



### Datos generales

- Periodo de Examen Extraordinario: 1 al 22 de junio de 2024
- **Fecha de aplicación: 8 de junio de 2024**
- Nombre del profesor: Carlos Alberto Ramírez Organista
- Correo electrónico del profesor: carlosramirez.organista@politicas.unam.mx
- Clave de la materia: 2614/1621
- Nombre de la materia: Planeación y gestión de empresas editoriales
- Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- Semestre al que pertenece: 6º
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Obligatoria
- Número de créditos: 8

### Características del examen

#### Temario

- Unidad 1. El panorama del mercado editorial en México y los principales países del mundo
  - De la imprenta de Gutenberg a la computadora. Repaso histórico
  - Perspectivas de los principales mercados editoriales en el mundo
  - Las actividades de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), la Unión de Voceadores de México y otras organizaciones similares
- Unidad 2. La planeación y gestión de empresas editoriales
  - Planeación estratégica y administración editorial
  - Herramientas y técnicas para las empresas editoriales
  - Principios y criterios editoriales
- Unidad 3. La producción editorial de publicaciones impresas
  - Proceso editorial tradicional. De la idea a la imprenta
  - Recursos materiales, tiempo y condiciones de producción impresa
  - Relación autor-editor; obras editoriales y derechos de autor
- Unidad 4. Las estrategias editoriales para realizar publicaciones digitales
  - Proyectos y editores digitales
  - Recursos materiales, tiempo y condiciones de producción digital
  - Comercio electrónico de publicaciones
- Unidad 5. La comunicación institucional aplicada a la promoción y difusión de publicaciones
  - Atención a medios de comunicación para entrevistas con autores
  - Relaciones públicas para la presentación de publicaciones
  - Realización de ferias de libros



▪ Organización de conferencias de prensa para difusión de obras editoriales

• Contenidos a evaluar

1. Conocimiento y uso adecuado de los conceptos del temario.
2. Expresión clara y concisa de ideas al redactar.
3. Utilización adecuada de los principios gramaticales y ortográficos: acentuación, puntuación, formas y tiempos verbales, concordancia de género y número.
4. Uso correcto de citas y fuentes.
5. Seguimiento puntual a las indicaciones del examen.

• Bibliografía básica

Tema 1

Arméndariz, María Luisa, et al (2004). Historia del libro. México, Universidad de Guadalajara.

Briggs, Assa y Burke, Peter (2008). De Gutenberg a Internet. México, Taurus.

Careaga Covarrubias, Virginia (2004). "Las editoriales universitarias en México" en Informe sobre Educación Superior en América Latina y el Caribe 2000-2005.

Villa Lever, Lorenza y Pavón Tadeo, Maira Fernanda (2009). Cincuenta años de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos: cambios y permanencias en la educación mexicana. México, Conaliteg-SEP.

Tema 2

Pimentel, Manuel (2007). Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial. España, Berenice Manuales.

Sagastizábal, Leandro de y Esteves Fros, Fernando (2002). El mundo de la edición de libros. Argentina, Paidós.

Smith Datus, C. (1991): "1. Estrategias y objetivos generales" y "2. Socios en el mundo de los libros" en Guía para la publicación de libros. México, UdeG/ASEDIES.

Smith Datus, C. (1991). "Aspectos financieros" en Guía para la publicación de libros. México, UdeG/ASEDIES. Págs. 35-53

Zavala Ruiz, Roberto (1997). El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas. México, UNAM, Colección Biblioteca del Editor.

Tema 3

Buen, Jorge de (2005). Manual de Diseño Editorial. México, Santillana.

Kloss Fernández del Castillo, Gerardo (2002). Entre el diseño y la edición. Tradición cultural e innovación tecnológica en el diseño editorial. México, UAM Xochimilco, Colección Libros de Texto.

Tema 4

Cassany, Daniel (2000). "De lo analógico a lo digital. El futuro de la enseñanza de la composición" en Revista Latinoamericana de Lectura, año 21, junio, núm. 2. Págs. 2-11.



Meneses, María Elena (2011). Periodismo convergente. Tecnología, medios y periodistas en el siglo XXI. México, Porrúa.

Uribe, Richard y Max Steenkist, Robert (2008). “El Futuro del sector editorial en América Latina”, portal de la Feria Internacional del Libro de Guadalajara, 8 p.

#### Tema 5

Costa, Joan (2004). DirCom on-line. El Master de Dirección de Comunicación a distancia. Bolivia-Grupo Editorial Design-UAM Azcapotzalco.

García Orosa, Berta (2009). Gabinetes de comunicación on line. Claves para generar información corporativa. España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Hernández Lomelí, Francisco (1995). Las oficinas de comunicación social en México. Universidad de Guadalajara.

Iglesias, Francisco (2001). Marketing periodístico. Barcelona, Ariel Comunicación.

Pavón Tadeo, Maira Fernanda (2013). La comunicación institucional universitaria. Una visión desde sus oficinas de comunicación social. Tesis para obtener la Maestría en Comunicación. FCPyS, UNAM.

