



Universidad Autónoma del Estado de Morelos
Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades

Maestría en Producción Editorial

Título que otorga: Maestro o Maestra en Producción Editorial

Orientación: profesional

Modalidad educativa: escolarizada

Duración: dos años

Consejo Interno de Posgrado: 01 de junio de 2023

Consejo Técnico: 02 de junio de 2023

Comisiones Académicas de Consejo Universitario: junio de 2023

Consejo Universitario: 30 de junio de 2023

Cuernavaca, Morelos, 30 de junio de 2023

www.gonitro.com



Directorio institucional

Dr. Gustavo Urquiza Beltrán
Rector

Mtra. Fabiola Álvarez Velasco
Secretaria General

Dr. José Mario Ordóñez Palacios
Secretario Académico

Dra. Patricia Mussali Galante
Directora de Investigación y Posgrado

Dra. Beatriz Alcubierre Moya
Directora del Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades

Psic. Akaschenka Parada Morán
Secretaria Ejecutiva

Mtro. Roberto Monroy Álvarez
Secretario de Investigación y Posgrado del CIIHu

Dra. Lucille Herrasti y Cordero
Coordinadora Académica de la Maestría en Producción Editorial

Fechas de los órganos colegiados y comisiones de Diseño y reestructuración

Diseño del plan de estudios 2010

Consejo Interno de Posgrado: 3 de marzo de 2010

Consejo Técnico: 10 de marzo de 2010

Comisión Académica de Consejo Universitario: 17 de junio de 2010

Consejo Universitario: 30 de junio de 2010

Comisión de diseño curricular

Dra. Lydia Elizalde y Valdés

Dra. Irene Fenoglio Limón

Dra. Lucille Herrasti y Cordero

Dra. Laura Íñigo Dehud

Reestructuración curricular 2013

Consejo Interno de Posgrado: 5 de febrero de 2013

Consejo Técnico: 5 de febrero de 2013

Comisión Académica de Consejo Universitario: 6 de febrero de 2013

Consejo Universitario: 20 de febrero de 2013

Comisión de reestructuración curricular

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil

Dra. Lydia Elizalde y Valdés

Dra. Irene Fenoglio Limón

Dra. Laura Íñigo Dehud

Dr. Agustín Rivero Franyutti

Reestructuración curricular 2019

Consejo Interno de Posgrado: 22 de febrero de 2019

Consejo Técnico: 22 de febrero de 2019

Comisión Académica de Consejo Universitario: 12 de marzo de 2019

Consejo Universitario: 29 de julio de 2019

Comisión de reestructuración curricular

Dr. Rodrigo Bazán Bonfil

Mtra. Zazilha Lotz Cruz García

Dra. Irene Fenoglio Limón

Dra. Lucille Herrasti y Cordero



Asesoría técnico metodológica
Mtra. Mónica Martínez Peralta
Lic. Estephanie Darinka Robles Aranda
Lic. Brenda Castañeda Bernal

Cuidado de la edición
Lic. Gloria Elizabeth Pérez Trigo
Lic. Josué Iván Picazo Baños

Reestructuración curricular 2023

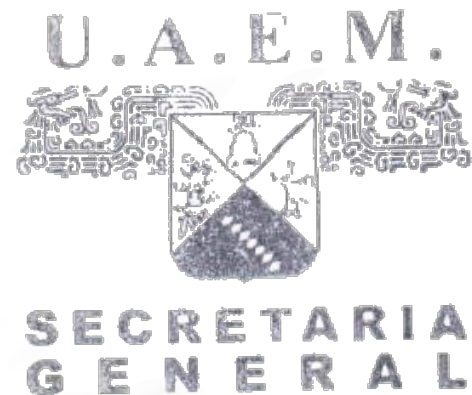
Consejo Técnico: 02 de junio de 2023
Consejo Interno de Posgrado: 01 de junio de 2023
Comisión Académica de Consejo Universitario: junio de 2023
Consejo Universitario: 30 de junio de 2023

Comisión de reestructuración curricular
Dra. Lucille Herrasti y Cordero
Mtra. Zazilha Lotz Cruz García
Dra. Irene Fenoglio Limón
Dra. Lorena Sánchez Adaya

Asesoría técnica metodológica
Mtra. Mónica Martínez Peralta
Mtra. Silvia Briseño Agüero
Lic. Ana Velia Martínez García

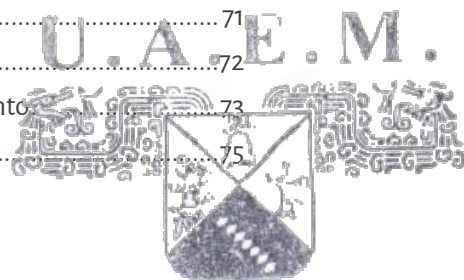
Cuidado de la edición
Lic. Raquel Ameyari Reyes Rodríguez
Lic. Bruno Hernández Levi

Este documento se formó con la «super familia» tipográfica Alegreya, de Huerta Tipográfica, diseñada por Juan Pablo del Peral.



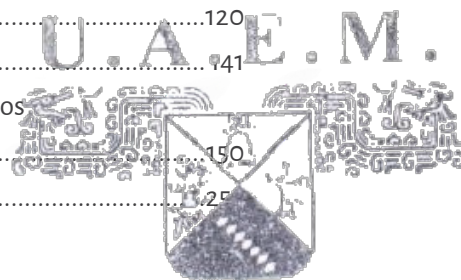
CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN	8
2. JUSTIFICACIÓN	12
3. FUNDAMENTACIÓN.....	15
3.1. Fundamentos de política educativa.....	15
3.2. Fundamentos del contexto socioeconómico y cultural	24
3.3. Avances y tendencias en el desarrollo de la interdisciplina.....	27
3.4. Mercado de trabajo	29
3.5. Datos de oferta y demanda educativa	30
3.6. Análisis comparativo con otros programas educativos	38
3.7. Evaluación del programa educativo por reestructurar	42
4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS	57
5. OBJETIVOS CURRICULARES.....	59
5.1. Objetivo general	59
5.2. Metas del plan de estudios.....	60
6. PERFIL ESTUDIANTIL.....	61
6.1. Perfil de ingreso	61
6.2. Perfil de egreso	62
7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	66
7.1. Flexibilidad curricular.....	67
7.2. Ciclos de formación	70
7.3. Ejes generales de la formación	71
7.4. Tutorías.....	72
7.5. Líneas de generación y aplicación del conocimiento.....	73
7.6. Vinculación	75



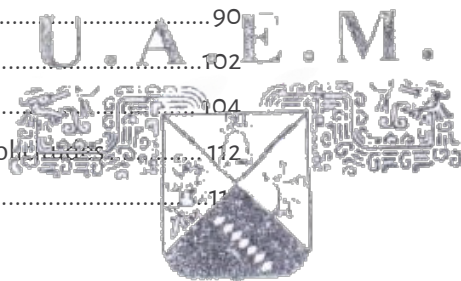
8. MAPA CURRICULAR.....	79
8.1. Ejemplo de trayectoria académica	81
9. MEDIACIÓN FORMATIVA.....	83
10. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....	87
11. UNIDADES DE APRENDIZAJE	89
12. REQUISITOS DE INGRESO, PERMANENCIA Y EGRESO	91
12.1. Requisitos de ingreso	91
12.2. Requisitos de permanencia	96
12.3. Requisitos de egreso	97
13. TRANSICIÓN CURRICULAR.....	101
14. CONDICIONES PARA GESTIÓN Y OPERACIÓN.....	103
14.1. Recursos humanos.....	103
14.2. Recursos financieros	105
14.3. Infraestructura	107
14.4. Recursos materiales.....	110
14.5. Estrategias de desarrollo	111
15. SISTEMA DE EVALUACIÓN CURRICULAR	115
REFERENCIAS Y FUENTES DE CONSULTA.....	117

ANEXO 1: Programas de capacitación editorial y profesionalización en Iberoamérica	120
ANEXO 2: Criterios de evaluación semestral	141
ANEXO 3: Unidades de aprendizaje de algunos de los cursos ofrecidos en la MPE	150
ANEXO 4: Siglas	125



ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Marco internacional	19
CUADRO 2. Marco nacional	20
CUADRO 3. Marco estatal	21
CUADRO 4. Marco institucional	22
CUADRO 5. Matrícula escolar de Morelos según nivel educativo, ciclos escolares 2020-2021 a 2021-2022. Alumnado que puede ingresar a posgrado desde el 2022 hasta el 2038.....	26
CUADRO 6. Capacidad educativa en el estado de Morelos	27
CUADRO 7. Oferta de los posgrados en los municipios más importantes de Morelos	31
CUADRO 8. Indicadores seleccionados de la educación superior en 2020	35
CUADRO 9. Matrícula escolar en Morelos según nivel educativo, ciclos escolares 2020-2021 y 2021-2022.....	36
CUADRO 10. Indicadores de educación para la población mayor de 15 años	36
CUADRO 11. Oferta educativa de nivel superior del ciclo escolar 2020-2021 (aceptados)	37
CUADRO 12. Demanda de la MPE.....	37
CUADRO 13. Comparación con programas educativos de posgrado sobre edición.....	39
CUADRO 14. Índices de reprobación	45
CUADRO 15. Evaluación plenaria por pares Conacyt 2020.....	49
CUADRO 16. Resultados de encuestas 2013 y 2016.....	51
CUADRO 17. Resultados de encuesta 2023.....	53
CUADRO 18. Ciclos de la formación de la MPE.....	71
CUADRO 19. Mapa curricular de la MPE.....	80
CUADRO 20. Ejemplo de trayectoria académica	82
CUADRO 21. Unidades de aprendizaje que se ofrecen en la MPE por curso tipo.....	90
CUADRO 22. Transición del plan de 2019 al plan de 2023	102
CUADRO 23. Docentes que constituyen el NA de la MPE	104
CUADRO 24. Variación en la matrícula y en el número de solicitudes.....	112
CUADRO 25. Índices de egreso y titulación	117



1. PRESENTACIÓN

La Maestría en Producción Editorial (MPE), de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM), tiene orientación profesional y su Línea de Aplicación del Conocimiento (LAC) es la producción editorial en medios impresos y digitales, por lo que comprende estudios generales y específicos en edición, gestión y diseño editorial. El personal docente que constituye el Núcleo Académico (NA) cuenta con la formación idónea para apoyar la LAC del programa.

La Maestría inició sus actividades en agosto de 2010 y un año más tarde se incorporó al Sistema Nacional de Posgrados (SNP) (antes Programa Nacional de Posgrados de Calidad [PNPC]) del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (Conahcyt) (antes Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología [Conacyt]). El pasado julio egresó la undécima generación, en agosto ingresó la decimotercera y, a la fecha (marzo de 2023), el programa tiene un índice de egreso de 96.69%, de titulación de 90.91% y 77.69% de eficiencia terminal.

El número de solicitudes incrementó entre la primera y la cuarta convocatoria, de 16 a 64 respectivamente; luego, de la quinta a la novena convocatoria, se estabilizó en torno a 45 solicitudes anuales. En la décima convocatoria disminuyó la demanda, pues se recibieron solo 20 solicitudes; posterior a ello, en las siguientes tres convocatorias el número de solicitudes ha sido variable, con 41, 32 y 26 solicitudes.

En cuanto al impacto y difusión del posgrado, han aumentado: mientras que en la primera convocatoria se recibieron solicitudes de aspirantes de Morelos, Ciudad de México y Guerrero, a partir de la segunda se han recibido de diversos estados del país y del extranjero, de modo que el plan de estudios ha inscrito a personas egresadas de instituciones de los estados de Baja California, Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Puebla, San Luis

Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán; así como de Colombia, Cuba, Ecuador, Puerto Rico y Venezuela, entre otros.

La MPE contribuye a formar profesionales en comunicación editorial para el país y otras partes del continente y es –junto con el programa de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Unidad Xochimilco, que inició actividades en 2009– una de las dos maestrías nacionales que atienden esta demanda de profesionalización, cuyo origen puede identificarse en dos fenómenos: la formalización del diseño gráfico y las licenciaturas de comunicación en México a partir de 1970, y el desarrollo de la edición y la comunicación digitales que, asimismo, requiere profesionales especializados y con una formación académica directamente ligada a esta área del conocimiento.

La finalidad de la MPE es, pues, la formación integral de editoras y editores que de esta manera se profesionalizan y actualizan una serie de conocimientos y competencias que hace pocos años solo podían adquirirse en la práctica, como un oficio. El enfoque del plan de estudios de la MPE (al igual que la práctica cotidiana de la producción editorial) es interdisciplinario, ya que comprende la integración de distintas áreas del conocimiento. Para lograr este acercamiento especializado y profesional en las y los estudiantes, se les ofrecen varios cursos, cursos-taller y seminarios teórico-prácticos que abren la posibilidad de adquirir conocimientos teóricos y metodológicos que ponen en práctica al desarrollar, durante los cuatro semestres, el producto editorial que plantean como proyecto de tesis.

El plan de estudios cubre todas las particularidades de la producción editorial y busca que las y los estudiantes conozcan todos los procesos que implica, de tal manera que podrán aplicar esta formación a cualquier trabajo en el área: planeación y gestión de productos editoriales, cuidado de la edición, redacción profesional, corrección y análisis de textos, diseño editorial (selección tipográfica, diagramación, maquetación, ilustración, fotografía, edición de imágenes, producción y pre prensa), así como difusión, administración, comercialización y derechos de autor.

El currículo del plan de estudios es flexible; está basado en un modelo por competencias profesionales y apoyado en un sistema de tutorías. La flexibilidad curricular supone que el alumnado curse un número limitado de asignaturas básicas, a las que se añaden –durante el segundo año– las que lo acerquen al enfoque de su proyecto de tesis y a sus intereses profesionales.



profundizar sus conocimientos, desarrollar competencias y satisfacer las necesidades de comunicación editorial (en medios impresos y digitales) a las que se enfrentará cuando egrese. Asimismo, el mapa curricular tiene un total de 93 créditos, organizados a partir de tres ejes formativos, e incluye la realización de 192 horas de prácticas profesionales en instituciones y empresas con las que el posgrado ha establecido vinculación para ese fin. Cumplir con las prácticas profesionales, completar el 100% de los créditos, terminar una tesis –que consiste en el desarrollo de un producto editorial y su fundamentación escrita– y defenderla en un examen de grado son los requisitos académicos de egreso.

Dentro de este plan de estudios se encontrará lo siguiente:

En la justificación, además de algunas generalidades del programa, se presentan los principales cambios realizados al plan de estudios desde los inicios de la maestría. Asimismo, se argumenta la importancia y necesidad de este posgrado en la formación académica de profesionales de la edición.

En el siguiente apartado, se presentan los fundamentos de política educativa del programa, desde aspectos de políticas internacionales, nacionales, estatales e institucionales, y en relación con la calidad, la equidad y la vinculación. También se plantean los fundamentos del contexto socioeconómico y cultural, con base en estadísticas nacionales y estatales. Tras ello, se presentan los avances y tendencias en el desarrollo de las disciplinas que participan en la configuración de la profesión, su mercado de trabajo, datos de oferta y demanda educativa, un análisis comparativo con otros programas educativos –nacionales e internacionales– y, finalmente, la evaluación interna y externa del programa educativo.

Posteriormente, se enlistan, puntualmente, las principales características de esta maestría de orientación profesional. A ello le siguen los objetivos curriculares del programa, tanto el general como los particulares, y las metas del plan de estudios.

Más adelante, se presenta el perfil de ingreso, en cuanto a conocimientos, habilidades, aptitudes o destrezas, actitudes y valores; y el de egreso, de acuerdo con competencias básicas, genéricas y laborales.

En el apartado siguiente, se presenta la estructura organizativa del plan de estudios; su flexibilidad curricular, interna y externa, sus ejes formativos, así como el tipo de cursos que los componen. Asimismo, se explica

el sistema de tutorías, la línea de aplicación de conocimiento y aspectos de vinculación del programa.

En la sección sobre el mapa curricular, se desglosa y especifica la composición de este, con sus respectivos ejes, cursos, horas teóricas y prácticas, y créditos. En esta se presenta, además, un ejemplo de trayectoria formativa.

En el apartado de «Mediación formativa» se explica el papel de cada uno de los actores que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje, como es el alumnado y el personal docente y directivo.

A esto le sigue un apartado donde se presentan generalidades y particularidades de la evaluación del aprendizaje y competencias adquiridas durante los estudios del posgrado. Luego se plantean las características y contenidos temáticos de las unidades de aprendizaje.

Después, se presentan los requisitos de ingreso –académicos, legales y de selección–, seguidos de una descripción puntual del proceso de selección de estudiantes. Asimismo, se describen los requisitos académicos y administrativos de permanencia y egreso.

En «Transición curricular» se establecen las características y criterios que se deben considerar, en cuanto a lo académico y lo administrativo, tras las diferentes reestructuraciones realizadas a este plan de estudios en 2013, 2019 y la actual, 2023.

En seguida, se presentan las condiciones para la gestión y operación del programa, en tanto a sus recursos humanos, como materiales, financieros y de infraestructura. Además, se presentan algunas estrategias de desarrollo.

Finalmente, en la sección de «Sistema de evaluación curricular», se concluye con un listado de características y estrategias del presente plan de estudios.

Cabe indicar que se incluyen cuatro anexos, en los cuales se presentan cuadros con información general sobre otras maestrías en edición en Iberoamérica (*Anexo 1*), los criterios de evaluación semestral (*Anexo 2*), algunas unidades de aprendizaje que se han impartido los últimos años (*Anexo 3*) y un listado de siglas que sirve de referencia durante la lectura del documento (*Anexo 4*).

2. JUSTIFICACIÓN

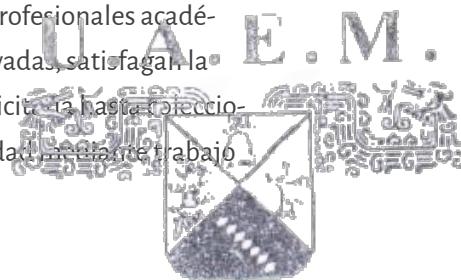
El plan de estudios de la MPE fue aprobado en Consejo Universitario en junio de 2010, entró en operaciones en agosto del mismo año, y en 2011 fue registrado en el PNPC (ahora SNP). Dos años después (2013), el plan fue reestructurado para plantear, entre otras cosas, una sola LAC que fortaleció el enfoque interdisciplinar del posgrado y para hacer explícitas las competencias profesionales de la Maestría.

En 2016 el Núcleo Académico (NA) decidió, con base en los resultados que hasta ese momento alcanzaban la Maestría, sus estudiantes, profesorado y personas egresadas, que no era necesario hacer nuevas modificaciones y así se informó en la evaluación del SNP de ese año.

En 2018 se decidió, a la luz de las observaciones del comité evaluador del SNP en 2016 y de los resultados que se habían obtenido a la fecha, que era necesario modificar algunos aspectos, como el reforzamiento del proceso de selección y el aumento de un curso y un curso-taller de especialización al mapa curricular, por lo que el plan de estudios se reestructuró en 2019. Finalmente, a inicios del 2023, se realizó la última reestructuración, cuya descripción se detalla en el apartado 3.7 («Evaluación del programa educativo por reestructurar»).

A la fecha han egresado once generaciones (117 personas egresadas de 121 inscritas: 96.69%), dos están activas (21 estudiantes) y otra más, la decimocuarta, está en proceso de selección e iniciará cursos en agosto de 2023.

Así, dado que muchas personas que se dedican a edición se han formado en la práctica –trabajando en talleres de impresión y usando, directamente, programas computacionales de edición–, nuestro programa educativo subsana la carencia regional, nacional y continental de personas profesionales académicamente formadas que, en instituciones públicas y privadas, satisfagan la demanda de productos editoriales –desde folletería publicitaria hasta colecciones de libros en medios impresos y digitales– de alta calidad y de trabajo especializado.



Ello supone para nuestras egresadas y nuestros egresados una mejor perspectiva de inserción en el campo profesional, pues se les forma para facilitar la transmisión de información en un contexto complejo, altamente influenciado por la cultura visual y la globalización, mediante la gestión, producción, organización y difusión de los más diversos productos editoriales digitales e impresos.

Este posgrado amplía el potencial educativo de la universidad pública y permite que quienes egresan de esta universidad y otras, nacionales y extranjeras, cursen una maestría. Su carácter de posgrado profesional resulta eficiente, entonces, porque vincula demandas específicas del mercado laboral y fortalece a la industria del ramo, debido a que inserta en ella personas editoras académicamente formadas.

Gracias a las encuestas periódicas que se aplican a la comunidad estudiantil egresada, y a una comunicación activa con esta, se sabe que tras sus estudios en la MPE han realizado trabajo editorial en instituciones públicas (UAEM, Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM], Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias [CRIM] de la UNAM, Universidad Veracruzana [UV], Instituto Nacional de Salud Pública [INSP], Instituto de Investigaciones Eléctricas [IIE], Instituto Mexicano de Tecnología del Agua [IMTA], Sistema de Transporte Colectivo Metro, Instituto Electoral del Estado de México [IEEM], Instituto de la Mujer del Estado de Morelos, Secretaría de Ecología y Gestión Ambiental), privadas (Universidad Fray Luca Paccioli, Ceneval, Kreditrust, Hachette Livre, Agencia DDL, Grupo GRG) y propias (Astrolabio Editorial, Son de Papel Editorial, Piedra Bezoar, Giraluna Ediciones). Asimismo, se sabe que han trabajado en la docencia, por ejemplo, en el Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales (IIHCS) y las facultades de Artes y Diseño de la UAEM; las Universidades La Salle, Autónoma del Estado de México, de San Luis Potosí, de Guadalajara y de Aguascalientes; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey e Instituto Cultural Anglo Americano. Asimismo, diversas personas egresadas prestan servicios editoriales de manera independiente.

Por otra parte, ya son varias las personas egresadas que continúan desarrollando las gestiones necesarias y publicaron el producto editorial que desarrollaron durante la maestría. Algunos ejemplos son: Yunuen Gómez (editora *La vida entera de Virgilio Piñera* (edición comentada), México, Lectorum, 2011).



ISBN 978-607-457-261-2; Gabriela Esparza Robles, *Más madre que mujer*, Editorial Cigarra, Cuernavaca, 2012, ISBN 978-607-00-7863-7; *Decimonónicas. Catálogo de autoras mexicanas del siglo XIX*, de Haydeé Salmones, visible en internet (www.decimononicas.com), 2016; Marina Ruiz (compiladora), *Poéticas de la Barranca: literatura e imagen comunitaria*, Astrolabio Editorial, Cuernavaca, 2017, ISBN 978-607-79642-9-2; Lucero Sandoval, *La entrega*, 2018, ISBN 978-607-29-0999-1; Maricarmen García (editora), *K'epakua. Domingo de Ramos en Uruapan*, Secretaría de Cultura Federal y de Michoacán, 2019, ISBN 978-607-9461-46-1; Andrea Montiel, *Retornados*, Fondo Editorial del Estado de Morelos, 2020, ISBN 978-607-8658-34-3; Mariana Avilés, *Nokone*, Secretaría de Cultura, Morelos, 2020, ISBN 978-607-631-087-8; Paula Osorio Lema, *En todas partes pelos*, Arbitraria Editorial, Antioquía, Colombia, 2021, ISBN 978-958-49-3002-6; Dalia García, *Jorge Martínez Zapata: un músico integral*, Son de Papel Editorial, San Luis Potosí, 2021, ISBN 978-607-99679-0-1; José Luis Muñoz (compilador), *Kánel Bail: poesía LGBT+*. Tsotsil/español, Sna Jk'optik Ediciones, Chiapas, 2021 (publicado en tiraje artesanal bajo derechos reservados); Erik Ortiz (compilador), *En esta esquina. Lucha libre y arte*, 2022 (corto tiraje sin ISBN); David Domínguez Espinal, *LitoGrimorio: manual para el taller de litografía*, Secretaría de Cultura, 2022 (sin ISBN por ser un manual). Este último recibió el apoyo del Sistema de Apoyos a la Creación y Proyectos Culturales (SACPC), a través de Fomento a Proyectos y Coinversiones Culturales 2021.

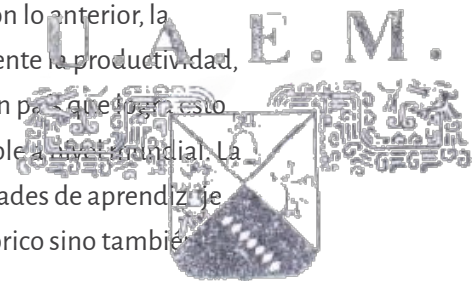
3. FUNDAMENTACIÓN

La MPE propone estudios integrales para una práctica profesional de la comunicación editorial impresa y digital. Estos estudios responden a la necesidad de profesionalización desde estructuras universitarias para optimizar resultados en la administración de los recursos y de los proyectos editoriales, en la planeación estratégica de la comunicación educativa y social, y en la distribución, promoción y comercialización de los productos editoriales obtenidos. En este apartado se presentan los fundamentos de política educativa y del contexto socioeconómico y cultural; avances y tendencias en el desarrollo de disciplinas que participan en la configuración de la profesión; mercado de trabajo; datos de oferta y demanda educativa; análisis comparativo con otros programas educativos y, finalmente, la evaluación del programa educativo a reestructurar.

3.1. FUNDAMENTOS DE POLÍTICA EDUCATIVA

La política educativa que atiende la MPE retoma aspectos fundamentales de las políticas internacionales, nacionales, estatales e institucionales.

La política internacional, específicamente la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), presenta como uno de sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) dentro de la agenda 2030 de las Naciones Unidas el referente a la educación de calidad. Establece que se debe «garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos» (*La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible 27-30*). Junto con lo anterior, la Unesco sostiene la necesidad de una educación que fomente la productividad, el aprendizaje y la solución de problemas, y señala que un país que logra esto estará construyendo un motor para el desarrollo sostenible a nivel mundial. La MPE contribuye con este objetivo al promover oportunidades de aprendizaje que resultan no solo en un aprendizaje orientado a lo teórico sino también



práctico: cada estudiante plantea y desarrolla un producto editorial a lo largo de su trayectoria académica, lo que fomenta la puesta en práctica de los principios teóricos adquiridos a lo largo de la maestría. Asimismo, la MPE garantiza una «educación inclusiva, equitativa y de calidad» al proporcionar igualdad de oportunidades entre sus estudiantes y al poner frente al grupo a un núcleo de profesores y profesoras con trayectorias relevantes en el proceso editorial.

El *Plan Estatal de Desarrollo (PED) (2019-2024)* señala como uno de sus objetivos estratégicos «eliminar la disparidad de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional» (563), lo que se garantiza en la MPE al dar acceso a candidatos y candidatas provenientes de diversas regiones del estado y del país, e incluso de otros países, y propiciar la adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias en un ambiente de respeto, aprendizaje y profesionalidad. La MPE está orientada por un conjunto de propósitos, en consonancia con los principales objetivos y metas de los actuales planes y programas de desarrollo como el *Plan Nacional de Desarrollo* y el *Programa Sectorial de Educación (2020-2024)*, ambos), así como los planes *Estatal de Desarrollo (2019-2024)* e *Institucional de Desarrollo (PIDE) 2018-2023* y el *Modelo Universitario* vigente en la UAEM, a saber:

En relación con la **calidad**:

1. Asegurar la calidad educativa mediante la oferta de la Maestría en Producción Editorial con orientación profesionalizante, que conjunta un plan de estudios innovador, congruente y pertinente con una planta académica altamente calificada (70% doctores, 100% experiencia en el ramo editorial), con condiciones favorables de infraestructura para el desarrollo de las actividades académicas. Además, este programa permite a sus estudiantes desarrollar competencias genéricas, específicas, transferibles para el trabajo y valores transversales que, desde los primeros semestres, propician su desarrollo profesional y, en consecuencia, una mejor forma de vida: más empática, con mayor participación ciudadana y siempre en un marco de respeto e inclusión.
2. Fortalecer la calidad y la pertinencia de la educación de posgrado en el estado de Morelos y la región con un programa que forma personas profesionales críticas y socialmente responsables, capaces de desarrollar

en un mundo inmediato y sin fronteras, que actúan de manera ética y cooperativa para contribuir a la resolución de problemas y satisfacer las necesidades de comunicación impresa y digital de distintos grupos y entidades sociales, culturales, políticos e institucionales, tanto del estado como de ámbitos globalizados.

3. Promover procesos de evaluación del programa, así como de las investigadoras y los investigadores que forman el NA y del personal docente asociado.
4. Potenciar el aprovechamiento pleno de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el mundo editorial como herramientas básicas que permiten tanto socializar y promover conocimientos, como reflexionar sobre las formas en que modifican las estrategias de resolución y mejora de las situaciones culturales a nivel nacional e internacional: estas son algunas de las competencias que se desarrollan o adquieren a lo largo de la formación de esta maestría.
5. Promover la eficiencia terminal y buscar los espacios que permitan la transición de las personas egresadas a programas de doctorado en áreas afines de investigación, asimismo para la inserción laboral, en espacios públicos y privados.
6. Fomentar la inclusión de las personas egresadas en el campo profesional editorial. Por mencionar algunos ejemplos, nuestras egresadas y egresados están laborando en editoriales de instituciones públicas y privadas, revistas, periódicos, entre otros.

En relación con la **equidad**:

1. Ampliar la oferta y cobertura educativas en Morelos y su zona de influencia, abriendo oportunidades para personas con desventajas de toda índole. De manera anual, este programa educativo difunde una convocatoria a nivel local, estatal e internacional para ofertar este posgrado, lo que abre un espacio para el estudio de la producción editorial dentro de nuestro país.
2. Crear nueva oferta educativa en el estado de Morelos y en la región, y aprovechar al máximo la capacidad del IIHCS. Al tratarse de una maestría profesionalizante, la MPE garantiza que sus personas egresadas serán capaces de aplicar sus conocimientos en beneficio de la sociedad.



3. Fomentar tanto el desarrollo de proyectos editoriales que aborden directamente temas de equidad e inclusión, como el tratamiento adecuado de los discursos que cada estudiante genera en clase para sus proyectos de grado.
4. Como una medida puntual que hace visible la equidad de género, a partir de 2019, el programa otorga el grado de maestra o maestro, según sea el caso.

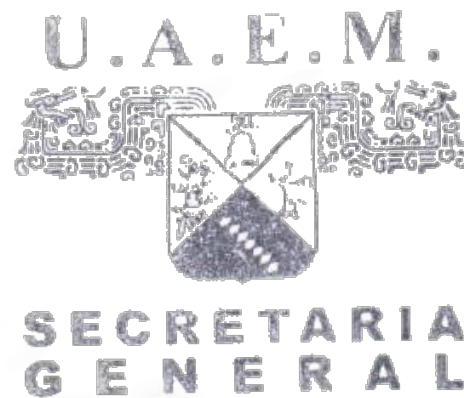
En relación con la vinculación:

1. Desarrollar el conocimiento crítico de manifestaciones artísticas, culturales y sociales en el marco de la globalización, con el fin de que nuestras y nuestros estudiantes diferencien los procesos que conducen a una circulación más justa de los bienes culturales, incluidos los productos editoriales impresos y digitales, tanto en México como en el resto del mundo.
2. Promover una educación de calidad en virtud del carácter interdisciplinar del programa, impulsando la colaboración con cuerpos académicos consolidados.
3. Fomentar el intercambio de las y los estudiantes, profesoras y profesores, así como la cooperación con otros países.
4. Promover que las y los estudiantes, profesoras y profesores se vinculen con el ámbito profesional editorial, por medio de prácticas profesionales.

En los siguientes cuadros se comparan los ODS de la Unesco (marco internacional), el *Plan Nacional de Desarrollo* (2019-2024), el *Programa Sectorial de Educación* (marco nacional), el *Plan Estatal de Desarrollo* (marco estatal) y el PIDE (2018-2023) de la UAEM con los objetivos de la MPE.

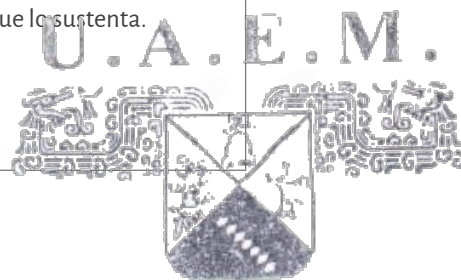
Cuadro 1. Marco internacional

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura	Maestría en Producción Editorial
<ul style="list-style-type: none"> » Educación inclusiva, equitativa y de calidad. » Educación justa y viable. » Educación que promueva oportunidades de aprendizaje y solución de problemas. » Educación que permita enfrentar los retos mundiales actuales. 	<ul style="list-style-type: none"> » Fortalecer la cobertura educativa abriendo oportunidades a personas provenientes de diversas regiones de nuestro estado, país e, inclusive, de diversas regiones del mundo. » Potenciar el aprovechamiento pleno de los conocimientos adquiridos en los cursos para que el alumnado pueda aplicarlos en la elaboración de productos editoriales con impacto en sus comunidades. » Proporcionar al alumnado las herramientas necesarias y suficientes para desarrollar productos editoriales pertinentes dentro de las diversas áreas de conocimiento.



Cuadro 2. Marco nacional

Plan Nacional de Desarrollo		Programa Sectorial de Educación	Maestría en Producción Editorial
Meta nacional	Objetivos de la meta nacional	Objetivos	Objetivos
México con educación de calidad	1. Desarrollar el potencial humano de los mexicanos [mexicanas] con educación de calidad.	Objetivo prioritario: Garantizar el derecho de la población en México a una educación de excelencia pertinente y relevante en los diferentes tipos, niveles y modalidades del Sistema Educativo.	Objetivo general: Formar maestros y maestras en producción editorial con enfoque interdisciplinar en las áreas de edición, diseño y gestión, que sean capaces de elaborar estrategias y productos en el ámbito editorial público, privado e independiente.
	2. Garantizar la inclusión y la equidad en el Sistema Educativo.	Objetivo 3: Asegurar mayor cobertura, inclusión y equidad educativa entre todos los grupos de la población para la construcción de una sociedad más justa.	Ofrecer un posgrado de calidad a aspirantes de todas las áreas del conocimiento vinculadas con la producción editorial por sus intereses y desempeño profesionales.
	3. Ampliar el acceso a la cultura como un medio para la formación integral de la ciudadanía.	Objetivo 5: Promover y difundir el arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral.	Promover que las y los estudiantes participen en procesos que produzcan y amplíen la circulación más justa de bienes culturales, incluidos los productos editoriales impresos y digitales con los que trabajan, tanto en México como en el resto del mundo.
	5. Hacer del desarrollo científico y tecnológico y de la innovación pilares para el progreso económico y social sostenible.	Objetivo 6: Impulsar la educación científica y tecnológica como elemento indispensable para la transformación de México en una sociedad del conocimiento.	Integrar herramientas metodológicas y tecnológicas específicas del producto editorial y de la tesis que lo sustenta.



Cuadro 3. Marco estatal

Plan Estatal de Desarrollo	Maestría en Producción Editorial
Propósitos	
<p>Educación superior:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Incrementar la cobertura de la educación superior con sentido social y de progreso. » Eliminar la disparidad de género en la educación. » Fortalecer la educación con el sector productivo. » Promover la oferta del servicio educativo multimodal mediante el uso de las TIC. 	<ul style="list-style-type: none"> » Ampliar la oferta y cobertura educativas en Morelos y su zona de influencia, abriendo oportunidades a personas con desventajas de toda índole. » Potenciar el aprovechamiento pleno de las TIC en el mundo editorial como herramientas básicas que permiten tanto socializar y promover conocimientos, como reflexionar sobre las formas en que modifican las estrategias de resolución y mejora de las situaciones culturales a nivel nacional e internacional. » Asegurar la calidad educativa mediante la oferta de un programa de posgrado profesionalizante que conjunta un plan de estudios innovador y pertinente con una planta académica altamente calificada, en condiciones de infraestructura adecuada para el desarrollo de las actividades académicas. Además, este programa permite a las y los estudiantes desarrollar competencias básicas, genéricas, específicas, transferibles para el trabajo y valores transversales que, desde los primeros semestres, propicien su desarrollo profesional y, en consecuencia, una mejor forma de vida: más empática, con mayor participación ciudadana y siempre en un marco de respeto e inclusión.



