



## I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>CURSO</b>	:	Taller IV - Proyecto Editorial
<b>CÓDIGO</b>	:	DG141
<b>CICLO</b>	:	201301
<b>CUERPO ACADÉMICO</b>	:	<b>Jiménez Ugarte, Elly Úrsula</b>
<b>CRÉDITOS</b>	:	6
<b>SEMANAS</b>	:	15
<b>HORAS</b>	:	6 H (Teoría) Semanal
<b>ÁREA O CARRERA</b>	:	Diseño Profesional Grafico

## II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

## III. INTRODUCCIÓN

Desde el inicio de la imprenta, el Diseño Gráfico se afianzó a través del mundo editorial. Es imprescindible para un diseñador conocer los orígenes de nuestra profesión y los elementos que, hoy en día, se implican en la creación de un producto editorial. Bajo este concepto el alumno tomará contacto con importantes centros involucrados en este proceso, realizará proyectos que lo introducirán a este fascinante mundo y comprenderá cómo el diseño editorial es la base para la creación de muchas piezas publicitarias utilizadas hoy en día.

## IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Conoce la historia y los principios del diseño editorial así como los procesos involucrados en el producto final. Domina las reglas de composición y jerarquía visual y las aplica en productos editoriales y publicitarios, previamente conceptualizados según su propósito de comunicación.

## V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

### UNIDAD N°: 1 HISTORIA DEL DISEÑO EDITORIAL

#### LOGRO

El alumno conoce la historia y evolución del Diseño Editorial y su influencia en el diseño gráfico actual.

#### TEMARIO

Historia del Diseño Editorial

#### HORA(S) / SEMANA(S)

1

**UNIDAD N°: 2 PRODUCTOS EDITORIALES****LOGRO**

El alumno conoce y diferencia los diferentes tipos de publicaciones editoriales, y la aplicación de los principios de diseño editorial en piezas publicitarias y de identidad corporativa.

**TEMARIO**

Productos Editoriales y sus características. Memoria, Brochure, catálogo y folleto.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

2

**UNIDAD N°: 3 PREPrensa, Prensa y Postprensa****LOGRO**

El alumno conoce los procesos de pre-prensa y se familiariza con los métodos y procesos de impresión, troquelados y encuadernación, reconociendo su importancia en el resultado final del producto editorial

**TEMARIO**

Sistemas de impresión (Flexografía, huecograbado, offset y digital), Componentes y materiales (fotolitos, tipos de papel, pantone, pruebas de color,..) Acabados (troqueles, barnices, etc.)

**HORA(S) / SEMANA(S)**

3

**UNIDAD N°: 4 LA MAQUETACIÓN****LOGRO**

El alumno conoce las reglas de maquetación y composición editorial

**TEMARIO**

Software de maquetación, retículas, columnas, módulos, jerarquías, paginación, página maestra. Jerarquías visuales (texto e imagen)

**HORA(S) / SEMANA(S)**

3,4

**UNIDAD N°: 5 EDICIÓN PERIÓDICA****LOGRO**

El alumno aplica los conocimientos sobre maquetación y color en una pieza editorial periódica digital (pdf).

**TEMARIO**

Diseño de piezas periódicas: El periódico y la revista. Preparación de archivos, colores RGB y hexadecimal.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

5, 6, 7

**UNIDAD N°: 6 EL BROCHURE**

**LOGRO**

Los alumnos aplican las bases de maquetación y composición editorial en el diseño de una pieza publicitaria, previamente conceptualizada.

**TEMARIO**

Marketing directo.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

9, 10

**UNIDAD N°: 7 EDICIÓN SERIADA****LOGRO**

El alumno aplica los conocimientos sobre maquetación en una pieza editorial seriada, utilizando fotografía, ilustración y/o composición tipográfica, respetando la línea gráfica de la serie.

**TEMARIO**

El libro y su estructura. La portada. Páginas interiores. Preparación de archivos. Colores CMYK y colores especiales.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

11, 12, 13, 14, 15

**VI. METODOLOGÍA**

El curso es de carácter teórico y práctico, con aplicaciones realizadas en clase que buscan fomentar la participación de los estudiantes a través de ejercicios dirigidos. La evaluación es continua y se aplica activamente el criterio de co-evaluación. Las visitas presenciales a centros especializados en la temática del curso se realizarán con el fin de que el alumno visualice los conceptos aprendidos. Adicionalmente el alumno ejercitará sus conocimientos elaborando piezas que otorguen soluciones conceptuales y estéticas a diferentes objetivos de comunicación. Se presta especial atención al impacto visual, funcionalidad y poder de comunicación de los trabajos realizados.

**VII. EVALUACIÓN****FÓRMULA**

$$10\% (TB1) + 30\% (TP1) + 10\% (TB2) + 50\% (TF1)$$

<b>TIPO DE NOTA</b>	<b>PESO %</b>
TB - TRABAJO	10
TP - TRABAJO PARCIAL	30
TB - TRABAJO	10
TF - TRABAJO FINAL	50

### VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	SEMANA 7		NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	SEMANA 8		NO
TB	TRABAJO	2	SEMANA 15		NO
TF	TRABAJO FINAL	1	SEMANA 17		NO

### IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

#### BÁSICA

AMBROSE, Gavin (2007) Manual de producción : guía para diseñadores gráficos. Barcelona : Parramón : Ava Publishing.

(741.6 AMBR)

AMBROSE, Gavin (2008) Layout : toda la teoría para crear diseños gráficos perfectamente estructurados, como las grand. Barcelona : Parramón.

(741.6 AMBR/L)

KRAUSE, Jim (2001) Layout index : brochure, poster/flyer, Web design, advertising, newsletter, page layout, stationer. Cincinnati, Ohio : North Light Books.

(741.6 KRAU)

SAMARA, Timothy (2008) Los elementos del diseño : manual de estilo para diseñadores gráficos. Barcelona : Gustavo Gili.

(741.6 SAMA/E)

WEBER, Max (2010) Nuevas tendencias en maquetación y diseño editorial. Barcelona : Maomao Publications.

(741.65 WEBE)

#### RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

AMBROSE, Gavin (2007) Manual de producción : guía para diseñadores gráficos. Barcelona : Parramón : Ava Publishing.

(741.6 AMBR)

CHUA, Perry (2008) The best of brochure design 10. Beverly, Massachusetts : Rockport Publishers.

(741.6 CHUA)