación científica.  
Tres exámenes parciales y uno final.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Retórica y Narración de Textos

2. CICLO O ÁREA: Tercer ciclo

3. CLAVE: DE-0313

4. SERIACIÓN: NINGUNA

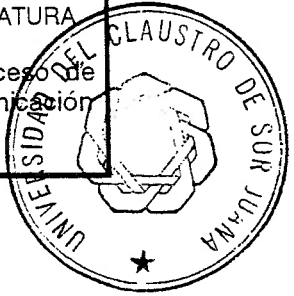
5. H.T.S.      H.P.S.      T.H.S. MEXICO  
      2                2

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al concluir esta asignatura, el alumno será capaz de ubicar y emplear los elementos de la retórica como recursos narrativos para enriquecer un escrito o una exposición oral.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
Esta materia permitirá estructurar discursos narrativos eficaces en el proceso de comunicación y reforzará la expresión oral y escrita en el proceso de la comunicación impresa.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SECRETARÍA DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
4	I. El lenguaje oral y escrito frente a la lengua común.	Analizar las características de la lengua literaria y diferenciarlas de las características y riquezas de la lengua común.
8	II. Vocalización y usos diversos de la voz.	Conocer los alcances de la propia voz y ejercitarla.
8	III. Las figuras retóricas.	Aplicar diferentes figuras de la retórica en la creación de mensajes orales y escritos.
12	IV. Las construcciones sintácticas.	Evaluar la importancia de la redacción y sintaxis en el lenguaje escrito y oral.
12	V. La descripción. Análisis de recursos y límites.	Comprender y practicar los elementos que conforman una descripción y su relación con la comunicación impresa.
12	VI. La narración. Análisis de recursos y límites.	Comprender y practicar los elementos que conforman una narración y su relación con la comunicación impresa.
8	VIII. Técnicas de improvisación.	Comprender los elementos de improvisación frente a un auditorio.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Discusión de conceptos presentados en clase.  
Ejercicios elaborados en clase o extramuros por los alumnos, incluyendo el análisis del lenguaje utilizado en programas de radio, televisión, periódicos, revistas y distintas obras de cultura universal.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

BERISTÁIN, Helena, *Diccionario de retórica*, México, Editorial Porrúa, 1992.  
LOPE Blanch, José M., *Análisis gramatical del discurso*, México, UNAM, 1987.  
VALLEJO, Fernando, *Logoi*, México, Fondo de Cultura Económica, 1984.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual.  
Periódicos, revistas, videos de obras de teatro, películas, telenovelas, programas de radio y televisión.  
Obras de diferentes tradiciones literarias.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.  
Análisis y elaboración de ejercicios con figuras de retórica.  
Exámenes escritos parciales y final.

Universidad del Claustro de Sor Juana  
Departamento de Lengua Castellana  
y Literatura  
Calle de la Universidad 100  
C.P. 06600 México D.F.



RECTORIA



# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Percepción y Creatividad Comunicativa

2. CICLO O ÁREA: Tercer ciclo

3. CLAVE: DE-0314

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de comparar y manejar en sus aspectos formales y específicos las teorías, tipos y valores de la percepción y la creatividad.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

Con esta materia, el alumno tendrá un conocimiento profundo y reflexivo de carácter universitario multidisciplinario de las teorías, tipos y valores de la percepción y la creatividad necesarios para la formulación de mensajes de diseño editorial.



RECTORIA



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. La noción de percepción. 1. Tipos de percepción. 2. Teorías de la percepción.	Conocer la noción de percepción y estudiar sus tipos y teorías.
20	II. La noción de creatividad. 1. Los tipos de problemas de la creatividad. 2. Los valores de la creatividad. 3. Las técnicas de la invención y de la creatividad.	Enumerar los problemas, valores y técnicas de invención y de la creatividad.
24	III. Creatividad y conocimiento. 1. Intuición y proceso. 2. La creación de su contexto.	Evaluar y analizar la relación entre creatividad y conocimiento.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Desarrollo de una investigación documental y de campo.  
Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada .  
Trabajos de observación y análisis de casos.  
Discusión grupal.  
Ejercicios prácticos de percepción y creatividad en dinámicas de grupo.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ARNHEIM R, *Arte y percepción visual*, Madrid, Alianza, 1989.  
BROANDBENT, D.E., *Percepción y comunicación*, Editorial Debate, 1990.  
MUNARI, *¿Cómo nacen los objetos?*, España, Editorial Gustavo Gili, 1986.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, y gráfica.  
Apoyos visuales y sonoros especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos,).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales de investigación.  
Controles de lectura , control de ejercicios realizados de manera individual o grupal.  
Exámenes escritos, parciales y final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Estilo Editorial I

2. CICLO O ÁREA: Tercer ciclo

3. CLAVE: DE-0315

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	4	8	12

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 128

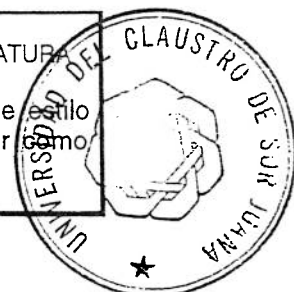
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de conocer la utilidad del cuidado de estilo editorial, así como los elementos, herramientas y particularidades que lo conforman.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA:

La materia permitirá al alumno iniciarse en el conocimiento de las técnicas de estilo editorial, que en el campo profesional el diseño editorial le permitirá trabajar como corrector de estilo.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA  
DIRECCIÓN DE REGISTRO Y ACREDITACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. Nociones preliminares de corrección.	Conocer las nociones preliminares de la corrección.
20	II. El manuscrito, de lo legible al jeroglífico.	Distinguir las características de un manuscrito.
20	III. El marcaje de textos.	Estudiar el marcaje de textos.
20	IV. El corrector como escritor fantasma.	Conocer la función del corrector como escritor fantasma.
20	V. La galera y el atendedor.	Identificar las galeras.
28	VI. La lectura de cartones.	Conocer las técnicas de lectura de cartones.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN TÉCNICA  
 E INVESTIGACIÓN EDUCATIVA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGULACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES

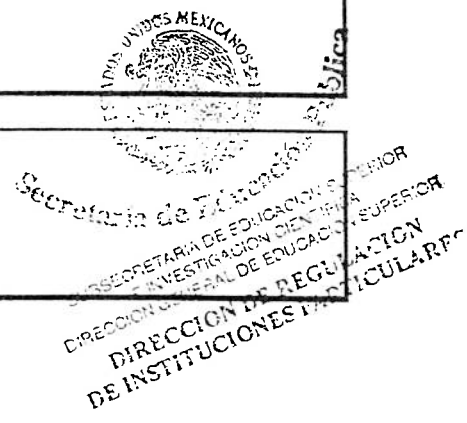


RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:  
Exposición de conceptos seguida de una ejemplificación que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:  
ALCALÁ, Antonio, *Corrección y prestigios lingüísticos*, México, Trillas, 1981, 64 p.p.  
HARRIS James, W., *La estructura silábica y el acento en español*, Madrid, Visor, 1991.  
SECO, Manuel, *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*, Madrid, Espasa Calpe, 1987.  
  
RECURSOS DIDÁCTICOS:  
Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:  
Trabajos individuales y de equipo.  
Exámenes parciales y final.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Hombre, Semiología y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Cuarto ciclo

3. CLAVE: DE-0416

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	0	4	8

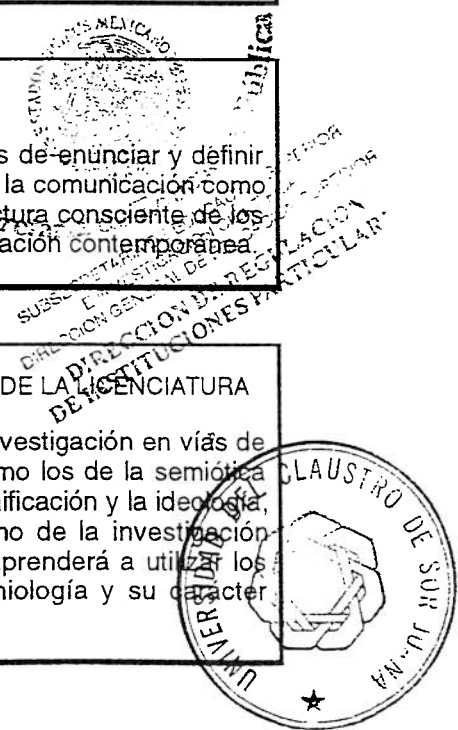
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

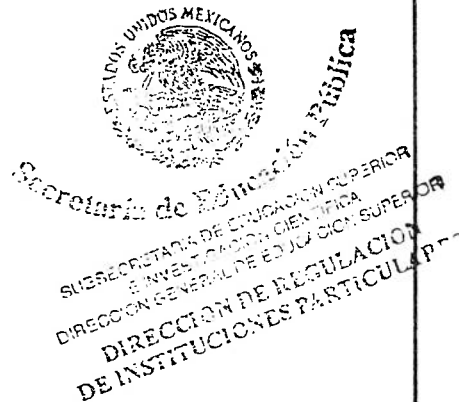
Al terminar esta asignatura, el alumno deberá estar en condiciones de enunciar y definir los conceptos fundamentales de las teorías semiológicas acerca de la comunicación como un sistema de signos y significaciones con la idea de hacer una lectura consciente de los esquemas interpretativos que resultan básicos dentro de la comunicación contemporánea.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

De la semiología o semiótica se ha dicho que es un proyecto de investigación en vías de constituirse, por ello se requieren teorías y modelos analíticos como los de la semiótica anglosajona o la semiología europea de la comunicación, de la significación y la ideología, para darle validez a esa definición en la cual el proceso mismo de la investigación constituye el cuerpo del resultado. En esta materia el alumno aprenderá a utilizar los conceptos que lo ayuden a explicitar los vínculos entre la semiología y su carácter comunicativo.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
14	I. Los mensajes y su carácter semiológico. 1. Noción básica de código de comunicación y sistema de signos. 2. Las significaciones del discurso manifiesto.	Identificar los elementos que conduzcan a establecer las características de la codificación semiótica o semiológica.
25	II. De los antecedentes históricos de la semiología o semiótica a los enfoques actuales. 1. La retórica y lógica aristotélica. 2. Las gramáticas especulativas y razonadas (Santo Tomás, McLuhan, Port Royal). 3. La lingüística estructural: Saussure, Jakobson, Hjelmslev, Blomfield y el Círculo de Praga. 4. La gramática generativa: Chomsky. 5. La sociolingüística: Sapir. 6. El Círculo de Viena: La sintaxis lógica. 7. La semiótica anglosajona: Pierce y Morris. 8. La semiología europea: Moles, Greimas, Buysems, Martinet y Prieto (Semiología de la comunicación), Cruette, Barthes, Eco, Metz y Bettetini (Semiología de la significación), Kristeva y Tel quel (Semianálisis y semiótica de la ideología).	Conocer, ubicar y distinguir las corrientes teóricas que han estudiado la semiología, y analizar los enfoques actuales de la semiótica.
25	III. La semiótica o semiología en la expresión visual. 1. Articulaciones en el plano de expresión de la visualidad. 2. La construcción del sentido: denotación y connotación.	Analizar los elementos de la discursividad visual y distinguir los principales recursos de la semiótica o semiología y el análisis expresivo, como elementos indispensables para entender los lenguajes y los metalenguajes de la expresividad visual a fin de valorarlos y aplicarlos a la práctica comunicativa.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada .  
Desarrollo de una investigación analítica de uno de los temas de la materia .  
Exposición en clase por parte de los alumnos.  
Dinámica de discusión grupal de los temas abordados.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ECO, Umberto, *Tratado de semiótica general*, Nueva imagen, Editorial Lumen, México, 1991.  
GIRAUD, Pierre, *La semiología*, Siglo XXI Editores, México, 1997.  
DE SAUSSURE, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Ed. Fontamara, Buenos Aires, 1996.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en semiología y comunicación.  
Acetatos, diapositivas y cuerpos opacos.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.  
Investigación analítica de uno de los temas de la materia.  
Exposición en clase .  
Dos exámenes parciales y uno final.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA





# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Sociedad, Educación y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Cuarto ciclo

3. CLAVE: DE-0417

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	0	4	8

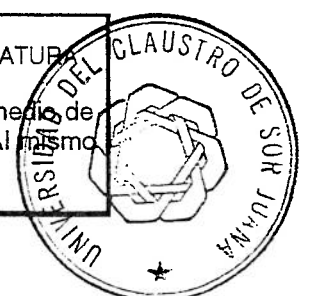
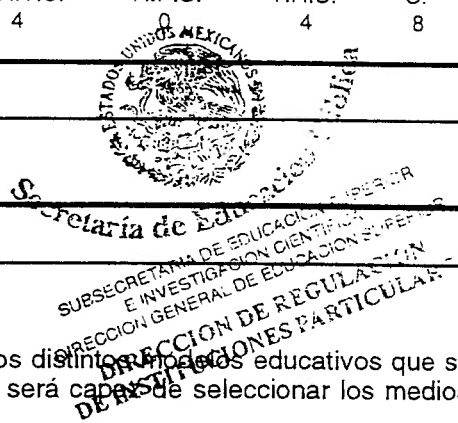
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al terminar esta asignatura, el alumno conocerá los distintos modelos educativos que se han dado a lo largo de la historia de Occidente y será capaz de seleccionar los medios para la educación.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA:

La materia permitirá al alumno comprender la importancia de la educación como medio de cohesión en una sociedad y sus implicaciones en el proceso de comunicación. Al mismo tiempo, el trabajo en clase permitirá la elaboración de material didáctico impreso.