Cuadro 4. Marco institucional

Plan Institucional de Desarrollo 2018-2023 (Objetivos estratégicos)	Maestría en Producción Editorial (Objetivos)
<ul style="list-style-type: none"> » Atender las necesidades de las personas estudiantes a partir de educación de calidad dentro de un ambiente de inclusión y atención a la diversidad. » Consolidar la pertinencia de la oferta educativa articulando la docencia con la investigación desde un sentido inter, multi y transdisciplinar. » Asegurar la formación integral de las alumnas y los alumnos incorporando contenidos transversales al currículo. » Incorporar el uso de las tecnologías y la mediación tecnológica en la formación para la práctica profesional. » Implementar programas educativos flexibles que respondan a las exigencias mundiales. » Aplicar las tecnologías del aprendizaje y del conocimiento dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje. » Promover e incentivar la protección de la propiedad intelectual. » Constituir una cultura institucional basada en valores que propicie la inclusión y equidad educativa, que posibilite la recreación de las prácticas, formas y estilos de relación entre los distintos actores de la comunidad universitaria, y coadyuve a la articulación de proyectos articulados con el entorno social. 	<ul style="list-style-type: none"> » Ampliar la oferta y cobertura educativas en Morelos y su zona de influencia, abriendo oportunidades a personas con desventajas de toda índole. » Crear nueva oferta educativa en el estado de Morelos y en la región y aprovechar al máximo la capacidad del IIHCS, así como consolidar e impulsar el trabajo de investigación y de producción editorial de sus docentes. » Asegurar la calidad educativa mediante la oferta de un programa de posgrado profesionalizante que conjunta un plan de estudios innovador y pertinente con una planta académica altamente calificada, en condiciones de infraestructura adecuada para el desarrollo de las actividades académicas. Además, este programa permite a sus estudiantes desarrollar competencias básicas, genéricas, específicas, transferibles para el trabajo y valores transversales que, desde los primeros semestres, propicien su desarrollo profesional y, en consecuencia, una mejor forma de vida: más empática, con mayor participación ciudadana y siempre en un marco de respeto e inclusión. » Fortalecer la calidad y la pertinencia de la educación de posgrado en el estado de Morelos y la región con un programa que forma personas profesionales críticas y socialmente responsables, capaces de desarrollarse en un mundo inmediato y sin fronteras, que actúan siempre de manera ética y cooperativa para contribuir a la resolución de problemas y satisfacer las necesidades de comunicación impresa y digital de distintos grupos y entidades sociales, culturales, políticos e institucionales, tanto del estado de Morelos como de ámbitos globalizados. Asimismo, fomentar el trabajo colaborativo con el ámbito profesional editorial, público y privado.



Plan Institucional de Desarrollo 2018-2023 (Objetivos estratégicos)	Maestría en Producción Editorial (Objetivos)
	<ul style="list-style-type: none"> » Desarrollar el conocimiento crítico de manifestaciones artísticas, culturales y sociales y fomentar el uso de las tecnologías de aprendizaje en el marco de la globalización, con el fin de que las y los estudiantes diferencien los procesos que conducen a una circulación más justa de los bienes culturales, incluidos los productos editoriales impresos y digitales, tanto en México como en el resto del mundo. » Promover una educación de calidad en virtud del carácter interdisciplinar del programa, impulsando la colaboración con cuerpos académicos consolidados, nacionales e internacionales. » Fomentar el intercambio de estudiantes, docentes, así como la cooperación con otros países. » Promover procesos de evaluación del programa, así como de las investigadoras y los investigadores que forman el NA y del personal docente asociado. » Promover el trabajo colaborativo entre estudiantes, docentes y otros actores del proceso editorial, basados en prácticas, formas, estilos y valores impulsados por la Universidad. » Promover el registro de los productos editoriales aportando con ello a la propiedad intelectual.

Como se observa en el cuadro anterior, la MPE fortalece el PIDE (2018-2023) de la UAEM en varios puntos. Se trata también de un posgrado de carácter interdisciplinario que abre espacios para las y los estudiantes que cuestionan y simultáneamente complementan sus formaciones de licenciatura buscando nuevas herramientas para desarrollar proyectos de comunicación editorial, tanto digital como impresa, con impacto en la comunidad en la que se desenvuelven.

Las capacidades que las y los estudiantes desarrollan en los cursos y cursos-taller los preparan para que al egresar se desenvuelva en las tres áreas que el plan de estudios considera: edición, diseño y gestión editorial, abordando temas que conllevan y contribuyen al desarrollo social. También en seguimiento a lo estipulado en el PIDE (2018-2023), la MPE fomenta el intercambio



entre el sector laboral y las y los estudiantes al incorporar las prácticas profesionales como parte de los requisitos de egreso.

La propiedad intelectual, otro de los puntos mencionados en el PIDE (2018-2023), encuentra en este posgrado un pilar importante, ya que las y los estudiantes, al ser generadores de nuevos materiales, tienen la responsabilidad de gestionar y verificar el registro de aquello que sale a la luz pública. Nuestro alumnado cursa materias relacionadas con los derechos de autor y el registro de productos editoriales ante instancias nacionales.

Los objetivos relacionados con la ampliación de la oferta educativa resultan igualmente importantes, ya que en el estado de Morelos (y en el país y el continente) los estudios de posgrado en Producción Editorial son insuficientes. La universidad pública como ente al servicio de la población debe ofrecer, pues, conocimientos actualizados que fortalezcan una participación ciudadana crítica y responsable, en paralelo con la formación de personas con posgrado en edición capaces de intervenir en esta problemática urgente.

Como se plantea en el *Modelo Universitario 2022* nuestro programa busca fomentar el desarrollo social a partir del vínculo entre los conocimientos generados en el posgrado y la sociedad, colocando al conocimiento como promotor del desarrollo humano.

3.2. FUNDAMENTOS DEL CONTEXTO SOCIOECONÓMICO Y CULTURAL

Según el *Panorama sociodemográfico de Morelos 2020* del INEGI, el estado de Morelos tiene una población de 1 971 520 habitantes, lo que representa el 16% de la población nacional. De este porcentaje, el 48.2% son mujeres y el 51.8%, hombres. Cuernavaca es el municipio que concentra mayor población con 378 476 habitantes. Le siguen Jiutepec, con 215 357, y Cuautla, poblada por 187 118 personas.

De acuerdo con la *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo* (2021), dentro de las actividades económicas en el estado, el sector de *servicios profesionales* ocupa el segundo lugar como fuente de empleo, solo superado por *otras actividades no especificadas*. De los morelenses económicamente activos, 318 831 se

desempeñan en el sector terciario (. Las actividades económicas resultantes de los ámbitos editoriales forman parte de este sector.

De esta manera, el IIHCS de la UAEM genera profesionales que pueden insertarse en actividades económicamente redituables para el estado de Morelos, como las que abarca la industria cultural: medios de comunicación masiva, periodismo y edición de libros y revistas. Y, aunque el impacto económico derivado de las nuevas actividades culturales es difícil de cuantificar, es indudable que todas ellas redundarán en beneficios para la región, como generación de empleos, aumento de consumo de bienes culturales y mayor flujo de capital.

Es importante recordar que los posgrados de corte profesional y con orientación hacia la producción editorial son pocos en el país (en el 2023 son solamente dos universidades a nivel nacional las que ofrecen la posibilidad de realizar una maestría en producción editorial: UAM Xochimilco y UAEM), por lo que aquellas personas interesadas en ampliar su conocimiento en estas áreas encuentran en la MPE el espacio idóneo para desarrollarse sin la necesidad de tener que recurrir a posgrados en el extranjero.

Valgan, entonces, para mostrar la importancia de programas como este, los siguientes cuadros:

El primero proyecta las cohortes generacionales que accederán entre 2018 y 2038 (quienes hoy tienen cuatro años de edad) a la educación superior.

El segundo muestra que, para el periodo escolar del 2021-2022, en el estado de Morelos se inscribieron al bachillerato un total de 74 636 alumnas y alumnos, en modalidad presencial y no escolarizada. En nivel superior el número del alumnado es de 73 214, de modo que si la tendencia se mantuviera exacta se tendrían que abrir 1 422 plazas más para recibir a estudiantes en nivel superior en los siguientes años. Cabe mencionar que dentro de este grupo, 5 090 buscarán ingresar a un posgrado. Lo anterior muestra exclusivamente la tendencia estatal, pero hay que considerar que el posgrado recibe un porcentaje importante de alumnas y alumnos provenientes de otros estados de la república mexicana (60-70%).



Cuadro 5. Matrícula escolar de Morelos según nivel educativo, ciclos escolares 2020-2021 a 2021-2022. Alumnado que puede ingresar a posgrado desde el 2022 hasta el 2038

Nivel educativo	2020-2021			2021-2022		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Total	499 032	248 104	250 928	484 507	239 268	245 239
Inicial	2 871	1 433	1 438	2 933	1 478	1 455
Preescolar	57 867	29 202	28 665	55 231	27 923	27 308
Primaria	201 222	102 216	99 006	197 511	100 341	97 170
Secundaria	96 803	48 712	48 091	93 783	46 811	46 972
Media Superior	74 708	35 946	38 762	708 33	33 160	37 673
Superior	65 561	30 595	34 966	64 216	29 555	34 661

Los datos presentados se refieren al esquema general –Escolarizado– del Sistema Educativo Nacional, además, comprenden los servicios por sostenimiento: público (federal, estatal y autónomo) y privado. Las cifras corresponden a inicio de cursos.

Educación Media Superior: incluye estudios técnicos o comerciales con secundaria terminada, comprende los niveles educativos: Profesional técnico y Bachillerato.

Educación Superior: incluye estudios técnicos o comerciales con preparatoria terminada, comprende los niveles educativos: Técnico superior, Normal licenciatura, Licenciatura universitaria tecnológica y Posgrado.

Fuentes:

Para 2000-2001: SEP. *Estadística Básica del Sistema Educativo Nacional. Inicio de Cursos 2000-2001.* México, DF, 2001.

Para 2005-2006: SEP. *Sistema Educativo de los Estados Unidos Mexicanos. Principales cifras, ciclo escolar 2005-2006.* México, DF.

De 2010-2011 a 2021-2022: SEP. *Sistema Interactivo de Consulta de Estadística Educativa.* <http://planeacion.sep.gob.mx/principalescifras/> (Consulta: 21 de julio de 2022).

Tomado de: https://www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?pxq=Educacion_Educacion_06_a36c6b2e-fe8f-486a-b5d2-239a02ebobaa (29 de noviembre del 2022)



Cuadro 6. Capacidad educativa en el estado de Morelos

Estadística educativa de Morelos, ciclo escolar 2021-2022					
Nivel	Condición de asistencia escolar y sexo (porcentaje)				
	Total	Mujeres	Hombres	Docentes	Escuelas
Educación Media Superior ^a	74 636	39 587	35 049	8 006	360
Educación Superior ^{a,c}	73 214	39 578	33 636	9 610	216
Licenciatura ^a	66 435	35 910	30 525	7 515	184
Normal ^b	1 376	1 067	309	128	4
Universitaria y Tecnológica ^b	57 750	30 782	26 968	6 466	131

Nota:
^a Incluye modalidad escolarizada y modalidad no escolarizada
^b Incluye modalidad escolarizada
^c La suma de escuelas por servicio puede diferir del total debido a que existen algunas que imparten más de un servicio

Fuente: Instituto de la Educación Básica del Estado de Morelos. Dirección General, Dirección de Planeación Educativa; Subdirección de Evaluación; Departamento de Indicadores Educativos.

Tomado de: https://planeacion.sep.gob.mx/Doc/estadistica_e_indicadores/estadistica_e_indicadores_entidad_federativa/estadistica_e_indicadores_educativos_17MOR.pdf (26 de octubre de 2022).

3.3. AVANCES Y TENDENCIAS EN EL DESARROLLO DE LA INTERDISCIPLINA

En la introducción a su libro *La labor del editor. El arte, el oficio y el negocio de la edición*, publicado en español en 2022, el editor Peter Ginna afirma que

[n]uestra época ha sido testigo de cambios inmensos y aún en proceso en la industria de la publicación de libros: la tecnología se ha revolucionado, se transformó el paisaje de la venta minorista e, incluso a pesar de que las grandes corporaciones dominan la edición comercial, las pequeñas



editoriales y las publicaciones de autor tienen presencia en el mercado como nunca antes. (22)

Más adelante afirma que «[s]in importar todas las transformaciones mencionadas, algunos aspectos de la edición no han cambiado mucho desde el siglo XIX» (23), pues la edición, según la define, consta de tres aspectos: el arte, es decir, la estética que busca expresarse en la materialidad; el oficio, que tiene que ver con las «técnicas y prácticas» de producción, y el negocio, que supone la búsqueda de viabilidad de proyectos y productos (24). La MPE, en consonancia con esta afirmación fundamental, organiza su currículum de acuerdo con estas áreas: el diseño, el trabajo con el lenguaje (o «edición» en sentido restringido) y gestión-administración. En otras palabras: el desarrollo tecnológico ha impactado a la producción editorial en cuanto a productos (impresos, digitales, híbridos, multimedia), procesos (el paso de la presencialidad a la virtualidad, del papel a la red, de la lámina y la película al archivo digital) y mercados (de la librería local al monopolio editorial y a la venta por internet); sin embargo, en otro sentido, la forma de planear, elaborar y producir productos editoriales sigue siendo la misma. Por esta razón, la línea de aplicación del conocimiento de la MPE, la producción editorial en medios impresos y digitales, ha podido incorporar los cambios tecnológicos y mantenerse vigente. Los productos desarrollados por el estudiantado en la Maestría han incluido proyectos muy diversos: desde libros artesanales y libros objeto hasta revistas digitales, y productos con realidad aumentada y multimedia.

Por otro lado, aunque la imprenta de tipos móviles, que Gutenberg perfeccionó hacia 1450, hizo posible la producción industrial de libros y sustituyó a la copia manuscrita, folio por folio, la práctica editorial contemporánea tiene a su alcance muchas más herramientas tecnológicas cuyo uso óptimo permite:

1. Formar textos fácilmente y obtener originales de manera instantánea para facilitar su producción, revisión y corrección.
2. Producir grandes tirajes en tiempos reducidos de impresión y encuadernación.
3. Desarrollar nuevas tendencias de diseño gráfico que a través del uso de hipertextos como la manipulación de imagen y la combinación de plataformas digitales.
4. Explorar nuevas formas de distribución y difusión.

Asimismo, como decíamos, entre las tendencias del campo editorial destacan los cambios en los modos de producción, que se vinculan tanto con la maquinaria de impresión y encuadernación como con el desarrollo de la pre prensa y el diseño digital. El plan de estudios de la MPE propone cursos que atienden estos aspectos de la producción editorial.

La formación en la tercera década del siglo XXI en edición exige que las y los estudiantes se mantengan al tanto del avance tecnológico de los medios de producción y que apliquen conocimientos interdisciplinarios que le permitan manejar técnicas mercantiles –comercialización, distribución y promoción– para generar productos de alta calidad y fuertemente competitivos en formatos impresos y digitales. En este sentido, y debido a que la exigencia de los mercados editoriales tiende hacia los soportes digitales, la MPE ha modificado su currículo para atender esta necesidad formativa, por lo que incluyó, primero, un taller extracurricular (20 horas, octubre de 2016) y, desde 2017, cursos regulares y semestrales sobre edición digital.

3.4. MERCADO DE TRABAJO

La MPE forma personas cuyo conocimiento teórico-metodológico en el campo de la producción editorial les permite detectar necesidades del mercado editorial, así como crear, seguir y evaluar productos tanto impresos como digitales.

Las perspectivas laborales para quienes egresan de la MPE les permitirán insertarse en la planta productiva de empresas editoriales, tanto públicas como privadas, comerciales o académicas, cuya lista exhaustiva sería inútil pero en la cual pueden incluirse, por ejemplo, el FCE; corporativos como Grupo Editorial Planeta o Grupo Expansión, Editorial Santillana y Penguin Random House; empresas de impresión y de edición digital, medios de comunicación públicos y privados, entre otras organizaciones.

La formación integral que brinda la MPE ha permitido que nuestras personas egresadas se inserten, por ejemplo, en ámbitos tan diversos como los departamentos de publicaciones de instituciones públicas (CIES y Etno) de universidades públicas (UAEM; CRIM y DGTIC de la UNAM) y privadas (Universidad Iberoamericana [UIA]); en empresas privadas (Hachette Livre, Kreditrust, Agencia DDL y Grupo GRC); en editoriales propias (Ediciones Zetina, Edito

Cigarra, Astrolabio Editorial); como docentes (Facultad de Diseño, Facultad de Artes y Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades [CIHu], UAEM; Universidad Autónoma de Aguascalientes; Universidad Veracruzana [UV]; UAEMex; Universidad La Salle), entre otros.

De este modo, y porque la futura práctica profesional de quienes egresan deberá satisfacer las necesidades de la sociedad morelense en cuanto a la formación y divulgación de productos editoriales, el plan de estudios está centrado en el aprendizaje del oficio editorial, no solo para participar en la producción de publicaciones tradicionales –libros y otros impresos– sino también para incorporar las TIC y desarrollar competencias profesionales como personas editoras, correctoras, promotoras, gestoras y diseñadoras. Así, quienes egresan de la MPE podrán prestar servicios profesionales y desempeñarse en dependencias de difusión cultural, medios de comunicación, difusión editorial, museos y galerías (difusión mediática), industrias culturales (revistas, periódicos, actividades culturales), educación (diseño editorial, edición, historia de la comunicación visual, historia de la comunicación impresa), gestión editorial, centros de investigación, instituciones académicas, instituciones culturales, instituciones del sector público, editoriales (producción de medios impresos), ediciones digitales (producción de sitios web y libros electrónicos) y empresas de diseño editorial y edición.

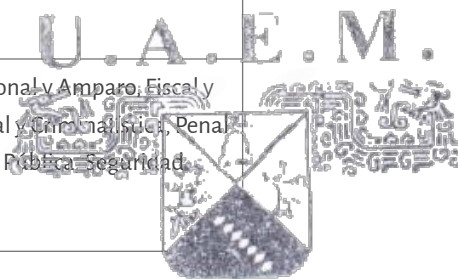
3.5. DATOS DE OFERTA Y DEMANDA EDUCATIVA

En el estado de Morelos la oferta académica para la educación superior en sus diferentes niveles se localiza principalmente en la UAEM y, de manera reducida (por su obvia área de injerencia), en la UPN, así como en algunas instituciones privadas ubicadas, en su mayoría, en la zona metropolitana de Cuernavaca. Asimismo, y como se ve en el cuadro 7, la oferta para posgrados se centra en áreas de interés ajenas a la producción editorial, con predominio de las ciencias administrativas y, en descenso, la pedagogía, el derecho y la psicología.

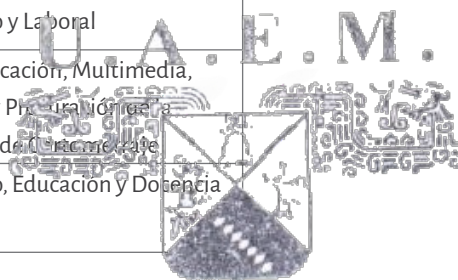


Cuadro 7. Oferta de los posgrados en los municipios más importantes de Morelos

Institución	Municipio	Maestría en:
ACal para la Formación y el Desarrollo http://162.243.135.8/aviso_comunidad.php	Cuernavaca	Auditoría en Salud, Planeación y Administración de Servicios de Salud Pública, Formación y Desarrollo en Docencia y Capacitación
Centro de Estudios Superiores de México (Cesum) https://www.facebook.com/people/CESUM-Centro-de-Estudios-Superiores-de-M%C3%A9xico/100057177441534/	Cuernavaca	Educación
Centro Internacional de Estudios Superiores de Morelos (CIES) https://ciesm.edu.mx/home-cuernavaca/	Cuernavaca	Administración, Ciencias de la Educación, Derecho, Derecho Penal, Terapia Familiar
Centro Universitario Angloamericano https://angloamericano.com.mx/centros/	Cuernavaca	Enseñanza del Inglés
Centro Universitario Latinoamericano de Morelos (Ceulam) https://www.ceulam.edu.mx/	Cuernavaca	Psicología de las Organizaciones, Desarrollo Humano Diferencial
Centro Universitario Aztlán https://ua.edu.mx/	Cuernavaca	Administración de Empresas, Educación, Derecho Procesal Penal, Gestión de Proyectos
Centro Universitario del Sur http://www.universidadcus.com/	Cuernavaca	Psicoterapia Psicoanalítica de Niños y Adolescentes, Psicopedagogía
Centro Universitario Soma de Estudios Superiores https://es-la.facebook.com/CentroUniversitarioSOMA/	Cuernavaca	Docencia
Colegio Jurista https://www.colegiojurista.com/	Cuernavaca	Derecho (Constitucional y Amparo, Fiscal y Administrativo, Penal y Criminalística, Penal Acusatorio), Gestión Pública, Seguridad Pública



Institución	Municipio	Maestría en:
Escuela de Derecho, Posgrado y Práctica Jurídica https://derechoyposgrados.edu.mx/	Cuernavaca	Derecho (Administrativo y Fiscal, Constitucional y Amparo, Familiar, Penal y Criminalístico) y Criminología
Escuela Superior de Educación Física de Cuautla http://esefcuautla.blogspot.com/	Cuautla	Educación Física y Deportes
Instituto de Gestalt https://institutodegestalt.edu.mx/home/	Cuernavaca	Coaching y Desarrollo Organizacional
Universidad del Valle de Cuernavaca (Univac) https://www.univac.edu.mx/	Cuernavaca	Administración de Negocios, Administración y Dirección Deportiva, Comercio Internacional, Derecho Penal, Educación, Relaciones Industriales
Universidad del Valle de México (UVM) https://uvm.mx/la-uvm/campus/cuernavaca	Temixco	Ciencias de la Salud (especialidad en Fisioterapia y Rehabilitación de Pequeñas Especies), Gestión Directiva de Salud, Nutrición Clínica, Psicoterapia Familiar Sistémica, Administración de Negocios con Orientación en Hospitalidad, Ingenierías (especialidad en Seguridad e Higiene Industrial, Calidad, Gestión de la Calidad), Negocios (especialidad: Valuación Inmobiliaria, Administración de Negocios con Orientación Logística, Administración de Negocios con Orientación en Mercadotecnia, Administración de Negocios con Orientación en Finanzas, Administración de Negocios con Orientación en Hospitalidad, Administración de Negocios con Orientación de Talento), Administración Pública, Derecho Fiscal, Derecho con Orientación en Derecho Civil y Familiar con Litigación Oral, Derecho con Orientación en Derecho Corporativo y Laboral
Universidad Fray Luca Paccioli https://www.uflp.net/	Cuernavaca	Administración, Educación, Multimedia, Psicología, Gestión y Planeación para Justicia, Realización de Cursos de Actualización
Universidad Guizar y Valencia https://universidadguizaryvalencia.edu.mx/	Cuernavaca	Derecho Corporativo, Educación y Docencia



Institución	Municipio	Maestría en:
Universidad Internacional (Uninter) https://uninter.edu.mx/	Cuernavaca	Administración y Dirección de Empresas, Administración y Dirección de Empresas (en línea), Administración con Especialidad en Negocios Internacionales, Alta Dirección, Finanzas Corporativas, Gestión de la Calidad, Gestión del Factor y Capital Humano, Impuestos, Mercadotecnia Global, Educación en Formación Docente, Enseñanza de Lenguas Extranjeras, Redes de Computadoras y Tecnologías Web
Universidad La Salle https://www.lasallecuernavaca.edu.mx/	Cuernavaca	Administración (especialidades: Mercadotecnia y Publicidad, Logística y Cadena de Suministros, Finanzas Corporativas y Bursátiles, Gestión y Administración de Proyectos), Desarrollo Humano, Educación (áreas: Gestión Educativa, Intervención Docente), Ingeniería Mecatrónica Industrial, Psicoterapia Dinámica, Justicia Constitucional (especialidad: Derechos Humanos)
Universidad Latina (Unila) https://www.unila.edu.mx	Cuernavaca	Administración de Negocios, Docencia, Recursos Humanos, Docencia en Línea, Administración de Negocios en Línea
Universidad Latinoamericana (ULA) https://ofertaeducativacb.ula.edu.mx	Cuernavaca	Ciencias de la Educación, Comunicación Empresarial, Comunicación Visual y Medios Digitales, Derecho Fiscal, Derecho Internacional, Evaluación Educativa, Gerontología, Odontología, Amparo
Universidad Stratford https://universidadstratford.edu.mx/	Cuautla	Docencia, Alta Gestión y Gestión Empresarial, Ciencias Penales
Universidad Tec Milenio https://tecmlenio.mx/es/campus/cuernavaca	Temixco	Administración (especialidades: Calidad y Productividad, Recursos Humanos), Administración de Negocios (áreas: Finanzas, Mercadotecnia, Educación), Gestión de Tecnologías de Información, Liderazgo Positivo, Educación Positiva



En el área de influencia de la UAEM (Guerrero, Puebla, Estado de México y Morelos) no existen programas de posgrado similares al de la MPE. Aunque a nivel nacional puedan localizarse algunas especialidades en diseño editorial, como las de la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes y la Facultad de Diseño de la UAEM, ni estas ni los cursos, diplomados y especialidades de otras instituciones públicas y privadas abarcan el amplio rango de áreas de conocimiento de la MPE, ya que aquéllos abordan aspectos generales, o bien parciales de la producción editorial. Tal es el caso de Editemos, iniciativa de la Caniem; el *Programa de Apoyo a la Profesionalización de la Actividad Editorial* de la UNAM o los cursos que ofrecen el Centro Editorial Versal, Sexto Piso, el Centro Horizontal y la Universidad del Claustro de Sor Juana.

Entre los programas educativos que ofrecen grados universitarios a nivel maestría que se vinculan con el diseño y las letras hispánicas existen: las maestrías en Diseño Tipográfico y Diseño Editorial ofrecidas por el Centro de Estudios Gestalt, en Veracruz; la Maestría en Gestión del Diseño Editorial de la Universidad La Salle Bajío, en León, Guanajuato; la Maestría en Diseño de la Información de la Universidad de Las Américas, en Puebla.

Por otro lado, la oferta educativa de posgrados en Letras Hispánicas es muy amplia –Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, UIA, UNAM, UAM–, pero ninguno de esos programas se enfoca en la edición de textos ni en otros aspectos del quehacer editorial. Así, prevalece la falta de espacios de formación específica, carencia que se origina desde las licenciaturas en Letras, que generalmente giran en torno a la historia, crítica y didáctica de la literatura, de modo que quienes egresan pueden desarrollarse en el campo de la edición por su avanzada capacidad de lecto-escritura, mas no porque se les haya enseñado a editar. Cabe mencionar que el programa educativo de Letras Hispánicas de la propia UAEM modificó, hace algunos años, su plan de estudios para enfocarse en la profesionalización de quienes egresan. En este sentido, una de las directrices fue aumentar el número de materias ligadas a la edición con el objetivo de mejorar y ampliar las perspectivas laborales de quienes egresan de esta licenciatura.

Finalmente, a nivel nacional solo existe la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM, unidad Xochimilco, cuya primera generación ingresó en otoño de 2009. Por su parte, en el ámbito hispanoparlante, los únicos posgrados directamente relacionados con el que aquí se propone

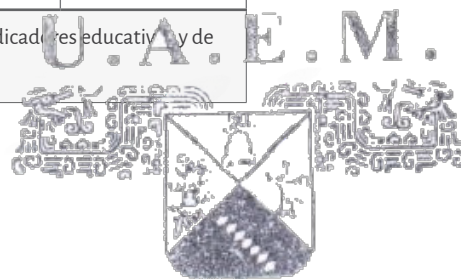


encuentran uno en Chile, uno en Colombia y cinco en España: dos en Madrid, dos en Barcelona y uno en Valencia.

Así pues, a pesar de la gran demanda que hay en el país de este ámbito laboral –la cual se evidencia en la cantidad y diversidad de casas editoriales que existen–, la oferta de educación formal relacionada con la producción editorial resulta escasa, por lo que constituye tanto una necesidad educativa por atender como una oportunidad institucional de crecimiento para la Universidad. Más aún si se tiene en cuenta que, según el PIDE 2018-2023, la UAEM ha logrado posicionarse entre las 10 mejores universidades públicas del país, debido a sus indicadores en materia de capacidad y competitividad académica y al aprovechamiento de los programas federales de fortalecimiento institucional. De acuerdo con el Módulo de Indicadores Educativos y de Gestión (MIEG), la matrícula total de licenciaturas de la UAEM se ha mantenido relativamente estable en los últimos cuatro ciclos: 29 366 en 2018-2019; 28 916 en 2019-2020; 29 683 en 2020-2021, y 29 218 en 2021-2022. La matrícula de posgrado en este último ciclo es de 1 417, de la cual 90.73% pertenece a posgrados que forman parte del SNP, como es el caso de la MPE.

Cuadro 8. Indicadores seleccionados de la educación superior en 2020

Población en Morelos en 2020	1 971 520
Población en Morelos de 20 a 24 años en 2020	163 000 (100%)
Población en Morelos que accedió a educación superior en 2020	65 561 (3.3%)
Población en Morelos que accedió a educación superior en 2021	64 216 (3.2%)
Grado promedio de escolaridad de la población de 15 y más años en Morelos en 2020	9.85
Matriculados en la UAEM ciclo 2021-2022	29 218
Fuente: INEGI. Censo de población y vivienda 2020 y MIEG. Módulo de indicadores educativos y de gestión de la UAEM	



Cuadro 9. Matrícula escolar en Morelos según nivel educativo, ciclos escolares 2020-2021 y 2021-2022

	Nivel educativo	Matrícula
Ciclo 2020-2021	Inicial	2 871
	Preescolar	57 867
	Primaria	201 222
	Secundaria	96 803
	Media superior	74 708
	Superior	65 561
	Total	499 032
Ciclo 2021-2022	Inicial	2 933
	Preescolar	55 231
	Primaria	197 511
	Secundaria	93 783
	Media superior	70 833
	Superior	64 216
	Total	484 507

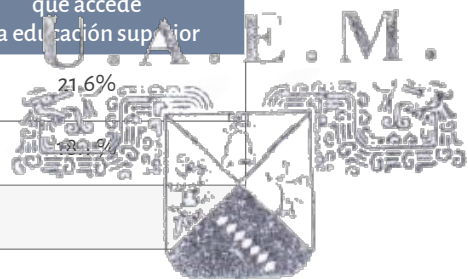
Fuente: INEGI. Censo de población y vivienda 2020

Como podemos observar en el cuadro 10, que tiene información de 2015 pues no se ha realizado otro censo de esta naturaleza, solo el 41% de la población entre 15 y 24 años de edad asistía a la escuela:

Cuadro 10. Indicadores de educación para la población mayor de 15 años

	Población mayor de 15 años	que accede a la educación media	que accede a la educación superior
México	93 985 354	24.0%	21.6%
Morelos	1 502 021	22.8%	

Fuente: INEGI. Censo de Población y Vivienda 2020.



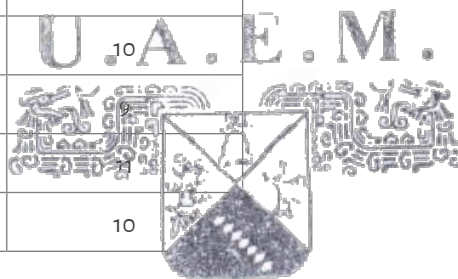
Cuadro 11. Oferta educativa de nivel superior del ciclo escolar 2020-2021 (aceptados)

	Cifra total actual (2022)
Licenciatura en Letras Hispánicas	83
Licenciatura en Artes	78
Licenciatura en Diseño	126
Especialidad en Diseño Editorial	6

Fuente: Tercer Informe de Actividades del Rector (https://www.uaem.mx/informes-de-actividades/tercer-informe/TERCER_INFORME_DE_ACTIVIDADES_Version_Extensa_30052021-.pdf)

Cuadro 12. Demanda de la MPE

Demanda de la Maestría en Producción Editorial desde la primera (2010) hasta la decimotercera (2022) generación			
Generación	Solicitudes	Personas aceptadas	Personas inscritas
2010	16	15	11
2011	17	12	10
2012	49	16	13
2013	64	14	14
2014	53	13	13
2015	50	12	11
2016	47	12	9
2017	42	12	12
2018	41	10	9
2019	20	11	10
2020	41	11	10
2021	32	11	10
2022	26	10	10



En cuanto al perfil de ingreso de la MPE, este se encuentra abierto, en principio, a una diversidad de disciplinas, pues una de sus aspiraciones es formar editores y editoras entre quienes egresan de áreas tales como letras, lingüística, tecnología educativa, ciencias de la comunicación, periodismo, diseño gráfico o artes visuales, de manera que, por ejemplo, las revistas académicas de cada área sean editadas por personas egresadas de las mismas. A pesar de ello, el cuadro 11 toma en cuenta a quienes egresan de licenciaturas directamente afines con el posgrado, tradicionalmente vinculadas con la producción editorial y actualmente existentes en la UAEM. Por lo tanto, en función de las cifras expuestas, se sostiene que la matrícula de ingreso a la maestría debe aproximarse a los 20 alumnos y alumnas, y variar con base en los recursos con los que se cuente para atenderles. Esta situación no supone, sin embargo, que se renuncie a un proceso de selección riguroso, ya que se trata de un posgrado único en la región.

3.6. ANÁLISIS COMPARATIVO CON OTROS PROGRAMAS EDUCATIVOS

La creación del IIHCS fue aprobada el 9 de diciembre de 2016 como parte de un proyecto que busca eficientar las labores sustantivas (investigación, docencia y extensión) de los servicios educativos de la UAEM, así como mejorar la organización académica y atender la creciente demanda estatal y regional de programas académicos de alto nivel en las áreas de humanidades y ciencias sociales.

El IIHCS inició actividades en 1999 como Facultad de Humanidades con apoyo del gobierno federal, que entonces realizaba un proceso de descentralización administrativa, social y cultural. Desde diciembre del 2016, está formado por dos centros: el Interdisciplinario de Investigación en Humanidades (CIIHu) y el de Investigación en Ciencias Sociales y Estudios Regionales (CICSER); cuenta con una planta académica especializada con reconocimiento nacional e internacional y, en tanto acoge planes de estudio de posgrado como el de Producción Editorial, abre para las personas egresadas de educación superior a nivel nacional una opción de alto nivel académico y una ubicación geográfica privilegiada.



Al reestructurar el plan de estudios se localizaron otros posibles espacios de formación para editores y editoras, por lo que se realizó una comparación con los ocho programas educativos de maestría relacionados directamente con la producción editorial que se imparten en el ámbito hispanoamericano. Uno de ellos es la Maestría en Diseño y Producción Editorial, abierta en 2009 por la UAM Xochimilco: único posgrado en México con características similares. Los otros programas educativos considerados son: el Magíster en Edición de la Universidad Diego Portales (UDP), en Chile; la Maestría en Estudios Editoriales del Instituto Caro y Cuervo, en Colombia; los másteres en Edición de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), Universidad Autónoma de Madrid (UAMA), Universidad Complutense de Madrid (UCM)-Santillana, Universidad Pompeu Fabra Barcelona (UPFB); y la Maestría en Edición y Gestión Editorial de la Universidad Internacional de Valencia, en colaboración con Grupo Planeta.

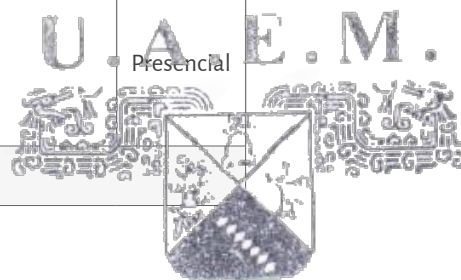
Aquí se presentan los datos más relevantes de los programas afines a la Maestría en Producción Editorial de la UAEM.