- Recurso de evaluación

#### **Actividad:**

#### **Elaborar una propuesta de empresa editorial en el contexto actual local y global.**

- Instrucciones:

El alumno realizará una propuesta escrita en la que planee y justifique la creación de una empresa editorial que se inserte en el contexto actual en que se encuentra esta industria tanto en México como en el mundo.

Para ello, revisará primero todos los contenidos del temario, a través de los conceptos y autores recomendados. Así mismo, investigará y aportará cifras y datos sobre la situación actual de la industria, con la intención de justificar y contextualizar su plan.

La propuesta deberá contar al menos con los siguientes elementos:

1. Breve contexto: panorama actual de la industria editorial en México y el mundo, con cifras, datos y citas de autores revisados.
2. Enunciación y justificación de la propuesta: ¿qué tipo de editorial sería, según los autores revisados?; ¿qué tipo de publicaciones y catálogo?; ¿serían publicaciones impresas, digitales o ambas?, ¿por qué?...
3. Planeación y gestión de la empresa desde el inicio hasta su puesta en marcha: ¿en qué áreas se dividiría el trabajo, según los autores revisados?; ¿cuántas personas se necesitarían y qué labores tendrían a su cargo?; ¿qué se necesitaría para mantenerse en marcha?; ¿qué medidas de difusión se tomarían?...
4. Consideraciones finales de la propuesta.



- Características de presentación del trabajo:
  - Portada con datos básicos del estudiante.
  - Extensión: entre 15 y 20 cuartillas, sin contar portada ni las referencias y fuentes que se colocan al final.
  - Tipo de letra: Arial 11.
  - Espaciado: interlineado de línea única, pero con un espacio entre cada párrafo.
  - Alineación: justificada.
  - Párrafos de entre 5 y 8 líneas de extensión en promedio.
  - Pueden usarse tablas, gráficas e ilustraciones de tamaño pequeño-medio.
  - Citación en formato APA únicamente.
  - Documento en formato PDF únicamente.

**OBSERVACIONES GENERALES:**

- Enviar el documento por correo electrónico únicamente en la fecha especificada. Recordar que, como se advierte en el calendario escolar: “Todo proceso da inicio, en la fecha indicada, a las 9:00 am, y da cierre, en la fecha indicada, a las 7:00 pm Hora en Ciudad de México, CDMX”. Pasado ese plazo NO se tomarán en cuenta los trabajos enviados.
- Al recibir el documento, el profesor dará respuesta de acuse de recibo en un tiempo razonable. Si el alumno no recibe el acuse, deberá enviar nuevamente el documento hasta que se confirme de recibido por parte del profesor (tomar en cuenta los horarios del plazo de entrega y enviar con suficiente anticipación para esperar la respuesta de acuse).
- El plagio no está permitido, pues representa un agravio muy serio. De comprobarse, en automático resultará en una calificación reprobatoria.
- Todos los trabajos serán enviados únicamente en formato PDF, si no se cumple con ello estos no serán revisados ni tomados en cuenta.

Criterios de acreditación

- Rúbrica para evaluación del examen  
Cada criterio tiene un valor máximo de 2.5 puntos, que en suma dan un total de 10.

Criterio	Excelente (2.5)	Bien (2)	Suficiente (1.5)	Insuficiente (0)
Contenido temático	Presenta 5 o más conceptos/temas de la materia, debidamente citados y definidos.	Presenta al menos 4 conceptos/temas de la materia, debidamente citados y definidos.	Presenta al menos 3 conceptos/temas de la materia, debidamente citados y definidos.	No presenta conceptos/temas suficientes.
Propuesta	Presenta y desarrolla adecuadamente	Presenta y desarrolla adecuadamente al menos 3	Presenta y desarrolla adecuadamente al menos 2	No presenta ni desarrolla adecuadamente



	los 4 puntos de la propuesta.	puntos de la propuesta.	puntos de la propuesta.	los puntos de la propuesta.
Redacción y claridad	Cumple con los principios ortográficos y gramaticales y no tiene errores ortotipográficos. Además, la escritura es clara y puntual, tiene un adecuado uso de división de ideas en párrafos y estos están debidamente conectados e hilados entre sí de manera coherente.	No cumple con los principios ortográficos y gramaticales y/o tiene hasta 5 errores ortotipográficos. Además, la escritura no es clara ni puntual, o no tiene un adecuado uso de división de ideas en párrafos y estos no están debidamente conectados e hilados entre sí de manera coherente.	No cumple con los principios ortográficos y gramaticales y/o tiene hasta 10 errores ortotipográficos. Además, la escritura no es clara ni puntual y no tiene un adecuado uso de división de ideas en párrafos y estos no están debidamente conectados e hilados entre sí de manera coherente.	No cumple con los principios ortográficos y gramaticales y/o tiene más de 10 errores ortotipográficos. Además, el texto es incomprensible.
Presentación del trabajo	Se cumple al pie de la letra con todas las características de presentación del trabajo.	Hay de una a dos omisiones en las características de presentación del trabajo.	Hay de 3 a 5 omisiones en las características de presentación del trabajo.	Hay más de 5 omisiones en las características de presentación del trabajo.