RECTORIA

9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
4	I. Generalidades. Información y comunicación. Cultura y Comunicación. Instrucción, educación y cultura. Divulgación, difusión, didáctica.	Ubicar y establecer los principales conceptos, nociones básicas y enfoques disciplinarios sobre la cultura como elementos fundamentales de las teorías de la educación.
14	II. Modelos de educación. 1. Grecia y Roma. 2. La Edad Media. 3. El Renacimiento. 4. El Siglo de las Luces. 5. La Edad Moderna. 6. Últimas corrientes.	Comparar y analizar la evolución de la educación a partir de los modelos que se han desarrollado a lo largo de la historia de Occidente.
14	III. La educación en México. 1. Mesoamérica. 2. La Colonia. 3. México independiente. 4. Revolución y posrevolución. 5. México actual.	Comparar y analizar las principales etapas de la educación en México.
8	IV. Los medios en la educación. Características físicas de los medios. Selección de los medios por objetivo didáctico.	Conocer, analizar y seleccionar los medios de comunicación a partir de sus características técnicas para el apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje.
24	V. El proceso de producción de medios para la educación. 1. Organización del conocimiento pedagógico para la producción de materiales didácticos en diversos medios. 2. Procesos de producción.	Desarrollar un plan de producción de medios para la educación.

SUBSECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

## 12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Los alumnos, con base en una serie de lecturas sugeridas, ampliarán, en discusión, las perspectivas propuestas por el docente. Al finalizar cada unidad, se realizará una sesión plenaria para aclarar y fortalecer las nociones aprendidas.

## 13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ABBAGNANO, Nicola, y A. Visalberghi, *Historia de la pedagogía*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998.  
 HIGHET, Gilbert, *El arte de enseñar*, Barcelona, Paidós, 1986.  
 GARCÍA, Castaño, Javier, y Rafaela, Pulido Moyano, *Antropología de la educación*, Madrid, 1994.  
 ESCARPIT, Robert, *Teoría de la información*, México, Fondo de Cultura Económica, 1992.  
 CASSIRER, Ernst, *Las ciencias de la cultura*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993.  
 LINTON, Ralph, *Cultura y personalidad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1992.  
 LATAPÍ, Pablo, *Un siglo en la educación de México*, Siglo XXI, 1998.  
 MEYERS, E., *La educación en la perspectiva de la historia*, Fondo de Cultura Económica, 1986.

## RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
 Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
 Materiales audiovisuales (videos, films y diaporamas).  
 Periódicos, revistas especializadas en arte, programas de radio y televisión cuya temática tenga que ver con el tratamiento y la difusión del arte.

## 14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Investigación analítica de uno de los temas de la materia.  
 Controles de lectura, controles de ejercicios de revisión de materiales impresos y audiovisuales.  
 Exámenes escritos parciales y final .





# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Análisis Estructural de Textos

2. CICLO O ÁREA: Cuarto ciclo

3. CLAVE: DE-0418

4. SERIACIÓN: NINGUNA

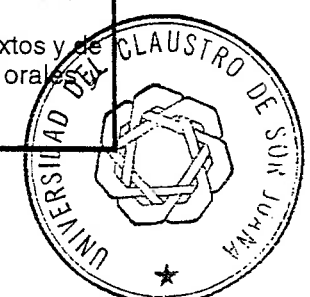
5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

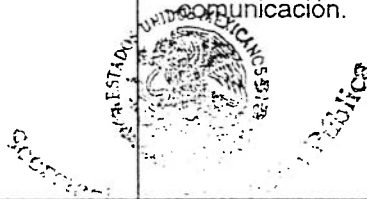
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al término del curso, el alumno estará en condiciones de analizar la estructura lógica y global de textos, identificando su sentido y significación, su forma y contenido, así como su contexto socio-cultural y socio-comunicativo.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La materia permitirá al alumno conocer el sentido y la significación de diversos textos y de esta manera contribuir a su formación como analista de mensajes, escritos, orales y audiovisuales.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
16	<p>I. La forma de un texto.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Morfosintaxis. Límites y perspectivas.</li> <li>2. Léxico. Límites y alcances.</li> <li>3. La retórica.</li> </ol>	<p>Conocer cómo está integrado un texto desde la morfosintaxis, en sus límites y perspectivas, el léxico con sus límites y alcances, hasta la retórica.</p>
16	<p>II. El sentido y la significación de un texto.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis de estructura lógica.</li> <li>2. Análisis de núcleos.</li> <li>3. Análisis de componentes.</li> <li>4. Análisis de significaciones.</li> </ol>	<p>Conocer e identificar el sentido y la significación de un texto.</p>
16	<p>III. El contexto socio-cultural de un texto.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La época.</li> <li>2. La escuela.</li> <li>3. El estilo.</li> </ol>	<p>Analizar el contexto en que se produce un texto, considerando la época, la escuela y el estilo al que pertenece.</p>
16	<p>IV. El contexto socio-comunicativo de un texto.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La prensa.</li> <li>2. La radio.</li> <li>3. La televisión.</li> <li>4. El cine.</li> <li>5. La publicidad.</li> <li>6. El libro.</li> </ol>	<p>Conocer y analizar los diferentes tipos de textos en los medios de comunicación.</p>



SUBSECCIÓN DE REGULACIÓN DE LA EDUCACIÓN  
 NIVEL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

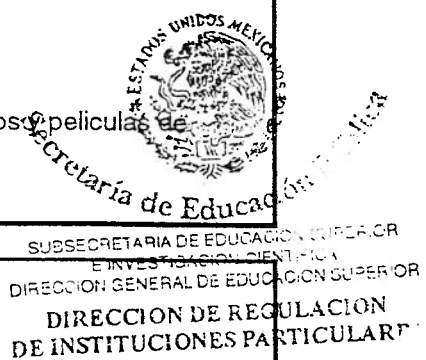
Clases expositivas y trabajos de textos escritos para diversos fines.  
Análisis estructural de documentos impresos, periódicos, revistas, programas de radio y televisión.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

LOPE Blanch, Juan M., *Análisis gramatical del discurso*, México, UNAM 1987.  
LOPE Blanch, Juan M., *Los medios de información y la lengua española*, México, UNAM, 1988.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual.  
Revistas, periódicos, programas de radio y televisión, así como videos y películas de amplia difusión entre la población mexicana.  
Obras de diferentes tradiciones literarias.



14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos de revisión y análisis de textos.  
Exámenes escritos, parciales y final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

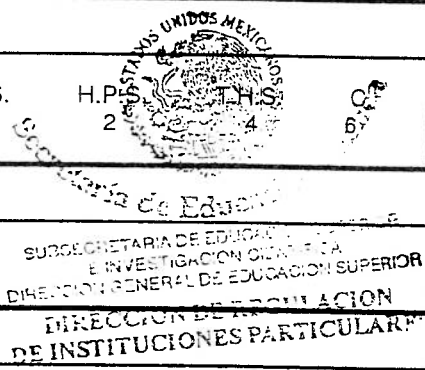
1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Procesamiento de Información

2. CICLO O ÁREA: Cuarto ciclo

3. CLAVE: DE-0419

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.      H.P.S.      H.S.  
2                      2                      4                      6



6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al terminar la materia el alumno podrá conocer y emplear metodológicamente las fuentes informativas, así como los métodos y técnicas de recopilación y sistematización en el proceso de la información impresa.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
En la materia el alumno contará con los elementos básicos para identificar las fuentes informativas y los procesos de recopilación y sistematización de la información, mismos que aplicará en la formulación y edición de mensajes impresos.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. Noción básica de procesamiento de información.	Describir y comparar el modo de operar del procesamiento y memoria mental y electrónica: semejanzas y diferencias.
22	II. Fuentes informativas y de documentación. 1. Impresas e iconográficas. 2. Bases y bancos de datos.	Conocer y distinguir las diversas fuentes informativas y de documentación dentro de un proceso de comunicación.
22	III. Recopilación y sistematización de la información. 1. Métodos y técnicas de recopilación. 2. Métodos y técnicas de sistematización. a. Catalogación y clasificación de la información. b. Conservación de la información. c. Explotación de la información.	Conocer y utilizar los métodos y técnicas de la información impresa. Analizar y manejar los procesos de sistematización para describir, resumir y clasificar información por medio de la catalogación, conservación y explotación.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
 E INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas y de documentación especializada .  
Trabajos individuales y de equipo de investigación de campo.  
Visita a centros de documentación, así como a bibliotecas, hemerotecas y diversos sistemas de tratamiento de información y búsqueda de ésta.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

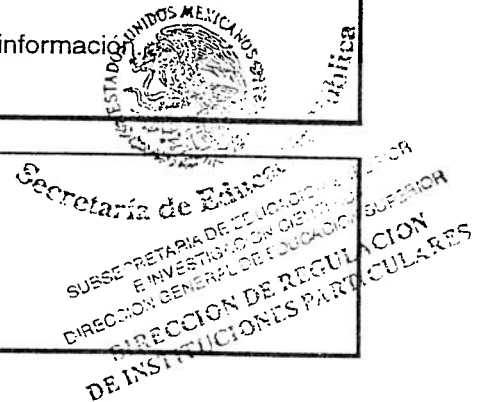
BAENA, Guillermina, *Manual para elaborar trabajos de investigación documental*, México, Editores Mexicanos Unidos, 1991.  
BAVARESCO de Prieto, Aura Am., *Técnicas de investigación*, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1986.  
GALINDO, Magdalena, *Manual de técnicas de investigación*, México, Grijalbo, 1998.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual y especializada en procesamiento de información  
Acetatos y cuerpos opacos.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales de investigación.  
Controles de lectura.  
Exámenes escritos, parciales y final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

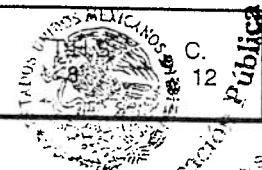
1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Estilo Editorial II

2. CICLO O ÁREA: Cuarto ciclo

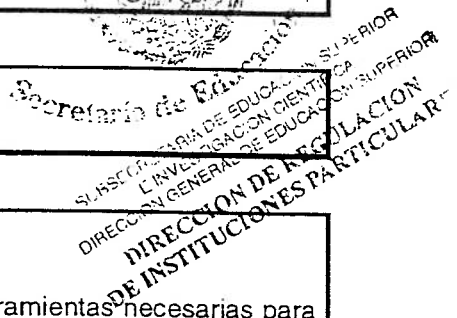
3. CLAVE: DE-0420

4. SERIACIÓN: DE-0315

5. H.T.S. H.P.S.  
4 4

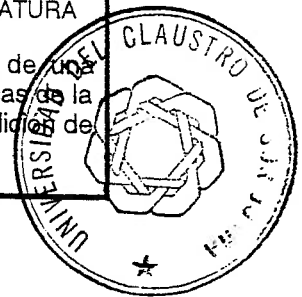


6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 128

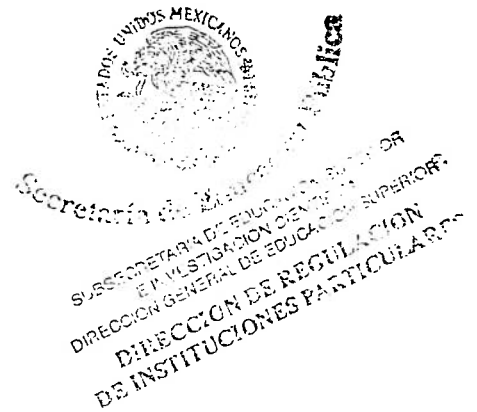


7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de conocer las herramientas necesarias para llevar a cabo el cuidado de una edición desde la recepción de originales hasta la entrega del libro a la imprenta. Comprender las distintas herramientas de diversas áreas necesarias para la corrección de estilo. Entender la importancia del diseño editorial de una publicación, de una colección o de un programa editorial.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La materia permitirá al alumno entender la importancia del diseño editorial de una publicación, de una colección o de un programa editorial y conocer todas las técnicas de la corrección de estilo, que sentarán las bases para iniciar el siguiente semestre la edición de publicaciones.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
40	I. Los criterios editoriales.	Conocer los criterios editoriales de una empresa de la rama.
40	II. El estilo de una editorial.	Distinguir y diferenciar los elementos que conforman el estilo de una editorial.
48	III. El diseño editorial.	Conocer las etapas del diseño editorial, en particular de una colección.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de ejemplificación que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ALCALÁ Antonio, *El concepto de corrección y prestigio lingüísticos*, México, Ed. Trillas, 1981, 64 pp.

ÁVILA, Raúl, *La lengua y los hablantes*, México, Ed. Trillas, 1996.

AZORÍN, *El artista y el estilo*, Madrid, Ed. Aguilar, 1975.