Cuadro 13. Comparación con programas educativos de posgrado sobre edición

Programa	Institución	Año de creación/ Duración		Créditos totales	Modalidad
Maestría en Edición y Gestión Editorial	Universidad Internacional de Valencia-Grupo Planeta (España)	2020	Un año	60	En línea
				Materias obligatorias: 54 Tesis final: 6	
Maestría en Estudios Editoriales	Instituto Caro y Cuervo (Colombia)	2016	Dos años	60	Presencial
				Básico: 3 Fundamental: 51 Complementario: 6	
Maestría en Producción Editorial	Universidad Autónoma del Estado de Morelos (México)	2010	Dos años	93	Presencial
				Eje básico: 43 Eje de especialización: 30 Eje terminal: 20	

Programa	Institución	Año de creación/ Duración		Créditos totales	Modalidad
Maestría en Diseño y Producción Editorial	Universidad Autónoma Metropolitana (México)	2009	Dos años	250	Presencial y a distancia
				Seis unidades: 190 Prácticas profesionales: 20 Examen de grado: 40	
Magíster en Edición	Universidad Diego Portales (Chile)	2007	Dos años	60	Semi-presencial
				Asignaturas obligatorias: 39 Taller: 1 Cursos electivos: 4 Seminario internacional: 1 Actividad de titulación: 15	
Máster en Edición	Universidad Autónoma de Barcelona (España)	2004	Un año	66	Presencial
				260 horas lectivas: 54 Trabajo de fin de máster: 12	
Máster en Edición	Universidad Autónoma de Madrid-Taller de Libros (España)	2001	Un año	60	Presencial
				250 horas teóricas: 10 950 horas de trabajo, tanto tutorizado como individual: 38 300 horas de prácticas en empresa: 12	
Máster en Edición	Universidad Complutense de Madrid-Santillana (España)	2000	Un año	60	Presencial
				315 horas teóricas: 27 240 horas de prácticas en empresa: 21 145 Horas al proyecto final: 12	
Máster en Edición	Universidad Pompeu Fabra Barcelona (España)	1995	Un año	60	Presencial

* Para más información sobre estos programas, ver Anexo 1.



Las características específicas de la MPE de la UAEM, en contraste con otras instituciones, se enlistan y describen a continuación.

1. La producción editorial se considera un paraguas bajo el cual se agrupan las diferentes actividades que conforman el quehacer editorial contemporáneo, desde la producción y diseño de contenidos hasta la difusión y distribución de productos editoriales terminados, pasando por la supervisión de procesos de producción, pre prensa e impresión. El presente plan de estudios parte de esta consideración para conjuntar todas las disciplinas que imparte.
2. La eliminación de la división por disciplinas. El objetivo del programa es formar editores y editoras integrales, competentes en las diversas labores que conforman la profesión, con una visión panorámica de los procesos, pero también con la práctica especializada de cada una de las partes de la edición, de tal manera que, al egresar, las y los estudiantes sean capaces de insertarse exitosamente en cualquier ámbito de la cadena editorial. Las y los estudiantes tienen acceso a una amplia oferta de disciplinas y tecnologías para la generación de productos editoriales, ya que el plan de estudios cubre todos los aspectos involucrados en la producción: de la gestación de ideas a la distribución comercial del producto. Dichos aspectos, debido a la vinculación de la teoría y la práctica en todo el programa, son parte de los contenidos abordados en los cursos, las prácticas en los cursos-taller y la discusión en seminarios.
3. La formación de maestros y maestras en Producción Editorial contribuye a transformar la educación en el estado de Morelos y el país en general, pues atiende la dificultad de que la producción editorial no esté en manos de profesionales con formación académica, y que se asuma como un oficio secundario que se aprende sobre la marcha porque no existen programas educativos directamente enfocados en este ámbito laboral. El programa de la MPE asegura con ello la formación de editores y editoras competentes y coadyuva a la inserción laboral de quienes egresan.
4. El plan de estudios de la MPE es flexible: proyecta la formación de estudiantes en las competencias fundamentales de la disciplina e incorpora una variada oferta de cursos de especialización. El proceso formativo es plenamente individual y se adecua a sus intereses de desarrollo.



Así pues, y para cerrar la exposición anterior, la MPE que la UAEM ofrece una serie de importantes ventajas:

- » Alto nivel académico de su planta docente.
- » Ubicación geográfica privilegiada pues, estando en el país y fuera de la Ciudad de México, queda en ventaja sobre la UAM y los posgrados en el extranjero debido a los menores costes de manutención.
- » Aproximación paralela a todos los aspectos implicados (producción y diseño de contenidos, supervisión de procesos de producción, pre prensa e impresión, difusión y distribución), en contraste con la seriación de los otros programas.
- » Flexibilidad del programa que genera competencias fundamentales para la disciplina, al mismo tiempo que integra una amplia oferta de áreas de especialización que enriquecen la formación individual de quienes egresan y diversifica el potencial con que se (re)incorporan al mercado laboral.
- » Claridad del perfil de egreso: como posgrado profesionalizante da soporte académico a un oficio que tradicionalmente no lo tenía; lista el tipo de actividades que realizarán las personas egresadas y evita los escollos de los planteamientos «teórico-prácticos» de los otros programas.

3.7. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA EDUCATIVO POR REESTRUCTURAR

La MPE inició en agosto de 2010. A la fecha, han ingresado trece generaciones de estudiantes y actualmente está en proceso de selección la decimocuarta generación, que iniciará cursos en agosto de 2023. Con base en estos doce años de experiencia (agosto 2010-marzo 2023), la Comisión Académica Interna (CAI), integrada por los profesores y las profesoras del NA, realizó un análisis externo e interno del plan de estudios y decidió emprender una serie de acciones que afianzarán sus fortalezas y subsanarán las debilidades y deficiencias detectadas en este posgrado.

a) Evaluación interna

La primera generación ingresó en agosto de 2010 y egresó en julio de 2012. Ese grupo constaba de 11 personas, de las cuales una causó baja definitiva



en septiembre de 2011, por reprobar dos materias en el mismo semestre, de manera que el índice de deserción de esa generación fue del 9.09%. De las 10 personas que finalmente conformaron la generación, todas completaron los requisitos de titulación establecidos en el reglamento de posgrado. La eficiencia terminal de esta generación fue de 81.82% (al haberse titulado nueve estudiantes dentro de los tres años establecidos); mientras que el índice de titulación fue de 90.91 por ciento.

La segunda generación (agosto 2011 - julio 2013) constó de 10 personas; una se dio de baja por motivos personales en enero de 2012, por lo que el porcentaje de deserción fue del 10%. El índice de titulación y eficiencia terminal de esa generación fue del 90%, ya que las personas restantes (nueve) se titularon en tiempo.

Trece personas integraron la tercera generación (agosto 2012 - julio 2014), de las cuales se titularon todas (100%); once dentro de los tres años (84.62%).

La cuarta generación (agosto 2013 - julio 2015) constó de 14 personas; una abandonó sus estudios después del primer semestre, lo que causó su baja definitiva (deserción del 7.14%). Se titularon las 13 personas que terminaron, lo que da como resultado un índice de titulación del 92.86% y una eficiencia terminal de 71.46% (diez estudiantes).

De la quinta generación (agosto 2014 - julio 2016), conformada por 13 personas, egresó el 100% y se titularon 12 (92.31%), con una baja eficiencia terminal de 46.15% (seis estudiantes). Una persona no se tituló por no cumplir con el requisito de idioma.

La sexta generación (agosto 2015 - julio 2017) fue de 11 personas. Un alumno causó baja definitiva, en diciembre de 2015, por reprobar dos cursos en el mismo semestre, por lo que el índice de deserción fue del 9.09%. De las 10 personas que culminaron sus estudios, se titularon nueve (81.82%) y, debido a los atrasos administrativos causados por el sismo de septiembre de 2017, la eficiencia terminal fue del 45.45% (cinco estudiantes). Una persona no se tituló por problemas personales y falta de recursos con los cuales pagar el proceso de titulación.

La séptima generación (agosto 2016 - julio 2018) estuvo conformada por nueve personas; todas culminaron sus estudios, pero solo ocho se titularon en tiempo y forma, por lo que el porcentaje de titulación y eficiencia terminal de esta generación es de 88.89%. Una persona no se tituló por no acreditar sus prácticas profesionales.

La octava generación (agosto 2017 - julio 2019) constó de 12 personas que culminaron sus estudios. Once se titularon dentro de los tres años establecidos, por lo que su índice de titulación y eficiencia terminal es de 91.67%. Una persona no culminó sus trámites de titulación por cuestiones personales y laborales.

La novena generación (agosto 2018 - julio 2020) estuvo integrada por nueve personas; todas egresaron y se titularon en tiempo, por lo que fue la primera generación en tener un índice de titulación y eficiencia terminal del 100%.

La décima generación (agosto 2019 - julio 2021) estuvo conformada por 10 personas; de nuevo, el 100% terminó y se tituló en tiempo.

La undécima generación (agosto 2020 - julio 2022) estuvo conformada por nueve personas. El 100% terminó en tiempo y se han titulado seis, por lo que su índice de titulación y eficiencia terminal, hasta el momento, es de 66.67%; las tres personas restantes (33.33%) se encuentran en proceso de titulación.

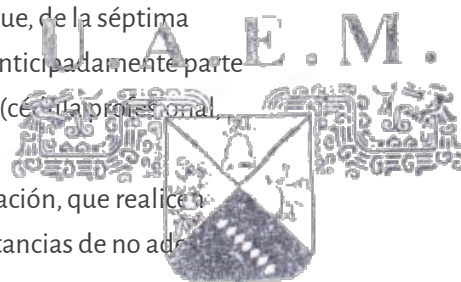
La duodécima generación ingresó en agosto del 2021 y actualmente se encuentra cursando el cuarto semestre de la maestría. Esta generación está conformada por 11 personas que, hasta el momento, han cumplido con los avances esperados. Ocho personas (72.72%) culminaron ya sus prácticas profesionales o se encuentran por culminarlas.

La decimotercera generación ingresó en agosto del 2022 y consta de 10 personas que actualmente están en el segundo semestre de la maestría.

Consideramos que nuestros buenos índices de titulación y eficiencia terminal se deben, principalmente, a dos factores: el rigor en la selección de aspirantes (proceso que se ha mejorado y sistematizado desde la primera generación), y el seguimiento constante que se brinda a los alumnos y las alumnas a través de las tutorías y los seminarios tutorales.

El proceso de titulación, sin embargo, requirió atención inmediata en 2017, pues un grupo de estudiantes de la quinta y sexta generaciones, al egresar y dejar de percibir la beca, empezaron a retrasarse en dicho trámite. Para prevenir que esta situación se repita, hemos hecho que, de la séptima generación en adelante, las y los estudiantes entreguen anticipadamente parte de la documentación que se les requerirá para graduarse (certificación profesional, constancia de idioma, etcétera).

Asimismo, se les ha pedido, desde la séptima generación, que realicen los pagos por trámites de certificación de estudios y constancias de no ade

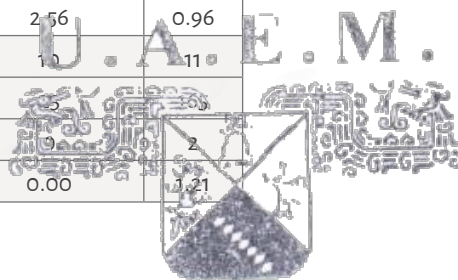


inmediatamente después de acabar los cursos, cuando aún cuentan con el apoyo económico de la beca.

En cuanto a los índices de reprobación, los calculamos considerando el total de cursos inscritos en cada generación; el análisis arroja los siguientes datos:

Cuadro 14. Índices de reprobación

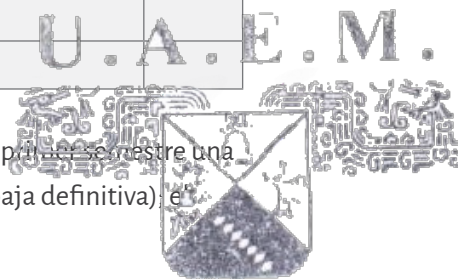
Índice de reprobación de la MPE (2010-2022)						
Generación		Primer semestre (5 asignaturas)	Segundo semestre (5 asignaturas)	Tercer semestre (3-4 asignaturas)	Cuarto semestre (2-3 asignaturas)	Total
2010	Estudiantes	11	10	10	10	11
	Asignaturas inscritas	55	50	34	26	165
	Asignaturas reprobadas	3	0	0	0	3
	Índice de reprobación	5.45	0.00	0.00	0.00	1.82
2011	Estudiantes	10	10	10	10	10
	Asignaturas inscritas	50	50	39	21	160
	Asignaturas reprobadas	2	0	0	0	2
	Índice de reprobación	4.00	0.00	0.00	0.00	1.25
2012	Estudiantes	13	13	13	13	13
	Asignaturas inscritas	65	65	46	32	208
	Asignaturas reprobadas	0	0	0	1	1
	Índice de reprobación	0.00	0.00	0.00	2.56	0.48
2013	Estudiantes	14	13	13	13	14
	Asignaturas inscritas	70	65	39	39	213
	Asignaturas reprobadas	0	0	0	0	0
	Índice de reprobación	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2014	Estudiantes	13	13	13	13	13
	Asignaturas inscritas	65	65	46	32	208
	Asignaturas reprobadas	0	0	1	1	2
	Índice de reprobación	0.00	0.00	2.56	2.56	0.96
2015	Estudiantes	11	10	10	10	11
	Asignaturas inscritas	55	50	35	26	166
	Asignaturas reprobadas	2	0	0	0	2
	Índice de reprobación	3.64	0.00	0.00	0.00	1.21



Índice de reprobación de la MPE (2010-2022)

Tras reestructuración 2019		Primer semestre (5 asignaturas)	Segundo semestre (5 asignaturas)	Tercer semestre (4-5 asignaturas)	Cuarto semestre (3-4 asignaturas)	Total
2016	Estudiantes	9	9	9	9	9
	Asignaturas inscritas	44	45	29	26	144
	Asignaturas reprobadas	0	0	0	0	0
	Índice de reprobación	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2017	Estudiantes	12	12	12	12	12
	Asignaturas inscritas	60	60	37	35	192
	Asignaturas reprobadas	0	0	0	1	0
	Índice de reprobación	0.00	0.00	0.00	2.86	0.52
2018	Estudiantes	9	9	9	9	9
	Asignaturas inscritas	45	45	39	33	162
	Asignaturas reprobadas	0	0	0	0	0
	Índice de reprobación	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2019	Estudiantes	10	10	10	10	10
	Asignaturas inscritas	50	56	40	35	181
	Asignaturas reprobadas	1	0	0	0	1
	Índice de reprobación	2.00	0.00	0.00	0.00	0.55
2020	Estudiantes	9	9	9	9	9
	Asignaturas inscritas	45	45	36	37	163
	Asignaturas reprobadas	0	0	1	0	1
	Índice de reprobación	0.00	0.00	2.78	0.00	0.61
2021	Estudiantes	11	11	11		
	Asignaturas inscritas	55	55	44		
	Asignaturas reprobadas	0	0	0		
	Índice de reprobación	0.00	0.00	0.00		
2022	Estudiantes	10				
	Asignaturas inscritas	50				
	Asignaturas reprobadas	0				
	Índice de reprobación	0.00				

Primera generación (2010): 11 personas inscritas. En primer semestre una reprobó una materia y otra reprobó dos (lo que causó su baja definitiva), el total suma tres materias reprobadas (1.82%).



Segunda generación (2011): 10 personas. En primer semestre, dos reprobaron una materia, lo que en total suma dos materias reprobadas (1.25%).

Tercera generación (2012): 13 personas. Una reprobó una materia en cuarto semestre (0.48%).

Cuarta generación (2013): 14 personas. No hubo reprobación.

Quinta generación (2014): 13 personas. En tercer semestre, una reprobó «Seminario tutorial». En cuarto semestre, una reprobó un curso. En total fueron dos materias reprobadas (0.96%).

Sexta generación (2015): 11 personas. Una reprobó dos cursos en primer semestre, lo que causó su baja definitiva. Suma dos materias reprobadas (1.21%).

Séptima generación (2016): nueve personas. No hubo reprobación.

Octava generación (2017): 12 personas. Una reprobó una materia en cuarto semestre durante sus estudios en el extranjero como parte del programa de movilidad, la cual recurrió en un quinto semestre (0.52%).

Novena generación (2018): nueve personas. No hubo reprobación.

Décima generación (2019): 10 personas. Una reprobó un curso en primer semestre (0.55%).

Undécima generación (2020): nueve personas. Una reprobó una materia en tercer semestre (0.61%).

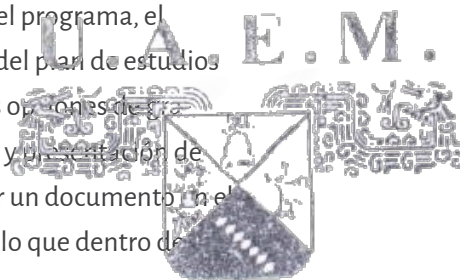
Duodécima generación (2021): 11 personas que actualmente cursan el cuarto semestre. Hasta el momento, no ha habido reprobación.

Decimotercera generación (2022): 10 personas cursan su segundo semestre; no ha habido índice de reprobación.

b) Evaluación externa

Como evaluación externa del programa educativo de la MPE, se presenta un resumen de la Evaluación Plenaria de Conacyt que se obtuvo en septiembre de 2016 y, posteriormente, en 2020.

En 2016, en cuanto al plan de estudios, se indicó que cumplió con el diagnóstico socioeconómico que justificaba la creación del programa, el planteamiento del perfil de egreso, los objetivos y metas del plan de estudios con los ejes y la LAC, la flexibilidad curricular, así como las opciones de graduación a través de la realización de un proyecto editorial y la presentación de examen profesional. Sin embargo, se recomendó elaborar un documento en el que se mencionaran y describieran las competencias, por lo que dentro de



reestructuración de 2019 se puso especial énfasis en atender este punto, lo que se hizo con la inclusión de las competencias genéricas y específicas.

Sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje, se consideró que satisface cabalmente los criterios de calidad establecidos, pues cumplió tanto con el proceso de evaluación de las personas estudiantes, como con los objetivos y metas del programa según la orientación de los ejes y de las LAC.

En cuanto al proceso de selección de aspirantes, se indicó que era rigurosamente académico y tomaba en cuenta el perfil de ingreso, ya que se exigía proyecto, currículum, carta de motivos, entrevista y experiencia en el campo editorial. En el plan de estudios 2019 y en el presente se reforzó el proceso de selección para coadyuvar en el cumplimiento de los objetivos y metas del programa.

Con respecto a las tutorías, se consideró que el programa garantiza la atención de estudiantes debido al seguimiento que se da a los proyectos a través de los comités tutorales, así como por la relación numérica entre el alumnado y el profesorado de tiempo completo (PTC), según los requerimientos del PNPC, ahora SNP.

Sobre el NA y su LAC, se mencionó que cumplió con los parámetros de acuerdo con el nivel y grado, así como con el perfil de egreso y orientación del programa. En la reestructuración 2019 se realizaron modificaciones para fortalecer estos puntos, las cuales se mantuvieron en la presente reestructuración.

Con respecto a los espacios y equipamiento, el programa cumplió con aulas, laboratorios de cómputo y cubículos. La biblioteca cuenta con libros especializados en el área editorial y el acervo se ha incrementado; además, se mejoró el acceso a revistas académicas.

Entre las recomendaciones propuestas en la evaluación plenaria de 2016, y con el compromiso académico de consolidar el programa en el ámbito nacional e internacional, se planteó, como plan de mejora, incluir estudiantes en los proyectos de los profesores y las profesoras; desarrollar la productividad académica de acuerdo con los objetivos y metas del programa, y promover la movilidad del alumnado y el profesorado. Estos aspectos ya han sido atendidos por la Maestría.

En el 2020 el programa participó de nuevo en la convocatoria de acreditación de programas educativos del PNPC y obtuvo como resultado el Nivel Consolidado, con vigencia de cinco años.



Como resultado de la evaluación plenaria realizada por pares del Conacyt, la Coordinación Académica de la MPE convocó a una reunión colegiada con el NA para establecer el mecanismo o procedimiento para la implementación del *Plan de Mejora y la atención de las observaciones realizadas*. Asimismo, se elaboró una minuta o acta de acuerdos donde se asentaron las conclusiones a las que llegó el NA. A continuación se presentan las observaciones recibidas en la evaluación plenaria y el cómo se atendieron:

Cuadro 15. Evaluación plenaria por pares Conacyt 2020

Evaluación plenaria por pares Conacyt	Atención a observaciones por la MPE
<p>Sección: Estudiantes</p> <p>Criterio: Calidad y pertinencia de la tesis o trabajo terminal</p> <p>3. El programa cuenta con herramientas para detectar el plagio.</p> <p>Evaluación: No cumple</p> <p>Juicio de valor: Existe compromiso serio de evitar el plagio. A partir de 2020 se estableció institucionalmente otro mecanismo de manifestación de no plagio mediante el cual directores [y directoras] de tesis y estudiantes declaran que no existe plagio en sus trabajos y entregan cartas firmadas al respecto. Sin embargo, el programa no cuenta con herramientas específicas para detectar el plagio porque su precio las hace inaccesibles a los programas individuales, de modo que estamos a la espera de que la Universidad las adquiera para todos.</p>	<p>Los comités tutorales dan seguimiento constante a la trayectoria de las y los estudiantes, así como al desarrollo de sus tesis y productos editoriales. Durante este acompañamiento personalizado, se asesora, orienta y evalúa al alumnado para que cite y redacte de manera adecuada.</p> <p>Asimismo, se decidió aumentar un curso básico sobre investigación para la edición, en el cual se atenderán temas relacionados con métodos de investigación y modelos de citación. Esta materia semestral reemplazará al curso de inducción que se impartió desde la reestructuración de 2019, con el fin de que el alumnado adquiera los conocimientos mínimos necesarios para escribir la tesis que describa, justifique y sustente el desarrollo de su proyecto editorial, con un buen aparato crítico y sin plagios. Ahora bien, a pesar de que aún no se cuenta con los recursos suficientes para adquirir herramientas de detección de plagio de paga o por suscripción, y de que la maestría no es de investigación sino profesionalizante, se han buscado programas de uso libre.</p>

Evaluación plenaria por pares Conacyt	Atención a observaciones por la MPE
<p>Sección: Resultados y vinculación</p> <p>Criterio: Productividad académica del programa</p> <p>4. Cada profesor [y profesora] del NA tenga registrado, al menos, un producto derivado de su actividad académica en conjunto con los estudiantes en los últimos dos años.</p> <p>Evaluación: No cumple</p> <p>Juicio de valor: El criterio no se cumple, pero hay que tener en cuenta el carácter profesionalizante del programa.</p>	<p>Por la naturaleza del programa, más que «registrar productos académicos en conjunto con las y los estudiantes», todos los comités tutorales participan en el proceso de edición de los productos del alumnado. Es decir que, además de los aportes y evaluación académica de las tesis, los comités tutorales realizan labores de cuidado de la edición, corrección de estilo, lecturas de pruebas, dirección de arte, asesoría gráfica y técnica, entre otros. Es por ello que se ha solicitado a las y los estudiantes que incluyan, en el colofón o espacio legal de sus publicaciones, el crédito del profesorado que participó en el cuidado de la edición de estas.</p> <p>Además, es importante recalcar que se organiza, mínimo una vez al semestre, una reunión de trabajo donde cada estudiante presenta sus avances a su comité tutorial, con el objetivo de recibir sugerencias y observaciones para poder ajustar y mejorar su proyecto para el coloquio de fin de semestre. Este último es un evento colaborativo donde se evalúan los avances semestrales del alumnado; es una jornada de trabajo en la cual se intercambian saberes, metodologías y propuestas, entre estudiantes y docentes.</p>

Por otra parte, para dar seguimiento a nuestra comunidad egresada se han aplicado encuestas en cuatro ocasiones (2013, 2016, 2019 y 2023), que funcionan como un instrumento de información para la Maestría. Además, existe una encuesta de salida elaborada por la Secretaría de Investigación y Posgrado del CIIHu que permite integrar el directorio de los estudiantes y conocer la satisfacción de la formación académica recibida. En ellas se les ha preguntado sobre datos generales de contacto, trayectoria escolar, satisfacción con el programa de estudios y actividad laboral.

La encuesta que se aplicó en el 2013 la contestaron nueve de las 10 personas que egresaron de la primera generación.

En 2016, la encuesta fue enviada a quienes egresaron de las primeras cuatro generaciones y fue respondida por seis egresadas y egresados de la primera

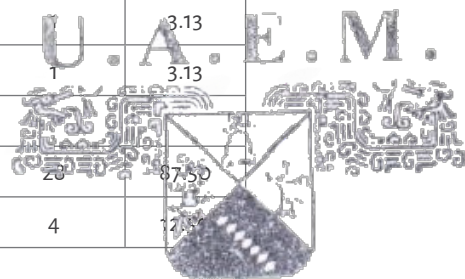


generación, cuatro de la segunda, 11 de la tercera y 11 de la cuarta (en total, 32 de 45 personas egresadas).

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en esos años se reflejan en el siguiente cuadro:

Cuadro 16. Resultados de encuestas 2013 y 2016

	2013		2016	
	Total	%	Total	%
Personas encuestadas	9	100	32	100
Opinan que el posgrado satisface las necesidades de la región				
Sí	9	100	28	87.50
No	0	0	3	9.38
No contestó	0	0	1	3.13
A partir de su experiencia, la formación que recibieron fue				
Muy buena	5	55.55	11	34.38
Buena	4	44.44	17	53.13
Regular	0	0	2	6.25
Mala	0	0	0	0
No contestó	0	0	2	6.25
Se sienten satisfechos/satisfechas con la formación que la institución les brindó				
Sí	8	88.88	26	81.25
No	1	11.11	5	15.63
No contestó	0	0	1	3.13
Han participado en la creación de productos editoriales				
Sí	-	-	30	93.75
No	-	-	1	3.13
No contestó	-	-	1	3.13
Actualmente trabajan				
Sí	8	88.88	26	81.25
No	1	11.11	4	12.50



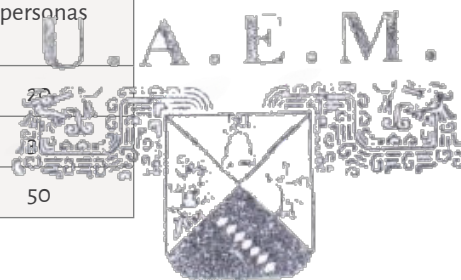
	2013		2016	
	Total	%	Total	%
Tipo de institución o empresa				
Pública	5	55.55	20	71.43
Privada	2	22.22	8	28.57
Propia	1	11.11	0	0
Existe relación entre los estudios realizados y sus actividades laborales				
Sí	8	100	24	85.71
No	0	0	4	14.29
Consideran que están mejor preparados que las personas egresadas de otras instituciones				
Sí	7	77.77	-	-
No	1	11.11	-	-
No sé	1	11.11	-	-
Las posibilidades que tiene una persona egresada de este posgrado para desarrollarse laboralmente en la región le parecen				
Excelentes	3	33.33	-	-
Buenas	3	33.33	-	-
Regulares	3	33.33	-	-

Los resultados de la encuesta realizada en 2019 muestran que 91.8% de las 49 personas egresadas encuestadas está satisfecho con la formación recibida, y 75% de quienes respondieron ese rubro (30 de 40) trabaja en áreas directamente relacionadas con el PE. Lo anterior muestra la afinidad del perfil de los egresados con su campo laboral.

En el 2023 la encuesta fue reestructurada, se incluyeron algunas preguntas que nos permiten conocer mejor la situación laboral de nuestros egresados y egresadas, se eliminaron otras que resultaban difíciles de responder, por solicitar datos relacionados con fechas exactas. Esta encuesta se envió a las personas egresadas de la MPE que terminaron sus estudios en el 2019, 2020 y 2021 (octava, novena y décima generaciones). Hemos obtenido las respuestas de las 31 enviadas y seguimos esperando las que faltan. Los resultados obtenidos hasta el momento se plasman en el siguiente cuadro:

Cuadro 17. Resultados de encuesta 2023

	2023	
	Total	%
Personas encuestadas	10	100
¿Actualmente trabajan?		
Sí	10	100
No	0	0
No contestó	0	0
Tipo de institución o empresa en la que trabajan		
Pública	3	30
Privada	5	50
Propia	2	20
¿Existe relación entre los estudios realizados y las actividades laborales que desempeñan?		
Sí	10	100
No	0	0
No contestó	0	0
Grado de satisfacción que tienen con sus actividades laborales actuales		
Muy satisfecho	3	30
Medianamente satisfecho	6	60
Poco satisfecho	1	10
No contestó	0	0
¿Han participado en la creación de productos editoriales?		
Sí	10	100
No	0	0
No contestó	0	0
¿Han colaborado en algún proyecto u otra actividad editorial con personas egresadas o docentes de la MPE, o con la propia maestría?		
Sí	2	20
No	3	30
No contestó	5	50



	2023	
	Total	%
¿Después de la MPE cursaron algún otro posgrado?		
Sí	0	0
No	10	100%
No contestó	0	0

Los resultados obtenidos en las cuatro encuestas han permitido tener elementos para las mejoras y subsecuentes reestructuraciones del plan de estudios como, por ejemplo, la definición, reordenamiento o sustitución de cursos y contenidos semestrales; el aumento de un curso básico (2023) y dos cursos de especialización (2019) al mapa curricular; entre otros. Para la comunicación y colaboración efectiva y constante con la comunidad egresada se ha recurrido a medios formales (mensajes personalizados vía correo electrónico) e informales (redes sociales como Facebook y WhatsApp). Se les informa sobre eventos del medio editorial, vacantes y opciones laborales, actividades en la UAEM que podrían ser de su interés, entre otros. Asimismo, se propicia el desarrollo de proyectos en colaboración, principalmente, la edición y formación de publicaciones, y se les invita a participar en eventos y actividades de la MPE como: presentación y venta de publicaciones en ferias del libro; presentaciones de libros; asistencia al coloquio semestral de estudiantes. Además, más de una veintena de egresados y egresadas ha participado en el programa como: docentes (de cursos semestrales y talleres extracurriculares), integrantes de comités tutorales, evaluadores y evaluadoras de trabajos de grado, así como miembros del NA.

Con base en los resultados obtenidos a partir de las evaluaciones internas y externas que se han hecho al plan de estudios de la MPE, durante los últimos 12 años se han realizado una serie de modificaciones para mejorar la calidad del posgrado. Algunas de estas modificaciones se enlistan y describen a continuación.

1. En el plan de estudios aprobado en 2010 se consideraban tres materias separadas: edición, diseño y gestión, las cuales, en la reestructuración de 2013, se fusionaron en una sola: producción editorial en medios impresos y digitales, con el objetivo de fortalecer el enfoque interdisciplinario.



- programa, así como el seguimiento de los proyectos y las tesis del alumnado mediante comités integrados por tres docentes.
- Entre 2010, cuando el posgrado tenía un perfil de ingreso abierto a cualquier disciplina, y la reestructuración 2019, se especificaron las áreas de las que pueden proceder los alumnos y las alumnas potenciales; se ajustó el perfil y se ampliaron los requisitos de ingreso para asegurar que se admita a las personas aspirantes mejor formadas, es decir, se mejoró el proceso de selección.
 - En 2013, atendiendo a las recomendaciones de la evaluación plenaria de Conacyt, se refinaron e hicieron explícitas las competencias profesionales del posgrado.
 - Hace nueve años, por indicación de asesoras y asesores del área de Posgrado de la UAEM, se matizó el nombre de los *cursos tipo para que reflejaran claramente su contenido: los llamados «taller» se convirtieron en «curso-taller», y los «cursos de apoyo a la práctica» se denominaron «cursos de especialización»; todos mantuvieron sus cargas horarias y créditos.*
 - También en 2013, las prácticas profesionales fueron incorporadas al mapa curricular, con la finalidad de reflejar en los historiales académicos del estudiantado el vínculo con el medio laboral y con la sociedad que caracteriza nuestro posgrado.
 - La flexibilidad interna del plan de estudios ha permitido realizar con eficiencia los cambios necesarios en los contenidos. Cada semestre, dichas modificaciones son discutidas y aprobadas por la CAI –antes de ser sometidas al Consejo Técnico y al Consejo Interno de Posgrado (CIP)– en función de las necesidades de formación de las personas estudiantes, así como de los cambios surgidos en el ámbito profesional.
 - En diciembre de 2016 cambió la adscripción del programa educativo: pasó de la Facultad de Humanidades al CIHu del IIHCS.
 - En la reestructuración de 2019 se agregó al mapa curricular un curso y un curso-taller en el eje de especialización, pues se detectó la necesidad de cubrir un conjunto de temas indispensables para la formación del estudiantado, que antes se habían impartido como *cursos o talleres extracurriculares.*
 - En 2019, la MPE dejó de ser un programa multisede y se desvinculó de la Facultad de Artes, puesto que dos de sus docentes abandonaron



NA y suspendieron su participación en la CAI. Además, como Unidad Académica, no participa en ninguno de los trámites y gestiones que requiere el programa.

10. Se modificaron los requisitos y condiciones de ingreso, a saber:
 - a) Se pide constancia de comprensión de textos en inglés. Los criterios sobre la validez y pertinencia de esta serán definidos por la CAI de la MPE.
 - b) En 2019, se modificó el promedio mínimo requerido para ingresar al posgrado, pasó de 7.8 a 8.0.
 - c) Se estableció el pago de una cuota de inscripción al proceso de selección (2019).
11. Durante la reestructuración del 2023 se agregó un curso en el eje básico, pensado para temáticas de metodología de la investigación. Desde la reestructuración de 2019 se ha impartido ese contenido en un curso de inducción a los candidatos y las candidatas aceptados. Sin embargo, dada la importancia que implica para la formación de las y los estudiantes, se decidió que fuera un curso curricular con créditos. Esta nueva asignatura tiene cinco créditos, por lo que la Maestría pasó de tener 88 créditos a un total de 93.



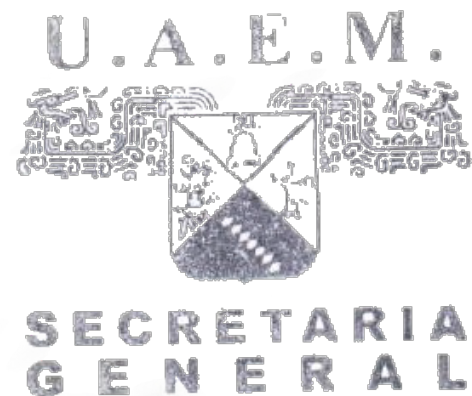
4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

La MPE se caracteriza porque:

- » Es un programa de orientación profesional.
- » Su currículo es flexible.
- » Su única LAC es la producción editorial en medios impresos y digitales;
- » Está inscrita en el Sistema Nacional de Posgrados del Conahcyt.
- » Es un programa de tiempo completo.
- » Tiene una duración de dos años.
- » Durante los cuatro semestres del programa, las y los estudiantes desarrollan un producto editorial (desde su planeación hasta la realización de maquetas del mismo) que puede ser impreso o digital, y una tesis que sustenta dicho proceso.
- » Lo anterior permite que cada estudiante cuente con su tesis terminada al concluir sus estudios y favorece la eficiencia terminal.
- » El grado debe obtenerse en máximo 3.0 años.
- » El plan de estudios está articulado en tres ejes formativos: eje básico, eje de especialización y eje terminal; divididos en cinco cursos y cuatro cursos-taller básicos (que antes de esta reestructuración eran cuatro y cuatro), tres cursos y tres cursos-taller de especialización, prácticas profesionales y cuatro seminarios tutorales.
- » El estudiantado cursa sus materias a lo largo de cuatro semestres lectivos y obtiene al final de su formación 93 créditos repartidos en 27 horas teóricas y 39 horas prácticas; la versión anterior del programa consideraba 88 créditos.
- » Parte de la formación del alumnado requiere que cumpla con 192 horas de prácticas profesionales.
- » Se trabaja con un sistema de tutorías: a cada estudiante se le asigna un comité tutorial, conformado por el director o la directora de tesis y dos tutores o tutoras más.



- » Han ingresado trece generaciones; actualmente se encuentra en proceso de selección la decimocuarta, que ingresará en agosto de 2023.
- » El plan de estudios se actualiza periódica y sistemáticamente.
- » El programa comenzó sus labores en 2010 y ha sido reestructurado en tres ocasiones (2013, 2019 y 2023). En 2016, la CAI consideró que no era necesario realizar la reestructuración periódica correspondiente.
- » Cuenta con un NA de profesores y profesoras con experiencia en el medio editorial e idóneos para el programa.
- » La infraestructura del CIHu permite realizar las actividades de manera adecuada.