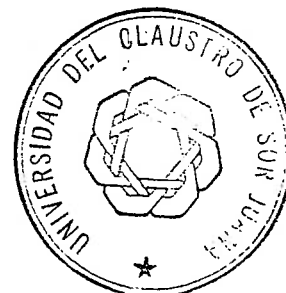
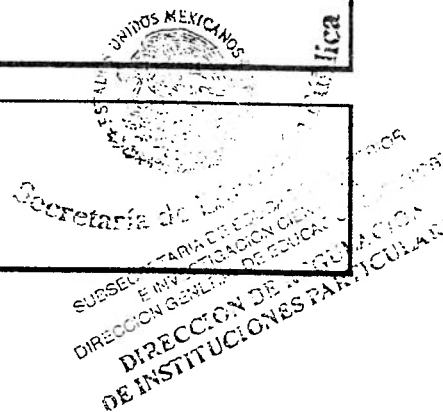
RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.

Exámenes escritos parciales y final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

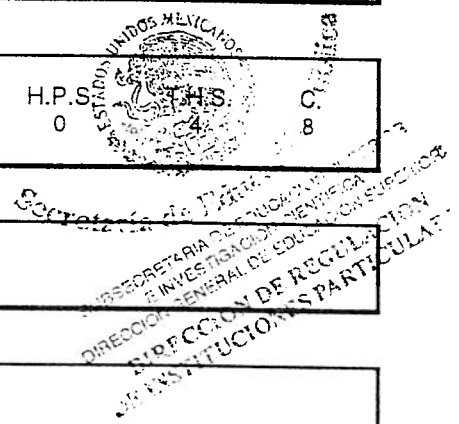
1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Hombre, Humanismo y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Quinto ciclo

3. CLAVE: DE-0521

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.      H.P.S.  
4                      0



6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Reconocer el proceso de formación del humanismo como una orientación filosófica, desde sus inicios en la Grecia clásica hasta la actualidad. Referir la noción del humanismo al ámbito del diseño editorial. Analizar los diversos productos de diseño editorial desde la perspectiva del humanismo.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
Durante esta materia el alumno comprenderá el humanismo contemporáneo luego de las grandes crisis de la ideología. El curso tratará los temas que tejen conceptos acerca del hombre comunicativo y de sus relaciones con el entorno imaginario creado por los medios



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
8	I. Introducción. 1. Vínculos entre humanismo y comunicación. 2. ¿Qué es humanismo? Justificación y fundamentos del curso.	Señalar la problemática social de la comunicación; inducir a la reflexión acerca de la vocación comunicativa orientada desde el humanismo.
12	II. Orígenes del humanismo. Grecia. 1. El concepto clásico del hombre. 2. El hombre y el ideal estético. 3. La configuración plástica del concepto de hombre. 4. La configuración literaria del concepto de hombre (épica, tragedia y comedia).	Examinar los conceptos fundamentales del humanismo clásico, así como su evolución y manifestación en la expresión artística de la época.
12	III. El humanismo renacentista. 1. Antecedentes medievales. 2. Delimitación de las características distintivas del humanismo renacentista. 3. Concepto del hombre y los descubrimientos. 4. Humanismo, naturalismo e individualismo.	Distinguir que el humanismo renacentista constituye una etapa en el desarrollo del concepto de humanismo y reconocerlo como un fenómeno históricamente delimitado y de grandes consecuencias para América.
20	IV. Las condiciones actuales del humanismo. 1. La naturaleza del hombre: bases ontológicas y propiedades trascendentales. a. El ser en general. b. El ser del hombre. 2. El hombre y su naturaleza social.	Iniciar el estudio de algunas corrientes actuales de pensamiento que postulan el humanismo a partir del concepto del hombre en sí mismo y en su relación con los demás para conocer y querer, así como para realizar actos libres.
12	V. Humanismo y medios de comunicación: análisis crítico. 1. Discurso humanista vs. discurso deshumanizador en los medios de comunicación. 2. Cine y erotismo. 3. La radio. El terror. (Música, programas y publicidad.) 4. La televisión. La violencia. (Series noticiarios y publicidad.) 5. Prensa y video. El mensaje rápido	Realizar el análisis y la reflexión crítica del discurso de los medios de comunicación, teniendo como punto de partida la orientación humanista.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas, documentación especializada y programas de radio y televisión.  
Trabajos prácticos o de investigación individual y de equipo.  
Discusión en clase.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

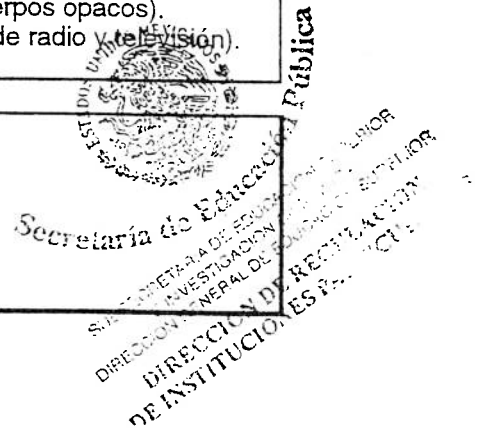
CALVINO, Italo, *Seis propuestas para el próximo milenio*, Editorial Siruela, 1998.  
COX, Howard, *La fiesta de los locos*, Editorial Taurus, 1991.  
LYOTARD, Jean Francois, *La posmodernidad*, Editorial Gedisa, 1998.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films , programas de radio y televisión).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Investigación documental de uno de los temas de la materia.  
Exámenes orales y escritos, parciales y final.  
Control de lecturas.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

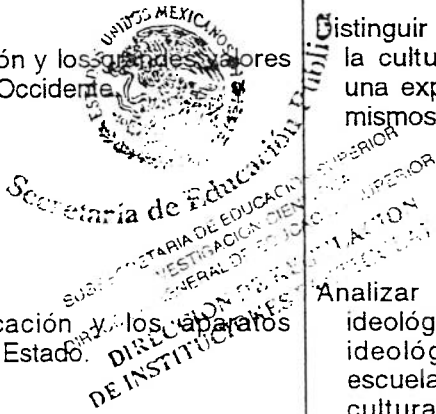
1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Sociedad, Ideología y Comunicación	
2. CICLO O ÁREA: Quinto ciclo	3. CLAVE: DE-0522
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S. 4      H.P.S. 0      J.H.S. 8      C. 8
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64	
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de identificar y analizar las grandes ideas de la cultura occidental y su relación en y con los medios de comunicación. Podrá explicar e interpretar la ideología como fenómeno social.	
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA La materia permitirá que el estudiante reconozca las grandes ideas de la cultura occidental y su vinculación y aplicación en el ámbito de la comunicación social, a la vez que conozca el marco diferencial empírico con el cual trabajará.	

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE INSTITUCIONES PARTICULARES





9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
16	I. Las grandes ideas de Occidente y la comunicación. 1. Ideología y comunicación: conceptos y definiciones. 2. Lenguajes y símbolos. 3. De las conciencias humanas a los comportamientos sociales. 4. De las representaciones religiosas a los discursos políticos.	Ubicar y analizar las grandes ideas de Occidente y su presencia en los medios de comunicación, a partir del establecimiento de conceptos y definiciones de la ideología, los lenguajes y símbolos, las conciencias humanas y los comportamientos sociales, así como las representaciones religiosas y los discursos políticos.
16	II. La comunicación y los grandes valores ideológicos de Occidente. 1. La libertad. 2. La igualdad. 3. La justicia. 4. La belleza. 5. La verdad.	Distinguir los valores ideológicos de la cultura occidental a partir de una explicación y análisis de los mismos.
16	III. La comunicación y los aparatos ideológicos del Estado. 1. La familia. 2. La escuela. 3. La religión. 4. Las industrias culturales y los medios de comunicación.	Analizar el concepto de aparato ideológico de Estado y el papel ideológico de la familia, la escuela, la religión, las industrias culturales y los medios de comunicación.
16	IV. Ideología y comunicación en México. 1. Los valores ideológicos de la sociedad mexicana. 2. Los productos editoriales y su perfil ideológico en México.	Conocer y analizar los factores ideológicos que influyen y generan los productos editoriales en México.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada.  
Dinámicas de discusión grupal de los temas y subtemas de la materia.  
Investigación analítica de uno de los temas abordados durante el semestre y exposición por parte de los alumnos de este trabajo.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

DELLA Volpe, G., *Crítica de la ideología contemporánea*, Madrid, Tr. Comunicación Serie A, No. 6, 1970.

FERRATER Mora, J., *Diccionario de Filosofía*, (en cuatro tomos), Madrid, Alianza Dictionarios, 3a. edición, 1981.

VARIOS autores, *Ideología y lenguaje cinematográfico*, Madrid, Comunicación, Serie A, No. 1, 1972.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada.

Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos)

Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.

Investigación analítica como trabajo final.

Exposición de un tema abordado durante el semestre.

Exámenes parciales y final.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGULACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Estilo y Creación de Textos

2. CICLO O ÁREA: Quinto ciclo

3. CLAVE: DE-0523

4. SERIACIÓN: NINGUNA

H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al término de esta asignatura, el alumno podrá obtener las herramientas necesarias para la creación de textos a partir de un estilo expresivo y comunicativo propio que le permita expresar sus ideas.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La materia permitirá al alumno crear y analizar textos escritos y orales con especial énfasis en el estilo, entendiendo éste como un elemento de innegable influencia en la comunicación.



9 HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
8	I. La creación de textos. 1. Aproximación conceptual. 2. Aproximación metodológica.	Analizar los diversos conceptos y métodos para la creación de textos.
16	II. Los géneros textuales. 1. Literarios. 2. Periodísticos. 3. Teatrales. 4. Audiovisuales.	Reconocer y comparar en los textos analizados los géneros literarios, periodísticos, teatrales o audiovisuales.
16	III. Los recursos estilísticos. 1. Fonéticos. 2. Semánticos. 3. Morfológicos. 4. Sintácticos.	Analizar y describir los recursos de estilo de la lengua española.
24	IV. La elaboración de textos. 1. Orden y criterios normativos. 2. Construcción del relato. a. Situaciones. b. Acciones. c. Lugares. d. Personajes.	Crear con un estilo propio diversos tipos de textos.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
 DIRECCIÓN GENERAL DE INSTITUCIONES PARTICULARES



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Clases expositivas y trabajos de textos escritos de diversos géneros.  
Análisis de estilo de documentos impresos, periódicos, revistas, programas de radio y televisión.  
Taller de creación de documentos de distintos géneros .

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

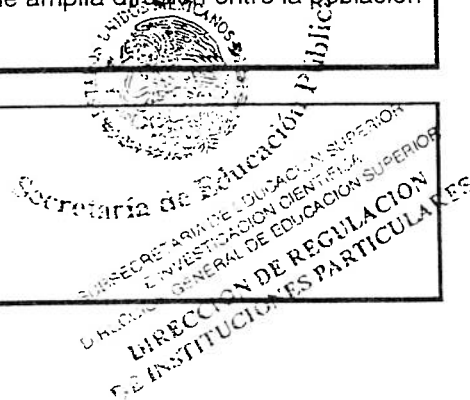
ALCALÁ, Antonio, *El concepto de corrección y prestigio lingüísticos*, México, Editorial Trillas, 1992.  
AZORÍN, *El artista y el estilo*, Madrid, Editorial Aguilar, 1975.  
LOPE, Blanch, Juan M., *Análisis gramatical del discurso*, México, UNAM, 1987.  
LOPE, Blanch, Juan M., *Los medios de información y la lengua española*, México, UNAM, 1988.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual.  
Revistas, periódicos, programas de radio y televisión de amplia difusión entre la población mexicana.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos de revisión y análisis de textos.  
Controles de lectura.  
Exámenes escritos, parciales y final.



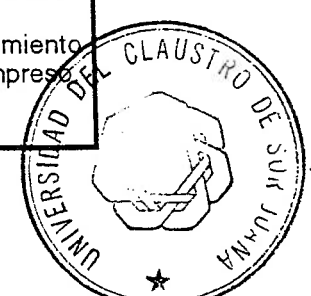


UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Tratamiento de Información	
2. CICLO O ÁREA: Quinto ciclo	3. CLAVE: DE-0524
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S. 2      H.P.S. 2      T.H.S. 4      C. 6
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64	
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: La materia permitirá al alumno conocer y evaluar los métodos de análisis, tratamiento y presentación de textos impresos.	
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA Con esta materia se pretende que el alumno conozca los métodos de tratamiento informativo que le servirán de base para la elaboración de cualquier trabajo impreso. Conocerá los procesos y aplicaciones prácticas del tratamiento informativo.	