5. OBJETIVOS CURRICULARES

5.1. OBJETIVO GENERAL

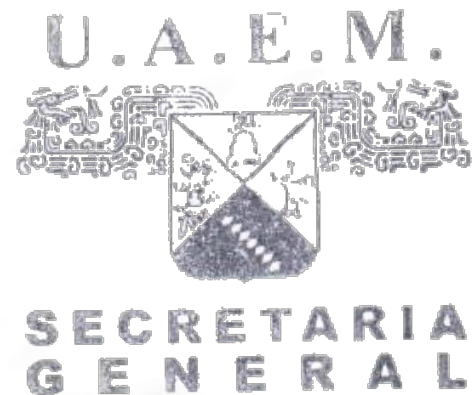
Formar maestros y maestras en producción editorial con enfoque interdisciplinar en las áreas de edición, diseño y gestión, que sean capaces de elaborar estrategias y productos en el ámbito editorial público, privado e independiente.

Objetivos particulares

- » Que el alumnado adquiera, a través de cursos y cursos-taller básicos, competencias fundamentales de edición, diseño y gestión para generar y desarrollar estrategias y productos editoriales.
- » Que el alumnado construya, a través de cursos y cursos-taller de especialización, así como de prácticas profesionales, competencias de edición, diseño y gestión para coordinar y supervisar estrategias y productos editoriales.
- » Que el alumnado integre herramientas metodológicas y tecnológicas específicas, así como conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes en el ámbito editorial, por medio de la elaboración de un producto impreso o digital y la tesis que lo sustenta.

5.2. METAS DEL PLAN DE ESTUDIOS

- » Que al menos el 80% del alumnado de cada generación se gradúe en tiempo y forma.
- » Que el 100% del alumnado de cada generación se vincule con al menos un escenario de práctica profesional en el ámbito editorial público, privado o independiente, a través de la participación en actividades académicas y profesionales.
- » Que el 100% de las graduadas y los graduados demuestre las competencias adquiridas y desarrolladas en el programa educativo mediante la elaboración de un producto editorial y la tesis que lo sustenta.
- » Que el 100% del alumnado de cada generación participe en eventos académicos o profesionales.



6. PERFIL ESTUDIANTIL

6.1. PERFIL DE INGRESO

Las candidatas y los candidatos deberán cumplir con los conocimientos, las habilidades, las aptitudes o destrezas, las actitudes y los valores que se enlistan a continuación.

Conocimientos

- » Contar con conocimientos previos de las áreas de letras, lingüística, tecnología educativa, ciencias de la comunicación, periodismo, diseño gráfico o artes visuales.
- » Demostrar conocimientos básicos de los procesos editoriales.

Habilidades

- » Tener habilidades argumentativas.
- » Demostrar habilidades en comprensión lectora mediante el análisis de ideas principales y secundarias para detectar la lógica argumentativa de un texto.
- » Tener habilidad de redacción y uso de reglas ortográficas y sintácticas.
- » Demostrar habilidades de comprensión lectora en lengua inglesa.
- » Tener las habilidades necesarias para elaborar una propuesta de proyecto editorial.
- » Poseer habilidades en el uso de la tecnología de la información y de la comunicación.

Aptitudes o destrezas

- » Tener capacidad de expresión y comunicación.
- » Tener capacidad de aprender y actualizarse permanentemente.



Actitudes

- » Contar con las actitudes necesarias para interactuar en nuevas situaciones.
- » Tener capacidad para trabajar en grupos colaborativos.
- » Tener capacidad crítica y autocrítica.

Valores

- » Usar normas de estilo en la elaboración del proyecto editorial.
- » Tener compromiso ético.
- » Tener compromiso con la calidad.
- » Mostrar honestidad intelectual y respetar los derechos de autor.

6.2. PERFIL DE EGRESO

Las egresadas y los egresados de la MPE podrán entender, concebir, diseñar, articular, desarrollar y concluir procesos y productos editoriales a nivel profesional y competitivo, y contarán con las habilidades de autogestión necesarias para procurar su inserción en medios editoriales.

Competencias básicas, genéricas y laborales

El *Modelo Universitario* (UAEM, 2022) plantea mantener la formación basada en competencias, incorporando un enfoque actualizado con mayor énfasis en las competencias transferibles a diversas situaciones y contextos, que confieren a la persona una mayor adaptabilidad a un entorno dinámico. Estas competencias se agrupan en tres grandes áreas: básicas, genéricas y laborales.

1. Competencias básicas
 - a) Lectura, análisis y síntesis
 - b) Comunicación oral y escrita
 - c) Aprendizaje estratégico
 - d) Razonamiento lógico-matemático
 - e) Razonamiento científico
2. Competencias genéricas
 - a) Cognitivas-metacognitivas:
 - resolución de problemas



SECRETARIA
GENERAL

- pensamiento crítico
 - creatividad
- b) Socioemocionales genéricas:
- trabajo colaborativo
 - cuidado de sí
 - orientación al logro
 - gestión emocional
 - apertura a la experiencia
 - relación con otras personas
- c) Digitales genéricas:
- búsqueda, valoración y gestión de información
 - comunicación y colaboración en línea
 - creación de contenidos digitales
 - seguridad en la red
 - resolución de problemas técnicos
- d) Socioculturales genéricas:
- integridad personal
 - comunicación en un segundo idioma
 - interculturalidad
 - responsabilidad social y ciudadana
 - aprecio por la vida y la diversidad
 - emprendimiento
3. Competencias laborales

En el *Modelo Universitario 2022* las competencias laborales se distinguen en dos tipos: específicas disciplinares y competencias para el trabajo. A continuación, se describe cada una de ellas.

Específicas disciplinares:

- genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado;
- diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo;

- crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas;
- diagnostica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción;
- produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados;
- coordina y supervisa proyectos editoriales para crear productos a través de estrategias de gestión;
- crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético;
- analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe;
- colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otras personas, por medio de la gestión de proyectos u obras.

Transferibles para el trabajo

a) Digitales para el trabajo:

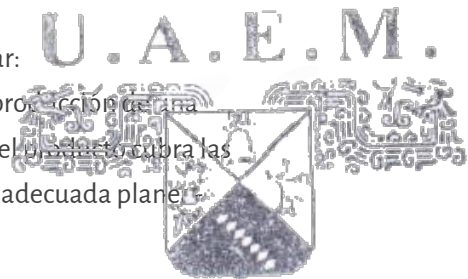
- aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías;
- implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

b) Socioemocionales para el trabajo:

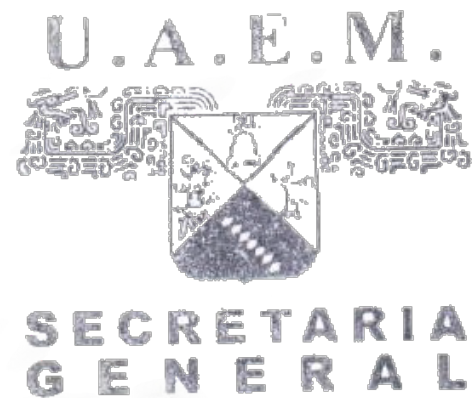
- colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

c) Competencias para el trabajo transdisciplinar:

- organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.



- d) Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral:
- se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de este y, a partir de ello, planear, crear y producir los proyectos editoriales.



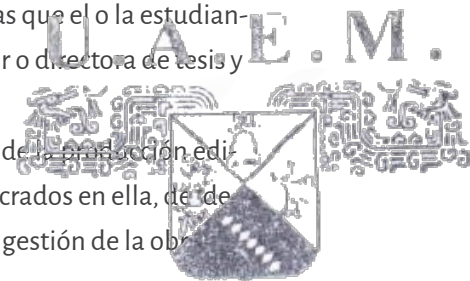
7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La estructura del plan de estudios de la MPE representa una innovación en el marco de los currículos existentes en los posgrados nacionales debido a que tiene una orientación profesional. Esto quiere decir que le confiere al alumnado la posibilidad de desarrollar sus habilidades mientras adquiere los conocimientos necesarios para procurar su inserción profesional en el ámbito editorial.

El plan de estudios está basado en competencias profesionales, centrado en el estudiantado y es flexible. Asimismo, está articulado en tres ejes formativos: eje básico, eje de especialización y eje terminal, divididos en cinco cursos básicos, cuatro cursos-taller básicos, tres cursos de especialización, tres cursos-taller de especialización, prácticas profesionales y cuatro seminarios tutorales. El alumnado estudia dichos cursos a lo largo de cuatro semestres lectivos y obtiene al final de su formación la cantidad de 93 créditos, repartidos en 27 horas teóricas y 39 horas prácticas. El grado debe obtenerse en tres años, como máximo.

Durante toda la Maestría, las y los estudiantes tienen la posibilidad de ajustar el número de cursos que inscriben cada semestre. En principio, durante los dos primeros semestres convendría que cursen: en primer semestre, tres cursos básicos, dos cursos-taller básicos y un seminario tutorial; y, en segundo semestre, dos cursos básicos, dos cursos-taller básicos y un seminario tutorial. Pueden, sin embargo, posponer, o incluso adelantar, uno de éstos. En los últimos dos semestres se espera que, en total, tomen tres cursos de especialización y tres cursos-taller de especialización, distribuidos como mejor les parezca, y dos seminarios tutorales más, única materia que es obligatoria durante todos los semestres. Cuando se modifica la cantidad de materias que el o la estudiante toma por semestre, son necesarios el aval de su director o directora de tesis y la aprobación de la CAI del posgrado.

Nuestro posgrado tiene una visión teórico-práctica de la producción editorial. El plan de estudios cubre todos los aspectos involucrados en ella, desde la gestación de un producto editorial como idea, hasta la gestión de la obra



terminada para su publicación, difusión y comercialización. Uno de los rasgos relevantes de este programa es la relación entre la teoría y la práctica, aplicadas a las distintas facetas de la producción editorial, lo cual tiene como objetivo principal la profesionalización del editor o la editora en ciernes. Esto significa que cada estudiante encontrará una metodología de producción acorde con su proyecto de titulación.

Como se mencionó antes, dado que la MPE es un posgrado profesionalizante, parte de la formación del alumnado requiere que cumpla con 192 horas de prácticas profesionales en alguna institución con la que el programa tenga establecido un convenio. Esta es una actividad de retribución social, en la medida en la que el alumnado otorga sus conocimientos y tiempo en función de un beneficio para los demás.

7.1. FLEXIBILIDAD CURRICULAR

De acuerdo con lo establecido en los *Lineamientos de diseño y reestructuración curricular*, el currículo de la MPE es flexible, interna y externamente, por las razones que se exponen a continuación.

Flexibilidad interna

- » La organización y estructura curricular está concebida desde ejes formativos y considera la aplicación del sistema de créditos.
- » No tiene asignaturas seriadas.
- » Oferta cursos que el alumnado puede escoger para diseñar su currículo conforme a su interés.
- » Los programas evitan la sobrecarga horaria en el salón de clases para impulsar a la persona estudiante a que avance de manera independiente en su aprendizaje.
- » Incorpora estrategias de aprendizaje fuera del aula, como talleres extracurriculares y prácticas profesionales.
- » Está respaldado por un sistema de tutorías, cuyo objetivo es guiar el proceso de formación del alumnado, así como por el trabajo del personal académico de tiempo completo.



- » En el proceso de enseñanza-aprendizaje, introduce métodos y tecnologías que fomentan en las y los estudiantes la integración de conocimientos y la solución de problemas. Este acercamiento se sigue en casi todas las materias pero, sobre todo, en los seminarios tutorales.
- » Incluye dispositivos y alternativas que hacen posible que las personas estudiantes avancen en su formación en circunstancias específicas, de acuerdo con su ritmo y estrategia de aprendizaje.
- » El plan de estudios está diseñado bajo directrices que enfatizan los procesos de aprendizaje sobre los de enseñanza.

Flexibilidad externa

- » Incorpora y actualiza constantemente sus contenidos curriculares con base en los nuevos conocimientos que surgen en el área, sin que sea necesario reformular el plan de estudios completo.
- » Posibilita la movilidad académica de las y los estudiantes hacia otras unidades académicas de la UAEM para cursar asignaturas comunes u optativas.
- » Promueve la movilidad académica del alumnado y del personal docente con otras instituciones educativas nacionales y extranjeras.
- » Fomenta las prácticas profesionales de las y los estudiantes en el entorno laboral y escenarios productivos.
- » Permite que el personal docente de otras unidades académicas de la UAEM y de otras universidades, pertenecientes a un área de conocimiento ligada con el posgrado, apoyen en la formación de las personas estudiantes mediante asesorías y tutorías, en una acción de carácter inter y multidisciplinario.

Cursos

La MPE tiene una duración de cuatro semestres. El plan de estudios plantea que durante el primer año el alumnado adquiera competencias básicas de la producción editorial. Las materias de este año cubren contenidos generales de edición, diseño y gestión editorial; además, las personas estudiantes cursan dos seminarios tutorales, uno por semestre, donde se da seguimiento al desarrollo de su proyecto y tesis, de manera que, al finalizar el segundo semestre, cuente con un avance del 50 por ciento.



Durante el segundo año, el alumnado decide qué asignaturas cursar de acuerdo con las particularidades de su proyecto y el área en la que le interese especializarse, siempre con el apoyo y visto bueno de su director o directora de tesis. Al igual que durante el primer año, la persona estudiante debe cursar un seminario tutorial cada semestre, de forma que, al terminar el último semestre, la tesis esté terminada. Así, se entiende que durante el primer año el estudiante adquiere conocimientos básicos para desempeñarse como profesionales en la edición, mientras que el segundo año complementa su formación con un enfoque más bien especializado, en función de sus intereses y proyectos de titulación. Las prácticas profesionales se cubren en el segundo año, antes de finalizar el cuarto semestre.

Un curso consiste en una combinación de teoría y práctica dirigidas al planteamiento y la resolución de problemas que se presentan en el ámbito editorial. Aunque todas las materias del plan de estudios tienen un componente teórico-práctico, se entiende como «curso-taller» aquel cuya función principal es proporcionar a las y los estudiantes las condiciones necesarias para aplicar los conocimientos adquiridos en la solución de problemas concretos. Por su parte, llamamos «curso» a las asignaturas con mayor carga teórica, aquellas que tienden al análisis, en contraste con las primeras.

Los contenidos de los cursos no son fijos, se actualizan conforme a las necesidades específicas de los problemas y proyectos que en cada generación se aborden. La CAI de la MPE es responsable de proponer los cursos que se impartirán cada semestre y sus contenidos. La descripción de los tipos de cursos es la siguiente:

Curso básico: serie de actividades académico-metodológicas que proporcionan elementos teórico-prácticos generales para la edición, diseño y gestión, con la finalidad de formar profesionistas en la producción editorial. Su meta es realizar estudios y prácticas en torno a problemas editoriales para que el alumnado desarrolle una actitud crítica ante éstos y proponga métodos de aproximación para su resolución.

A su vez, los **cursos de especialización** son actividades similares cuya finalidad, en cambio, es ofrecer a la persona estudiante los conocimientos que lo apoyen a realizar su proyecto de titulación.

Curso-taller básico: actividades académicas en las que se generan las condiciones necesarias para la aplicación de los conocimientos adquiridos



los cursos y la solución de problemas concretos en edición, diseño y gestión editorial.

La diferencia entre éstos y los **cursos-taller de especialización** radica en que los segundos apuntan a la solución de problemas editoriales específicos ligados al proyecto de titulación.

Seminario tutorial: seguimiento académico-metodológico que busca integrar al proyecto de titulación del alumnado los conocimientos adquiridos y las capacidades desarrolladas en torno a la producción editorial. El seguimiento mediante comités tutorales permite verificar el avance de cada estudiante en la tesis y producto editorial, con el objetivo de obtener el grado académico de acuerdo con los criterios y plazos establecidos en el programa. Para los seminarios tutorales se prevén tres modalidades de trabajo: reuniones periódicas con quienes integran el comité tutorial (director o directora de tesis y otros dos tutores o tutoras) para dar seguimiento al avance en la tesis y producto editorial; presentaciones del trabajo y discusión posterior frente al grupo para obtener retroalimentación de los pares; y presentaciones periódicas ante todo el comité tutorial. Al final de cada semestre se hacen presentaciones frente a una audiencia mixta (profesorado, estudiantado y público interesado) en un coloquio de estudiantes del posgrado, el cual es una actividad conjunta que favorece el trabajo vinculado entre estudiantes, docentes y la coordinación académica de la MPE.

7.2. CICLOS DE FORMACIÓN

Con base en el *Modelo Universitario 2022*, en el posgrado los ciclos formativos corresponden al enfoque del programa, por lo que, para la MPE, el eje formativo básico corresponde al ciclo básico. Los ejes de especialización –donde el alumnado realiza un programa de intervención, a través de las prácticas profesionales– y el terminal corresponden al ciclo profesional, como se indica en el siguiente cuadro:



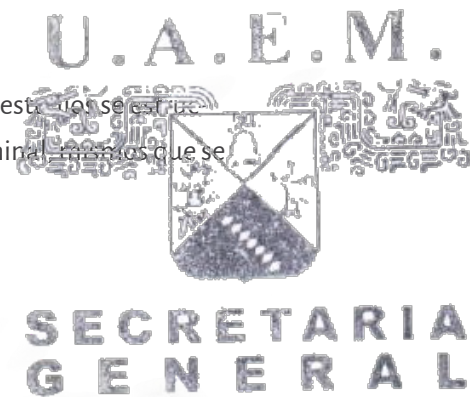
Cuadro 18. Ciclos de la formación de la MPE

Ejes generales de la formación	Ciclos			
	Básico		Profesional	
	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Básico	Curso básico 3 horas / 5 créditos	Curso básico 3 horas / 5 créditos	---	---
	Curso básico 3 horas / 5 créditos	Curso básico 3 horas / 5 créditos		
	Curso básico 3 horas / 5 créditos	Curso-taller básico 3 horas / 4 créditos		
	Curso-taller básico 3 horas / 4 créditos	Curso-taller básico 4 horas / 5 créditos		
	Curso-taller básico 4 horas / 5 créditos	---		
Especialización	---	---	Curso de especialización 3 horas / 5 créditos	Curso de especialización 3 horas / 5 créditos
			Curso de especialización 3 horas / 5 créditos	Curso-taller de especialización 4 horas / 5 créditos
			Curso-taller de especialización 4 horas / 5 créditos	Curso-taller de especialización 4 horas / 5 créditos
			Prácticas profesionales	
Terminal	Seminario tutorial	Seminario tutorial	Seminario tutorial	Seminario tutorial

A continuación se explica cómo se conforman cada uno de los ejes y, más adelante, en el apartado 8, se presenta el mapa curricular y un ejemplo de trayectoria académica.

7.3. EJES GENERALES DE LA FORMACIÓN

Como se puede observar en el cuadro anterior, el plan de estudios se estructura a partir de tres ejes: básico, de especialización y terminal, los cuales se describen a continuación:



- » **Eje básico:** consiste en nueve cursos teórico-prácticos (cinco cursos y cuatro cursos-taller) que apoyan la formación integral e interdisciplinaria del alumnado. Su objetivo es que las y los estudiantes adquieran los conocimientos y desarrollen competencias básicas para una formación general en edición, diseño y gestión editorial.
- » **Eje de especialización:** está formado por seis cursos teórico-prácticos, cuyo objetivo es profundizar en las competencias de la profesión y dar a la persona estudiante los conocimientos especializados que necesita para el desarrollo de su producto editorial y tesis. Tres de ellos son cursos de especialización y tres son cursos-taller de especialización, a los que se suman 192 horas de prácticas profesionales que deben cubrirse en una institución con la que se haya establecido convenio.
- » **Eje terminal:** se trata de cuatro seminarios tutorales cuyo objetivo es ligar los conocimientos y competencias, adquiridos a lo largo de la Maestría, con el proyecto de titulación, de modo que, las personas estudiantes puedan comprobar un avance de 25% en su proyecto al finalizar el primer semestre; 50% al acabar el segundo; 75% el tercero, y 100% al terminar el último.

7.4. TUTORÍAS

Al ingresar a la Maestría, a cada estudiante se le asigna un director o directora de tesis y dos tutores o tutoras más, quienes conforman el Comité Tutorial. La asignación de directores o directoras se realiza con base en los proyectos del alumnado y el área de especialidad de los profesores y las profesoras. La función de dicho comité es acompañar a las y los estudiantes durante su formación, en el desarrollo de su proyecto editorial, y coadyuvar en la eficiencia terminal del posgrado, asegurándose de que se cumplan los plazos establecidos para la terminación de la tesis y la obtención del grado. A su vez, el director o la directora de tesis debe dar seguimiento a la realización de las prácticas profesionales.

Si hay causas que así lo requieran, los comités pueden cambiarse con respecto a sus integrantes. En caso de que un alumno o una alumna solicite cambio de director o directora de tesis o de Comité Tutorial, debe presentar por escrito

solicitud argumentada, la cual será evaluada por la CAI y avalada, en su caso, por el CIP del CIIHu.

Al término de cada seminario tutorial, cuando el director o la directora de tesis considere que los objetivos se han cumplido, la persona estudiante presentará públicamente una exposición de los avances de su proyecto editorial en un coloquio de alumnos y alumnas de la Maestría, y entregará por escrito sus avances de tesis a su Comité Tutorial. De acuerdo con los criterios incluidos en el Anexo 2 de este documento, el alumno o la alumna debe demostrar que ha avanzado un 25% el primer semestre, 50% el segundo, 75% el tercero y 100% el cuarto. El director o la directora de tesis es quien asienta la calificación final del seminario tutorial, que resultará del promedio de las calificaciones de las tres personas integrantes del comité.

7.5. LÍNEAS DE GENERACIÓN Y APLICACIÓN DEL CONOCIMIENTO

Por ser un posgrado con orientación profesional, la MPE se basa en determinadas líneas de aplicación del conocimiento (LAC).

En el plan de estudios aprobado en 2010 se consideraban tres líneas: edición, diseño editorial y gestión. Aunque el enfoque de la maestría ha sido interdisciplinario desde el principio (ya que esta es una característica intrínseca de la producción editorial), la división en tres líneas resultó un obstáculo para fortalecer dicho enfoque. Por otra parte, esta división restaba eficiencia a las tutorías y asesorías al alumnado, pues se asignaban disciplinariamente y no de acuerdo con las necesidades particulares de cada proyecto de titulación (por ejemplo, temáticas o técnicas).

El plan de estudios 2013 consideró una sola LAC: *la producción editorial en medios impresos y digitales*, la cual es congruente, tanto con el objetivo del posgrado –formar maestros y maestras en producción editorial con enfoque interdisciplinario en las áreas de edición, diseño y gestión, que sean capaces de elaborar estrategias y productos en el ámbito editorial público, privado e independiente–, como con el perfil de egreso, el cual busca que los egresados y los egresados de la MPE sean capaces de entender, concebir, diseñar, articular, desarrollar y concluir procesos y productos editoriales a nivel profesional.

competitivo, y que cuenten con las habilidades de autogestión necesarias para procurar su inserción en medios editoriales. Es decir que, en el plan de estudios, tanto en su estructura como en su objetivo, perfil de egreso y LAC, se considere que las personas estudiantes adquieran las competencias necesarias para desarrollar proyectos y productos editoriales en toda su extensión, desde su planteamiento hasta su publicación, lo cual significa integrar distintas habilidades y conocimientos, básicos y especializados, de las tres áreas (edición, diseño y gestión).

De acuerdo con el mapa curricular, desde la creación de la Maestría y hasta la fecha, el alumnado toma cursos cuyos contenidos cubren las tres áreas para obtener una formación básica. Estos cursos se complementan con asignaturas de especialización, de acuerdo con su proyecto de tesis y su interés profesional.

El claustro de profesores y profesoras del NA está formado, habilitado y cuenta con la experiencia para apoyar la LAC de la MPE. Las líneas de generación y aplicación de conocimiento (LGAC) de las y los integrantes del NA dan soporte a la LAC del programa, lo que nos permite garantizar el fortalecimiento del posgrado a través de un equipo vinculado con el trabajo editorial. Sus publicaciones y proyectos, de investigación y profesionales, muestran una relación estrecha y contemplan el quehacer editorial en sus diferentes aspectos. Asimismo, el perfil del personal docente que colabora con la maestría está ligado a los cursos que imparten, y a las tutorías y asesorías en que participan, de manera que éstos se fortalecen no solo por su experiencia profesional sino por la investigación y participación en proyectos en torno al ámbito editorial, como son coordinación de libros, participación en comités de revistas, diseño de productos editoriales, asesorías en diversos procesos de edición, entre otros. Cabe mencionar que todos los productos editoriales) desarrollados por estudiantes de la MPE, como revistas impresas y digitales, libros ilustrados, libros de artista, manuales para el manejo de programas y revistas interactivas para difusión de saberes, involucran procesos de edición, diseño y gestión.

La MPE, entonces, forma estudiantes capaces de proponer y generar productos editoriales que responden a necesidades del entorno social y cultural. Los proyectos que nuestros alumnos y alumnas desarrollan durante sus estudios de posgrado atienden y dan eco y visibilidad a problemas sociales, ya sean académicos, artísticos o culturales, e implican y requieren de un trabajo

colaborativo constante. En ello, la tecnología desempeña un papel cada vez más importante, ya que el interés y necesidad por el desarrollo de productos editoriales digitales es cada día más contundente. Asimismo, la creación de proyectos híbridos (impresos y digitales).

El programa atiende a la necesidad de formación de profesionistas en producción editorial, a fin de subsanar la carencia que, en este sentido, había a nivel regional y nacional.

La integración de las personas egresadas en el sector editorial, educativo e industrial, muestra el fruto de las estrategias del plan de estudios. Todo lo anterior y los buenos resultados obtenidos llevaron a la conclusión, a partir de la reestructuración de 2019 y de la revisión que se aprobó en 2023, de que la única LAC del programa era pertinente y congruente y no debía modificarse.

7.6. VINCULACIÓN

Al interior de la UAEM, la MPE está vinculada con tres cuerpos académicos del IIHCS: «Lenguaje y literatura: aproximaciones críticas al texto», «Contramemoria y discurso marginal» y «Estudios del discurso», todos del CIIHu. Esto con el propósito de ofrecer al alumnado la oportunidad de una formación académica más amplia mediante el acercamiento a la investigación interdisciplinaria del profesorado, y la apropiación de otras herramientas críticas y de análisis.

En este mismo sentido, la Maestría también está vinculada con la Dirección de Publicaciones y Divulgación de la UAEM –a cargo de la Mtra. Jade Gutiérrez Hardt, exalumna de la MPE e integrante de la CAI–, la cual desarrolló en los últimos años una fuerte vinculación con las editoriales universitarias y académicas de Alttexto ANUIES y con editores y editoras de revistas de divulgación de Conahcyt; gestiones de números ISBN e ISSN con el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor); cursos especializados con el Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor (Cempro); relaciones con repositorios nacionales, como Redalyc, y con editoriales comerciales reconocidas del país, y mantiene una vinculación con la Unión de Editoriales Universitarias de España (UNE) y Editores Universitarios de América Latina y el Caribe (EU/LAC). Asimismo, se han establecido vínculos para que las y los estudiantes de la

realicen sus prácticas profesionales en la Coordinación de Publicaciones de la UAEM y en la revista electrónica Estudios del Discurso (<http://esdi.uaem.mx/index.php/estudiosdeldiscurso>), que está próxima a publicar su noveno número, y actualmente es coordinada por el Mtro. Ernesto Alonso, egresado de la MPE y hoy al frente de la Jefatura de Producción Editorial del CIIHu. Cabe mencionar que, en 2021, la Dirección de Publicaciones apoyó a las y los estudiantes de la décima generación de la MPE para la publicación de un proyecto editorial realizado en dos asignaturas de su tercer semestre. *En diálogo con editores: un panorama de la edición independiente en Latinoamérica* (ISBN: 978-607-8784-21-9) es una edición digital de acceso abierto que consta de diez entrevistas realizadas por el alumnado, quienes, además, trabajaron la edición, corrección de estilo, diseño, formación y gestiones correspondientes; fue publicada con el sello de la UAEM y se puede consultar en el sitio de ésta (<http://libros.uaem.mx/?s=dialogo+con+editores>).

Entre los otros departamentos de la UAEM donde nuestras personas estudiantes han realizado sus prácticas profesionales, se cuentan las direcciones de Difusión de las Ciencias y la de Comunicación Universitaria, el Laboratorio de Hidrobiología del Centro de Investigaciones Biológicas, la Secretaría de Investigación de la Facultad de Artes y la Maestría en Teoría y Crítica (hoy posgrado de Humanidades). Todos estos son vínculos directos que permiten a las personas egresadas enfrentar y aprender a manejar y satisfacer la demanda profesional que requiere la producción editorial real en una universidad como la nuestra.

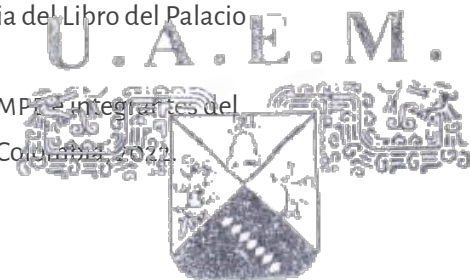
Por otro lado, con el objetivo de aumentar los espacios de vinculación profesional, la MPE ha firmado convenios que la enlazan local, regional, nacional e internacionalmente con imprentas, instituciones, empresas y editoriales, tales como la Secretaría de Turismo y Cultura de Morelos, el Instituto Nacional de Electricidad y Energías Limpias, el CRIM-UNAM, la editorial Harper-Collins, el Fondo de Cultura Económica, Juan Pablos Editores y el Instituto Caro y Cuervo (Colombia).

En cuanto a la movilidad académica estudiantil, la UAEM estableció convenios de cooperación con posgrados relacionados con la producción editorial. Ejemplo de ello es la UNAM, donde nuestras y nuestros estudiantes han hecho estancias de movilidad en el Instituto de Investigaciones Filológicas, y con su equipo de investigadores en ecdótica y preparación de ediciones críticas de

literatura contemporánea. Otro ejemplo de posible movilidad es la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM Xochimilco; además, algunas personas egresadas de dicho posgrado han impartido cursos en nuestro programa educativo.

Así también, la MPE ha participado, de diversas maneras, en ferias del libro nacionales y ha colaborado con otras instituciones:

- » *Primer Coloquio Académico de Producción Editorial*, 2014: coorganización con la Maestría en Diseño y Producción Editorial de la UAM Xochimilco y participación de estudiantes de la MPE.
- » *Feria Internacional del Libro de Guadalajara*, 2016: presentación de la MPE en el stand de la Red Altexto.
- » *Segunda Feria del Libro, UAEM 2017, Sembrando Futuro*: stand de la MPE, impartición de talleres por alumnos y alumnas de la Maestría, participación en actividades académicas como mesas redondas (estudiantes y profesorado).
- » *Feria del Libro de Cuernavaca por las Humanidades y las Ciencias*, 2018: integrante organizador, gestión de la exposición de libros «Pasión por la memoria», impartición de talleres y participación en actividades académicas organizadas con la Caniem (Jornada para profesionales: editores, autores, docentes, bibliotecarios, mediadores y promotores de lectura).
- » *Feria Internacional del Libro de Cuernavaca*, 2018: stand de la MPE e impartición de talleres.
- » *11 Jornada Latinoamericana de Estudios Editoriales*, Buenos Aires, 2019: coordinación de una mesa y exposición a distancia de profesores y profesoras de la MPE.
- » *Feria Universitaria del Libro, UAEM 2022*: taller de creación de separadores y libretas con cianotipia.
- » Asistencia y participación en talleres en otras ferias como: Feria Internacional del Libro Infantil y Juvenil (FILIJ); Feria del Libro Universitario (FILUNI); Feria del Libro y la Rosa; Feria del Libro del Palacio de Minería.
- » Intercambio de saberes entre los integrantes de la MPE – integrantes del Makerspace Editorial de la Universidad Central de Colombia, 2022.



Por otro lado, se ha solicitado se considere y gestione la afiliación de la MPE a la Caniem, a través de la Dirección de Publicaciones UAEM. Se ha proyectado que durante el proceso de dicha gestión, se programen talleres impartidos por Editamos, Caniem; para iniciar, uno sobre marketing editorial.

Nuestros alumnos y alumnas retribuyen al tejido social de las comunidades a las que regresan una vez que concluyen sus estudios en la MPE. Su labor permite la difusión de saberes que impactan en diversas áreas de las comunidades. Su trabajo les permite colaborar en institutos de arte, dependencias culturales, institutos de investigación, universidades, periódicos, revistas, editoriales y un sin fin de espacios en los que la producción editorial juega un papel importante en la difusión del saber. Durante su transitar por la MPE, como ya lo hemos mencionado antes, también contribuyen con la sociedad, esto lo realizan a través de las prácticas profesionales que llevan a cabo en diversas instancias. Por tanto, la vinculación de la MPE con la sociedad es estrecha y se genera desde el momento en el que nuestros alumnos y alumnas realizan sus prácticas y a lo largo de su transitar en los espacios editoriales de las comunidades.

8. MAPA CURRICULAR

El mapa curricular de la MPE, el cual es flexible, está estructurado en tres ejes formativos, con un total de 93 créditos: básico, que consta de cinco cursos y cuatro cursos-taller (43 créditos); de especialización, con tres cursos, tres cursos-taller (30 créditos) y 192 horas de prácticas profesionales (sin créditos); y terminal, compuesto por cuatro seminarios tutorales (20 créditos).

Las unidades de aprendizaje curricular de todos los cursos y cursos-taller señalan propósitos, competencias, contenidos temáticos, estrategias didácticas, criterios de evaluación y referencias. Además, como parte de la evaluación del seminario tutorial, al final de cada semestre, se realiza un coloquio en que las y los estudiantes presentan avances ante compañeras, compañeros, docentes, comité tutorial y público interesado.

En cuanto a las prácticas profesionales, la MPE tiene actualmente nueve convenios específicos y 23 cartas colaborativas para realizarlas, lo que permite al estudiantado desarrollar sus competencias y adquirir los conocimientos necesarios para su inserción profesional.

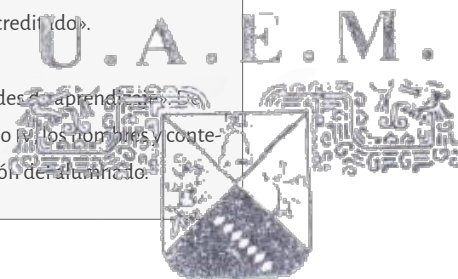
Como actividades complementarias, se ofrecen talleres extracurriculares; se visitan bibliotecas, imprentas y ferias del libro, en las que, además, se participa. El plan de estudios contempla mecanismos internos de evaluación curricular colegiada que consideran los resultados en docencia, investigación, vinculación y pertinencia, y permiten adecuar contenidos y estrategias didácticas para asegurar el cumplimiento de sus objetivos.

Cuadro 19. Mapa curricular de la MPE

Ejes generales de la formación	Unidades de aprendizaje	Horas teoría	Horas práctica	Créditos
Básico	Curso básico	2	1	5
	Curso básico	2	1	5
	Curso básico	2	1	5
	Curso básico	2	1	5
	Curso básico	2	1	5
	Curso-taller básico	1	2	4
	Curso-taller básico	1	2	4
	Curso-taller básico	1	3	5
	Curso-taller básico	1	3	5
Especialización	Curso de especialización	2	1	5
	Curso de especialización	2	1	5
	Curso de especialización	2	1	5
	Curso-taller de especialización	1	3	5
	Curso-taller de especialización	1	3	5
	Curso-taller de especialización	1	3	5
	Prácticas profesionales*	0	0	0
Terminal	Seminario tutorial	1	2	4
	Seminario tutorial	1	2	4
	Seminario tutorial	1	4	6
	Seminario tutorial	1	4	6
Total		27	39	93

* El artículo 47 del *Reglamento General de Estudios de Posgrado* establece que «en las actividades académicas que en el mapa curricular no contemplan créditos puede existir la calificación alfabética (no numérica) y cada programa de posgrado definirá los criterios de calificación». Por lo tanto, el eje de especialización de la MPE contempla 192 horas de prácticas profesionales que no contribuyen al conteo de créditos y se califican como «acreditado» o «no acreditado».

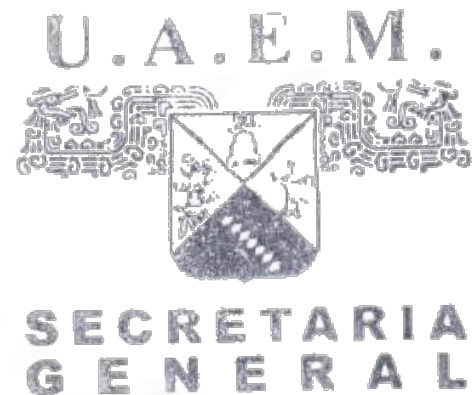
Nota: El listado de materias que componen el programa se encuentra en el apartado 11, «Unidades de aprendizaje», de acuerdo con el *Reglamento General de Estudios de Posgrado* (UAEM, 2020) menciona el Art. 26, Inciso IV, los nombres y contenidos de las mismas podrán ser reestructurados o cancelados según las necesidades de formación del alumno.



El presente plan de estudios tiene como característica la flexibilidad, así que no hay seriación en las materias, por lo que si algún estudiante no aprueba una asignatura de un eje particular, ello no le impide inscribirse y cursar otras materias del mismo eje, así como tampoco inscribir más de una materia del mismo eje en un mismo semestre.

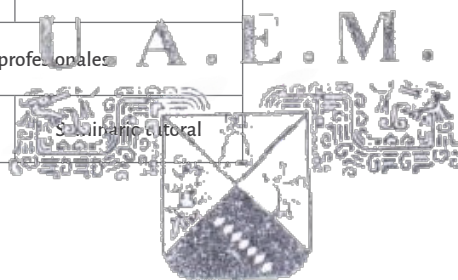
8.1. EJEMPLO DE TRAYECTORIA ACADÉMICA

Un ejemplo de trayectoria académica de una o un estudiante que ingresa a la MPE sería el siguiente:



Cuadro 20. Ejemplo de trayectoria académica

Ejes generales de la formación	Semestre			
	1°	2°	3°	4°
Básico	Curso básico <i>Planeación editorial</i> 3 horas / 5 créditos	Curso básico <i>Aspectos de la escritura en la corrección de textos</i> 3 horas / 5 créditos	---	---
	Curso básico <i>Selección de contenidos</i> 3 horas / 5 créditos	Curso básico <i>Edición digital</i> 3 horas / 5 créditos		
	Curso básico <i>Investigación para la edición</i> 3 horas / 5 créditos	Curso-taller básico <i>Tipografía</i> 3 horas / 4 créditos		
	Curso-taller básico <i>Historia del libro</i> 3 horas / 4 créditos	Curso-taller básico <i>Diseño editorial</i> 4 horas / 5 créditos		
	Curso-taller básico <i>Fundamentos del diseño</i> 4 horas / 5 créditos	---		
Especialización	---	---	Curso de especialización <i>Cuidado de la edición</i> 3 horas / 5 créditos	Curso de especialización <i>Derechos de autor, derechos conexos y otros derechos de propiedad intelectual</i> 3 horas / 5 créditos
			Curso de especialización <i>Administración editorial</i> 3 horas / 5 crédito	Curso-taller de especialización <i>Procesos para la imagen digital</i> 4 horas / 5 créditos
			Curso-taller de especialización <i>Edición de revistas científicas</i> 4 horas / 5 créditos	Curso-taller de especialización <i>Producción y pre prensa</i> 4 horas / 5 créditos
			Prácticas profesionales	
Terminal	Seminario tutorial	Seminario tutorial	Seminario tutorial	Seminario tutorial



9. MEDIACIÓN FORMATIVA

La MPE contempla un sistema de enseñanza acorde con los lineamientos pedagógicos de la UAEM, pues se basa en un currículo flexible, un sistema tutorial y está centrado en los intereses formativos del alumnado. Cada uno de estos elementos se articula con el modelo de competencias profesionales.

A continuación se explica el papel de cada uno de los actores que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Papel de las y los estudiantes: como se mencionó, el sistema de enseñanza de la MPE está centrado en el aprendizaje del estudiantado; es decir, que los componentes curriculares (estructura curricular, cursos, contenidos, tutorías) se articulan con el proceso de construcción del conocimiento y desarrollo de competencias que llevan a cabo las y los estudiantes y aseguran así cubrir los requerimientos, normas o parámetros de desempeño profesional en el ámbito editorial.

Se espera de las y los estudiantes, entonces, que sean capaces de reconocer sus necesidades de aprendizaje, ubicar los recursos para lograrlo y construir su propio conocimiento mediante la identificación de sus intereses e inquietudes. El modelo donde las y los estudiantes reciben conocimiento estandarizado se diluye ante la satisfacción de necesidades individuales, que se refleja en un mejor desarrollo de las aptitudes y actitudes individuales de cada persona. Esto se lleva a cabo tanto en los cursos como en los cursos-taller y los seminarios tutorales, donde se pone énfasis en la solución de problemas en diversas áreas de la producción editorial, siempre de acuerdo con las necesidades e inquietudes de formación del estudiantado.

El proceso de aprendizaje implica la búsqueda de objetivos que las y los estudiantes consideran trascendentes para ellas y ellos mismos: es un proceso activo y voluntario; es un proceso constructivista, que se basa en la experiencia previa de nuestras y nuestros estudiantes para el desarrollo de nuevas competencias. El aprendizaje es, entonces, un proceso dinámico que involucra a cada



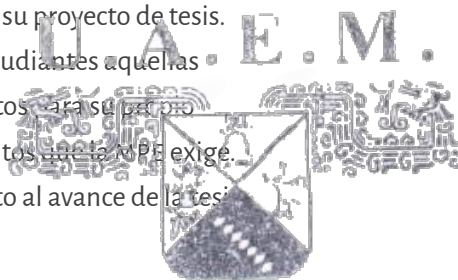
persona mediante tareas específicas que le permiten identificar y solucionar problemas en un proceso reflexivo crítico.

Papel del personal docente: las profesoras y los profesores deben considerar los saberes de cada estudiante para asistirle, dentro de su propio proceso, en la búsqueda de los conocimientos que requiere. En el plan de estudios de la MPE se busca que los conocimientos y habilidades de las y los estudiantes se desarrollen de manera efectiva y específica. Por esto, el profesorado debe evitar la mera transmisión de conocimientos pasiva y estandarizada y, en cambio, debe centrarse en el desarrollo personal de cada estudiante para acrecentar sus aptitudes. De cada docente se espera que fomente en el estudiantado las capacidades de aprender y resolver problemas de forma independiente, así como de reflexionar de forma crítica y de ser disciplinado en el trabajo.

Por todo lo anterior, se considera fundamental contar con profesoras y profesores cuyo perfil responda al modelo educativo basado en los siguientes ejes estratégicos:

1. competencias genéricas y específicas (transversales y básicas);
2. aprendizaje centrado en el alumnado;
3. formación inter/multidisciplinaria;
4. flexibilidad curricular;
5. tutorías y asesorías;
6. evaluación de ingreso, permanencia y egreso;
7. apoyo a la autonomía de las alumnas y los alumnos en la elección de asignaturas, docentes y proyectos creativos.

Papel del director y de la directora de tesis: en este programa el papel del director y de la directora de tesis es amplio. Por un lado, brinda acompañamiento académico a las y los estudiantes y les apoya en la elección de profesoras y profesores, así como de materias acordes con su área de interés; por otro, vigila y guía a las y los estudiantes en el desarrollo adecuado de su proyecto de tesis. Así, el director o la directora de tesis debe sugerir a sus estudiantes aquellas temáticas que le permitan integrar y ampliar conocimientos para su propio proyecto y que, a su vez, le faciliten cumplir con los requisitos que la MPE exige. El director o la directora es responsable de dar seguimiento al avance de la tesis.



y del producto editorial –que deberá entregarse en borrador final al concluir el cuarto semestre– y a la realización de las prácticas profesionales.

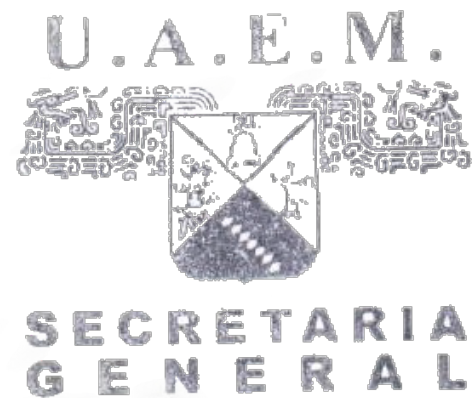
Al ingresar a la Maestría, se asigna a cada estudiante, de entre las profesoras y los profesores del NA, un director o directora responsable que lo acompañará académicamente durante su proceso de formación y dará seguimiento al avance de la tesis a lo largo del posgrado. Esta persona será asignada por la CAI de acuerdo con el proyecto de tesis de cada estudiante; no obstante, el alumnado podrá cambiar de director o directora de tesis por razones justificadas debidamente ante la CAI, quienes dictaminarán la decisión y la avalará el CIP. Como apoyo al director o directora de tesis, y para avalar el trabajo del o de la estudiante con el director o directora, se formará un comité tutorial integrado por tres profesores o profesoras (incluido el director o directora) asignados por la CAI del programa, y ante el cual se llevarán a cabo presentaciones de avances al término de cada semestre.

Dicho comité tendrá la responsabilidad de emitir sugerencias y comentarios en aras de que las y los estudiantes finalicen la tesis al término del cuarto semestre; el director o directora de tesis deberá considerar dichas opiniones para emitir y plasmar su calificación semestral.

Papel de la Coordinación Académica: la coordinación académica desempeña las labores de gestión del programa y trabaja constantemente con el área administrativa.

Derivado de lo anterior, las estrategias de enseñanza-aprendizaje consistirán en una o más de las siguientes actividades: elaboración por etapas de proyectos editoriales y portafolios para asegurar que cada estudiante es capaz de integrar y aplicar los conocimientos adquiridos, así como de desarrollar las competencias del plan de estudios; redacción de trabajos para verificar que cada estudiante cuenta con la capacidad para plantear un problema y proponer soluciones; exámenes orales y escritos para constatar que cada estudiante conoce los temas vistos en el curso y maneja con seguridad información precisa; presentaciones en clase que muestren la capacidad de cada estudiante para exponer distintos temas oralmente y con apoyos didácticos; proyectos de investigación en temas editoriales que permitan constatar que cada estudiante es capaz de generar conocimiento; desarrollo de trabajos grupales para promover en

estudiante el trabajo colectivo; realización de carpetas de trabajo para mostrar el desarrollo de competencias y el aprendizaje de saberes y conocimientos; ejercicios de aplicación de conocimientos para asegurar que cada estudiante pueda poner en práctica activa lo aprendido.



10. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación del aprendizaje asegura que las y los estudiantes se hayan apropiado de habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar las competencias señaladas en el plan de estudios. Dicha evaluación se lleva a cabo en función de la estructura curricular de la MPE y favorece la participación de cada estudiante con el apoyo de su director o directora de tesis.

Para evaluar el desarrollo del estudiantado, los programas de cada asignatura parten del planteamiento de problemas reales dentro del mundo editorial; por lo cual, cada estudiante debe poner en marcha una serie de recursos cognitivos que le permitan resolver paulatinamente los diferentes aspectos del problema. Esto implica que los profesores y las profesoras tengan que comparar la capacidad resolutoria que cada estudiante tiene al inicio del semestre con la que adquiere al final del mismo. Una evaluación basada en competencias gira en torno a la evolución académica y al desarrollo de la capacidad de aplicar conocimientos nuevos en un trabajo de producción editorial, siempre de manera progresiva, por lo que la acumulación de evidencias en portafolios o la elaboración sucesiva de proyectos se vuelve una necesidad en todos los cursos.

Las particularidades de los criterios y estrategias de evaluación son definidas –aunque con entera libertad de cátedra para cada docente– siempre de acuerdo con el programa de la asignatura y con lo que determine la CAI del posgrado cada semestre. Entre estas formas particulares de evaluación se incluye la heteroevaluación, donde las profesoras y los profesores realizan una evaluación del desempeño de cada estudiante, aportando elementos para su retroalimentación (se favorece la autoevaluación). Los trabajos que son evaluados comprenden, entre otros puntos: la resolución de problemas reales, ya sea por escrito o de manera oral; la revisión de proyectos por asignatura; la evolución del proyecto y tesis; la asistencia a cursos; participación en grupo; aplicación de exámenes y la realización de ejercicios para verificar el aprendizaje de conocimientos. Los seminarios tutorales se evalúan a través de un formato en el que los o las tres integrantes del comité tutorial emiten su evaluación, de



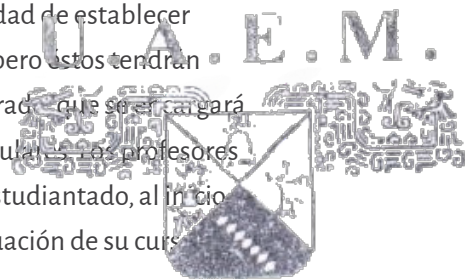
como resultado una calificación final sustentada en los elementos valorados durante cada semestre. Estas evaluaciones se basan en los criterios especificados en el *Anexo 2* de este plan de estudios.

La evaluación del aprendizaje es individual y permite verificar el avance del estudiantado mediante la comparación del progreso de su trabajo al inicio y al final del semestre. Asimismo, la evaluación de los seminarios tutorales está sujeta a la entrega de avances que se van acumulando durante el transcurso de la Maestría, de modo tal que cada versión del proyecto se va enriqueciendo y consolidando a partir de las observaciones y comentarios que cada estudiante recibe tanto de su comité tutorial y su director o directora de tesis, como de sus compañeros, compañeras (se potencializa la coevaluación entre pares), profesores y profesoras durante los coloquios. Los porcentajes de avance que se exigen al final de cada semestre se hallan estipulados en el *Anexo 2*.

Para que un o una estudiante tenga derecho a recibir calificación, debe asistir como mínimo al 80% de las clases del semestre y cumplir, a satisfacción del personal docente, con los parámetros académicos exigidos para cada asignatura.

En programas educativos de posgrado no existe la aprobación de asignaturas en examen extraordinario o a título de suficiencia. Cuando el alumno o la alumna repruebe una sola asignatura del programa, podrá cursarla una segunda y última vez, siempre y cuando solicite el trámite ante la Coordinación del programa educativo. En caso de no aprobar en segunda oportunidad, se procederá a la baja definitiva como indica el artículo 52 del *Reglamento General de Estudios de Posgrado* vigente de la UAEM. En la MPE no existe la opción de realizar exámenes de calidad, ya que es un programa de corta duración con orientación profesional en el que deben verificarse fehacientemente el desarrollo de las competencias y prácticas del estudiantado.

No obstante los criterios anteriores, queda abierta la posibilidad a la innovación educativa para evaluar individualmente el aprendizaje de las y los estudiantes. Cada profesor o profesora tiene la capacidad de establecer métodos de evaluación según las necesidades del curso; pero estos tendrán que ser presentados periódicamente ante la CAI del posgrado, que se encargará de vigilar que se cumplan cabalmente los objetivos curriculares. Los profesores y las profesoras tienen la obligación de dar a conocer al estudiantado, al inicio del semestre y por escrito, los métodos y criterios de evaluación de su curso.



11. UNIDADES DE APRENDIZAJE

Se han elaborado unidades de aprendizaje para los cursos y cursos-taller incluidos en el mapa curricular: estas pueden modificarse, eliminarse o crearse con aprobación de la CAI del posgrado y con el aval del CIP. Asimismo, se han actualizado los criterios de evaluación de los seminarios tutorales.

Es importante señalar que los cursos se han ofrecido –y se pueden ofrecer– en distinto orden de una generación a otra e, incluso, como parte de uno u otro eje: básico y de especialización. Las razones para que esto sea así son las siguientes:

- » Primero, nuestro currículo flexible permite responder de mejor manera a las características y necesidades de cada generación, de modo que, en función de estos diagnósticos y a partir de los proyectos que cada estudiante esté desarrollando, se pueden adecuar las rutas de aprendizaje por seguir. Así, se pueden atender antes las áreas de conocimiento donde la mayoría tiene necesidades más urgentes, pues en cada generación las licenciaturas de origen son distintas.
- » Segundo, ser un posgrado profesionalizante implica una serie de «haceres» necesarios: la aplicación y el aprovechamiento de diversos conocimientos y técnicas para desarrollar un producto final. En otras palabras, se trata de desarrollar un oficio, proceso que no puede ser lineal ni homogéneo, ni para las y los estudiantes de un mismo grupo ni para las distintas generaciones de la Maestría.

La siguiente lista debe entenderse, pues, como una guía general de posibilidades y no como un imperativo para todo el programa, de tal forma que podrán impartirse algunos de los siguientes contenidos u otros que resulten pertinentes, siempre y cuando sean avalados por el NA, la CAI y el CIP.



Cuadro 21. Unidades de aprendizaje que se ofrecen en la MPE por curso tipo

Ejes generales de la formación	Unidades de aprendizaje	
	Curso	Curso-taller
Básico	<ul style="list-style-type: none"> » Planeación editorial » Aspectos de la escritura en la corrección de textos » Análisis y redacción de textos » Edición digital » Redacción editorial » Selección de contenidos » Investigación para la edición 	<ul style="list-style-type: none"> » Fundamentos del diseño » Diseño editorial » Historia de la comunicación visual » Historia del libro » Tipografía
Especialización	<ul style="list-style-type: none"> » Derechos de autor, derechos conexos y otros derechos de propiedad intelectual » Gestión editorial » Cuidado de la edición » Tecnologías de la palabra » Análisis del discurso » Administración editorial 	<ul style="list-style-type: none"> » Diseño editorial avanzado » Procesos para la imagen digital » Edición crítica de textos » Semiótica visual » Fotografía en el ámbito editorial » Producción y pre prensa » Infografía » Ilustración digital
Terminal	Seminario tutorial: uno por semestre, todos los semestres, a todo el estudiantado de la Maestría	

Las unidades de aprendizaje completas de algunos de los cursos incluidos en este listado, así como los criterios de evaluación de los seminarios tutorales, se encuentran en los *Anexos 2 y 3*.

Los contenidos temáticos de las unidades de aprendizaje son avalados por el CIP, con base en el artículo 26 del *Reglamento General de Estudios de Posgrado*.



12. REQUISITOS DE INGRESO, PERMANENCIA Y EGRESO

A continuación se describen los requisitos generales que el alumnado debe cumplir para formar parte de la MPE, permanecer en ella y obtener el grado. Estos requisitos se basan en la legislación universitaria vigente y quedan sujetos a los cambios futuros que en ella pueda haber o a modificaciones acordadas por la CAI y validadas por el CIP del CIHU.

12.1. REQUISITOS DE INGRESO

a) Académicos

- » Copia del título profesional en literatura, lingüística, ciencias de la comunicación, diseño gráfico, periodismo, comunicación y tecnología educativa o artes visuales expedida de manera física o electrónica (el ingreso de personas ajenas a estas disciplinas será una decisión inapelable de la CAI de la MPE, avalado por el CIP). Excepcionalmente, puede presentarse el acta de examen profesional correspondiente como indicio de terminación de su antecedente académico, pero el alumnado tiene la obligación impostergable de entregar el original de su título profesional en un plazo máximo de seis meses, contados a partir del inicio del primer periodo lectivo del programa educativo en el que se encuentre inscrito.
- » Las personas aspirantes que egresen de instituciones educativas no pertenecientes al sistema educativo nacional están obligadas a presentar el título y certificado de estudios debidamente apostillados o legalizados, y, en su caso, acompañados de traducción al español, la cual deberá estar avalada por un perito oficial.
- » Copia del certificado de estudios con promedio general mínimo de 8.0 (ocho punto cero) o equivalente, con fecha de expedición anterior a



ingreso al primer semestre del programa de posgrado, emitido de manera física o electrónica. Si el certificado no refleja el promedio final o no lo plasma en escala de 0 al 10 (o de 0 al 100), es necesario entregar una constancia oficial donde se asiente.

- » Documento que acredite el nivel de dominio o comprensión de un idioma adicional al español. El documento deberá ser expedido por instituciones públicas o particulares que cuenten con alguna certificación de la enseñanza de lenguas extranjeras por organismos internacionales o avalada por autoridades federales o estatales competentes. Cualquier documento de esta índole deberá estar vigente o tener máximo hasta dos años de antigüedad contados a partir de la fecha de su expedición.
- » Aspirantes de otros países, cuya lengua materna no sea el español, deberán presentar un documento que acredite el dominio del idioma español.

b) Legales

- » Los que establezca la normatividad y procedimientos vigentes de la UAEM.

c) De selección

El proceso de selección de aspirantes consta de dos fases. Los requisitos de selección son:

Criterios de selección

- » Carta de exposición de motivos.
- » Currículum actualizado con documentos probatorios.
- » Promedio general del ciclo académico anterior mínimo de 8.0 (ocho punto cero) o equivalente.
- » Proyecto editorial: debe mostrar los intereses editoriales de la persona candidata y exponer cómo se desarrollaría el producto propuesto durante los dos años de la maestría. Debe contener, además, título, introducción, descripción, objetivo general, objetivos particulares, metodología general, cronograma y bibliografía.
- » Entrevista colegiada con el candidato o la candidata.
- » Examen de comprensión lectora.
- » Examen de conocimientos básicos de diseño.



**SECRETARIA
GENERAL**

Documentos administrativos

- » Comprobante de pago por inscripción al proceso de selección.
- » Formato de solicitud de ingreso al programa de posgrado, emitido por el CIIHu.
- » Original del acta de nacimiento, sin importar su antigüedad, que puede ser exhibida de manera física o electrónica.
- » Identificación oficial con fotografía
- » Clave Única de Registro de Población (CURP).

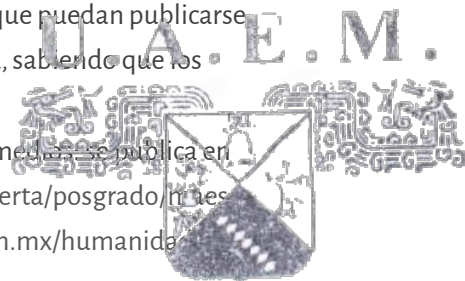
Una vez aceptados y aceptadas, las y los estudiantes deberán completar la documentación con:

- » Carta-compromiso firmada donde manifiesten que los documentos presentados para su inscripción al posgrado corresponden a sus originales y son legítimos. En caso de que la documentación se encuentre incompleta, el o la estudiante deberá comprometerse a exhibir los documentos originales en el momento en que lo requiera cualquier autoridad universitaria referida en el presente ordenamiento.
- » Carta de aceptación para ingresar a la maestría en formato oficial, firmada por el o la coordinadora de la MPE, cuyo valor jurídico es acreditarle como aspirante ante la Universidad hasta que concluya su proceso de inscripción y cuyo alcance se circunscribe al proceso de selección vigente.
- » El permiso migratorio correspondiente emitido por la autoridad competente, para el caso de personas extranjeras, que le permita cursar el posgrado en la UAEM.

Proceso de selección

Convocatoria. Se publica durante el mes de octubre, se reciben documentos desde su publicación y hasta febrero del siguiente año, de acuerdo con el proceso de selección y la fecha de inicio de clases: se calcula que puedan publicarse resultados antes del periodo vacacional de Semana Santa, sabiendo que los cursos inician en agosto.

La convocatoria de ingreso se difunde por diversos medios, se publica en la página web de la UAEM (www.uaem.mx/admision-y-oferta/posgrado/maestria-en-produccion-editorial/), en la del IIHCS (www.uaem.mx/humanidad/).



en la de Posgrados del CIIHu (www.uaem.mx/organizacion-institucional/unidades-academicas/centros-de-investigacion/ciihu) y en la nueva de la Maestría (mpe.uaem.mx); se transmite por radio; se comparte en eventos gremiales, así como en blogs editoriales y en redes sociales (Facebook [www.facebook.com/maestriaenproduccion.editorial] e Instagram [[@mpeuaem](https://www.instagram.com/mpeuaem/)]), entre otros. Además, aparece en el listado de la oferta educativa en edición de universidades e instituciones integrantes de la EULAC: eulac.org/profesionalizacion.

La CAI del programa se constituye en comisión de selección y lleva a cabo de manera colegiada el proceso de selección de las y los aspirantes.

Mecanismos de selección

El mecanismo de ingreso se divide en dos fases:

Primera fase:

1. **Recepción de documentos.** Se reciben los documentos de los candidatos y las candidatas. Se revisa que cumplan con todos los requisitos especificados en la convocatoria. En caso de no cumplir con alguno, la candidata o el candidato no participa en el proceso de selección.
2. **Evaluación inicial o preselección.** Las y los integrantes de la comisión de selección revisan el currículum vitae, el promedio mínimo de 8.0 en el ciclo académico anterior, la carta de exposición de motivos y el proyecto editorial de los candidatos y las candidatas, tomando en cuenta su formación académica, habilidad para argumentar, conocimiento del proceso editorial, motivos de interés, tiempo que pueden comprometer al posgrado, la calidad y pertinencia del proyecto editorial propuesto, así como la redacción, argumentación y calidad del proyecto. Esta evaluación representa el 40% de la ponderación final (el CV y la carta de motivos con una ponderación cada uno del 10% y el proyecto con una del 20%, lo que da un total de 40%).

Segunda fase:

Si las personas aspirantes obtienen un mínimo de 20% en la primera fase, pasan a la segunda fase en la que se consideran los siguientes puntos:

1. **Exámenes.** Las personas seleccionadas en la primera fase presentarán dos exámenes de competencias (uno de ellos evalúa su comprensión lectora).



y el otro evalúa los conocimientos básicos de diseño; cada examen recibe una ponderación del 10%). Los exámenes en su conjunto representan el 20% de la ponderación final.

2. **Entrevista con integrantes de la CAI.** En la entrevista se evalúa la claridad y viabilidad del proyecto editorial planteado, así como la disponibilidad de tiempo y el compromiso para estudiar que muestra la persona candidata. La entrevista representa el 40% de la ponderación final.

Selección final

1. **Selección final.** Después de haber pasado a la segunda fase del proceso y una vez presentado los dos exámenes y la entrevista, la CAI se reúne para hacer la selección final de candidatas y candidatos, considerando los resultados obtenidos en los procesos de selección antes mencionados (carta de motivos, CV y proyecto, 40%; exámenes, 20% y entrevista, 40%) y apegándose a lo estipulado en el *Reglamento General de Estudios de Posgrado*. Se seleccionan las personas que hayan obtenido un porcentaje igual o por arriba del 60%. Como resultado de la reunión colegiada se realiza una acta o minuta donde se muestran los resultados y la lista de seleccionados, esta lista es avalada por el CIP, como se establece en el *Reglamento General de Estudios de Posgrado*.

Los resultados de este proceso son notificados por correo electrónico a las candidatas aceptadas y los candidatos aceptados. Además, se publican los resultados firmados por la persona coordinadora de la MPE –avalados por la CAI– en la página de la UAEM (<https://www.uaem.mx/admision-y-oferta/posgrado/maestria-en-produccion-editorial/>). Los resultados son inapelables.

La Jefatura de Servicios Escolares del CIIHu acompaña el dictamen del candidato o de la candidata con dos documentos administrativos: la carta compromiso de veracidad de documentación, en la cual la persona aspirante manifiesta que los documentos presentados para su inscripción como maestrante del posgrado corresponden a sus originales y son legítimos; y la notificación en la cual el candidato o la candidata declara que ha recibido el correo electrónico para la consulta de la Legislación Universitaria.



12.2. REQUISITOS DE PERMANENCIA

El requisito académico mínimo para garantizar la permanencia de las y los estudiantes en el programa es cursar y aprobar todos los créditos inscritos por semestre. Los artículos 44 al 57 del *Reglamento General de Estudios de Posgrado* vigente en la UAEM están dedicados a los requisitos de permanencia y reinscripción de las y los estudiantes en los programas educativos. Dentro de algunos de estos artículos encontramos que el alumnado debe:

- » Realizar las actividades determinadas en el programa educativo dentro de los plazos estipulados y con los criterios establecidos.
- » Asistir a las asesorías acordadas con la directora o el director de tesis y comité tutorial.
- » Presentar avances de tesis y proyecto cuando lo estipule el comité tutorial.
- » No reprobados unidades de aprendizaje o la misma dos veces.
- » Hacer el proceso de inscripción y reinscripción apegándose a lo estipulado en el *Reglamento General de Estudios de Posgrado*.
- » La calificación mínima con que debe aprobarse cada curso es 8.0 en una escala de 0 a 10. Aquellas alumnas y aquellos alumnos que cuenten con una beca deberán considerar la calificación estipulada por la institución otorgante para mantenerla.
- » Las calificaciones son numéricas y enteras, salvo en el caso de las prácticas profesionales, cuya calificación es alfabética («acreditado» o «no acreditado»).
- » Cuando la alumna o el alumno repruebe una sola asignatura del programa podrá cursarla nuevamente por una única vez. En caso de no aprobar en segunda oportunidad, se procederá a la baja definitiva como lo indica el *Reglamento General de Estudios de Posgrado*.

Causas de baja

El *Reglamento General de Estudios de Posgrado* establece tres tipos de baja:

1. **Baja de unidad de aprendizaje.** Cuando la alumna o el alumno solicita de manera escrita suspender dos unidades de aprendizaje en la materia de la maestría.



2. **Baja temporal.** Cuando la alumna o el alumno solicita por escrito suspender todas las unidades de aprendizaje por un semestre, reanudando sus estudios al finalizar este plazo.
3. **Baja definitiva.** Son causas de baja definitiva y deberán notificarse a las y los estudiantes cuando:
 - » presenten una renuncia escrita;
 - » no se hayan inscrito;
 - » no se hayan inscrito dentro de los plazos estipulados;
 - » hayan reprobado dos unidades de aprendizaje;
 - » hayan reprobado en segunda oportunidad una unidad de aprendizaje;
 - » no cumplan con los requisitos administrativos y académicos;
 - » hayan entregado documentación falsa;
 - » hayan cometido plagio.

Para los casos de baja en asignatura o baja temporal, la solicitud se presentará por escrito, dentro de las primeras cuatro semanas de iniciado el curso, ante el o la titular de la coordinación de la Maestría en Producción Editorial; el documento debe tener el visto bueno del director o de la directora de tesis. La Coordinación de la MPE informará sobre la solicitud, de inmediato y por escrito, a la Coordinación Administrativa de Estudios de Posgrado de la Universidad y al Comité Tutorial.

Los casos no considerados dentro de este apartado deberán apearse a lo establecido en el *Reglamento General de Estudios de Posgrado* vigente en la UAEM.

12.3. REQUISITOS DE EGRESO

a) Académicos

El *Reglamento General de Estudios de Posgrado* establece los lineamientos para el egreso del alumnado. De acuerdo con este y con los requisitos propios de la MPE el alumnado deberá:

- » Haber aprobado el 100% de los créditos que se establecen en el mapa curricular de la Maestría y haber presentado el correspondiente Certificado



de Estudios expedido por la Dirección General de Servicios Escolares de la Universidad.

- » Haber elaborado, a satisfacción de la Comisión Revisora (compuesta por tres sinodales y dos suplentes aprobados por la CAI y avalados por el CIP), un producto editorial y la tesis que lo sustenta. Es requisito previo al examen que las personas integrantes de dicha Comisión emitan su voto y opinión favorables, si la tesis reúne los requisitos para ser presentada y defendida, lo cual no compromete el dictamen de la evaluación de examen.
- » Defender el proyecto ante un jurado de examen con base a la normativa vigente.
- » Haber acreditado 192 horas de prácticas profesionales, que es una actividad de retribución social. Dicha acreditación requerirá un informe elaborado por cada estudiante (firmado por él mismo o ella misma, el director o la directora de tesis y el responsable de la institución receptora), donde se detallen las actividades realizadas durante las prácticas profesionales, además se debe presentar una carta del responsable de la institución receptora que dé constancia del cumplimiento de las horas. Dichos documentos deben entregarse, para revisión y validación, a la Coordinación de la MPE.

Titulación

Dado el carácter profesional de esta Maestría, el alumnado obtendrá el grado de Maestro o Maestra por medio de la elaboración de una tesis que, en el marco de este plan de estudios, comprende dos aspectos:

- » **La elaboración de un producto editorial en toda su extensión.** Cada estudiante deberá entregar dos maquetas de su producto editorial con las características físicas que justificó en su trabajo escrito. En caso de ser proyectos digitales, deberán entregar dos dispositivos de almacenamiento (CD, USB u otro, de acuerdo con lo establecido por la CAI) que contengan su producto.
- » **La tesis:** argumentación por escrito que justifique detalladamente los procesos, metodologías, estrategias y decisiones involucradas en el desarrollo del producto editorial elaborado. Esta debe cumplir con los siguientes contenidos:

1. Título del proyecto
2. Introducción
3. Justificación
4. Descripción del producto
 - a) Nombre del producto
5. Objetivo del producto
6. Estrategia político-cultural (enfoque para lograr el objetivo)
 - a) Definición del producto editorial
 - b) Emisor y pragmática del producto (¿Qué? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Por qué? ¿Para qué? ¿Para quién?)
 - c) Perfil del receptor (lector o usuario)
 - d) Análisis del producto en relación con el mercado (análisis de productos similares en cuanto a género, condiciones y objetivos. ¿Cómo se diferencia este producto de otros similares?)
7. Contenido y estructura
 - a) Descripción del contenido
 - b) Justificación del orden en el que se presenta el contenido
 - c) Cálculo editorial
8. Planeación técnico-organizativa:
 - a) Metodología (etapas del proyecto)
 - b) Cronograma (calendarización semanal o mensual de todas las etapas)
9. Diseño
 - a) Formato y tamaño del producto
 - b) Método compositivo
 - c) Retícula y elementos de la página
 - d) Selección tipográfica
 - e) Jerarquías tipográficas
 - f) Imaginería
 - g) Paleta cromática
10. Derechos
 - a) Los derechos de autor: derechos patrimoniales y derechos morales
 - b) Descripción de la obra (producto)



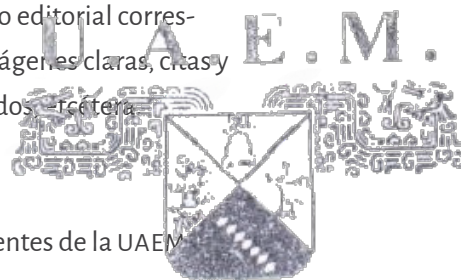
- c) Descripción y justificación de los trámites legales y de gestión de los derechos que implica el producto
 - d) Registro de la obra en el Registro Público del Derecho de Autor
 - e) Obtención del número identificador de la edición en la Agencia Nacional del ISBN
 - f) El contrato autor-editor; sus características
 - g) Registro de los contratos ante el Indautor
11. Estrategia técnico-económica
- a) Ficha técnica (formato [impreso o digital], tipo de publicación [libro, revista, sitio web, ePub...], tamaño; papel y cromática de interiores y forros, tamaño final, tamaño extendido, tiraje, encuadernación y acabados)
 - b) Presupuesto
 - i. Proyección y determinación de los costos fijos y variables del producto
 - ii. Determinación del tiraje, del factor editorial y del PVP
 - iii. Determinación del punto de equilibrio y margen de contribución
 - c) Plan de ventas
 - i. Plan de distribución del producto
 - ii. Plan de ventas y promoción offline y online
12. Fuentes bibliográficas (bibliografía, hemerografía, referencias completas de internet, iconografía, infografía), en el estilo bibliográfico de la Modern Language Association (MLA)

Anexo: *Manual de criterios editoriales*

La pertinencia, orden y extensión de los apartados están en función de las características del producto en cuestión. La tesis, al igual que el producto editorial desarrollado, debe someterse al cuidado y diseño editorial correspondientes: con la información legible y jerarquizada, imágenes claras, citas y referencias completas, páginas foliadas, tabla de contenidos, etcétera.