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE INVESTIGACIONES EDUCATIVAS  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO Y EVALUACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. Métodos y análisis de información. 1. Análisis de contenido. 2. Análisis discursivos o semiológicos. 3. Análisis ideológicos.	Conocer los diferentes métodos de análisis informativo.
20	II. Presentación metodológica de resultados del análisis de tratamiento informativo. 1. Cuantitativo. 2. Cualitativo.	Establecer y manejar las formas de presentación de resultados con el tratamiento informativo.
24	III. Elaboración de documentación impresa a partir del análisis de tratamiento de textos: 1. Periodísticos. 2. Expresivos y artísticos. 3. Analítico críticos.	Evaluar metodológicamente a partir del tratamiento informativo de diversos textos, la elaboración de nuevos documentos impresos.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUPERINTENDENCIA DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS  
 DIRECCIÓN ESPECIAL DE EDUCACIÓN PERMANENTE  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Clases expositivas y discusión grupal de los fenómenos abordados.  
Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada .  
Trabajos de análisis comparativo de los métodos de tratamiento de información.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDACTICOS:

CASAUS, *Ideología y análisis de medios*, Editorial Mitre, 1982.  
NÚÑEZ Ladevez, L., *El lenguaje de los media*, Editorial Pirámide, 1979.  
SCHRANK, J., *Comprendiendo los medios masivos de comunicación*, Ed. Publigráficos, 1997.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual y gráfica sobre tratamiento de información.  
Acetatos, diapositivas y cuerpos opacos.  
Videos explicativos y demostrativos sobre los métodos de tratamiento informativo.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales de análisis comparativo de los métodos de tratamiento de información y controles de lectura.  
Exámenes escritos parciales y final.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
SUBSECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y DEVALUACIÓN  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGISTRO Y  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORIA





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Producción Editorial I

2. CICLO O ÁREA: Quinto ciclo

3. CLAVE: DE-0525

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	4	8	12

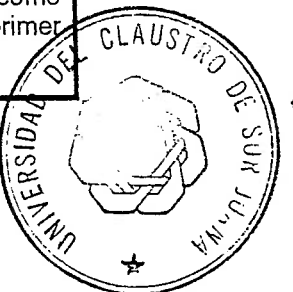
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 128

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al finalizar el curso el alumno será capaz de conocer y valorar las diferentes labores que conforman la coordinación editorial de un libro.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La materia permitirá al alumno introducirse a las técnicas de edición de textos, así como conocer la forma como está integrada la coordinación editorial de un libro; será el primer semestre de formación para el editor de publicaciones.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. La coordinación editorial. Límites y alcances.	Conocer los límites y alcances de la coordinación editorial, así como el manejo de tiempos y el diseño de cronogramas.
20	II. El manejo de tiempos y el diseño de cronogramas.	
20	III. El autor. Derechos, obligaciones y conveniencias.	Estudiar los derechos y obligaciones de los autores.
20	IV. El diseñador. Derechos, obligaciones y conveniencias.	Conocer los derechos, obligaciones y conveniencias del diseñador.
16	V. El fotógrafo y los ilustradores.	
16	VI. El cuidado de la edición. 1. Contenidos. 2. Formas. 3. Ilustraciones.	Conocer los contenidos, formas e ilustraciones dentro del cuidado de una edición.
16	VII. El aspecto legal: contratos y administración de recursos.	Estudiar el aspecto legal de las editoriales, sus contratos y administración de recursos.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN GENERAL DE INSTITUCIONES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES DE INVESTIGACIÓN



RECTORIA.

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación abundante, que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

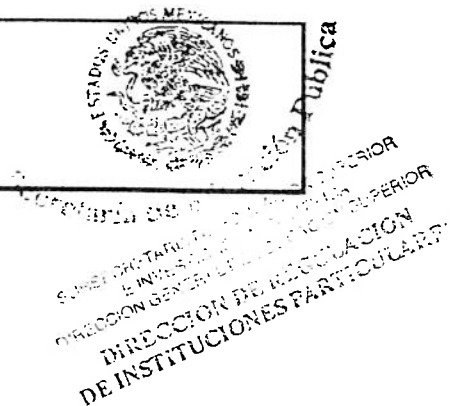
VENDRYES, J., *El lenguaje*, México, UTHEA, (La evolución de la humanidad 3), 1975.  
ZAVALA Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas*, México, UNAM, 1991 (Biblioteca del editor).  
*Ley Federal de Derechos de Autor*, Secretaría de Gobernación, 1998.  
*Ley Federal de Imprenta*, 1998  
*Reglamento General de la Cámara de la Industria Editorial*, 1998.  
*Ley de Cámaras de Comercio*, apartado de la Industria Editorial, 1998.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Computadoras con programas de autoedición

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.  
Exámenes escritos parciales y final.



RECTOR



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Hombre, Psicología y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Sexto ciclo

3. CLAVE: DE-0626

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	0	4	8

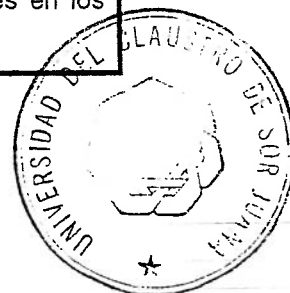
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de ubicar los principales factores psicosociales que influyen en el proceso de la comunicación, para que pueda aplicarlos en la elaboración y análisis del proceso de comunicación.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La materia permitirá al alumno distinguir los factores psicosociales que por la influencia que tienen deben ser consideradas en la creación y transmisión de mensajes en los productos de diseño editorial.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
16	I. El problema del inconsciente. 1. El planteamiento freudiano. 2. El análisis existencial. 3. Las tendencias modernas de la Psicopatología.	Conocer el problema del inconsciente de acuerdo con las diversas tendencias de la Psicología.
16	II. Psicología social. 1. Enfoque interdisciplinario. 2. Principales posiciones sistemáticas. 3. El estudio de la comunicación, desde el punto de vista psicosocial.	Interpretar el enfoque interdisciplinario y las principales posiciones sistemáticas de la psicología social. Comprender la comunicación desde el punto de vista psicosocial.
16	III. El comportamiento simbólico y sus aspectos psicosociales. 1. Grupos, lenguaje y medios ambientales simbólicos. 2. Comunicación y factores sociales de la percepción de la memoria y de la emoción. 3. Aislamiento social y patología del lenguaje. 4. La comunicación no verbal.	Ubicar y analizar el comportamiento simbólico y sus aspectos psicosociales en los grupos humanos.
16	IV. Aspectos importantes de la psicología de la comunicación. 1. La comunicación en los pequeños grupos. 2. La comunicación en los grandes grupos. 3. Investigación, experimentos y no experimentos en psicología de la comunicación.	Distinguir los principales aspectos de la psicología de la comunicación en los pequeños y grandes grupos.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
 Secretaría de Educación Pública  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Investigación analítica de los temas abarcados durante el semestre.  
Análisis de textos y aplicación a casos específicos de la comunicación actual. Se analizará un programa de radio, una lectura periodística, una película y un video, esto con el fin de convertir las lecturas en un apoyo sistemático para la comprensión de los fenómenos psicológicos.  
Exposición por parte de los estudiantes.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

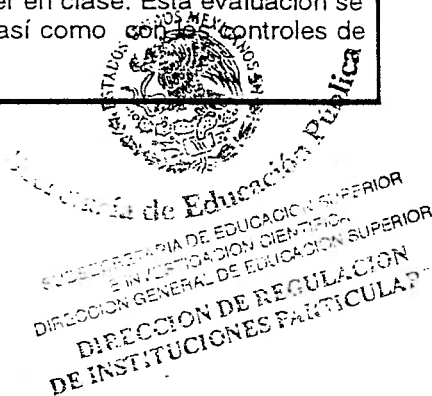
BORDIEU, Pierre, *El sentido práctico*, Editorial Taurus, 1990.  
DENIS, Maurice, *Las imágenes mentales*, México, Editorial siglo XXI, 1984.  
FRANK, Víctor, *Psicoanálisis y existencialismo*, FCE, México, 1990.  
JUNG, Carl Gustav, *El hombre y sus símbolos*, Editorial Aguilar, México, 1990.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en psicología y comunicación.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Programas de radio, periódicos, películas, programas de televisión y videos.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Los alumnos se reunirán en equipos de trabajo para exponer en clase. Esta evaluación se promediará con cuatro trabajos de investigación analítica, así como con los controles de lectura, la asistencia y la participación en clase.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Sociedad, Política y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Sexto ciclo

3. CLAVE: DE-0627

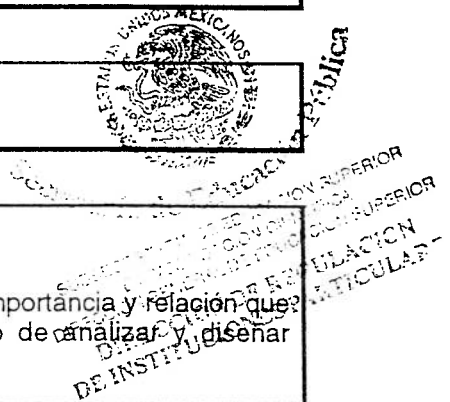
4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	0	4	8

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al terminar esta asignatura el alumno será capaz de ubicar la importancia y relación que guardan las teorías políticas con la comunicación, así como de analizar y diseñar estrategias de comunicación política.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La materia permitirá el desarrollo del análisis, diseño, evaluación y aplicación de las distintas ramas de la comunicación vinculadas con la actividad política, en especial en México.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
10	I. Geopolítica y comunicación: el nuevo orden internacional.	Interpretar la geopolítica de la información dentro del nuevo orden internacional y analizar el rol y los efectos de México en este contexto, dentro del marco de la modernización económica y la construcción del nuevo modelo.
12	II. Comunicación política: enfoques teóricos y fundamentos metodológicos.	Diferenciar los enfoques teóricos y los fundamentos metodológicos de la investigación de la comunicación de masas, haciendo una revisión de las teorías de la comunicación política y de los enfoques contemporáneos.
12	III. Comunicación política en México: alcances y perspectivas.	Evaluar los alcances y perspectivas de la comunicación política en México.
10	IV. Comunicación política y procesos electorales.	Examinar la relación entre la comunicación política y los procesos electorales a partir del concepto de democracia, distinguiendo la función de los partidos políticos, las campañas electorales y el discurso político.
10	V. Metodología y técnicas para el análisis y evaluación de estrategias de comunicación política.	Aplicar la metodología y técnicas para el análisis y la evaluación de estrategias de comunicación política.
10	VI. La construcción de la imagen política	Examinar los elementos contextuales y la elaboración del diagnóstico para la construcción de la imagen política, a partir de la planeación y diseño de una estrategia, considerando los escenarios prospectivos.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 E INVESTIGACIÓN TECNOLÓGICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGULARIZACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES





12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de programas de radio y televisión.  
Análisis y discusión en clase de lecturas recomendadas por cada tema y subtema.  
Investigación analítica de los temas abordados durante el semestre.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

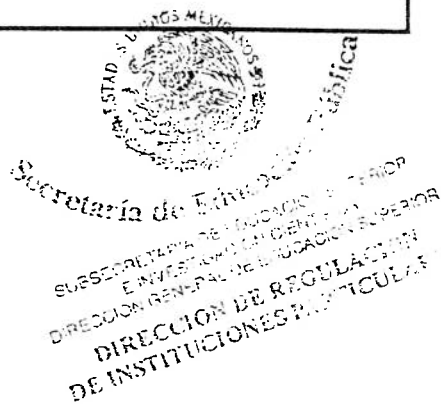
FERRY, Jean Marc, et al., *El nuevo espacio público*, España. Editorial Gedisa, 1998.  
LABARRIERE, Jean Louis y Christian Lazzeri, *Teoría Política y Comunicación*, España, Editorial Gedisa, 1995.  
SMITH, Anthony, *La Geopolítica de la información*, México, Editorial Fondo de Cultura Económica, 1986.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en política y comunicación.  
Apoyos visuales (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos y films).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura  
Investigación de un tema del curso.  
Dos exámenes parciales y uno final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Análisis Crítico de Textos

2. CICLO O ÁREA: Sexto ciclo

3. CLAVE: DE-0628

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de realizar un análisis crítico de textos impresos, orales y audiovisuales, con juicios de valor fundamentados de carácter científico.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

Con esta materia el alumno completará su formación dentro del área de expresión oral y escrita. Podrá entonces realizar un análisis crítico de textos que deberá aplicar en su vida profesional.



Pública

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN ACADÉMICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGULACIÓN Y PARTICIPACIÓN INSTITUCIONALES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
16	I. Evaluación histórica de textos. 1. Acontecimientos. 2. Relaciones. 3. Inferencias.	Evaluar los acontecimientos históricos de un texto.
16	II. Evaluación de opiniones de textos. 1. Tipo de pruebas y análisis. 2. Evaluación de razonamientos particulares. 3. Detección de procedimientos tendenciosos.	Analizar las opiniones y los métodos que se siguen para emitir las cuando se evalúa un texto.
16	III. Análisis ideológico de textos. 1. Ejes expresivos. 2. Técnicas terminológicas. 3. Investigación de ideologemas.	Conocer e identificar los diferentes métodos y técnicas para analizar ideológicamente textos.
16	IV. Formulación de juicios de valor: Fundamentos sobre textos.	Aprender a formular juicios de valor fundamentados sobre diversos textos.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Ejercicios prácticos de análisis crítico de libros, periódicos, revistas, programas de radio y televisión.  
Discusión grupal de los ejercicios realizados.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

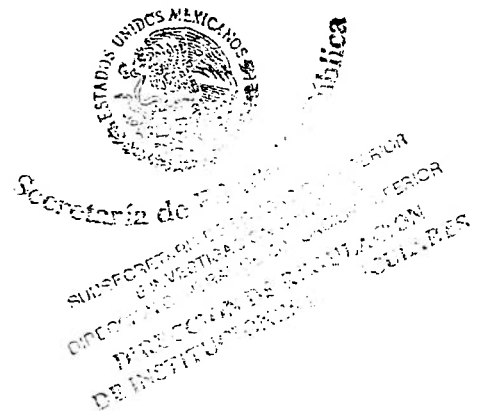
ALATORRE, Antonio, *Ensayos sobre crítica literaria*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993, (Lecturas Mexicanas, Tercera Serie, 80).  
LOPE, Blanch, Juan M., *Análisis gramatical del discurso*, México, UNAM, 1987.  
LOPE, Blanch, Juan M., *Los medios de información y la lengua española*, México, UNAM, 1988.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada.  
Textos en español de diversas épocas.  
Programas de radio y televisión.  
Periódicos y revistas.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.  
Trabajos de análisis de contenido de diversos impresos.  
Exámenes escritos, parciales y final.