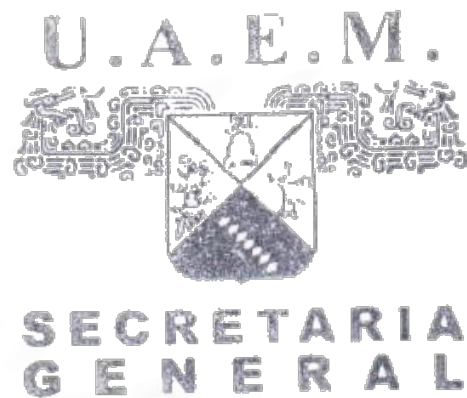
b) Legales

Los que establezca la normatividad y procedimientos vigentes de la UAEM



13. TRANSICIÓN CURRICULAR

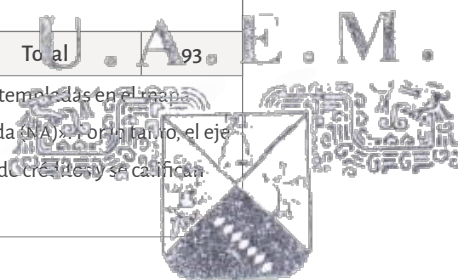
A la luz de la reestructuración 2023 planteada para nuestro plan de estudios (se agrega un curso básico), la transición será similar a la que se ha realizado en las reestructuraciones del 2013 y del 2019, respectivamente: las personas estudiantes de la decimotercera generación, quienes ingresaron en agosto de 2022, transitarán al plan 2023 a partir de agosto de 2023 y las asignaturas que han cursado y las que les resten por cursar quedarán empatadas, como se muestra en el siguiente cuadro:



Cuadro 22. Transición del plan de 2019 al plan de 2023

Plan 2010	Créditos	Plan 2013	Créditos	Plan 2019	Créditos	Plan 2023	Créditos
Curso básico	5	Curso básico	5	Curso básico	5	Curso básico	5
Curso básico	5	Curso básico	5	Curso básico	5	Curso básico	5
Curso básico	5	Curso básico	5	Curso básico	5	Curso básico	5
Curso básico	5	Curso básico	5	Curso básico	5	Curso básico	5
–	–	–	–	–	–	Curso básico	5
Taller básico	4	Curso-taller básico	4	Curso-taller básico	4	Curso-taller básico	4
Taller básico	4	Curso-taller básico	4	Curso-taller básico	4	Curso-taller básico	4
Taller básico	5	Curso-taller básico	5	Curso-taller básico	5	Curso-taller básico	5
Taller básico	5	Curso-taller básico	5	Curso-taller básico	5	Curso-taller básico	5
Curso de apoyo a la práctica	5	Curso de especialización	5	Curso de especialización	5	Curso de especialización	5
Curso de apoyo a la práctica	5	Curso de especialización	5	Curso de especialización	5	Curso de especialización	5
--	--	--	--	Curso de especialización	5	Curso de especialización	5
Taller de especialización	5	Curso-taller de especialización	5	Curso-taller de especialización	5	Curso-taller de especialización	5
Taller de especialización	5	Curso-taller de especialización	5	Curso-taller de especialización	5	Curso-taller de especialización	5
--	-	--	-	Curso-taller de especialización	5	Curso-taller de especialización	5
Seminario tutorial	4	Seminario tutorial	4	Seminario tutorial	4	Seminario tutorial	4
Seminario tutorial	4	Seminario tutorial	4	Seminario tutorial	4	Seminario tutorial	4
Seminario tutorial	6	Seminario tutorial	6	Seminario tutorial	6	Seminario tutorial	6
Seminario tutorial	6	Seminario tutorial	6	Seminario tutorial	6	Seminario tutorial	6
Prácticas profesionales*							
Total	78	Total	78	Total	88	Total	93

* El artículo 47 del *Reglamento General de Estudios de Posgrado* establece que «las actividades académicas contempladas en el plan curricular que no cuenten con créditos tendrán una calificación alfabética de acreditada (AC) o no acreditada (NA)». Por su parte, el eje de especialización de la MPE contempla 192 horas de prácticas profesionales que no contribuyen al conteo de créditos y se califican como «acreditado» o «no acreditado».



14. CONDICIONES PARA GESTIÓN Y OPERACIÓN

La gestión y operación de la MPE se debe al conjunto de diversos factores. Sus docentes, estudiantes y personal administrativo son una parte fundamental en la operación de este programa; sin embargo, los recursos financieros, así como la estructura que brinda la universidad, permiten que la operación diaria de la maestría fluya de manera exitosa para dar los resultados esperados en la formación de nuestras y nuestros estudiantes.

14.1. RECURSOS HUMANOS

Puesto que esta es una maestría con orientación profesional, debería quedar a cargo de profesores y profesoras de tiempo completo con grado académico, igual o superior, en el área y amplia experiencia en el ámbito. Sin embargo, esta descripción ideal es difícil de cubrir, justamente porque una de las metas del programa es *profesionalizar un oficio* cuyo desarrollo histórico se dio al margen de los espacios académicos. Esto subraya la importancia de un programa como este y, al mismo tiempo, explica por qué su planta docente actual está formada por investigadores e investigadoras cuyo trabajo se desarrolla en torno a los medios impresos, el diseño, diversos usos de la lengua y espacios de lo literario pero que, asimismo, han laborado en la industria editorial nacional y pueden explicar su funcionamiento con conocimiento interno y de causa.

Para el profesorado que pueda incorporarse a la Maestría –por hora o de tiempo completo– supone, a su vez, las mismas dos condiciones: desempeñar un trabajo profesional en la industria editorial o uno de investigación en áreas afines, en función del cual puedan acercarse a las propuestas de los estudiantes; y contar con un grado académico que las y los forme para orientar los trabajos de tesis a su cargo (si los tuviera).



Así, y para resolver toda contratación posterior de quienes colaborarán con el programa, será responsabilidad de la CAI definir en qué casos la experiencia profesional del candidato o candidata suple al grado académico, de manera que puedan incorporarse como personal docente, directamente del campo laboral, personas que ejercen la profesión que cubran los perfiles requeridos.

Al día de hoy, la planta docente que constituye el NA de la Maestría es la siguiente:

Cuadro 23. Docentes que constituyen el NA de la MPE

Nombre	Grado académico	Institución de procedencia	Reconocimiento	Tipo de contratación y lugar de adscripción
Beatriz Alcubierre Moya	Doctorado	El Colegio de México	SNI Perfil Deseable	PITC-CIIHu
Rodrigo Bazán Bonfil	Doctorado	El Colegio de México	SNI Perfil Deseable	PITC-CIIHu
Zazilha Cruz García	Maestría	UAEM	Perfil Deseable	PITC-CIIHu
Irene Fenoglio Limón	Doctorado	State University of New York	Perfil Deseable	PITC-CIIHu
Jade Gutiérrez Hardt	Maestría	UAEM	-	Dirección de Publicaciones
Lucille Herrasti y Cordero	Doctorado	El Colegio de México	Perfil Deseable	PITC-CIIHu
Ina Larrauri Cervantes	Maestría	El Colegio de Morelos	-	Facultad de Artes
Agustín Rivero Franyutti	Doctorado	UNAM	Perfil Deseable	PITC-CIIHu
Lorena Sánchez Adaya	Doctorado	El Colegio de Morelos	-	PITC-CIIHu

Todo el NA apoya la única LAC del programa. La mayoría del profesorado cursó estudios de doctorado y dos pertenecen al SNI. Todos y todas publican periódicamente el resultado de sus trabajos en medios especializados o trabajan en procesos de producción editorial en medios impresos y digitales. Prácticamente en su totalidad pertenecen a cuerpos académicos relacionados con la LAC (uno consolidado y dos en consolidación). Seis cuentan con Perfil Deseable. Todos y todas cuentan con la formación académica para impartir clases en posgrado, así como con la trayectoria y experiencia suficientes para asegurar transmitir los conocimientos necesarios para la producción editorial.

Además, la MPE ha contado con la participación de muchos y muchas docentes y profesionales del área que han reforzado el programa como profesorado de tiempo parcial o de talleres extracurriculares, integrantes de comités tutorales o personas lectoras externas de trabajos de grado. A continuación se mencionan algunos nombres e instituciones de procedencia:

Ernesto Alonso (UAEM), Valeria Cinta (UAEM), Miroslava Cruz Alderete (UAEM), Mauricio del Olmo Colín (Ediciones Bezoar-UAEM), Óscar Dorado (UAEM), José Antonio Flores Farfán (CIESAS), Zoraida García Carreño (UAEM), Julio García Rabadán (INE), Yunuen Gómez Ocampo (Universidad de Alabama), Priscila González Berrelleza (UAEM), Libertad Guzmán (Universidad Iberoamericana-Puebla), Cristóbal Henestrosa (UNAM), Eduardo Hidalgo Trujillo (UAEM), Mario Islas Flores (CRIM-UNAM), Verónica Lira Ruan (UAEM), Raúl Nieto Vázquez (UAM), María Eugenia Núñez Delgado (UAEM), María José Ramos de Hoyos (INAH-UNAM), Anna Reid (UAEM), Santiago Robles Bonfil (Gobierno de la Ciudad de México), Marina Ruiz Rodríguez (IMTA), Patricia Romero (UAEM), Juan José Salazar Embarcadero (Editorial Amaquemecan), Haydeé Salmones (Ediciones Bezoar-UADY), Lucero Sandoval (UAEM), Gerardo Suter (UAEM), Margarita Tortajada (UAEM) y María Luisa Zorrilla Abascal (UAEM).

14.2. RECURSOS FINANCIEROS

La obtención de fondos para la MPE considera los siguientes mecanismos:

1. Programa Operativo Anual: al final del ejercicio fiscal se entrega a las autoridades universitarias la proyección de necesidades financieras de cada programa educativo para el año siguiente.
2. Consejo de Universidades Públicas e Instituciones Afines (CUPIA): recursos federales otorgados por la administración central.
3. Autogenerados
4. Fondo de Aportaciones Múltiples (FAM 2023)
5. Los recursos del CUPIA son fondos federales otorgados por la SEP, mediante la presentación de proyectos institucionales que sean pertinentes de acuerdo con:

- a) las acciones concretas que se proponen para elevar la calidad de los planes de estudio; y
- b) los gastos de operación inherentes a estas.

La Universidad presenta los proyectos institucionalmente y proporciona a las Unidades Académicas un techo presupuestal del que pueden hacer uso (a partir de junio) habiendo presentado (en marzo) su presupuesto para materiales, servicios, honorarios e infraestructura.

Además, la MPE ha recibido algunos apoyos del Programa de Fortalecimiento de la Calidad Educativa (PFCE; antes PIFI y Profocie), entre ellos se encuentran:

- 2012 - Compra de libros sobre edición y temas afines, así como viáticos para que una estudiante de la tercera generación realizara una estancia corta de investigación en el Colegio de Michoacán, en febrero de 2013.
- 2013 - Apoyo económico para que dos estudiantes de la segunda generación realizaran (entre mayo y octubre) una estancia académica en la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona, España.
- 2014 - Para la impresión de tesis de algunos estudiantes de la tercera generación.
- 2015 - Compra de acervo bibliográfico.
- 2016 - Viáticos para que una estudiante de la sexta generación hiciera una estancia corta de investigación en la Universidad Autónoma de Yucatán.
- 2017 - Viáticos para una alumna de la séptima generación que, en abril de 2018, realizó una estancia corta de investigación en la Universidad Javeriana de Cali, Colombia.

En cuanto a recursos del Fondo para Elevar la Calidad de la Educación Superior (FECES):

- 2014 - En mayo de 2015, se adquirieron 12 computadoras iMac para el centro de cómputo de la MPE y el pago de honorarios profesionales por impartir el taller de encuadernación.
- 2015 - Pago complementario por impartir el taller de encuadernación y pago de honorarios profesionales.

- 2015 - En abril de 2016, se compraron licencias del software Creative Cloud para el equipo de cómputo de la MPE.
- 2016 - Impresión de cartel publicitario de la convocatoria de ingreso a la octava generación de la MPE y pago de honorarios profesionales.
- 2017 - Pago de honorarios profesionales.
- 2018 - Pago de seis licencias de Creative Cloud para las iMac del centro de cómputo de la MPE y pago de honorarios profesionales.
- 2019 - Pago de licencias de Creative Cloud, pago de honorarios profesionales y compra de un gabinete metálico para guardar las maquetas de las personas egresadas.

La Maestría también se ha beneficiado de recursos del Programa de Mejoramiento del Profesorado (Promep), a través de los proyectos de investigación de los y las integrantes del NA.

Asimismo, se obtienen recursos autogenerados mediante el cobro que se hace por participar en el proceso de selección y mediante un pago único de servicios administrativos cuando las personas estudiantes son aceptadas. Este último está destinado al pago de honorarios del profesorado que imparte talleres extracurriculares, viáticos del profesorado visitante, entre otros.

Un aspecto importante del programa de la MPE es el aval académico que supone su incorporación al PNPC-Conacyt (ahora SNP-Conahcyt), la cual se obtuvo en agosto de 2011. Las becas que, en consecuencia, podemos ofrecer al alumnado suponen su compromiso de dedicación exclusiva.

14.3. INFRAESTRUCTURA

La MPE se desarrolla en espacios del IIHCS, habilitados de acuerdo con las necesidades del programa, de modo que cuenta con salones equipados; salas de cómputo, conferencias y juntas; y cubículos individuales donde los profesores y las profesoras trabajan tanto en sus investigaciones, como en asesorías para estudiantes.

Al IIHCS corresponden tres espacios en el campus Norte de la Universidad: el primero, en el edificio 19, donde hay oficinas de la presidencia y áreas administrativas, así como una sala de seminarios con equipo p

teleconferencias; el segundo es el edificio 32, que aloja oficinas de áreas administrativas, 15 salones de clase, una sala de conferencias con equipo de proyección, la Biblioteca Amoxcalco, el centro de cómputo de la MPE y otro centro de cómputo donde las y los estudiantes tienen acceso a programas de edición de texto, internet y servicio de impresión; el tercero es el edificio 74, éste cuenta con: cinco salones de clase, cubículos de seis PITC del programa y de 18 PITC más adscritos a otros programas, una sala de juntas, una sala de proyecciones, un auditorio con capacidad para 100 personas, oficinas de la dirección, de la Secretaría de Investigación y Posgrado y de la Coordinación Técnica de Posgrados del CIIHu.

Cada semestre, la MPE usa dos salones con proyector y pantalla, su salón de cómputo, así como de la sala de seminarios y la de juntas para algunos talleres y reuniones del NA. La sala de conferencias o la de proyecciones se emplean al menos al final de cada semestre para que las y los estudiantes hagan un coloquio al final del mismo.

Antes de contar con su propio salón de cómputo, la MPE utilizó un laboratorio de la Facultad de Artes con 16 computadoras Macintosh y escáner. Aunque ya no se requiere de dicho espacio, se ha solicitado el uso temporal de otros salones para la impartición de talleres extracurriculares como encuadernación, impresión con serigrafía y bordado en fotografía.

Hasta ahora, habiendo egresado 117 estudiantes (10 de la primera generación, nueve de la segunda, 13 de la tercera, 13 de la cuarta, 13 de la quinta, 10 de la sexta, nueve de la séptima, 12 de la octava, nueve de la novena, 10 de la décima y nueve de la undécima) la infraestructura disponible ha permitido que las y los alumnos de la MPE puedan concluir satisfactoriamente sus estudios. En cuanto a la infraestructura para personas con capacidades diferentes, los edificios en los que se alberga la MPE cuentan con rampas y accesos para estudiantes con silla de ruedas, esto facilita el acceso a las aulas de la planta baja, al laboratorio de cómputo y a los baños, sin embargo, aún falta incorporar el elevador en el edificio 74 para poder tener un espacio completamente apto para personas con dificultades de movilidad.

Como se mencionó antes, el IIHCS cuenta con la biblioteca Amoxcalco, a un costado del edificio 32, donde, a la fecha, se albergan 14 665 libros (13 070 títulos); 4 000 de los cuales conciernen a las áreas de edición, análisis de textos, lingüística y literatura (30%). Este edificio cuenta con espacios am



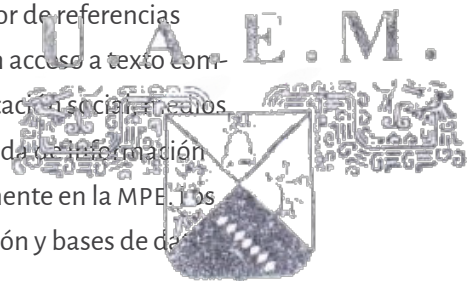
y bien iluminados para la lectura, está diseñado como un espacio de estantería abierta que permite el acceso directo del usuario a los materiales que requiere, cuenta con tres computadoras para hacer consultas, sala audiovisual, tesiteca y videoteca.

Asimismo, cuenta con los servicios de catálogo en línea, consulta en sala y préstamos a domicilio e interbibliotecarios. Dentro de los convenios de préstamo interbibliotecario se encuentran los realizados con el Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, el Instituto de Investigaciones Antropológicas y la Biblioteca Central de la UNAM; el Colegio de San Luis Potosí; el Tecnológico de Monterrey y la Universidad La Salle campus Cuernavaca; el Centro Universitario Anglo Americano y el Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos, entre otras instituciones relevantes por su investigación o convenientes por su cercanía.

Esta biblioteca es atendida por una bibliotecaria y dos referencistas, quienes suman a sus estudios de licenciatura cursos de capacitación impartidos por la Dirección de Bibliotecas, así como la experiencia adquirida en los congresos y coloquios a los que asisten; la Biblioteca Amoxcalco del IIHCS labora de lunes a viernes, de 8:00 a 21:00 h, y sábados, de 8:00 a 14:00 h.

El acervo especializado de la MPE está albergado en este edificio y se amplía con recursos propios y concursables, de modo que es posible actualizarlo y reforzarlo como se hizo en 2012 y 2015, al adquirir 40 obras recientes. Además, las y los estudiantes de la MPE tienen acceso a la biblioteca de la Facultad de Artes que cuenta con 5 569 libros, y a la Biblioteca Central, con 33 389.

A su acervo bibliográfico, la UAEM suma el acceso en red a bases de datos, revistas electrónicas y suscripciones periódicas como fuentes de información disponibles, para ello, ha establecido convenios nacionales e internacionales afines al programa. Se cuenta con acceso a 30 bases de datos de recursos electrónicos (10 corresponden a la DES de Educación y Humanidades y se vinculan directamente con el trabajo de la Maestría), las cuales ofrecen más de 49 000 títulos de revistas y libros electrónicos, un gestor de referencias (Mendeley Institucional). Se cuenta con 2 990 revistas con acceso a texto completo referentes a las humanidades, periodismo, comunicación social, artes y publicaciones. Esta amplia gama asegura que la búsqueda de información bibliográfica relativa a distintas áreas se cubre eficientemente en la MPE. Los datos anteriores nos muestran que las redes de información y bases de da



son suficientes para dar la atención necesaria al alumnado. Entre algunas de las que son accesibles mediante diversos portales, cabe destacar las siguientes debido a su vínculo con el programa:

- » Annual Reviews
- » Gale Cengage Learning (Academic One File Unique: 8 233 publicaciones; Informe Académico: 982)
- » Ebsco (Academic Search Complete: 19 744 publicaciones; Fuente Académica: 997)
- » Cambridge Collection (multidisciplinaria): 312 revistas
- » Emerald Colección Multidisciplinaria: 211 títulos
- » Wiley: Colección Completa Multidisciplinaria: 1 371 publicaciones
- » Thomson-Reuters (Journal Citation [JCR])
- » ProQuest: Base de datos de tesisScopus

14.4. RECURSOS MATERIALES

El IIHCS cuenta con un centro de cómputo donde las y los estudiantes tienen acceso a 15 equipos en los que se han instalado Windows, la paquetería Office y antivirus Eset Endpoint Security, como software básico. Se lleva el control de acceso de los usuarios y las usuarias en una bitácora y se brindan, además, varios servicios: préstamo de proyector, internet por fibra óptica, impresión en red y conversión de formatos digitales.

Además, el estudiantado de la MPE tiene acceso al propio centro de cómputo del programa, el cual cuenta con 13 computadoras Apple—en las que se han instalado Office, Creative Cloud de Adobe y otros programas de edición—, un escáner, pantalla y proyector. Este centro tiene acceso a dos tipos de red, de fibra óptica e inalámbrica, y ambas operan a una velocidad de 10/100 megabytes.

Los dos centros de cómputo atienden, en total, las necesidades de 666 estudiantes de licenciatura y 84 de posgrado, así como de los 59 PITC y siete PTC del IIHCS, y del personal administrativo. Los y las PITC del programa cuentan, por su parte, con equipos de cómputo adquiridos con recursos gestionados ante Promep y otras instancias externas.



El IIHCS cuenta con personal especializado en sistemas de cómputo para atender las necesidades que puedan presentarse en el uso de equipos y software; de forma individual, se brinda apoyo tanto a estudiantes como al personal docente, investigadores, investigadoras y personal administrativo.

14.5. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

Para el mejor desarrollo de la MPE se han establecido convenios con editoriales; instituciones educativas, académicas y culturales, locales y nacionales; imprentas y empresas de comunicación que diversifican las opciones de las y los estudiantes para realizar sus prácticas profesionales. Asimismo, se han establecido convenios de intercambio profesional, de movilidad estudiantil y docente, y de participación y organización conjunta de actividades editoriales.

La descripción detallada de estos convenios se encuentra en la sección «7.6 Vinculación» de este plan de estudios. Una de las estrategias de desarrollo a mediano y largo plazo es pasar de Consolidado a Competencia Internacional en la evaluación del SNP, por lo que se están gestionando convenios con universidades e instituciones que ofrecen programas educativos similares.

Los alcances del desarrollo de la Maestría dependen, finalmente, del número de estudiantes que el programa sea capaz de atender, así como del número de intercambios que efectivamente se realicen. Aquí se encuentra, justamente, uno de los principales retos del desarrollo del programa que, sin embargo, y a la luz de cómo aumentan la matrícula y el número de solicitudes que se reciben cada año, parece avanzar, con base en los datos que se proporcionan en el siguiente cuadro:

Cuadro 24. Variación en la matrícula y en el número de solicitudes

Generación	Año de ingreso y egreso	Solicitudes	Estudiantes
1	2010-2012	16	11
2	2011-2013	17	10
3	2012-2014	49	13
4	2013-2015	64	14
5	2014-2016	53	13
6	2015-2017	50	11
7	2016-2018	47	9
8	2017-2019	42	12
9	2018-2020	41	9
10	2019-2021	20	10
11	2020-2022	41	9
12	2021-2023	32	11
13	2022-2024	26	10

Queda por atender la necesidad institucional de que todos los investigadores y todas las investigadoras del programa tengan el máximo grado académico posible; de modo que, en su momento y para fortalecer la profesionalización de la planta docente del programa, habrán de buscarse las vías para que los y las integrantes del NA que estén interesados e interesadas –o los y las posibles PTC que a futuro puedan contratarse–accedan a alguno de los pocos doctorados en diseño editorial que se cursan en Inglaterra, Italia, España o Estados Unidos. En consecuencia, la Institución podría abrir un programa de doctorado profesionalizante.

Asimismo, se considerarán actividades de formación y actualización del profesorado de manera permanente, a través de cursos disciplinarios, de desarrollo humano y otros. Además, se busca promover la participación en congresos, simposios, foros, conferencias, proyectos de investigación y problemáticas sociales del entorno, entre otras actividades académicas.



La viabilidad académica del programa, por su parte, contempla la actualización semestral de los programas de curso a partir de la experiencia profesional del personal docentes, de modo que, al mismo tiempo que se refleja la actualidad del ámbito editorial en el aprendizaje de las y los estudiantes, se previene el estancamiento del programa y se procura que las personas egresadas hallen mejores opciones laborales gracias a la actualidad de los conocimientos con que egresan.

La evaluación de las y los estudiantes por comités tutorales se ha consolidado también y el sistema permite verificar claramente el desarrollo de competencias y la generación de conocimiento en las y los estudiantes. Al mismo tiempo, el sistema de tutorías consolidado se refleja en los índices de egreso y titulación, que han sido:

Cuadro 25. Índices de egreso y titulación

Generación	Inscripciones	Bajas	Egresos		Titulaciones	
1	11	1	10	90.91%	10	90.91%
2	10	1	9	90.00%	9	90.00%
3	13	0	13	100%	13	100%
4	14	1	13	92.86%	13	92.86%
5	13	0	13	100%	12	92.31%
6	11	1	10	90.91%	9	81.82%
7	9	0	9	100%	8	88.89%
8	12	0	12	100%	11	91.67%
9	9	0	9	100%	9	100%
10	10	0	10	100%	10	100%
11	9	0	9	100%	6	66.66%
12	11	0	NA		NA	
13	10	0	NA		NA	

El cierre del segundo año del posgrado exige principalmente que las y los estudiantes cubran diversos trámites para obtener el grado, pues suelen

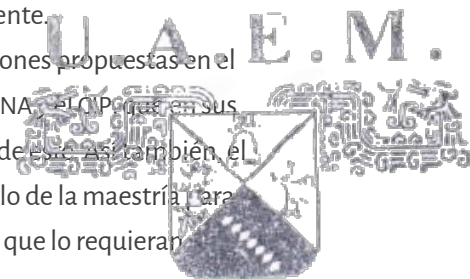
terminar la tesis en mayo del año en que egresan y, así, pueden presentar la maqueta de sus productos en su último coloquio. Para acompañar a las y los estudiantes en estos procesos administrativos, la Coordinación de la Maestría ha establecido con el área de Servicios Escolares una serie de mecanismos que permiten una buena comunicación, el registro escolar de las unidades de aprendizaje y el seguimiento de la trayectoria académica:

- » La Coordinación Académica comparte con Servicios Escolares una carpeta de *Drive* en que cada parte actualiza los datos de las y los estudiantes conforme éstos realizan trámites o cubren los requisitos para graduarse.
- » Servicios Escolares recibe copia de todos los trámites realizados entre la Coordinación y las y los estudiantes.
- » Ambas partes mantienen comunicación con el área de Servicio Social, que es donde se atiende el registro de las prácticas profesionales de las y los estudiantes.
- » Las y los estudiantes deben solicitar el visto bueno de su director o directora de tesis y de la Coordinación antes de inscribir sus cursos como una forma de afinar el seguimiento de sus trayectorias; tarea que atiende Servicios Escolares.

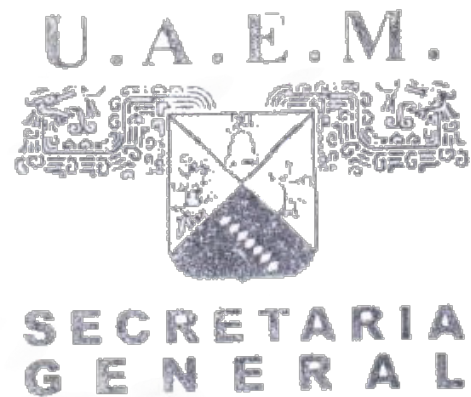
Nada de esto garantiza, sin embargo, que las defensas de tesis se hagan siempre en tiempo y forma pues, por ejemplo, sucesos como el sismo de 2017 y una huelga en 2018 afectaron los trámites de muchos y muchas estudiantes e impidieron que obtuvieran el grado en los dos años y medio que el programa establecía como ideales, pues la Universidad se mantuvo cerrada en ambos casos durante más de un mes. Con el agravante, en el caso del terremoto del 19 de septiembre, de que muchas oficinas y archivos debieron ser reubicados (pues sus edificios debieron destruirse) y solo después de ello pudieron retomar sus labores; mientras que el segundo acontecimiento congeló toda actividad académica y pospuso muchas labores administrativas.

15. SISTEMA DE EVALUACIÓN CURRICULAR

- » Con base en el *Reglamento General de Estudios de Posgrado*, la MPE se somete a una evaluación curricular cada tres años, o antes si así lo determina la Comisión de evaluación y seguimiento curricular. Dicha evaluación es llevada a cabo por una comisión conformada por integrantes del NA del posgrado, con el acompañamiento y asesoría técnica-metodológica de la Secretaría Académica, por medio de la Dirección de Investigación y Posgrado, a través de la Coordinación de Estudios de Posgrado. Todas las decisiones sobre la reestructuración son discutidas por la CAI y deben ser avaladas por el CIP y el Consejo Técnico del CIIHu; posteriormente se someten a la aprobación de la Comisión Académica del Consejo Universitario y, finalmente, a la del mismo Consejo Universitario.
- » Al inicio de cada semestre escolar, el profesorado presenta un programa del curso en el que menciona puntualmente los temas que tratará, las competencias que reforzará, los trabajos que realizarán las y los estudiantes, los materiales y técnicas que se utilizarán, los mecanismos de evaluación, la bibliografía. Dicho programa es evaluado y avalado por el NA del posgrado y el CIP del CIIHu. Al finalizar el semestre, el personal docente comenta los aciertos, problemas y anomalías que se dieron en el curso y esto queda consignado en un acta de la CAI del programa.
- » Al final de cada semestre, las y los estudiantes realizan una evaluación anónima de cada docente con quien trabajaron durante el periodo, con base en el plan de trabajo presentado por el personal docente al inicio del curso. Este instrumento sirve al profesor o a la profesora como medio de reflexión sobre la eficiencia de su actividad docente.
- » La estrategia para lograr el cumplimiento de las acciones propuestas en el programa es la evaluación sistemática por parte del NA y el CIP. Así también, el CIP y el Consejo Técnico dan seguimiento al desarrollo de la maestría para señalar, prevenir, sancionar, o solucionar los asuntos que lo requieran.



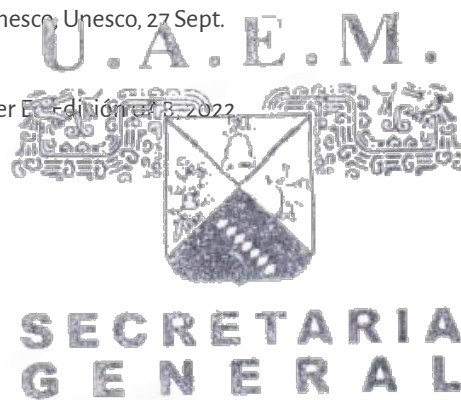
- » La pertinencia de los métodos de vinculación con otros programas o con instituciones y empresas editoriales, así como la actualización de estas relaciones, se manifiesta en el análisis minucioso y experto de la Comisión Académica del Posgrado.



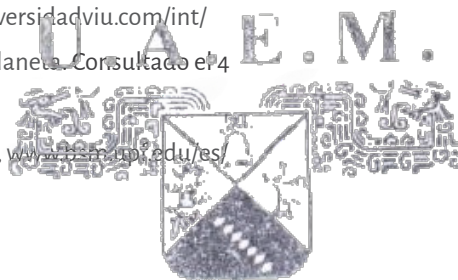
REFERENCIAS Y FUENTES DE CONSULTA

- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. “Anuarios Estadísticos de Educación Superior - ANUIES.” ANUIES, 2023, www.anui.es.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. “Indicadores del Sector Editorial Privado en México 2021-2022.” Amazon, CANIEM, 2022, www.amazon.com.mx/Indicadores-sector-editorial-privado-2021-2022-ebook/dp/BoBNWJF29Y/ref=sr_1_2?qid=1671041859&refinements=p_27:C%C3%A1mara+Nacional+de+la+Industria+Editorial+Mexicana&s=digital-text&sr=1-2&text=C%C3%A1mara+Nacional+de+la+Industria+Editorial+Mexicana. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Carmona Fernández, Noelia. “El Sector Editorial en México 2010.” Scribd, edited by Oficina económica y comercial de la Embajada de España en México, ICEX, June 2010, es.scribd.com/document/41504543/El-Sector-Editorial-en-Mexico-2010. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. *Estudios de mercado. El sector editorial en México*, Instituto Español de Comercio Exterior, junio de 2010, www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:019afdd2-b65b-4258-a1be-dc2557f91502/informe-icex-mexico-2010.pdf.
- Ginna, Peter. *La labor del editor*. Fondo de Cultura Económica, 2022.
- Gobierno de México. “Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024.” Diario Oficial de la Federación, Segob, 12 de julio de 2019, www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019#gsc.tab=0. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. “Programa Sectorial de Educación 2020-2024” Diario Oficial de la Federación, SEP, 6 de julio de 2020, www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596202&fecha=06/07/2020#gsc.tab=0. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. “Sistema de Información y Gestión Educativa. Consulta de escuelas.” SIGED-SEP, 2023, www.siged.sep.gob.mx/SIGED/escuelas.htm. Consultado el 4 Mar. 2023.

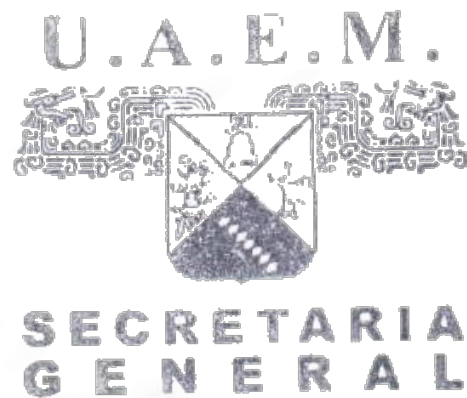
- Gobierno del Estado de Morelos. "Plan Estatal de Desarrollo 2019-2024", *Periódico Oficial Tierra y Libertad*, Gobierno del Estado de Morelos, 28 de julio de 2021, http://marcojuridico.morelos.gob.mx/archivos/reglamentos_estatales/pdf/PED2019-2024.pdf. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Instituto Caro y Cuervo. "Maestría en Estudios Editoriales". maestrias.caroycuervo.gov.co/maestrias/maestria-en-estudios-editoriales. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Censo de Población y Vivienda 2020*. 2023. INEGI, 2021.
- _____. "Encuesta Intercensal 2015." INEGI, INEGI, 2015, www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. "Matrícula Escolar por Entidad Federativa Según Nivel Educativo, Ciclos Escolares Seleccionados de 2000/2001 a 2021/2022." INEGI, 2022, www.inegi.org.mx/app/tabulados/interactivos/?pxq=Educacion_Educacion_o6_a36c-6b2e-fe8f-486a-b5d2-239a02ebobaa. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. "Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, nueva edición. Cifras durante el segundo trimestre de 2021", INEGI, 2021, https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe_n_notatecnica_trim2_2021.pdf
- Naciones Unidas. *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Una oportunidad para América Latina y el Caribe*, Naciones Unidas, Santiago, diciembre 2018, https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Ramírez Flores, José Alejandro, editor. *Indicadores del sector editorial privado en México*, Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, número 10, año 10, noviembre 2017-noviembre 2018, www.caniem.com/es/content/indicadores-del-sector-editorial-privado-en-m%C3%A9xico-2016.
- Secretaría de Educación Pública. "Estadística Educativa. Morelos. Ciclo Escolar 2021-2022." SEP, SEP, 2022, planeacion.sep.gob.mx/Doc/estadistica_e_indicadores/estadistica_e_indicadores_entidad_federativa/estadistica_e_indicadores_educativos_17MOR.pdf. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Unesco. "La Unesco y Los Objetivos de Desarrollo Sostenible." Unesco, Unesco, 27 Sept. 2015, es.unesco.org/sdgs. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Universidad Autónoma de Barcelona. "Máster en Edición" Máster en Edición 2021-2022. masterenedicion.com/. Consultado el 4 Mar. 2023.



- Universidad Autónoma de Madrid. “Máster de Edición UAM: Taller de Libros.” Máster de Edición UAM: Taller de Libros, UAM, 2023, www.uam.es/FyL/Master-Edicion-Taller-de-libros/1446769772842.htm. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Universidad Autónoma del Estado de Morelos. *Lineamientos de diseño y reestructuración curricular*, UAEM, 7 de abril de 2017, www.uaem.mx/organizacion-institucional/secretaria-academica/direccion-desarrollo-educativo/lineamientos-dise-no-reestructuracion-curricular.pdf. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. *Modelo Universitario*. UAEM, 2022, www.uaem.mx/organizacion-institucional/organo-informativo-universitario/Menendez_Samara_No_128c.pdf. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. “Módulo de Indicadores Educativos y de Gestión.” UAEM, UAEM, 2023, mieg.uaem.mx/. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. Plan Institucional de Desarrollo 2018-2023, UAEM, 2018, pide.uaem.mx/assets/PIDE_2018-2023.pdf. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. *Reglamento General de Estudios de Posgrado*. Órgano Oficial Informativo de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, número 35, año 10, diciembre de 2005, pp. 11-32, www.uaem.mx/organizacion-institucional/organo-informativo-universitario/menendez_samara_35.pdf. Consultado el 4 Mar. 2023.
- _____. *Tercer Informe de Actividades del Rector*, UAEM, 30 de mayo de 2021, www.uaem.mx/informes-de-actividades/tercer-informe/TERCER_INFORME_DE_ACTIVIDADES_Version_Extensa_30052021-.pdf. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Universidad Autónoma Metropolitana. “Maestría en Diseño y Producción Editorial”. UAM-X, 2023, maestriaeditorial.org.mx/. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Universidad Complutense de Madrid. “Máster en Edición.” UCM, UCM, 2017, [documentacion.ucm.es/data/cont/docs/15-2017-11-20-MasterEdicion%20\(1\).pdf](http://documentacion.ucm.es/data/cont/docs/15-2017-11-20-MasterEdicion%20(1).pdf). Consultado el 4 Mar. 2023.
- Universidad Diego Portales. “Magíster en Edición”. Magíster En Edición, UDP, 2023, posgrados.udp.cl/programas/magister-en-edicion/. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Universidad Internacional de Valencia y Grupo Planeta. “Maestría en Edición y Gestión Editorial con Grupo Planeta.” UIV, UIV, 2023, www.universidadviu.com/int/maestria-en-edicion-y-gestion-editorial-con-grupo-planeta. Consultado el 4 Mar. 2023.
- Universidad Pompeu Fabra. “Máster en Edición”, UPF, UPF, 2023, www.upf.edu/es/master-en-edicion. Consultado el 4 Mar. 2023.



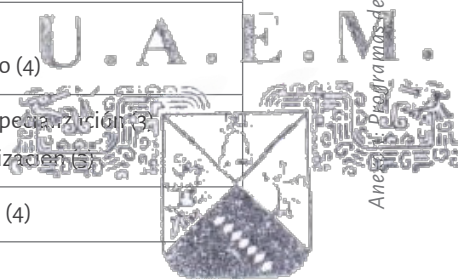
ANEXO 1: PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN EDITORIAL Y PROFESIONALIZACIÓN EN IBEROAMÉRICA



MÉXICO

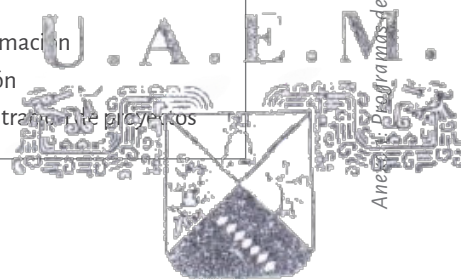
Cuadro 1. Características del PE en la UAEM

Institución	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	
Plan de estudios	Maestría en Producción Editorial	
Duración	Dos años	
Objetivos	Formar maestros y maestras en producción editorial con enfoque interdisciplinar en las áreas de edición, diseño y gestión, que sean capaces de elaborar estrategias y productos en el ámbito editorial público, privado e independiente.	
Perfil de ingreso	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con conocimientos previos en las áreas de letras, tecnología educativa, ciencias de la comunicación, diseño gráfico o artes visuales. - Demostrar conocimientos básicos de los procesos editoriales. - Tener habilidades argumentativas. - Demostrar habilidades en comprensión lectora mediante el análisis de ideas principales y secundarias para detectar la lógica argumentativa de un texto. - Tener habilidad de redacción y uso de reglas ortográficas, sintácticas y argumentativas. - Demostrar habilidades de comprensión lectora en lengua inglesa. - Tener las habilidades necesarias para elaborar una propuesta de proyecto editorial. - Tener habilidades en el uso de la tecnología de la información y de la comunicación. 	
Perfil de egreso	Las egresadas y los egresados de la MPE podrán entender, concebir, diseñar, articular, desarrollar y concluir procesos y productos editoriales a nivel profesional y competitivo, y contarán con las habilidades de autogestión necesarias para procurar su inserción en medios editoriales.	
Enfoque	Profesional: busca capacitar al alumnado de forma integral en las distintas actividades del ámbito editorial.	
Contenidos	El currículo es flexible de acuerdo con los siguientes <i>cursos tipo</i> :	
	1. Eje básico	Curso básico (5) Curso-taller básico (4)
	2. Eje de especialización	Curso-taller de especialización (3) Curso de especialización (5)
	3. Eje terminal	Seminario tutorial (4)



Cuadro 2. Características del PE en la UAM Xochimilco

Institución	Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco	
Plan de estudios	Maestría en Diseño y Producción Editorial	
Duración	Dos años	
Objetivos	Formar egresados capaces de planear, integrar y aplicar los principales conceptos y técnicas de la producción editorial, para responder apropiadamente a necesidades sociales y culturales específicas.	
Perfil de ingreso	<ul style="list-style-type: none"> - Título de licenciatura en diseño gráfico, de la comunicación gráfica o de la información, artes visuales, comunicación social, ciencias de la comunicación, periodismo, literatura, lingüística, humanidades u otras carreras afines a juicio del Comité Académico de la Maestría. - Experiencia profesional en el sector editorial, cuando menos de dos años. - Capacidad de expresarse fluidamente en forma oral, escrita o por medio de imágenes. - Disposición para cuestionar, dialogar, analizar, argumentar decisiones y pensar y actuar transdisciplinariamente. 	
Perfil de egreso	El egresado de este plan será un agente transdisciplinario de la edición, capaz de desempeñarse como editor, diseñador de ediciones, prestador de servicios, coordinador y administrador de procesos editoriales, tanto tradicionales como digitales, mostrando aptitudes de investigación, gestión y organización, lógica argumentativa, expresión escrita y gráfica, elocuencia, persuasividad y capacidad ejecutiva para concretar proyectos y realizarlos.	
Enfoque	Teórico-práctico, multidisciplinar.	
Contenidos	Unidades de enseñanza-aprendizaje	
	1. Investigación y análisis	1. Seminario eje 2. Seminario de investigación 3. Historia de los procesos y productos editoriales I 4. Investigación de auditorios y mercados 5. Adquisición y selección de contenidos * Contenidos asignados según carrera de origen y experiencia profesional: - Lectura y análisis de información - Fundamentos de redacción - Fundamentos de administración de proyectos



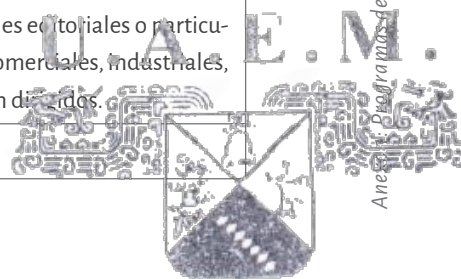
Institución	Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco	
Contenidos	2. Conceptualización y planeación	1. Seminario eje 2. Seminario de investigación 3. Redacción editorial 4. Historia de los procesos y productos editoriales II 5. Costos, presupuestos, finanzas e impuestos 6. Propiedad intelectual, derechos y contratos *Contenidos asignados según carrera de origen y experiencia profesional: - Fundamentos de diseño editorial - Fundamentos de computación gráfica
	3. Organización y prefiguración	1. Seminario eje 2. Seminario de investigación 3. Marcado, edición y corrección 4. Tipografía, organización y composición de textos 5. Elementos de organización productiva editorial
	4. Desarrollo y formalización	1. Seminario eje 2. Seminario de investigación 3. Corrección ortotipográfica de pruebas 4. Diseño, composición y diagramación de páginas 5. Psicolingüística de la lectura y la legibilidad
	5. Materialización y producción	1. Seminario eje 2. Seminario de investigación 3. Formato y tecnología 4. Contratación y supervisión de la reproducción
	6. Aplicación y evaluación	1. Seminario eje 2. Seminario de investigación 3. Distribución y comercialización 4. Diseño de la promoción editorial
	Fuente: https://maestriaeditorial.org.mx/	



CHILE

Cuadro 3. Características del PE en la UDP

Institución	Universidad Diego Portales
Plan de estudios	Magíster en Edición
Duración	Dos años
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Formar profesionales especializados, de alta calidad en el ámbito editorial, de gran capacidad técnica, capaces de comprender la industria, de gestionar publicaciones independientes o dentro de compañías establecidas y de contribuir a la excelencia general del área. - Fortalecer la vinculación con el medio en la formación de profesionales competentes e insertos en los desafíos del campo editorial. - Actualizar los conocimientos y prácticas de quienes ya están insertos en el campo editorial y cultural.
Perfil de ingreso	Profesionales y licenciados interesados en profundizar sus conocimientos y destrezas en el ámbito de la producción y edición de libros en diversos formatos.
Perfil de egreso	<p>Quien se gradúe del Magíster en Edición de la Universidad Diego Portales poseerá conocimientos y habilidades para diseñar propuestas editoriales de alta calidad, en concordancia con la realidad de la disciplina en el ámbito latinoamericano, en cualquiera de los campos de la edición profesional, como literatura, escritura académica, área infantil y juvenil, y en los formatos fronterizos que unen dos o más de los señalados.</p> <p>Respecto de los aprendizajes esperados, se destaca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Determinar críticamente los aspectos culturales, sociales e industriales que inciden en el ámbito editorial contemporáneo. 2) Investigar mercados y públicos específicos, de manera de proponer productos editoriales alineados con los requerimientos externos. 3) Aplicar procesos editoriales efectivos, coherentes y de calidad, sobre la base de análisis fundados de textos. 4) Crear productos editoriales de alta calidad y relevancia, consonantes con las necesidades y particularidades de organizaciones editoriales o particulares, y que tomen en consideración los aspectos comerciales, industriales, políticos y sociales de las audiencias a los que están dirigidos.
Enfoque	Profesional



Institución	Universidad Diego Portales	
Contenidos	Semestres	
	I	1. Edición general 2. Historia Social y Material del Oficio 3. Producción Gráfica
Contenidos	II	1. Edición Textual 2. Edición Literaria 3. El Negocio Editorial 4. Derecho de Autor 5. Optativa
	III	1. Áreas Especializadas 2. Perspectivas de la Edición Moderna 3. Diseño Editorial 4. Optativo 5. Taller de Proyecto de Grado
	IV	1. Seminario Internacional de Actualización en Edición 2. Proyecto de Grado
Fuente: https://posgrados.udp.cl/programas/magister-en-edicion/		

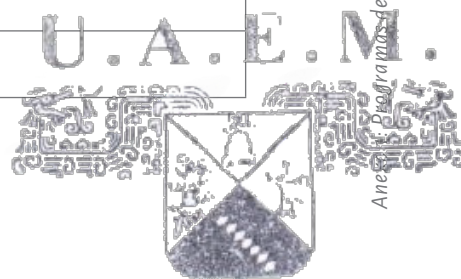


SECRETARIA
GENERAL

COLOMBIA

Cuadro 4. Características del PE en Instituto Caro y Cuervo

Institución	Instituto Caro y Cuervo
Plan de estudios	Maestría en Estudios Editoriales
Duración	Dos años
Objetivos	Formar investigadores en el campo de los estudios editoriales y editores con herramientas críticas para pensar y desempeñar rigurosamente su oficio. De esta forma, el programa espera nutrir el campo editorial colombiano y latinoamericano con profesionales conocedores de sus múltiples facetas, dueños de habilidades complejas, y capaces de incidir, mediante sus proyectos y análisis sobre el sector editorial, en la expansión y diversificación del paisaje del libro y la discusión de políticas en torno a la edición, la lectura, sus actores y públicos.
Perfil de ingreso	El programa está dirigido a profesionales en literatura, lingüística, historia, filología, comunicación, diseño gráfico, y disciplinas de las ciencias sociales y humanas en general. Institución, con experiencia en el mundo editorial, en el ejercicio de la docencia, la producción de textos o contenidos digitales, la gestión cultural, entre otros.
Perfil de egreso	Los profesionales graduados en la Maestría de Estudios Editoriales del Instituto Caro y Cuervo podrán abordar con solvencia la investigación en el campo de los estudios editoriales y ejercer como editores con criterio para tomar las mejores decisiones relacionadas con el creador, con el texto y con el lector. En este orden, los egresados serán capaces de formular y ejecutar proyectos de investigación avanzados en el campo de los estudios editoriales; definir criterios y utilizar desarrollos tecnológicos para conducir proyectos editoriales; formular o acompañar políticas que permitan dinamizar la base lectora y el ecosistema del libro; asumir plenamente la responsabilidad de ser prescriptores; y entender las minucias culturales, intelectuales y económicas de su actividad.
Enfoque	De investigación, interdisciplinar



Institución	Instituto Caro y Cuervo	
Contenidos	Semestres	
	I	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escritura argumentativa 2. Seminario de investigación 1 3. Edición 1: el oficio del editor 4. Diseño y tipografía 1: el diseño del libro
Contenidos	II	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seminario de investigación 2 2. Edición 2: edición crítica 3. Lógicas del texto 1: géneros literarios, géneros editoriales 4. Electiva 1
	III	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seminario de investigación 3 2. Lógicas del texto 2: el texto, el canon, el mercado 3. Diseño y tipografía 2: del papel a lo digital 4. Electiva 2
Contenidos	IV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seminario de investigación 4 2. Edición 3: el modelo de negocio 3. Electiva 3
	Fuente: https://maestrias.caroycuervo.gov.co/maestrias/maestria-en-estudios-editoriales	



ESPAÑA

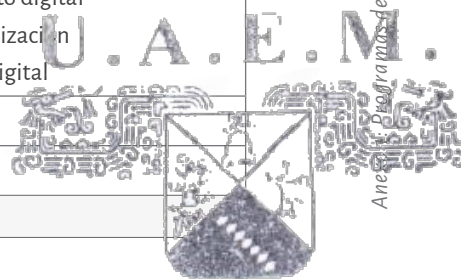
Cuadro 5. Características del PE en la UAB

Institución	Universidad Autónoma de Barcelona	
Plan de estudios	Máster en Edición	
Duración	Un año	
Objetivos	Aprovechar la capacidad y alta formación de los alumnos para potenciar y ampliar sus conocimientos y poderlos incorporar al sector editorial donde pueden desempeñar un amplio abanico de actividades profesionales.	
Perfil de ingreso	El Máster en Edición se dirige preferentemente a graduados, licenciados y diplomados universitarios en especialidades de humanidades, ciencias sociales y afines que deseen orientar su carrera profesional en el ámbito editorial de libros y publicaciones periódicas en cualquier soporte.	
Perfil de egreso	Egresados con una visión global de la edición cuyo conocimiento práctico les abre las puertas a puestos de trabajo en las editoriales ya establecidas o a la creación de sellos independientes.	
Enfoque	Profesional con una formación teórica-práctica.	
Contenidos	Bloques	Módulos
	1. Introducción al mundo de la edición	1.1 Panorámica histórica de la industria editorial 1.2 Estructura y problemas actuales 1.3 Edición de libros y organización de una empresa editorial 1.4 Evolución del público lector 1.5 El mercado editorial 1.6 Tipos de editoriales: públicas, privadas, institucionales



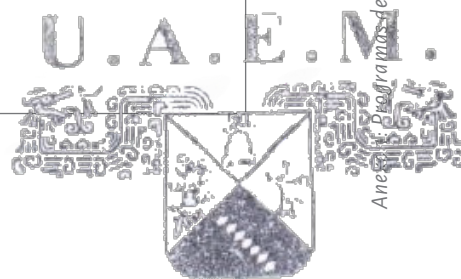
Institución	Universidad Autónoma de Barcelona	
Contenidos	2. Autores, editores, manuscritos y agentes literarios	2.1 El proceso de edición: una visión de conjunto 2.2 Director editorial y editores 2.3 Determinación de una política editorial 2.4 Definición de un proyecto editorial: la configuración de un catálogo 2.5 Viabilidad de un proyecto editorial
	3. El proceso de la edición	3.1 El comité editorial 3.2 Propiedad intelectual 3.3 Derechos de autor 3.4 Aspectos económicos y financieros 3.5 Aspectos jurídicos de la edición
	4. Proyecto y realización	4.1 Tratamiento del original 4.2 La composición tipográfica 4.3 Textos editoriales 4.4 Diseño y maquetación 4.5 La impresión 4.6 El papel y la encuadernación
	5. Proceso editorial: comunicación y comercialización	5.1 Marketing editorial 5.2 Distribución 5.3 La crítica literaria 5.4 La librería 5.5 Las grandes cadenas 5.6 Ferias del libro 5.7 Gestión y protección electrónica de la información
	6. Tipologías editoriales	6.1 La edición literaria 6.2 La edición de no ficción 6.3 La edición universitaria 6.4 La edición de bolsillo 6.5 Las publicaciones periódicas 6.6 La edición de libros de texto
	7. Nuevas tecnologías. La edición digital	7.1 Los editores ante el libro digital 7.2 Nuevos soportes para la edición 7.3 Publicaciones en formato digital 7.4 Ediciones para la globalización 7.5 El futuro de la edición digital
	8. <i>Prácticum</i> : prácticas en empresas editoriales	
	9. Trabajo de fin de máster	

Fuente: <https://masterenedicion.com/>



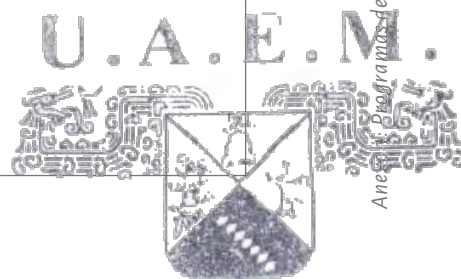
Cuadro 6. Características del PE en la UAMA y Taller de Libros

Institución	Universidad Autónoma de Madrid - Taller de Libros	
Plan de estudios	Máster de Edición	
Duración	Un año	
Objetivos	Combinar las enseñanzas teóricas con el contacto directo del alumno con las verdaderas condiciones del trabajo en el campo de la edición.	
Perfil de ingreso	Además de la pasión por el libro, ser licenciado o diplomado de cualquier titulación, y conveniente tener conocimientos de informática a nivel de usuario.	
Perfil de egreso	<p>- Los egresados cuentan con conocimientos teóricos en todos los sectores de la cadena del libro; tienen experiencia en la realización de un proyecto editorial real y conocen las tecnologías digitales aplicadas al campo editorial y sus efectos en la profunda transformación en el panorama actual de la edición.</p> <p>- Las enseñanzas facilitan su inserción laboral.</p>	
Enfoque	Teórico-práctico.	
Contenidos	Trimestres	Módulos
	1	Taller de libros 1 Negocio editorial 1 Marketing y comunicación 1 Edición textual 1 Creación de catálogo 1 Edición y tecnologías digitales 1
	2	Taller de libros 2 Negocio editorial 2 Marketing y comunicación 2 Edición textual 2 Creación de catálogo 2 Edición digital 2
Contenidos	3	Taller de libros 3 Negocio editorial 3 Marketing y comunicación 3 Edición textual 3 Creación de catálogo 3 Edición digital 3



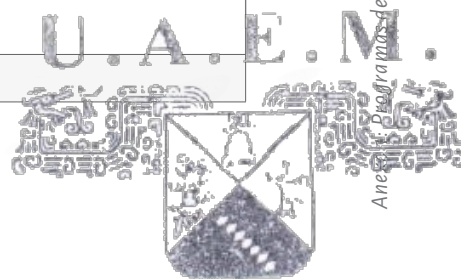
Cuadro 7. Características del PE en la UCM y Santillana

Institución	Universidad Complutense de Madrid - Santillana	
Plan de estudios	Máster en Edición	
Duración	Un año	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Facilitar al alumno las herramientas necesarias para convertirse en un profesional de la edición. - Dotar al alumno de conocimientos prácticos que le permitan usarlos creativamente en la elaboración de un proyecto editorial propio. - Tener presente el uso de las herramientas digitales en todos los ámbitos editoriales. 	
Perfil de ingreso	<ul style="list-style-type: none"> -Profesionales titulados que trabajen en editoriales o sectores afines y deseen mejorar su capacitación para liderar proyectos editoriales integrales. -Titulados universitarios en materias afines a humanidades que quieran dirigir su carrera profesional al ámbito editorial. 	
Perfil de egreso	Los graduados tienen la posibilidad de acceder al mundo editorial y progresar en su desarrollo profesional. Cuentan con las herramientas necesarias para llegar a ser un experto editor y poder concebir, económica y comercialmente, un proyecto editorial.	
Enfoque	Teórico-práctico.	
Contenidos	Módulos	
	1. El papel de la edición en la sociedad actual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción al magíster 2. Cómo es una editorial por dentro 3. Anatomía del libro: principales conceptos (texto, solapas, contras...) 4. Historia de la edición española 5. El mercado internacional e hispanoamericano
	2. El proyecto editorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Economía editorial 2. Derecho editorial 3. Las agencias editoriales 4. Las ferias 5. Los informes de lectura 6. Recursos humanos 7. Las nuevas editoriales 8. El plan editorial 9. Realización editorial 10. Producción editorial 11. Visita a la imprenta



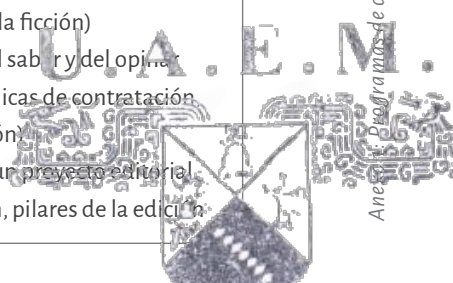
Institución	Universidad Complutense de Madrid - Santillana	
Contenidos	3. Técnicas editoriales	<ol style="list-style-type: none"> 1. La traducción 2. La tipografía 3. El diseño gráfico 4. La maquetación 5. La corrección ortotipográfica y de estilo
	4. Tipos de edición	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los tipos de edición 2. La edición literaria 3. El libro de no ficción 4. El libro infantil y juvenil 5. El bestseller 6. El cómic y la novela gráfica 7. La edición de poesía 8. La edición de clásicos 9. El ensayo 10. Las guías de viaje 11. El libro práctico 12. El libro de arte e ilustrado
	5. La edición digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Panorama de la edición digital en España y en el mundo 2. Los modelos de negocio en el mundo digital 3. La comunicación, el marketing y la venta en la red 4. La realización técnica del libro electrónico
	6. El libro de texto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presente y futuro del sector editorial del libro de texto 2. Editar en un nuevo entorno digital 3. Recorrido de tendencias en el mundo digital. La red como nuevo territorio de ventas 4. El concepto y desarrollo del libro de texto y componentes del proyecto educativo
	7. Marketing, comunicación, distribución y venta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación y prensa 2. Marketing 3. Comercialización 4. La librería 5. El caso Amazon 6. Distribución

Fuente: <https://www.ucm.es/titulospropios/masteredicionucmsantillana/quienes-somos>



Cuadro 8. Características del PE en la Universidad Internacional de Valencia y Grupo Planeta

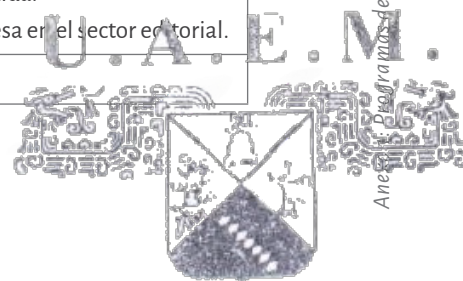
Institución	Universidad Internacional de Valencia - Grupo Planeta	
Plan de estudios	Maestría en Edición y Gestión Editorial	
Duración	Un año	
Objetivos	<p>Formar a los estudiantes de manera integral:</p> <ul style="list-style-type: none"> » para convertirse en profesionales un líderes del sector; » con énfasis en la creatividad e innovación con entendimiento del libro desde la perspectiva de los nuevos soportes y medios de distribución; » en aspectos empresariales y de negocio del trabajo editorial para crear proyectos rentables; » en ficción, no ficción y ficción ilustrada comprender las demandas de los lectores y aplicar las claves y criterios de selección de cada género; » para el análisis exhaustivo de los best-sellers y la literatura minoritaria para crear catálogos considerando riesgos y ventajas; » para familiarizarse con los mercados latinoamericanos con herramientas para detectar y determinar oportunidades y horizontes para una publicación. 	
Perfil de ingreso	Cualquier titulación universitaria de pregrado o licenciatura. Dirigido a cualquier persona interesada en crear o formar parte de una editorial de publicaciones, tanto en papel como en edición electrónica.	
Perfil de egreso	<p>El egresado podrá desempeñarse con solvencia en diversos puestos del sector. Como, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Dirección de equipo editorial » Criterios de búsqueda y contratación de originales » Proceso de contratación » Edición de textos, correcciones, diseño, y/o portadismo » Gestión económica » Marketing, comunicación, producción, distribución y comercialización en punto de venta 	
Enfoque	Profesional con formación teórico-práctica.	
Contenidos	Cuatrimestres	
	Primer cuatrimestre	<ol style="list-style-type: none"> 1. La ficción (las mil caras de la ficción) 2. No-ficción, el territorio del saber y del opinar 3. El proceso de edición (técnicas de contratación edición, diseño y producción) 4. Viabilidad económica de un proyecto editorial 5. Marketing y comunicación, pilares de la edición



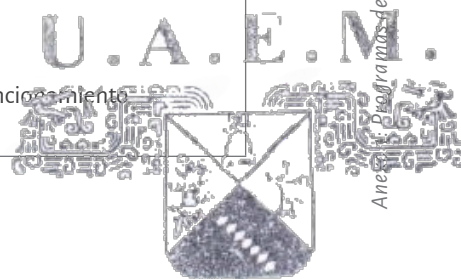
Institución	Universidad Internacional de Valencia - Grupo Planeta	
Contenidos	Segundo cuatrimestre	<ol style="list-style-type: none"> 1. Libros minoritarios, libros mayoritarios: el camino hacia el best-seller 2. El mercado editorial 3. Tendencias y nuevos lectores 4. Ficción ilustrada y cómic 5. Hispanoamérica crea desde la pluralidad 6. Trabajo Fin de Máster
Fuente: https://www.universidadviu.com/pe/maestria-en-edicion-y-gestion-editorial-con-grupo-planeta?var=no&c=190503M7002&gclid=CjwKCAiA9qKbBhAzEiwAS4yeDcorMUq6Gx_pcyjwAjRyJ_5BpFPDMH93pcxNyvJOpMxxFjc8KfGHE-BoC7EEQAVD_BwE&gclidsrc=aw.ds		

Cuadro 9. Características del PE en la UPFB

Institución	Universidad Pompeu Fabra Barcelona
Plan de estudios	Máster en Edición
Duración	Un año
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Formar profesionales sólidos en el sector de la edición. - Fomentar la capacidad de desarrollar un proyecto propio en el sector. - Ofrecer conocimientos sobre el funcionamiento de los diversos mercados, mecanismos financieros y marketing editoriales. - Fomentar la buena práctica profesional.
Perfil de ingreso	<ul style="list-style-type: none"> - Jóvenes licenciados o graduados que quieren introducirse en el sector editorial con una base sólida de conocimientos. - Jóvenes profesionales de la edición que quieren consolidar sus conocimientos. - Profesionales de la edición que quieren sistematizar y actualizar sus conocimientos.
Perfil de egreso	<ul style="list-style-type: none"> - Los egresados desarrollan una carrera profesional de prestigio en empresas del máximo nivel internacional. Su presencia en cargos de alta responsabilidad en las grandes corporaciones es elevada y reconocida. - También tienen la capacidad de crear su propia empresa en el sector editorial.
Enfoque	Profesional con formación teórico-práctica.



Institución	Universidad Pompeu Fabra Barcelona	
Contenidos	Módulos	
	1. Introducción	1. Introducción al sector editorial: el libro entre negocio y cultura 2. El organigrama de la empresa editorial 3. La trayectoria del manuscrito o libro de encargo y el proceso global de edición: del autor al lector
	2. Propiedad intelectual, negociación y contratación	1. Contratación y compra de derechos 2. Agentes y venta de derechos
	3. Línea editorial, criterios de selección y programación	1. Criterios para la creación de una línea editorial 2. Fuentes para el conocimiento de los libros en venta 3. ¿Qué y cómo lee un editor? 4. Las líneas editoriales 5. Los formatos 5. La programación editorial. La construcción de un catálogo
	4. El mercado	1. La importancia de la lengua castellana como mercado 2. El mercado internacional: las traducciones 3. El mercado internacional: coediciones y packaging
	5. Producción editorial	1. Edición de los originales: del original del autor en papel o formato digital al libro impreso 2. Tipografía 3. Diseño gráfico 4. Producción 5. Técnicas de impresión, encuadernación y manipulación 6. Tecnologías digitales de la edición
6. Distribución y marketing	1. La distribución editorial 2. El canal de distribución: librería, quiosco, grandes superficies, suscripción, club, ediciones especiales 3. La rotación del libro. Entradas y devoluciones 4. Costes 5. Stocks y almacenaje 6. El marketing editorial: funcionamiento y estrategias	



Institución	Universidad Pompeu Fabra Barcelona	
Contenidos	7. El funcionamiento económico de la empresa editorial. Finanzas para no financieros	<ol style="list-style-type: none"> Gestión empresarial Estados financieros. Balance y cuenta de resultados Planes de viabilidad y presupuestos Análisis del balance Análisis de la cuenta de resultados Análisis de la rentabilidad y autofinanciación
	8. Promoción	<ol style="list-style-type: none"> El jefe de prensa y el director de comunicación Publicidad y estrategias comerciales y de comunicación El concepto de sinergia y las relaciones editorial con los media Estrategias de promoción La crítica y los medios de comunicación
<p>Fuente: https://www.bsm.upf.edu/es/master-en-edicion?utm_source=upf&utm_medium=referral&utm_content=ME-DI-es&utm_campaign=upf-referrals</p>		



SECRETARIA
GENERAL

LISTADO DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN EDITORIAL Y PROFESIONALIZACIÓN EN IBEROAMÉRICA

Maestrías

137

MÉXICO

- » Maestría en Diseño y Producción Editorial. Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco. <http://maestriaeditorial.org.mx/>
- » Maestría en Producción Editorial. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. <https://www.uaem.mx/admision-y-oferta/posgrado/maestria-en-produccion-editorial/>

CHILE

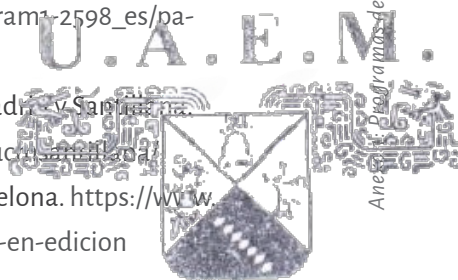
- » Magíster en Edición. Universidad Diego Portales. <http://postgrados.udp.cl/programas/magister-en-edicion/>

COLOMBIA

- » Maestría en Estudios Editoriales. Instituto Caro y Cuervo. <https://maestrias.caroycuervo.gov.co/maestrias/maestria-en-estudios-editoriales>

ESPAÑA

- » Maestría en Edición y Gestión Editorial. Universidad Internacional de Valencia y Grupo Planeta. <https://www.universidadviu.com/int/maestria-en-edicion-y-gestion-editorial-con-grupo-planeta>
- » Máster de Edición. Universidad Autónoma de Madrid. <https://www.uam.es/otros/Edic-UAM/index.html>
- » Máster en Edición. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://masterenedicion.com/> https://www.uab.cat/web/postgrado/master-en-edicion/informacion-general-1206597472083.html?param1=2598_es-param2=2001/
- » Máster en Edición. Universidad Complutense de Madrid. <https://www.ucm.es/titulospropios/masteredicionucm>
- » Máster en Edición. Universidad Pompeu Fabra Barcelona. <https://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-en-edicion>



Diplomados y especialidades

MÉXICO

- » Diplomado en Edición. Editorial Sexto Piso y Centro Horizontal. <https://centro.horizontal.mx/sexta-diplomado-de-edicion/>
- » Diplomado en Publicaciones Digitales y Especialización Editorial. Centro Editorial Versal. <http://www.versal.com.mx/capacitacion.html>

CHILE

- » Diplomado en Edición. Universidad Diego Portales. <http://postgrados.udp.cl/programas/diplomado-en-edicion/>
- » Diplomado en Edición de Literatura Infantil y Juvenil. Universidad Diego Portales (UDP)-Fundación La Fuente. <http://www.fundacionlafuente.cl/nace-el-diplomado-en-edicion-de-literatura-infantil-y-juvenil-udp-fundacion-la-fuente/>
- » Diplomado en Edición Profesional: publicaciones impresas y digitales. Universidad de Chile. <http://www.uchile.cl/cursos/112241/edicion-profesional-publicaciones-impresas-y-digitales>
- » Diplomado en Edición y Publicaciones. Pontificia Universidad Católica de Chile. <http://www.educacioncontinua.uc.cl/28973-ficha-diplomado-en-edicion-y-publicaciones>

URUGUAY

- » Diploma en Edición. Centro Latinoamericano de Economía Humana. <http://www.claeh.edu.uy/cultura/es/propuesta-academica/escuela-de-edicion/diploma-de-edicion.html>

Otros programas de formación

MÉXICO

- » Cursos de la Asociación Mexicana de Profesionales de Edición (A.M.P.E.). <http://peac.org.mx/>
- » Cursos de Editamos (Caniem) <https://www.editamos.com.mx/>



- » Curso Edición de publicaciones impresas y electrónicas. Universidad del Claustro de Sor Juana. <http://www.ucsj.edu.mx/educacion-continua/seminarios-de-titulaci%C3%B3n/edici%C3%B3n-de-publicaciones-impresas-y-electr%C3%B3nicas.html>
- » Licenciatura en Edición y Gestión de la Cultura. Universidad Autónoma de Nuevo León. <https://www.uanl.mx/oferta/licenciatura-en-edicion-y-gestion-de-la-cultura/>
- » Programa de apoyo a la profesionalización de la actividad editorial en la UNAM. Dirección general de Publicaciones y fomento editorial. http://www.publicaciones.unam.mx/Apoyo_prof_editorial.html
- » Taller de edición y redacción editorial. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM (materia optativa abierta al público, cuatro semestres).

ARGENTINA

- » Carrera de Edición. Universidad de Buenos Aires. <http://edicion.filo.uba.ar/>

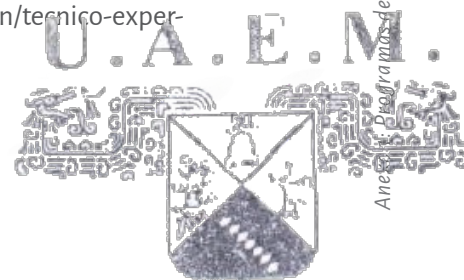
Programas a distancia

BRASIL

- » Produção editorial y Como montar e manter uma pequena editora. Universidade do livro, Editora Universidad Estadual Paulista (Unesp). <http://editoraunesp.com.br/unil/como-montar-e-manter-uma-pequena-editora-24042018>

ESPAÑA

- » Cursos sobre libros digitales. Academia Proyecto 451. <https://academia.proyecto451.com/>
- » Técnico experto en creación de ebooks y revistas digitales. Esneca Business School. <http://www.esneca.com/formacion/tecnico-experto-en-creacion-de-ebooks-y-revistas-digitales/>



Otros posgrados y programas de formación relacionados con el área editorial en México

MAESTRÍAS

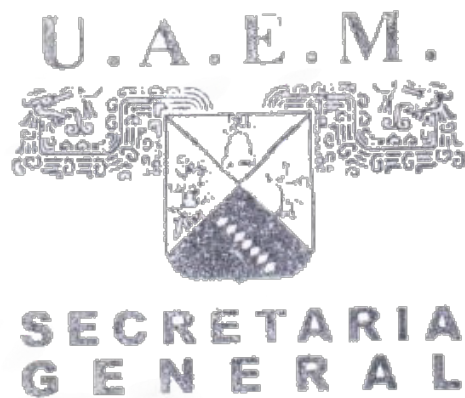
- » Maestría en Diseño de la Información. Universidad de Las Américas Puebla. <https://www.udlap.mx/ofertaacademica/Default.aspx?cvecarrera=MZD>
- » Maestría en Diseño Editorial. Universidad Gestalt de Diseño, Xalapa, Veracruz. <http://gestalt.edu.mx/mde/>
- » Maestría en Diseño Editorial y Maestría en Diseño Tipográfico. Centro de Estudios Gestalt, Veracruz, Veracruz. <http://www.cegestalt.com/maestr%c3%ada-en-dise%c3%b1o-editorial--gestalt.html> <http://www.cegestalt.com/maestr%c3%ada-en-dise%c3%b1o-tipografico--gestalt.html>
- » Maestría en Gestión del Diseño Editorial. Universidad de la Salle Bajío, León, Guanajuato. <http://bajio.delasalle.edu.mx/oferta/oferta5.php?n=6&p=71>

DIPLOMADOS Y ESPECIALIDADES

- » Diplomado en Diseño Editorial. Centro Universitario de Medios Audiovisuales, Guadalajara, Jalisco. <https://caav.mx/cursos/diplomado-en-diseno-editorial/>
- » Especialidad en Diseño de Publicaciones. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. <https://www.uaem.mx/admision-y-oferta/posgrado/especialidad-en-diseno-de-publicaciones/>
- » Especialidad en Diseño Editorial y Publicitario. Universidad de Monterrey. <https://crgs.udem.edu.mx/artes-arquitectura-y-diseno/academia/programas/especialidad-en-diseno-editorial-y-publicitario>



ANEXO 2:
CRITERIOS DE EVALUACIÓN SEMESTRAL



CRITERIOS PARA LA PRESENTACIÓN Y EVALUACIÓN
DE LOS AVANCES DEL PROYECTO DE TITULACIÓN
PRIMER SEMESTRE

Para la evaluación del primer semestre, el alumnado debe tener los siguientes avances:

- 1) Nombre del proyecto
- 2) Introducción
- 3) Justificación (pertinencia del producto)
- 4) Objetivo del producto
- 5) Perfil del lector o usuario (¿para quién es?)
- 6) Nombre del producto
- 7) Descripción del producto (¿qué y cómo es? Principales características)
- 8) Concepto editorial (¿cuál es la unidad de sentido de todos los aspectos del producto?)
- 9) Contenido y estructura (breve descripción y orden justificado en el cuál se presentará dicho contenido; información sobre cómo se obtendrá el contenido en caso de no contar con él)
- 10) Cálculo editorial
- 11) Análisis del producto en relación con el mercado (análisis de productos de similares géneros, condiciones y objetivos. ¿Cómo se diferencia este producto de otros parecidos?)
- 12) Distribución (algunas ideas generales)
- 13) Planeación técnico-organizativa
 - a) Metodología (descripción de las etapas del proyecto y diagrama de flujo)
 - b) Cronograma (calendarización semanal o mensual)
- 14) Primeras ideas de diseño editorial (como una aproximación inicial al tema, ya que podrán reajustarse y se desarrollarán en el próximo semestre escolar). Se debe considerar: formato, tamaño, retícula, elementos de la página (como folios, cornisas, plecas o elementos decorativos), paleta de color, y tipo de letra (serif, sans serif, mecana, etc).
- 15) Fuentes bibliográficas completas (bibliografía, hemerografía, referencias completas de internet, iconografía [cada imagen incluida debe tener su referencia], infografía [de cuadros y esquemas]).