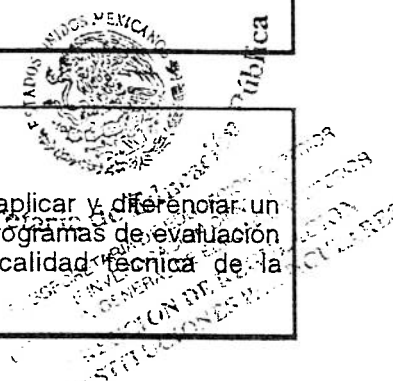


# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Evaluación de Comunicación					
2. CICLO O ÁREA: Sexto ciclo		3. CLAVE: DE-0629			
4. SERIACIÓN: NINGUNA		5. H.T.S. 2	H.P.S. 2	T.H.S. 4	C. 6
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64					
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de ubicar, aplicar y diferenciar un amplio panorama de métodos susceptibles de ser utilizados en programas de evaluación para la valoración, corrección o perfeccionamiento de la calidad técnica de la comunicación.					
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA Esta asignatura permitirá que el alumno conozca los principales métodos de evaluación de los programas y proyectos editoriales. De esta forma se familiarizará con estos métodos que más adelante serán fundamentales para la elaboración sus proyectos.					



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. Los métodos de evaluación. 1. Los aspectos conceptuales de la evaluación. 2. Los tipos de evaluación. 3. Los aspectos metodológicos de la evaluación.	Distinguir los diferentes métodos de evaluación de comunicación.
22	II. La evaluación de la comunicación. 1. Evaluación del contexto. 2. Evaluación del emisor. 3. Evaluación del receptor. 4. Evaluación del medio.	Diferenciar y aplicar los diversos tipos de evaluación de acuerdo con el contexto, emisor, receptor y medio.
22	III. La evaluación del mensaje comunicativo. 1. La forma y contenido del mensaje. 2. La concepción del mensaje. 3. La producción-realización del mensaje.	Analizar y evaluar la forma, contenido, concepción, realización y producción de un producto editorial.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada.  
Trabajos individuales y de equipo con análisis de métodos de evaluación.  
Investigación documental comparativa de los métodos de evaluación y su aplicación a los medios de comunicación.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

FLORES Ribot, Miguel, *Evaluación de mensajes sobre divulgación de tecnología y ciencia*, México, Dir. de Comunicación Social, Cosnet, 1988.  
STUFFLEBEAN, Daniel L. y Shinkfield, Anthony, J., *Evaluación sistemática*, Barcelona, Editorial Paidós, 1987.  
CHARLES, M. y G. Orozco, *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*, México, Editorial Trillas, 1995.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada.  
Apoyos especializados (acetatos, diapositivas, videos, cuerpos opacos).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales de investigación documental.  
Controles de lectura.  
Exámenes escritos, parciales y final.



RECTORIA

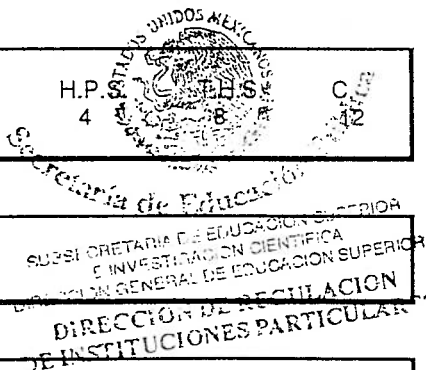


# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Producción Editorial II	
2. CICLO O ÁREA: Sexto ciclo	3. CLAVE: DE-0630
4. SERIACIÓN: DE-0525	5. H.T.S. 4 H.P. 4 C. 12
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 128	
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al finalizar el curso el alumno será capaz de comprender los distintos procesos que se involucran en la gerencia de producción editorial.	
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA La materia permitirá al alumno identificar y diferenciar los distintos procesos que tienen que ver con la gerencia de producción editorial, de esta forma se completará su formación teórica como editor de publicaciones.	





9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS	
12	I. La personalidad de una editorial.	Conocer cuáles son los rasgos significativos que definen la personalidad de una editorial, así como el manejo de los presupuestos y su relación con el diseño de textos.	
12	II. El cuidado del presupuesto.		
12	III. El texto. Forma y contenido.		
12	IV. El diseño y su lugar dentro de una editorial.		
12	V. Las ilustraciones: a línea, medios tonos, duotonos, selecciones de color.		Diferenciar los materiales y el trabajo de las ilustraciones dentro de una editorial.
12	VI. Las cromalines.		Distinguir, las cromalines y los tipos de papel necesarios, así como la encuadernación de acuerdo a el tipo de edición a trabajar.
12	VII. El papel.		
12	VIII. La imprenta.		
12	IX. Pruebas azules y pruebas de rol.		Conocer cuáles son los cuidados que el editor debe tener en la imprenta, su relación con trabajadores y verificación de calidad desde la entrega de originales.
20	X. Tipos de encuadernación.		



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación abundante, que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ALBERS, Josef, *La interacción del color*, Editorial Alianza Forma, Madrid, 1984.  
OWEN, William, *Diseño de revistas*, Gustavo Gili, México, 1991  
ZAVALA Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas*, México, UNAM, 1993.

RECURSOS DIDACTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Computadoras con programas de autoedición.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales.  
Controles de lectura.  
Exámenes escritos parciales y final.





# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA COLEGIO DE COMUNICACIÓN

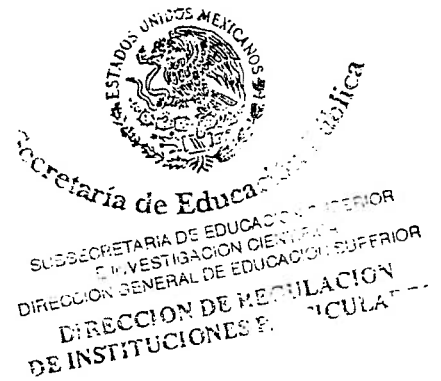
## *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Hombre, Historia y Comunicación	
2. CICLO O ÁREA: Séptimo ciclo	3. CLAVE: DE-0731
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S.    H.P.S.    T.H.S.    C. 4        0        4        8
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64	
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de analizar y establecer las relaciones entre el estudio de la Historia, sus enfoques teóricos y el conocimiento de la evolución del hombre y de la humanidad como proceso social.	
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA El alumno durante esta materia conocerá las ideas fundamentales acerca de cómo emplear el saber histórico ya que éste se manifiesta de múltiples maneras y en todos los órdenes de la cultura y de la comunicación. El curso se fincará en las corrientes ligadas a la historia de las mentalidades, ya que este enfoque permite una diversidad de análisis relacionados con la comunicación contemporánea.	

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
8	I. Historia y hombre.	Conocer y analizar la dimensión histórica de la existencia humana.
16	II. Los enfoques teóricos de la Historia. 1. Enfoques tradicionales. 2. Enfoques actuales.	Conocer y describir los enfoques teóricos de la Historia.
28	III. Los procesos históricos comparados. 1. Análisis de acontecimientos. 2. Análisis de la evolución de sistemas sociales.	Comparar y analizar la evolución histórica de la humanidad a partir de sus principales acontecimientos, procesos y sistemas sociales.
12	IV. Historia de las mentalidades.	Comprender el fenómeno cultura-civilización a través de la historia de las mentalidades.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas y de documentación especializada en dinámicas de grupo.  
Desarrollo de investigaciones analíticas de cada tema de la materia y exposición de los alumnos.  
Proyección de películas y videos especializados.  
Revisión de algunas imágenes seleccionadas de cuadros antiguos y de fotografías de distintas épocas, como las del archivo Cassassola.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

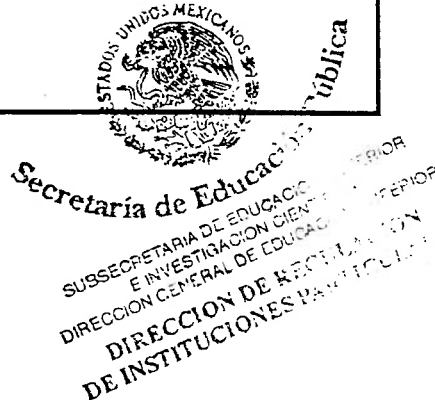
CHARTIER, Roger y Jacques Revel, *La nueva historia*, Ediciones Mensajero, 1988.  
KHALER, Erich, *Qué es la historia*, Editorial Fondo de Cultura Económica, 1998.  
LEGOFF, Jacques, *Hacer la historia*, (volúmenes I, II y III), Editorial Laia, Barcelona, España, 1997.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en Historia.  
Videos, películas, fotografías y acetatos.  
Materiales audiovisuales especializados.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.  
Discusión en clase.  
Trabajos de investigación analítica de cada tema.  
Exámenes escritos, parciales y final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Sociedad, Economía y Comunicación

2. CICLO O ÁREA: Séptimo ciclo

3. CLAVE: DE-0732

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	0	4	8

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de conocer y aplicar las categorías económicas de análisis de las principales tendencias y sistemas económicos contemporáneos y su relación con la comunicación.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La materia permitirá el análisis de las categorías económicas dentro del marco de desarrollo de los medios de comunicación. Como formación del tronco común, la economía servirá para reforzar el conocimiento básico para la interpretación de los fenómenos actuales.

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGISTRO Y CALIFICACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
18	I. Economía y comunicación. 1. Antecedentes y conceptos básicos. 2. Economía internacional en México.	Conocer la tendencia histórica del pensamiento económico y sus teorías y conceptos básicos, desde los autores clásicos hasta nuestros días, y ubicar la economía nacional e internacional actual en el proceso de la comunicación.
26	II. El desarrollo económico de la comunicación internacional y nacional. 1. Macroeconomía de la comunicación. 2. Microeconomía de la comunicación.	Ubicar e interpretar la macro y microeconomía de la comunicación como una interacción entre los agentes económicos que en ella intervienen.
20	III. La crítica y divulgación de información económica en: 1. Medios impresos (periódicos y revistas). 2. Medios audiovisuales (radio y televisión).	Analizar los diferentes trabajos de crítica y divulgación de información económica en periódicos, revistas, radio y televisión.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas y de documentación especializada.  
Entregar control de lectura por tema o subtema.  
Realizar una investigación por escrito de algún tema del curso.  
Discusión en clase.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

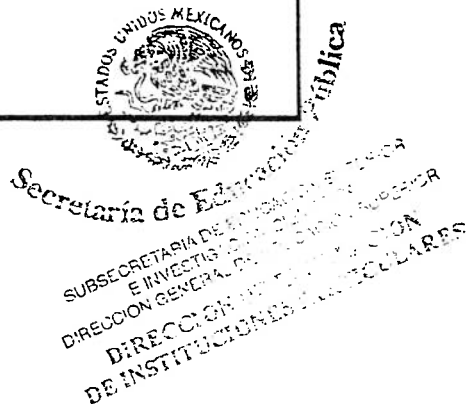
DOMBUSH, Rudiger, *Macroeconomía*, México, Editorial Mc Graw Hill, 1998.  
LAZCANO, Enrique, *Política Económica en México*, México, Editorial del Instituto Mexicano de Ejecutivos en Finanzas, 1989.  
SALVATORE, D., *Desarrollo económico*, México, Editoria' McGraw Hill (Serie Schawn), 1990.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en economía y comunicación.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Programas especializados de radio y televisión.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Controles de lectura.  
Trabajo final de investigación de algún tema de la materia.  
Se realizarán tres exámenes parciales y uno final.







UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Expresión ante los Medios

2. CICLO O ÁREA: Séptimo ciclo

3. CLAVE: DE-0733

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S. 2 H.P.S. 2 T. HONDOS MEXICANOS

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

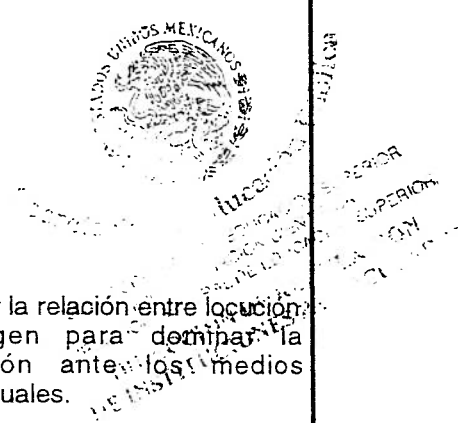
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
E INVESTIGACIONES  
DIRECCIÓN GENERAL DE INSTITUCIONES PARTICULARES

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de conocer cómo leer profesionalmente todo tipo de textos y expresarse ante las cámaras con acierto y soltura, aplicando con claridad el español neutro y coloquial, y teniendo en cuenta las diversas características del comportamiento y presencia del locutor ante los medios audiovisuales.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La materia permitirá que el alumno analice y produzca mensajes orales que le permitan una comunicación fluida y convincente. Con esta materia el desarrollo oral del alumno será completo, éste a su vez será complementario del escrito y de las otras habilidades que le permitirán las demás áreas de la licenciatura.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
22	<p>I. Locución (expresión verbal).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El español neutro y coloquial, nacional, regional o local: sílabas, palabras, frases y oraciones.</li> <li>2. Lectura, dicción y oratoria básica de textos periodísticos.                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Noticias y notas informativas.</li> <li>b. Conducción y entrevistas periodísticas.</li> <li>c. Contenidos de pronunciación de idiomas extranjeros.</li> </ol> </li> <li>3. La elaboración de un guión previo.</li> <li>4. El orden de las ideas y el orden del discurso.</li> </ol>	<p>Conocer y aplicar las técnicas de locución para la creación de mensajes orales.</p>
20	<p>II. La imagen.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Expresión ante las cámaras de televisión.</li> <li>2. Imagen real.</li> <li>3. Expresión no verbal (lenguaje del cuerpo).                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Presencia estética (vestimenta de acuerdo con el programa).</li> <li>b. Gesticulación (cara, tronco, manos, actitudes, miradas).</li> <li>c. Puntos de apoyo.</li> <li>d. Los silencios.</li> </ol> </li> <li>4. Análisis de la imagen televisiva.                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a. El mensaje-imagen.</li> </ol> </li> </ol>	<p>Establecer y practicar los métodos de expresión ante las cámaras de televisión.</p>
22	<p>III. Expresión ante los medios audiovisuales.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Técnicas de inducción, seducción y conmoción.</li> <li>2. Entonación y comportamiento frente al público.</li> </ol>	<p>Establecer la relación entre locución e imagen para dominar la expresión ante los medios audiovisuales.</p>



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Ejercicios de aplicación de cada una de las técnicas de expresión verbal y visual presentadas.

Análisis grupal de los ejercicios realizados y grabados por cada alumno.

Ejercicios de análisis de expresión audiovisual en diversos medios.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

McBURNEY, James H. y Ernest Wrage, *El Arte de buen hablar*, Barcelona, Argos, 1993.

ARREOLA, Juan José, *Lectura en voz alta*, México, Porrúa, 1998.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual.

Apoyos visuales especializados (acetatos y cuerpos opacos).

Programas de radio y televisión.

Estudio de radio.

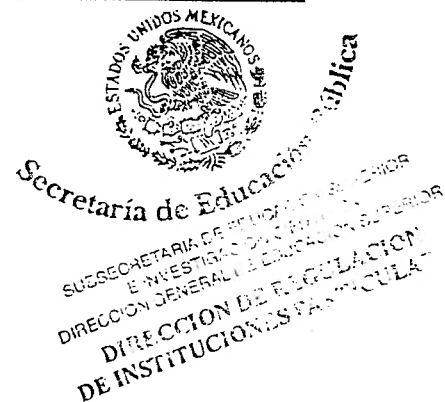
Estudio de televisión.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Evaluación de los ejercicios de aplicación de las técnicas presentadas.

Controles de lectura y de los ejercicios de análisis solicitados.

Exámenes prácticos parciales y final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Estructura Financiera de la Comunicación Impresa

2. CICLO O ÁREA: Séptimo ciclo

3. CLAVE: DE-0734

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.      H.P.S.      T.H.S. MEXICO  
2                      2

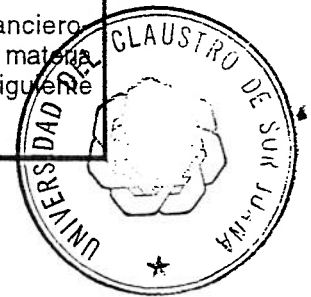
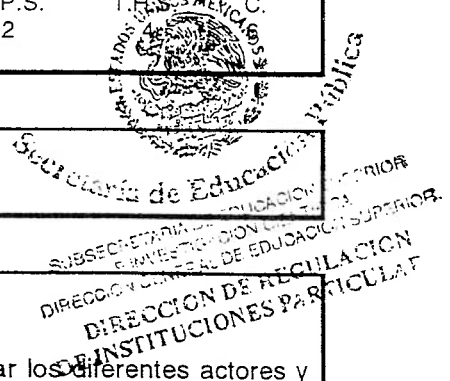
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al término de la asignatura el alumno será capaz de identificar los diferentes actores y procedimientos que entran en juego en la elaboración del plan financiero y administrativo de una empresa editorial.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La asignatura introducirá al alumno al conocimiento de los procesos financieros administrativos necesarios para cualquier proyecto editorial. De esta manera la materia servirá de introducción a la preparación de proyectos que se realizará el siguiente semestre.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
14	I. La función administrativa y económico-financiera de la empresa.	Conocer la importancia de la función administrativa y económica-financiera de cualquier empresa.
14	II. Necesidades financieras de una producción editorial.	Distinguir las necesidades financieras de un producto editorial.
14	III. Recursos de financiamiento. a. Públicos. b. Privados.	Analizar los recursos posibles para el financiamiento de cualquier producto editorial.
8	IV. La comercialización del proyecto.	Evaluar las posibilidades de comercialización de un proyecto .
14	V. Elaboración de un plan financiero de una producción editorial.	Elaborar el plan financiero de una producción.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación abundante, que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.  
Discusión en grupo de conceptos expresados en clase.  
Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada.  
Trabajos de investigación documental y de campo, hechos en forma individual o en equipo.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

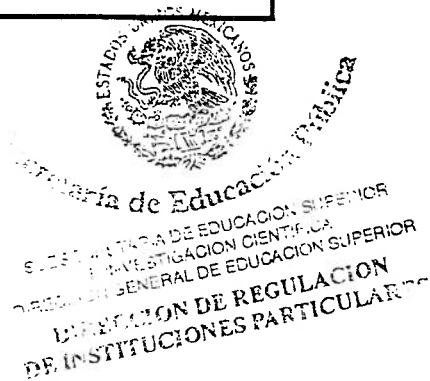
ARRIETA, L., *Un concepto de comunicación organizacional*, México, Editorial Diana, 1990.  
LEMBIN, J.J., *Marketing estratégico*, México, Editorial McGraw Hill, 1995.  
MUÑOZ, Garduño, J., *Introducción a la administración*, México, Editorial Diana, 1996.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en administración y finanzas para medios editoriales.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales de investigación documental y de campo.  
Controles de lectura.  
Exámenes escritos parciales y uno final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Gestión Editorial I

2. CICLO O ÁREA: Séptimo ciclo

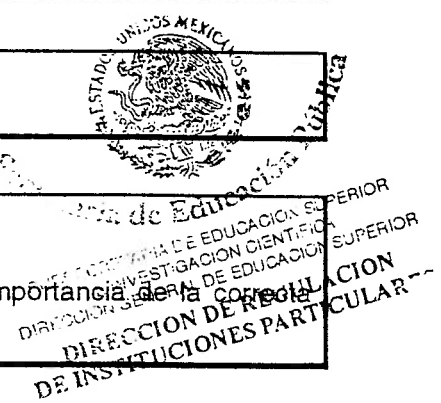
3. CLAVE: DE-0735

4. SERIACIÓN: NINGUNA

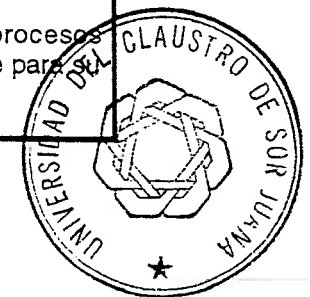
5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
4	4	8	12

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 128

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de entender la importancia de la administración de un financiamiento y la forma de conseguirlo.



8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La materia permitirá al estudiante vincularse directamente con los procesos administrativos y de financiamiento de todo proyecto editorial, que será una base para la formación como gestor de procesos editoriales.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
40	I. Los costos de un producto editorial. 1. Costos fijos y variables. 2. Las tarifas de las diferentes etapas.	Conocer los costos fijos y variables que tiene un producto editorial.
40	II. El financiamiento. Obtención y retención de éste.	Distinguir las posibilidades de financiamiento de un proyecto editorial.
40	III. Administración del financiamiento.	Estudiar los procesos administrativos de financiamiento de un proyecto editorial.
8	IV. La determinación del precio frente al costo.	Analizar las variables de determinación del precio de un producto frente a su costo real.



RECTORÍA



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación abundante, que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:<sup>2</sup>

KAUFFNON Roger, *Guía práctica para la planeación en las organizaciones*, Editorial Trillas, 1987.

LEMBIN, J.J., *Marketing estratégico*, editorial McGraw Hill, 1995.

MUÑOZ, Garduño J., *Introducción a la administración*, México, Editorial Diana, 1986.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada, textual, gráfica e iconográfica.  
Investigación de la logística de diversas empresas editoriales.

14. EVALUACION DEL CURSO:

Trabajos individuales de investigación.  
Exámenes orales y escritos, parciales y finales.



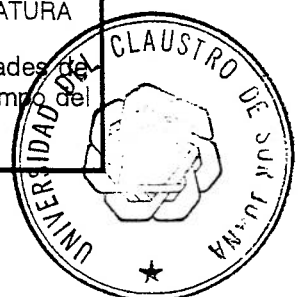


UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Hombre, Ética y Comunicación			
2. CICLO O ÁREA: Octavo ciclo	3. CLAVE: DE-0836		
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S. 4	H.P.S. 0	T.H.S. 4 C. 8
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64			
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: <p>Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de reconocer los conceptos básicos y la discusión que se ha generado en torno a la aplicación ética en el ejercicio profesional del diseño editorial. Asimismo, podrá comprender que al final del siglo XX los medios de comunicación deben ubicarse dentro de los problemas éticos y deontológicos en el manejo de su información.</p>			
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA <p>La materia permitirá que el estudiante conozca las obligaciones y responsabilidades de carácter deontológico y de enjuiciamiento ético que un profesional tiene en el campo del diseño editorial y en su acción profesional.</p>			

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS  
DIRECCIÓN DE LICENCIATURAS



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. Nociones básicas de la Ética como ciencia (corrientes clásica, moderna y contemporánea). 1. Fundamentos de orden moral. 2. Conciencia, acto humano y virtudes (prudencia y justicia).	Interpretar las nociones básicas de las corrientes clásica, moderna y contemporánea de la ética como ciencia.
20	II. Ética social. 1. Fundamentos de la sociabilidad humana. 2. Problemas de la ética aplicada. a. Los actos libres. b. El bien común. c. Los problemas del mal. d. Persona y sociedad.	Distinguir los fundamentos y problemas que enfrenta la ordenación del hombre a la sociedad, revisando y comparando las doctrinas existencialistas, evolucionistas, marxistas, positivistas y orientales, entre otras sobre estos temas.
24	III. Deontología. 1. La profesión. 2. La verdad y justicia en la información. 3. Campos magnéticos de la información. 4. Códigos profesionales (estudio comparativo).	Analizar la deontología y las responsabilidades del profesional de la comunicación. Conocer los deberes éticos de quienes se dedican a laborar en un territorio en apariencia quebradizo como lo es la información y la comunicación.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
 Secretaría de Educación Pública  
 SUBSECRETARÍA DE OPERACIÓN Y EFICIENCIA  
 E INVESTIGACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



RECTORI

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis de lecturas recomendadas y documentación especializada.  
Trabajos de investigación analítica individual y de equipo.  
Discusión en clase.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

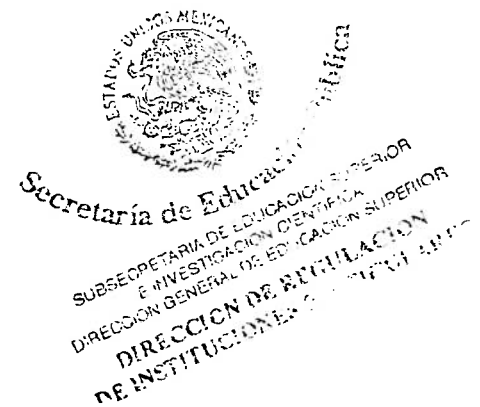
LÓPEZ Quintas, Alonso, *Cinco grandes tareas de la filosofía actual*, Ed. Gredos, 1998.  
MARCUSE, Herbert y Karl Popper, *A la búsqueda del sentido*, Editorial Sígueme, 1990.  
HABERMAS, Jürgen, *Conocimiento e interés*, Editorial Taurus, 1990.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Periódicos y revistas.  
Programas de radio y televisión.  
Documentación textual especializada en ética.  
Apoyos visuales (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos de investigación analítica.  
Controles de lectura.  
Dos exámenes parciales y uno final.



RECTORIA



# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA

## COLEGIO DE COMUNICACIÓN

### *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Sociedad, Derecho y Comunicación			
2. CICLO O ÁREA: Octavo ciclo	3. CLAVE: DE-0837		
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S. 4	H.P.S. 0	T.H.S. C. 4 8
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64			
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al terminar esta asignatura, el alumno conocerá la importancia del derecho para la vida social y sus generalidades, así como el marco que garantiza las libertades vinculadas al libre pensamiento y expresión de las ideas.			
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA La asignatura ubica la relación sociedad-derecho-comunicación en la que se desenvuelve un profesional del diseño editorial y establece las garantías constitucionales que marcan su trabajo.			



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS INSTITUCIONES PARTICULARES



## Sociedad, Derecho y Comunicación

9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS
6	I. Moral y derecho.
10	II. Generalidades del derecho. 1. Concepto de derecho. 2. Concepto de norma. 3. Derecho público y privado. 4. Disciplinas del derecho.
16	III. Las fuentes del derecho. 1. Fuentes formales. a. Ley. b. Costumbre. c. Jurisprudencia. d. Doctrina. 2. Fuentes reales. 3. Fuentes históricas.
8	IV. Clasificación de los ordenamientos jurídicos por su jerarquía y por ámbito espacial de validez. 1. Constitución. 2. Ley. 3. Reglamento. 4. Código.
24	V. La comunicación como garantía constitucional. 1. Concepto de garantías individuales. 2. Principios constitucionales. 3. Clasificación. 4. Garantías de libertad. a. Concepto de libertad. b. Libertad de expresión. c. Libertad de imprenta. d. Libertad de creencia. e. Derecho a la información.

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE

Discusión en clase de las lecturas recomendadas para cada sesión .  
Desarrollo de una investigación analítica de uno de los temas de la materia.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

BURGOA, Ignacio, *Las garantías individuales*, México, Ed. Porrúa, 1998.  
GARCÍA Maynez, Eduardo, *Introducción al estudio del derecho*, México, Ed. Porrúa, 1984.  
*Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, 1998.  
*Ley de Imprenta*.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en legislación y comunicación.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos y films ).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Investigación analítica de uno de los temas de la materia.  
Controles de lectura.  
Exposición en clase de la investigación realizada.  
Dos exámenes parciales y uno final.





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Diseño Visual de Textos

2. CICLO O ÁREA: Octavo ciclo

3. CLAVE: DE-0838

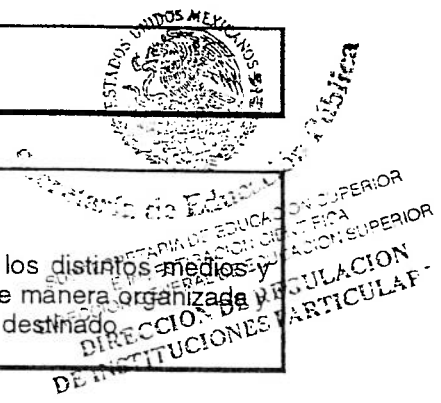
4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

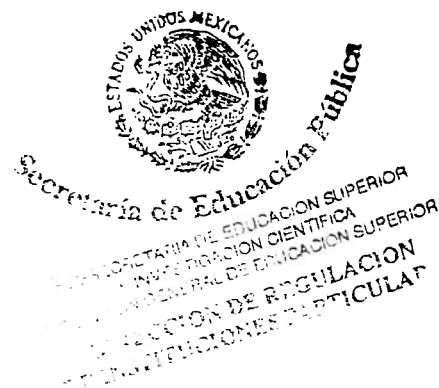
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al terminar esta asignatura, el alumno será capaz de identificar los distintos medios y técnicas de diseño gráfico para confeccionar y presentar un texto de manera organizada y estética, además de coherente con los objetivos y público al que va destinado.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La materia permitirá al alumno diseñar visualmente textos de acuerdo con las necesidades comunicativas de documentos escritos.





9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
12	I. El texto como red de discursos visuales.	Conocer las funciones del texto como red de discursos visuales.
24	II. Elementos del diseño visual de textos. 1. Tipografía. 2. Iconografía.	Conocer los elementos visuales que integran el diseño de textos.
28	III. La diagramación y la composición artística visual de textos.	Conocer la diagramación y composición artística visual de textos y aplicar los elementos de diseño para su elaboración.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Análisis del diseño visual de textos para diversos medios, tanto de los que el alumno elabore como de los que encuentre en los medios de comunicación.  
Discusión en clase de las lecturas recomendadas para cada tema.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

MURRAY, Raúl, *Manual de técnicas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1989.  
TERENCE, Dalley, Coordinador, *Guía completa de ilustración y diseño de técnicas de materiales*, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, México, 1981.  
ZAVALA Ruíz, Roberto, *El libro y sus orillas*, México, UNAM, 1991 (Biblioteca del Editor).

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, cuerpos opacos).  
Materiales impresos especializados (periódicos y revistas).  
Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Ejercicios en clase.  
Diseño de textos impresos y audiovisuales.  
Exámenes parciales y final.



Secretaría de Educación Pública  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGULACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES



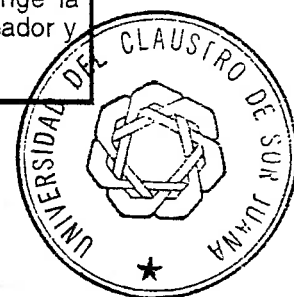


UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

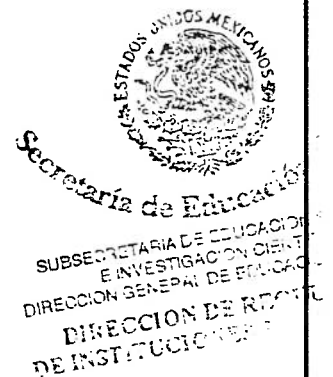
*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Estructura Legal de la Comunicación Impresa			
2. CICLO O ÁREA: Octavo ciclo	3. CLAVE: DE-0839		
4. SERIACIÓN: NINGUNA	5. H.T.S. 2	H.P.S. 2	T.H.S. C. 4 6
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64			
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA: Al terminar esta asignatura el alumno será capaz de conocer el marco jurídico en el que funcionan los medios de comunicación.			
8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA La asignatura le permitirá al alumno conocer la reglamentación jurídica que rige la comunicación, para de esta manera conocer las obligaciones que tiene como creador y receptor de mensajes.			

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTRUCCIONES PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
18	I. Derecho, comunicación y contexto sociopolítico. 1. La información como objeto de derecho. 2. Marco jurídico y contexto internacional, estructura de los medios de comunicación.	Identificar los conceptos de derecho e información y comprender el contexto sociopolítico en el que se desenvuelve el ejercicio de la comunicación Internacional.
20	II. Bosquejo histórico de la legislación mexicana en los medios de comunicación. 1. Medios audiovisuales: Ley de comunicaciones eléctricas (1926), Ley de vías generales de comunicación. Reglamento para estaciones radiodifusoras comerciales, científicas, culturales y de aficionados (1936 y 1942). 2. Medios impresos: Constitución de Cádiz y Apatzingán, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917).	Ubicar y analizar las adecuaciones legales que en materia de medios se han presentado en distintas épocas de la historia de México.
26	III. Marco Jurídico actual y análisis de casos en México. 1. Medios impresos: ley de imprenta, Reglamento de Publicaciones y Revistas Ilustradas, Código Penal, Límites constitucionales a la libertad de información (vida privada, moral pública, paz pública, honor, seguridad de la nación). 2. Medios audiovisuales: Ley y Reglamento de Radio y Televisión, Ley de vías generales de comunicación, Ley General de Salud, Reglamento de la ley General de Salud en materia del control sanitario de la publicidad, Reglamento de Telecomunicaciones, Reglamento de Televisión por Cable, Tratado Trilateral de Libre Comercio (Apartado de Telecomunicaciones). 3. Relación gobierno, sociedad civil y medios de comunicación, y aplicaciones reales de la normatividad rigen te.	Analizar el marco jurídico actual de la comunicación en México y explicar sus aplicaciones reales en casos específicos.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación abundante, que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.  
Desarrollo de una investigación analítica de uno de los temas de la materia y exposición por parte de los alumnos.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

ZAVALA Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas*, México, UNAM, 1991 (Biblioteca del Editor).  
*Ley Federal de Derechos de Autor*, Secretaría de Gobernación, 1998.  
*Ley Federal de Imprenta*, 1998  
*Reglamento General de la Cámara de la Industria Editorial*, 1998.  
*Ley de Cámaras de Comercio*, apartado de la Industria Editorial, 1998.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación textual especializada en legislación sobre medios impresos y medios audiovisuales.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos individuales de investigación documental y de campo.  
Controles de lectura.  
Exámenes escritos parciales y final.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
Secretaría de Educación Pública  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Gestión Editorial II

2. CICLO O ÁREA: Octavo ciclo

3. CLAVE: DE-0840

4. SERIACIÓN: DE-0735

5. H.T.S.      H.P.S.  
4                      4

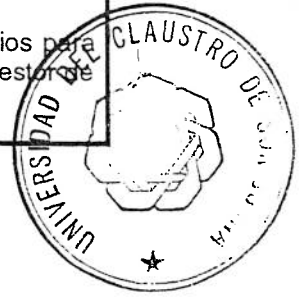


SECRETARÍA DE EDUCACIÓN  
SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES


6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 128

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al finalizar el curso el alumno será capaz de comprender los mecanismos de distribución de cada impreso., dentro del plan de comercialización de cualquier producto editorial.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La materia proporcionará al alumno los elementos de comercialización necesarios para distribuir los productos editoriales, de esta forma completará su formación como gestor de procesos editoriales.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
40	I. El lector y el comprador de un impreso: dos seres semejantes	Conocer la relación que se establece entre el lector y comprador de un impreso.
40	II. El impreso y sus vías de distribución de acuerdo a su naturaleza	Distinguir las vías de distribución de un impreso de acuerdo a su naturaleza.
48	III. Publicidad y difusión: semejanzas y diferencias.	Analizar las semejanzas y diferencias de la publicidad y la difusión.

  
 Estados Unidos Mexicanos  
 Secretaría de Educación Pública  
 SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
 DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES



**RECTORIA**

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

La clase se compondrá de dos partes: por un lado el profesor expone las ideas generales de cada tema; en el inicio de la siguiente sesión un grupo de alumnos expone y amplía el tema, mientras que la unidad se cierra con una discusión general que permita confrontar y aclarar las nociones esbozadas.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

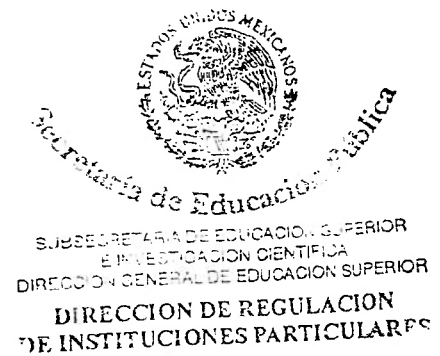
Dreyfus, John y Francois Richaud (directores), *Diccionario de la edición y las artes gráficas*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1990.  
Lope Blanch, José M., *Los medios de información y la lengua española*, México, UNAM, 1988, 16 pp.  
Zavala Ruiz, Roberto, *El libro y sus orillas*, México, UNAM, 1991 (Biblioteca del editor)

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Material gráfico e iconográfico.  
Investigación de la logística de diversas empresas editoriales

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos parciales.  
Exámenes parciales y final.



RECTORIA



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación abundante, que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.  
Análisis de lecturas recomendadas.  
Trabajos individuales y de equipo.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

BRIONES, G., *Métodos y técnicas de investigación para ciencias sociales*, México, Ed. Trillas, 1998.  
CORRALES, C., *Diseños de investigación en comunicación*, México, ITESO, 1990.  
SÁNCHEZ Ruiz, E , *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*, México, Universidad de Guadalajara, 1992.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales y sonoros especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos de investigación individuales y de equipo.  
Controles de lectura.  
Exámenes orales y escritos, parciales y final.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Seminario de Investigación de Ciencias Sociales y Diseño Editorial

2. CICLO O ÁREA: Noveno ciclo

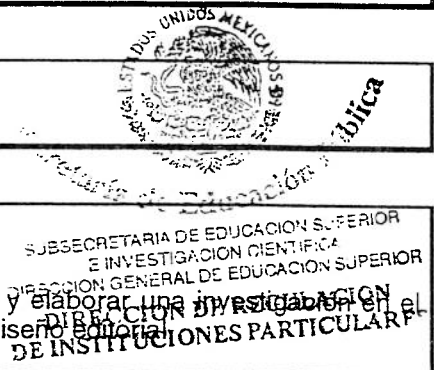
3. CLAVE: DE-0942

4. SERIACIÓN: NINGUNA

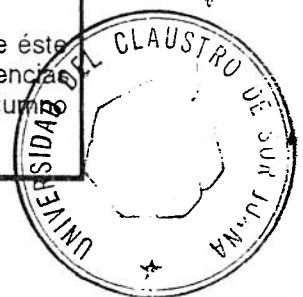
5. H.T.S	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de diseñar y elaborar una investigación en el área de las ciencias sociales desde la perspectiva del diseño editorial.



8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La asignatura ofrece al alumno asesoría dirigida y personalizada con el fin de que éste aplique una adecuada metodología en su investigación dentro del área de las ciencias sociales, conjugando éstas con el diseño editorial; con ello, se pretende acercar al alumno a un tema que podría ser el de su tesis.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. Métodos y técnicas de investigación social de diseño editorial aplicado.	Enumerar e interpretar los métodos y trámites de investigación social relacionada con el diseño editorial.
20	II. Diseño de proyectos de diseño editorial en y para investigación social.	Crear proyectos de diseño editorial que se apoyen y/o apoyen la investigación social.
24	III. Desarrollo de la investigación social de diseño editorial aplicado.	Evaluar el avance de la investigación social como proyecto de diseño editorial.



SUBSECRETARIA DE EDUCACION SUPERIOR  
 DE INVESTIGACION CIENTIFICA  
 DIRECCION GENERAL DE EDUCACION SUPERIOR  
 DIRECCION DE REGULACION  
 DE INSTITUCIONES PARTICULARES



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Práctica de campo e investigación científica  
Análisis de lecturas recomendadas y discusión de éstas.  
Trabajos individuales y de equipo

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

GOODE, U. y P.K., Hatt, *Métodos de investigación social*, México, Editorial Trillas, 1998.  
LÓPEZ Veroni, Felipe Neri, *Elementos para una crítica de las Ciencias de la Comunicación*, México, Editorial Trillas, 1989.  
WOLF, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas*, Barcelona, Ed. Paidós, 1987.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales y sonoros especializados (acetatos, diapositivas, filminas).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos de investigación individuales y de equipo.  
Controles de lectura.  
Exámenes orales y escritos, parciales y final.



SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA  
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN  
DE INSTITUCIONES PARTICULARES





UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Seminario de Investigación de Expresión y Crítica de Diseño Editorial

2. CICLO O ÁREA: Noveno ciclo

3. CLAVE: DE-0943

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
2	2	4	6

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de realizar una investigación crítica sobre el diseño editorial.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La asignatura ofrece al alumno asesoría dirigida y personalizada con el fin de que éste aplique una adecuada metodología para llevar a cabo una crítica fundamentada del diseño editorial.



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
DIRECCIÓN DE REGULACIÓN DE INSTITUCIONES PARTICULARES



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
20	I. Métodos y técnicas de investigación de expresión y crítica de diseño editorial aplicado.	Enumerar e interpretar los métodos y trámites de investigación de expresión y crítica relacionada con el diseño editorial.
20	II. Diseño de proyectos de diseño editorial en y para investigación de expresión y crítica.	Crear proyectos de diseño editorial que se apoyen y/o apoyen la investigación de expresión y crítica
24	III. Desarrollo de la investigación de expresión crítica de diseño editorial aplicado.	Evaluar el avance de la investigación de expresión y crítica como proyecto de diseño editorial aplicada.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación abundante, que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.  
Análisis de lecturas recomendadas y discusión.  
Trabajos individuales y de equipo.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

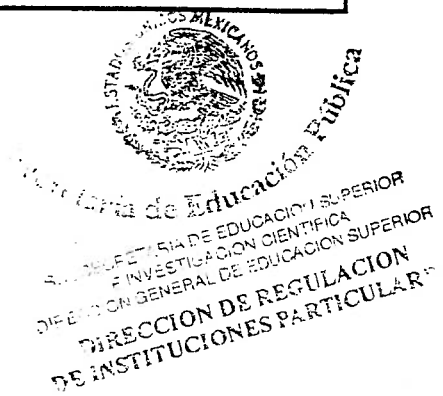
MATTELART, A., *Pensar sobre los medios*, México, UAM-X, 1987.  
NÚÑEZ Ladeveze, L., *El lenguaje de los media*, Editorial Pirámide, 1979.  
WEISS, C., *Investigación evolutiva*, México, Editorial Trillas, 1997.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales y sonoros especializados (acetatos, diapositivas, filminas).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos de investigación individuales.  
Controles de lectura.  
Exámenes orales y escritos, parciales y final.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

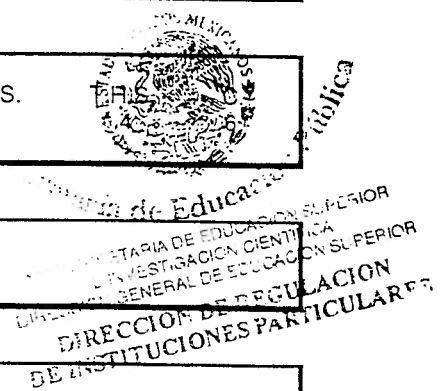
1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Seminario de Investigación de Metodología de Diseño Editorial

2. CICLO O ÁREA: Noveno ciclo

3. CLAVE: DE-0944

4. SERIACIÓN: NINGUNA

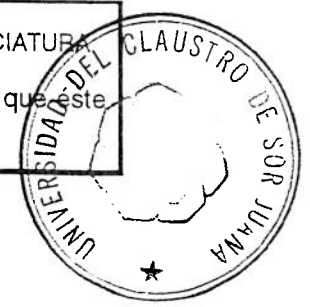
5. H.T.S.      H.P.S.  
    2              2



6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 64

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de diseñar y elaborar su proyecto de tesis con la aplicación de metodología adecuada para la investigación en el campo del diseño editorial.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA:  
La asignatura ofrece al alumno asesoría dirigida y personalizada con el fin de que este diseñe su proyecto de tesis.



RECTORIA



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Exposición de conceptos, seguida de una ejemplificación abundante, que concrete los conocimientos, además de investigaciones por parte del alumno.  
Análisis de lecturas recomendadas y discusión.  
Trabajos individuales.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

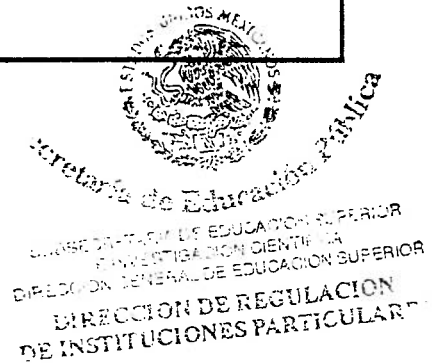
ANDERSON, J., *Redacción de tesis y trabajos escolares*, México, Editorial Diana, 1997.  
BAENA, Guillermina, *Manual para elaborar trabajos de investigación documental*, México, Editores Mexicanos Unidos, 1998.  
ECO, Umberto, *Cómo se hace una tesis*, México, Gedisa, 1990.  
GALINDO, Magdalena, *Manual de técnicas de investigación*, México, Grijalbo, 1998.

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.  
Apoyos visuales especializados (acetatos, diapositivas, filminas, cuerpos opacos).  
Materiales audiovisuales especializados (videos, films y diaporamas).

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos de investigación individuales.  
Controles de lectura.



RECTORIA



UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Experimentación e Innovación Creativa en Diseño Editorial I

2. CICLO O ÁREA: Noveno ciclo

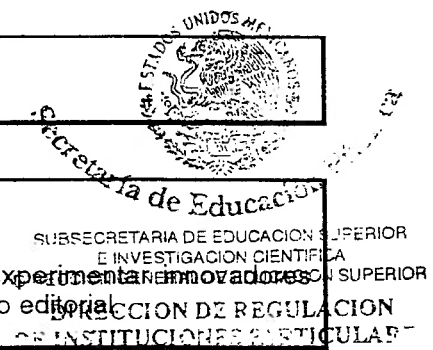
3. CLAVE: DE-0945

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
0	10	10	10

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 160

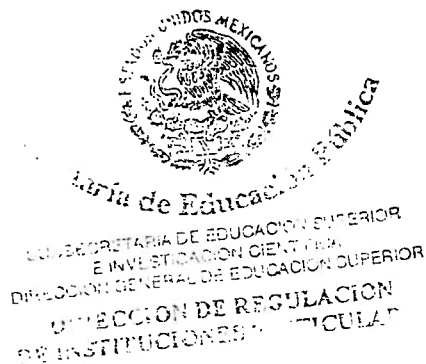
7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de practicar y experimentar innovadores procesos de creación para la elaboración de productos de diseño editorial.



8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La asignatura pretende que el alumno practique y experimente con nuevos procesos en la elaboración de productos de diseño editorial.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
30	I. Preproducción de trabajos prácticos.	Programar las actividades de producción de los trabajos prácticos.
70	II. Producción de trabajos prácticos.	Realizar los materiales de experimentación e innovación de diseño editorial.
60	III. Postproducción de trabajos prácticos.	Postproducir los materiales de experimentación e innovación de diseño editorial.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Asesoramiento personalizado al alumno.  
Trabajos prácticos.

13. RECURSOS DIDÁCTICOS:

Equipo de cómputo con paquetería de autoedición.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos prácticos.



RECTORIA



# UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA COLEGIO DE COMUNICACIÓN

## *Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Taller de Tesis

2. CICLO O ÁREA: Décimo ciclo

3. CLAVE: DE-1046

4. SERIACIÓN: NINGUNA

5. H.T.S.	H.P.S.	T.H.S.	C.
5	5	10	15

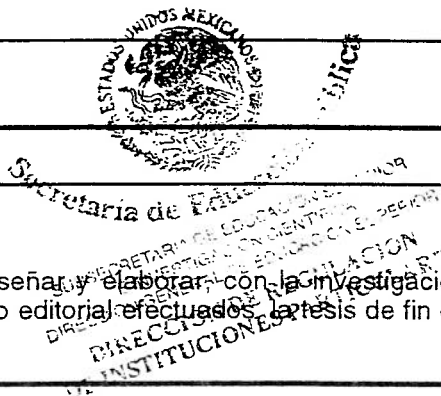
6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 160

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

Al finalizar el curso el alumno será capaz de diseñar y elaborar, con la investigación desarrollada y los trabajos profesionales de diseño editorial efectuados, la tesis de fin de estudios universitarios.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La materia pretende que el alumno realice la tesis aplicando todos los conocimientos que ha adquirido a lo largo de su formación universitaria.



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
10	I. Diseño de un proyecto de tesis.	Proponer y analizar el diseño del proyecto de tesis.
75	II. Evaluación de los trabajos de investigación y de prácticas profesionales de experimentación e innovación de Diseño Editorial.	Seleccionar los trabajos de investigación y de prácticas profesionales realizados.
75	III. Preparación final de la impresión de la tesis.	Elaborar el documento final de la tesis.



12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

Revisión crítica y personalizada de avances de la tesis.

13. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS:

BAENA, Guillermina, *Manual para elaborar trabajos de investigación documental*, México, Editores Mexicanos Unidos, 1991.  
GALINDO, Magdalena, *Manual de técnicas de investigación*, México, Grijalbo, 1998.  
ECO, Umberto, *Cómo se hace una tesis*, México, Gedisa, 1990

RECURSOS DIDÁCTICOS:

Documentación especializada textual, gráfica e iconográfica.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Presentación de avances de tesis y discusión de éstos.  
Controles de lectura.



RECTORI



**UNIVERSIDAD DEL CLAUSTRO DE SOR JUANA**  
**COLEGIO DE COMUNICACIÓN**

*Licenciatura en Diseño Editorial*

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Laboratorio de Experimentación e Innovación Creativa en Diseño Editorial II

2. CICLO O ÁREA: Décimo ciclo

3. CLAVE: DE-1047

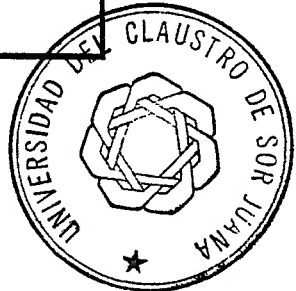
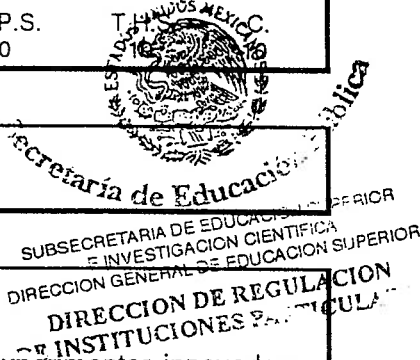
4. SERIACIÓN: DE-0945

5. H.T.S.      H.P.S.  
    0            10

6. TOTAL HORAS CLASE POR CURSO: 160

7. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:  
Al finalizar el curso, el alumno será capaz de practicar y experimentar innovadores procesos de creación para la elaboración de productos de diseño editorial.

8. VÍNCULOS DE LA ASIGNATURA CON LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA  
La asignatura pretende que el alumno practique y experimente con nuevos procesos en la elaboración de productos de diseño editorial.



**RECTORIA**



9. HORAS ESTIMADAS	10. TEMAS Y SUBTEMAS	11. OBJETIVOS DE LOS TEMAS
40	I. Reproducción de trabajos prácticos.	Programar las actividades de producción de los trabajos prácticos.
60	II. Producción de trabajos prácticos.	Realizar los materiales de experimentación e innovación en diseño editorial.
60	III. Postproducción de trabajos prácticos.	Postproducir los materiales de experimentación e innovación en diseño editorial.



RECTORIA

12. EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

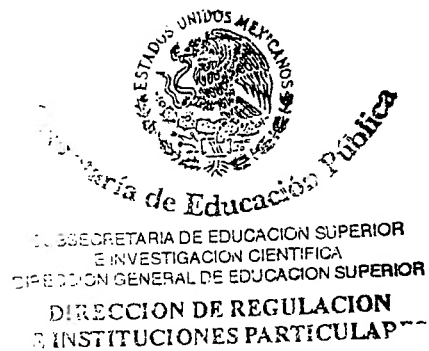
Asesoramiento personalizado al alumno.  
Trabajos prácticos.

13. RECURSOS DIDÁCTICOS:

Equipo de cómputo con paquetería de autoedición.

14. EVALUACIÓN DEL CURSO:

Trabajos prácticos.



RECTORIA