Advertencia: lo anterior es una guía de lo que debe contener el proyecto, mas no debe presentarse estrictamente en ese orden.

Al final del semestre se hará una presentación del proyecto en un coloquio público. Además, el alumnado deberá entregar a las personas integrantes de su Comité Tutoral un documento que contenga lo correspondiente al avance que se presenta. Este documento, que consiste en la justificación del producto desarrollado, debe trabajarse semestre a semestre, pues constituye lo que se evaluará al final de la Maestría como parte de los requisitos para la obtención del grado.

Elaborado por la Comisión Académica de la MPE

Noviembre 2022

**CRITERIOS PARA LA PRESENTACIÓN Y EVALUACIÓN
DE LOS AVANCES DEL PROYECTO DE TITULACIÓN
SEGUNDO SEMESTRE**

Para la evaluación de los avances del segundo semestre, el alumnado debe demostrar que tiene un avance de 50%, del producto editorial y la tesis.

Dentro de este 50% se consideran los siguientes puntos:

- 1) Un avance de 40% en los contenidos, ya sea el texto concreto o, en su caso, la descripción minuciosa del tipo de contenido del producto.
- 2) Avance de 40% en imagería (fotografías, ilustraciones, infografías, diagramas) y elementos decorativos (plecas, ornamentos), en caso de contar con ellos.
- 3) Diseño
 - a. Descripción y justificación del formato; tamaño; retícula; elementos de la página, como folios, cornisas, plecas o elementos decorativos; paleta de color e imagería.
 - b. La tipografía aplicada al proyecto y la justificación de dicha elección.
 - c. Método compositivo (aditivo o sustractivo), tipo de párrafo, cuerpo de texto e interlineado, número de caracteres por línea, jerarquías tipográficas, etc.
 - d. En el caso de proyectos digitales, además: tipo de maquetación (fija o fluida), interactividad, animación, etc.
- 4) Cronograma actualizado.

La presentación se hará en un coloquio público al final del semestre. Además, el alumnado deberá entregar a las personas integrantes de su Comité Tutorial un documento que contenga los avances que se presentan (deberá ser el documento completo con las actualizaciones y los añadidos marcados para que la revisión sea más ágil).

CRITERIOS PARA LA PRESENTACIÓN Y EVALUACIÓN
DE LOS AVANCES DEL PROYECTO DE TITULACIÓN
TERCER SEMESTRE

Para la evaluación de los avances del tercer semestre, el alumnado debe demostrar que tiene un avance de 75%, del producto editorial y la tesis.

Dentro del 75% de avance en el trabajo escrito, además de los avances revisados de los semestres anteriores, se deberá presentar:

1) Estrategia técnico-económica

- a. Ficha técnica (formato [impreso o digital], tipo de publicación [libro, revista, sitio web, ePub...], tamaño; papel y cromática de interiores y forros, tamaño final, tamaño extendido, tiraje, encuadernación y acabados)
- b. Presupuesto
 - i. Proyección y determinación de los costos fijos y variables del producto
 - ii. Determinación del tiraje, del factor editorial y del PVP
 - iii. Determinación del punto de equilibrio y margen de contribución.
 - iv. Estudio de mercado (tabla comparativa de productos similares en el mercado)
- b. Plan de ventas
 - i. Plan de distribución del producto
 - ii. Plan de ventas y promoción *offline* y *online*

2) Manual de criterios editoriales (según lineamientos anexos)

3) Cronograma actualizado

La presentación se hará en un coloquio público al final del semestre. Además, el alumnado deberá entregar a las personas integrantes de su Comité Tutoral un impreso que contenga las correcciones y actualizaciones de las entregas anteriores, así como los avances que se presentan (deberá ser el documento completo con las correcciones, actualizaciones y añadidos marcados para que la revisión sea más ágil).

Elaborado por la Comisión Académica de la MPE

Noviembre 2022

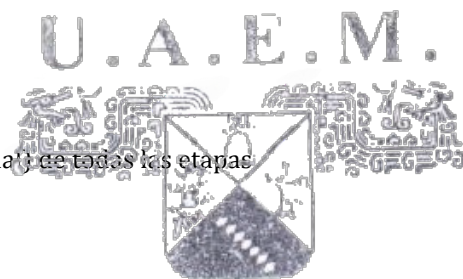
LINEAMIENTOS DEL TRABAJO ESCRITO PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO

El escrito que acompañará al producto editorial final debe contener los siguientes apartados. La pertinencia y extensión de las partes están en función de las características del producto en cuestión (no es lo mismo hacer una edición crítica que un manual de vestuario o una revista académica electrónica). Lo importante del trabajo es que explique y justifique adecuadamente el producto y sus partes.

Recordatorio: el producto debe tener unidad de sentido.

Partes del trabajo:

1. Título del proyecto
2. Introducción
3. Justificación
4. Descripción del producto
 - a. Nombre del producto
5. Objetivo del producto
6. Estrategia político-cultural (enfoque para lograr el objetivo)
 - a. Definición del producto editorial
 - b. Emisor y pragmática del producto (¿qué? ¿cuándo? ¿cómo? ¿dónde? ¿por qué? ¿para qué? ¿para quién?)
 - c. Perfil del receptor (persona lectora o usuaria)
 - d. Análisis del producto en relación con el mercado (análisis de productos de similares género, condiciones y objetivos. ¿Cómo se diferencia este producto de otros similares?)
7. Contenido y estructura
 - a. Descripción del contenido
 - b. Justificación del orden en el que se presenta el contenido
 - c. Cálculo editorial
8. Planeación técnico-organizativa:
 - a. Metodología (etapas del proyecto)
 - b. Cronograma (calendarización semanal o mensual) de todas las etapas
9. Diseño



- a. Formato y tamaño del producto
- b. Método compositivo
- c. Retícula y elementos de la página
- d. Selección tipográfica
- e. Jerarquías tipográficas
- f. Imaginería
- g. Paleta cromática

10. Derechos

- a. Los derechos de autor: derechos patrimoniales y derechos morales
- b. Descripción de la obra (producto editorial)
- c. Descripción y justificación de los trámites legales y de gestión de los derechos que implica el producto.
- d. Registro de la obra en el Registro Público del Derecho de Autor.
- e. Obtención del número identificador del editor en la Agencia Nacional del ISBN.
- f. El contrato autor-editor. sus características
- g. Registro de los contratos ante el Indautor

11. Estrategia técnico-económica

- a. Ficha técnica (formato [impreso o digital], tipo de publicación [libro, revista, sitio web, ePub...], tamaño; papel y cromática de interiores y forros, tamaño final, tamaño extendido, tiraje, encuadernación y acabados)
- b. Presupuesto
 - i. Proyección y determinación de los costos fijos y variables del producto
 - ii. Determinación del tiraje, del factor editorial y del PVP
 - iii. Determinación del punto de equilibrio y margen de contribución.
- c. Plan de ventas
 - 1. Plan de distribución del producto
 - 2. Plan de ventas y promoción *offline* y *online*

12. Fuentes bibliográficas (bibliografía, hemerografía, referencias completas de internet, iconografía, infografía), en el estilo bibliográfico de la Modern Languages Association (MLA)

Anexo: *Manual de criterios editoriales* (ver anexo)

Este documento, al igual que el producto editorial desarrollado, debe someterse al cuidado y diseño editorial correspondientes: con la información legible y jerarquizada, imágenes claras, citas y referencias completas, páginas foliadas, tabla de contenidos, etcétera.

El alumnado deberá entregar dos maquetas de su producto editorial con las características físicas que justificaron en el trabajo escrito. En caso de ser proyectos digitales, deberán entregar dos dispositivos de almacenamiento que contengan su producto (CD, USB u otro, de acuerdo con lo establecido por la Comisión Académica Interna).

Elaborado y aprobado por el NA de la MPE

Noviembre 2022

ANEXO

Indicaciones generales para el manual de criterios editoriales

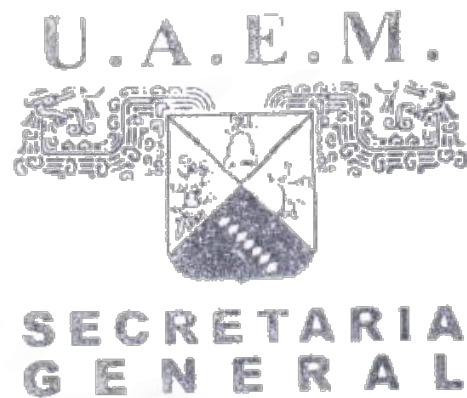
Advertencia: los incisos y ejemplos son *indicativos*: cada producto tiene características y necesidades distintas, por lo que los criterios editoriales de formato y contenido son variables y deben establecerse a partir del análisis de las particularidades de aquél. El manual, no obstante, debe incluir las tres partes (indicaciones para presentación de los originales, normas editoriales y hoja de estilo).

1. Indicaciones para presentación de los originales (incluido el material gráfico)
2. Normas editoriales:
 - a. acentuación (¿bonsái o bonsai?), puntuación (¿uso desplegado o restringido de comas?), ortografía (¿reescribir o rescribir?), uso de mayúsculas (¿dios o Dios?)
 - b. uso de marcas y signos tipográficos: cuándo usar comillas (dobles, sencillas), guiones, paréntesis; versalitas, cursivas
 - c. abreviaturas
 - d. normas para cifras (¿doce o 12?, ¿4,500 o 4 500?), neologismos, uso local de vocablos, latinismos, castellanización de términos (¿güiski, whiskey, whisky, *whiskey* o *whisky*?)
 - e. indicaciones sobre el sistema de citación y bibliográfico
 - f. estructura de la obra y criterios de jerarquización
 - g. normas específicas dependiendo de la obra (cómo traducir ciertos términos para mantener la uniformidad)
3. Ficha técnica (formato [impreso o digital], tipo de publicación [libro, revista, sitio web, ePub...], tamaño; papel y cromática de interiores y forros, tamaño final, tamaño extendido, tiraje, encuadernación y acabados)
4. Hoja de (aspectos tipográficos)
 - a. formato, tamaño, medida de la caja, márgenes, distribución de los elementos en la retícula
 - b. tipografía para todas las jerarquías y elementos del producto (cabezas, cuerpo del texto, transcripciones, notas, cornisas, folios, pies de foto e ilustración, sangrados, capitulares, voladitos, columnas, tablas, gráficas)
 - c. cálculo editorial (número de cuartillas y caracteres)



ANEXO 3:

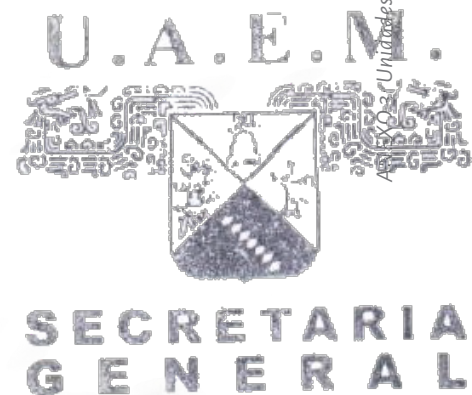
UNIDADES DE APRENDIZAJE DE ALGUNOS
DE LOS CURSOS OFRECIDOS EN LA MPE



Se anexa a continuación, para ejemplificar el trabajo y la flexibilidad curricular de la Maestría en Producción Editorial, una serie de cursos que en ella se han impartido los últimos años.

Así, por su mismo carácter descriptivo, estos programas no deben entenderse como una forma fija de abordar uno u otro curso, ni como una obligación por parte de posibles futuros y futuras docentes de apegarse a lo que en cada uno se dice: se trata de ejemplos de lo que se puede hacer pero, sin duda y por lo mismo, estas descripciones de curso no agotan lo que nuestro programa permite proponer.

Igual y finalmente, tampoco las indicaciones sobre los semestres en que unos y otros pueden cursarse es una obligación del estudiantado ni, muchas veces, del programa por abrir esos cursos; se describe lo que ha pasado hasta ahora y lo que puede pasar, pero como se dice en el ejemplo de trayectoria ideal, toda ruta de estudio puede ser única en función de lo que cada estudiante y proyecto necesiten para su mejor desarrollo.



UNIDAD DE APRENDIZAJE
ADMINISTRACIÓN EDITORIAL

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Administración editorial				Ciclo de formación: Profesional			
				Eje de formación: Especialización			
				Semestre: 3°			
Elaborado por: Juan José Salazar Embarcadero				Fecha de elaboración: 18 de enero de 2023			
Actualizado por: NA				Fecha de revisión y actualización: NA			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	2	1	3	5	Curso	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

En este curso se presentarán los elementos básicos de la administración editorial, desde concebir un proyecto de colección de libros hasta evaluar su rentabilidad. Se ofrecerán los fundamentos prácticos del derecho de autor y de la contabilidad asociada a la producción de libros.

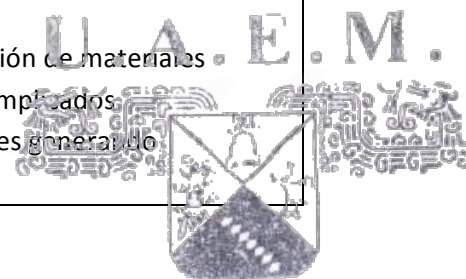
PROPÓSITOS

El alumnado podrá:

- Concebir una colección de libros
- Plantear los términos de contratación de esos libros
- Expresar y analizar el estado de resultados de la colección
- Evaluar la rentabilidad de la colección
- Establecer metas de venta y de flujo de efectivo

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita c. Aprendizaje estratégico d. Razonamiento lógico-matemático
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Cuidado de sí ● Orientación al logro ● Apertura a la experiencia ● Relación con otros/as c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información ● Comunicación y colaboración en línea ● Creación de contenidos digitales ● Resolución de problemas técnicos d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Integridad personal ● Emprendimiento
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado. ● Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo. ● Crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas ● Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción ● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados. ● Coordina y supervisa proyectos editoriales para alcanzar productos editoriales generando estrategias de gestión



- Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético
- Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe
- Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.

Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.
- Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

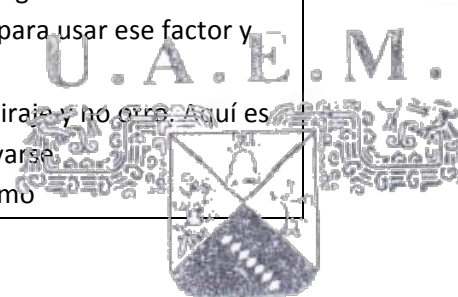
- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

CONTENIDOS

Bloques	Temas
1. Gestión de contenidos 1.1. El mercado editorial. 1.2. La línea editorial de mi proyecto	Perspectivas para mi libro. El mercado para su libro y su competencia directa e indirecta, a partir de la estrategia de aprendizaje Visita a la librería. Qué surge de la lectura, la tipología del editor y la de Beatriz de Moura.
2. Administración editorial 2.1. Cálculo editorial y la construcción del PVP 2.2. Consideraciones de mercado 2.3. Plan de mercadotecnia 2.4. Plan de ventas y distribución	Aquí deberán presentar: ficha técnica del libro y la hoja de costos, así como una descripción muy precisa de cómo llegaron a ese PVP: el factor editorial utilizado, las consideraciones para usar ese factor y no otro. Por qué más caro o más barato, por qué ese tiraje y no otro. Aquí es donde ustedes, como editores, podrán explayarse. Deberá incluir Plan de publicidad: dónde y cómo



	<p>me voy a anunciar. Plan de promoción: qué hago para que mis libros se conozcan y logar tráfico hacia las librerías, hacia mi página, hacia mi producto.</p> <p>Plan de relaciones públicas.</p> <p>Dónde y cómo voy a vender mi libro, con qué descuento, por qué un descuento diferenciado a los diferentes puntos de venta de la cadena, por qué un descuento único para todos.</p>
--	--

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque con X)			
Aprendizaje basado en problemas	<input checked="" type="checkbox"/>	Nemotecnia	<input type="checkbox"/>
Estudios de caso	<input type="checkbox"/>	Análisis de textos	<input type="checkbox"/>
Trabajo colaborativo	<input type="checkbox"/>	Seminarios	<input type="checkbox"/>
Plenaria	<input type="checkbox"/>	Debate	<input type="checkbox"/>
Ensayo	<input type="checkbox"/>	Taller	<input type="checkbox"/>
Mapas conceptuales	<input type="checkbox"/>	Ponencia científica	<input type="checkbox"/>
Diseño de proyectos	<input checked="" type="checkbox"/>	Elaboración de síntesis	<input type="checkbox"/>
Mapa mental	<input type="checkbox"/>	Monografía	<input type="checkbox"/>
Práctica reflexiva	<input type="checkbox"/>	Reporte de lectura	<input type="checkbox"/>
Trípticos	<input type="checkbox"/>	Explosión oral	<input type="checkbox"/>
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	<input checked="" type="checkbox"/>	Experimentación (prácticas)	<input type="checkbox"/>
Debate o Panel	<input type="checkbox"/>	Trabajos de investigación documental	<input checked="" type="checkbox"/>
Lectura comentada	<input checked="" type="checkbox"/>	Anteproyectos de investigación	<input type="checkbox"/>
Seminario de investigación	<input type="checkbox"/>	Discusión guiada	<input type="checkbox"/>
Estudio de Casos	<input type="checkbox"/>	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	<input type="checkbox"/>
Foro	<input type="checkbox"/>	Actividad focal	<input type="checkbox"/>
Demostraciones	<input type="checkbox"/>	Analogías	<input type="checkbox"/>
Ejercicios prácticos (series de problemas)	<input type="checkbox"/>	Métodos de proyectos	<input checked="" type="checkbox"/>
Interacción con la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos software especialmente diseñado)	<input type="checkbox"/>	Exploración de la web	<input checked="" type="checkbox"/>
Archivo		Portafolio de evidencias	
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	<input type="checkbox"/>	Enunciado de objetivo o intenciones	<input checked="" type="checkbox"/>
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras): mesa redonda.			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Elaboración de una carpeta de trabajo que dé cuenta de todos los procesos descritos en el temario.	100%
Total	100%

PERFIL DEL PROFESOR

Posgrado en un área afín a la producción editorial y/o experiencia profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Básicas:

Caballero Leal, José Luis, *Derecho de autor para autores*, Librería-FCE-Cerlalc, México, 2004

Cassini, Marco, *Erratas. Diario de un editor incorregible*, Trama Editorial, Madrid, 2010, 96 pp., Tipos Móviles 9 (traducción de Pepa Linares).

Cole, David, *Marketing editorial: la guía*, FCE, México, 2003, (traducción de Gabriela Ubaldini).

Davies, Gill y Richard Balkwill, *The Professionals; Guide to Publishing: A Practical Introduction to Working in the Publishing Industry*, Kogan Page, Londres, 2011, 352 pp.

Davies, Gill, *Gestión de proyectos editoriales. Cómo encargar y contratar libros*, FCE, México, 2006

Owen, Lynette, *Comprar y vender derechos*, Librería-FCE, México, 2007, (traducción de V. Schusheim).

Woll, Thomas, *Editar para ganar. Estrategias de administración editorial*, Librería-FCE, México, 2003, XXVI + 356 pp., Libros sobre Libros (traducción de Gabriela Ubaldini).

UNIDAD DE APRENDIZAJE

ASPECTOS DE LA ESCRITURA EN LA CORRECCIÓN DE TEXTOS

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Aspectos de la escritura en la corrección de textos				Ciclo de formación: Básico Eje de formación: Básico Semestre: 2°			
Elaborada por: Agustín Rivero Franyutti Actualizada por: NA.				Fecha de elaboración: noviembre de 2022 Fecha de revisión y actualización: NA			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad:
NA	2	1	3	5	Curso	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

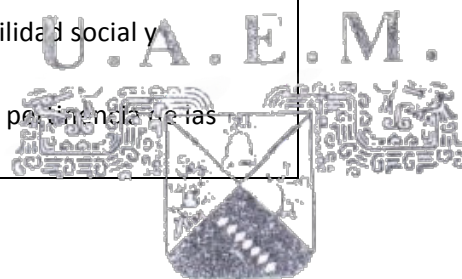
Este curso brindará a cada estudiante de la MPE las herramientas necesarias para reconocer los principales errores en la redacción de un texto cualquiera y para corregirlos de manera consciente y razonada. A lo largo del curso se abordarán los principales temas relacionados con la ortografía, la puntuación y la sintaxis, todos ellos analizados desde un punto de vista gramatical moderno, descriptivo y argumentado que toma en cuenta tanto los criterios actuales de corrección (norma estándar) como los usos hispánicos reconocidos por la Asociación de Academias de la Lengua Española en sus obras más recientes como el *Diccionario panhispánico de dudas*, la *Nueva gramática de la lengua española* y la *Ortografía de la lengua española*.

PROPÓSITOS

Cada estudiante adquirirá, por medio de discusiones y prácticas directamente vinculadas con la discusión de errores y la corrección de textos de diferentes géneros, los conceptos básicos y las habilidades prácticas necesarias para detectar y corregir los errores gramaticales que con mayor frecuencia presentan los textos en prosa.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none">a. Lectura, análisis y síntesisb. Comunicación oral y escritac. Aprendizaje estratégicod. Razonamiento lógico-matemáticoe. Razonamiento científico
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none">a. Cognitivas-metacognitivas<ul style="list-style-type: none">● Resolución de problemas● Pensamiento crítico● Creatividadb. Socioemocionales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Orientación al logro● Apertura a la experienciac. Digitales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Búsqueda, valoración y gestión de información● Comunicación y colaboración en línea● Resolución de problemas técnicosd. Socioculturales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Interculturalidad● Responsabilidad social y ciudadana● Emprendimiento
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none">● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado.● Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados● Coordina y supervisa proyectos editoriales para alcanzar productos editoriales generando estrategias de gestión● Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético● Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia y las propuestas que recibe.



Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.

CONTENIDOS

Bloques	Temas
1. La corrección (generalidades)	1.1. ¿Qué es la corrección de lo escrito? ¿Cuáles son sus límites? Experiencia prejuiciosa vs. juicio sabio.
2. Aspectos ortográficos	2.1. Ortografía para usuarios (despistados) de computadoras: acentuación de diacríticos y enclíticos; palabras compuestas. 2.2. Las abreviaturas, esas migajas de palabras que nadie sabe de dónde vienen ni cómo se escriben.
3. Aspectos sintácticos	3.1 La prosa disminuida: taxonomía de los principales errores en la escritura. Hay que conocerlos para no quererlos. 3.2. Problemas de concordancia: morfológicos y sintácticos. 3.3. ¡Peligro, peligro! Problemas con el uso de los verbos. 3.4. El temible gerundio. Úsese solo en caso de emergencia. 3.5. Problemas en el uso de los adverbios. No “hablan fuerte”, sino “fuertemente”. 3.6. ¡Cuidado con las preposiciones! ¡Tan pequeñas! ¡Tan complicadas! 3.7. Las conjunciones y los nexos son señalamientos de relación sintáctica. No son prescindibles.

	<p>3.8. Puntuación que no es para respirar. El problema no es que ahogues a alguien, sino que ahorques las ideas.</p> <p>3.9. La arquitectura de la frase. Equilibrio, sobriedad y razón. Como un palacio renacentista.</p> <p>3.10. El párrafo eficiente. Para que me entiendas mejor...</p>
--	---

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(X)	Análisis de textos	(x)
Trabajo colaborativo	()	Seminarios	()
Plenaria	(X)	Debate	()
Ensayo	(X)	Taller	()
Mapas conceptuales	(X)	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	()	Elaboración de síntesis	(x)
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	(X)	Reporte de lectura	(x)
Trípticos	()	Exposición oral	()
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(X)	Experimentación (prácticas)	()
Debate o Panel	()	Trabajos de investigación documental	()
Lectura comentada	(X)	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	(x)
Estudio de Casos	(x)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	(x)
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	(X)	Método de proyectos	()
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	()	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	()
Archivo	()	Portafolio de evidencias	(x)

Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	()	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Para la calificación final se tomará en cuenta:	
1. Un portafolios o carpeta que las personas estudiantes deben ir formando con los ejercicios hechos en clase o en casa, después de la discusión general, y calificados en clase.	NA
2. Ejercicios (aplicados en clase) y comentarios de lectura (hechas en casa) para entregar, los cuales serán calificados por el profesor.	50%
3. Un examen final o ejercicio final que consistirá en la corrección de un texto breve con errores variados y actividades sobre temas vistos en el semestre.	50%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Doctorado en Lingüística Hispánica.

REFERENCIAS

Básicas:

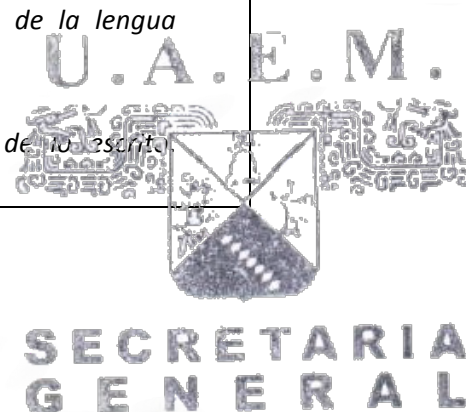
Asociación de Academias de la Lengua Española. (1999) *Ortografía de la Lengua española*. Madrid: Espasa.

Asociación de Academias de la Lengua Española. (2005) *Diccionario panhispánico de dudas*. Colombia: Santillana.

Asociación de Academias de la Lengua Española. (2009) *Nueva gramática de la lengua española*. 2 vols. Madrid: Espasa.

Cassany, Daniel. (1998) *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama.

Cassany, Daniel. (2002) *Reparar la escritura. Didáctica de la corrección de lo escrito*. Barcelona: Graó.



Escalante, Beatriz. (1999) *Curso de redacción para escritores y periodistas*. México: Porrúa.
Escalante, Beatriz. (2003) *Ortografía para escritores y periodistas*. México: Porrúa.
Gómez Torrego, Leonardo. (1999) *Manual de español correcto*. 2 vols. Madrid: Arco Libros.
Gómez Torrego, Leonardo. (2002) *Ejercicios de gramática normativa*. 2 vols. Madrid: Arco Libros.
Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. (2001) Madrid: Taurus.
Serafini, María Teresa. (1997) *Cómo se escribe*. México: Paidós.
Vivaldi, Gonzalo Martín. (1997) *Curso de redacción*. Madrid: Paraninfo.

Complementarias:

Alvar Ezquerro, Manuel (Dir.). (2003) *Manual de redacción y estilo*. Madrid: Istmo.
Benito Lobato, José Antonio. (1992) *La puntuación: usos y funciones*. Madrid: Edinumen.
Cohen, Sandro. (2010) *Redacción sin dolor*. 5ª edición. México: Planeta.
Gili Gaya, Samuel. (2003) *Curso superior de sintaxis española*. Barcelona: Bibliograf.
Gómez Torrego, Leonardo (2011) *Las normas académicas: últimos cambios*. Madrid: Grupo Editorial SM.
Martínez de Souza, José. (2010) *Manual de estilo de la lengua española (MELE 3)*. Gijón: Ediciones Trea.
Paredes García, Florentino, Salvador Álvaro García, Zaida Núñez Bayo y Luna Paredes Zurdo. (2012) *El libro del español correcto. Claves para hablar y escribir bien en español*. Barcelona: Instituto Cervantes/ Espasa.
Polo, José. (1974) *Ortografía y ciencia del lenguaje*. Madrid: Paraninfo.

UNIDAD DE APRENDIZAJE

CUIDADO DE LA EDICIÓN

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Cuidado de la edición				Ciclo de formación: Profesional			
				Eje de formación: Especialización			
				Semestre: 3°			
Elaborado por: Gerardo Ochoa Fregoso				Fecha de elaboración: 10 de agosto de 2018			
Actualizado por: Mario Islas Flores				Fecha de revisión y actualización: 18 de enero de 2023			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	2	1	3	5	Curso	Teórico- práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Cuidar una edición supone responsabilizarse del buen cumplimiento de cada una de las etapas por las cuales atraviesa un manuscrito antes de convertirse en un producto publicado. La tarea consiste no sólo en identificar y eliminar los posibles errores de una obra editorial sino, sobre todo, en vigilar que ésta cumpla con sus propósitos comunicativos. El objetivo principal de esta materia es ofrecer al alumnado un panorama de este quehacer y proporcionarles las competencias que les permitan considerarlo una opción laboral.

PROPÓSITOS

El alumnado aprenderá el proceso de cuidado editorial de un texto y sus diferentes estrategias para mejorarlo.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none">a. Lectura, análisis y síntesisb. Comunicación oral y escritac. Aprendizaje estratégico
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none">a. Cognitivas-metacognitivas<ul style="list-style-type: none">● Resolución de problemas● Pensamiento crítico● Creatividadb. Socioemocionales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Trabajo colaborativo● Orientación al logro● Apertura a la experiencia● Relación con otros/asc. Digitales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Búsqueda, valoración y gestión de información● Comunicación y colaboración en línea● Creación de contenidos digitales● Resolución de problemas técnicosd. Socioculturales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Integridad personal● Interculturalidad● Emprendimiento
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none">● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado.● Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo.● Crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas● Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materias impresas y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados● Coordina y supervisa proyectos editoriales para alcanzar productos editoriales cumpliendo estrategias de gestión

- Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético
- Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe
- Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.

Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.
- Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

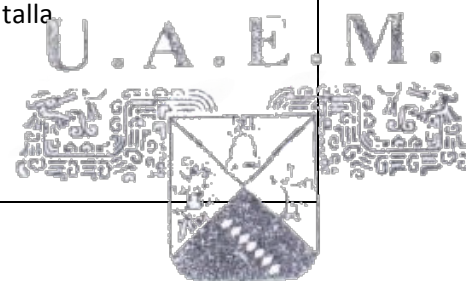
- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

CONTENIDOS

Bloques	Temas
Definición del concepto de cuidado de la edición.	Corrección de estilo: uniformidad Corrección de estilo: sintaxis Corrección de estilo: vocabulario
El proceso editorial El trabajo del editor de contenido, el corrector de estilo y el corrector de pruebas.	Corrección de pruebas: papel Corrección de pruebas: caja de texto Corrección de pruebas: estilos tipográficos Corrección de pruebas: pantalla
Aparato crítico y sistemas de citación.	Sistemas de citación
Cómo cobrar y cálculo editorial	Presupuestos



ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque con X)			
Aprendizaje basado en problemas	[x]	Nemotecnia	[]
Estudios de caso	[x]	Análisis de textos	[]
Trabajo colaborativo	[]	Seminarios	[]
Plenaria	[]	Debate	[]
Ensayo	[]	Taller	[]
Mapas conceptuales	[]	Ponencia científica	[]
Diseño de proyectos	[]	Elaboración de síntesis	[]
Mapa mental	[]	Monografía	[]
Práctica reflexiva	[]	Reporte de lectura	[]
Trípticos	[]	Explosión oral	[x]
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	[x]	Experimentación (prácticas)	[x]
Debate o Panel	[]	Trabajos de investigación documental	[]
Lectura comentada	[]	Anteproyectos de investigación	[]
Seminario de investigación	[]	Discusión guiada	[]
Estudio de Casos	[]	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	[x]
Foro	[]	Actividad focal	[]
Demostraciones	[]	Analogías	[]
Ejercicios prácticos (series de problemas)	[x]	Métodos de proyectos	[x]
Interacción con la realidad (a través de ideos, fotografías, dibujos software especialmente diseñado)	[]	Exploración de la web	[x]
Archivo	[]	Portafolio de evidencias	[]
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	[]	Enunciado de objetivo o intenciones	[x]
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras): mesa redonda.			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Entrega final	60%
Trabajos y ejercicios	40%
Total	100%

PERFIL DEL PROFESOR

Posgrado en un área afín a la producción editorial y/o experiencia profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cassany, Daniel. *La cocina de la escritura*. Barcelona: Anagrama, 2010.
- Cassany, Daniel. *Reparar la escritura. Didáctica de la corrección de estilo*. Barcelona: Graó, 2009.
- Cohen, Sandro. *Redacción sin dolor. Aprenda a escribir con claridad y precisión*. México, DF: Planeta, 2004
- De Buen, Jorge. *Manual de diseño editorial*. 3a ed. Gijón, España: Trea, 2008.
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. México, DF: Santillana, 2008.
- Gutiérrez-Rodilla, Bertha. *El lenguaje de las ciencias*. Madrid: Gredos, 2005.
- Kloss-Fernández del Castillo, Gerardo. *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*. México: Santillana, 2007.
- Merino, María Eugenia. *Escribir bien, corregir mejor. Corrección de estilo y propiedad idiomática*. México, DF: Trillas, 2007.
- Reyes-Coria, Bulmaro. *Metalibro. Manual del libro en la imprenta*. México, DF: UNAM, 2008.
- Sharpe, Leslie e Irene Gunther. *Manual de edición literaria y no literaria*. México, DF: FCE, 2005.
- Zavala-Ruiz, Roberto. *El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*. México, DF: FCE, 2012.

UNIDAD DE APRENDIZAJE
**DERECHOS DE AUTOR, DERECHOS CONEXOS
Y OTROS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL**

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Derechos de autor, derechos conexos y otros derechos de propiedad intelectual				Ciclo de formación: Profesional Eje de formación: Especialización Semestre: 4° semestre			
Elaborada por: Zoraida García Carreño Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 10 de diciembre de 2022			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	2	1	3	5	Curso	Teórico- práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

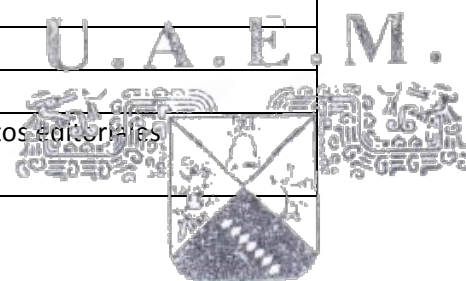
La presente unidad de aprendizaje ayudará al estudiante a la identificación de la legislación jurídica aplicable en relación a la propiedad intelectual, tomando en consideración a los derechos de autor, derechos conexos y de manera complementaria a la propiedad industrial, con el debido respeto de los derechos morales y patrimoniales.

PROPÓSITOS

Identificar y conocer el fundamento legal de la propiedad intelectual de manera general.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita c. Aprendizaje estratégico d. Razonamiento lógico-matemático e. Razonamiento científico
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Cuidado de sí ● Orientación al logro ● Gestión emocional ● Apertura a la experiencia ● Relación con otros/as c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información ● Comunicación y colaboración en línea ● Creación de contenidos digitales ● Seguridad en la red ● Resolución de problemas técnicos d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Integridad personal ● Comunicación en un segundo idioma ● Interculturalidad ● Responsabilidad social y ciudadana ● Aprecio por la vida y la diversidad ● Emprendimiento
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado.



- Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo.
- Crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas
- Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción
- Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados
- Coordina y supervisa proyectos editoriales para alcanzar productos editoriales generando estrategias de gestión
- Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético
- Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe
- Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.

Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.
- Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

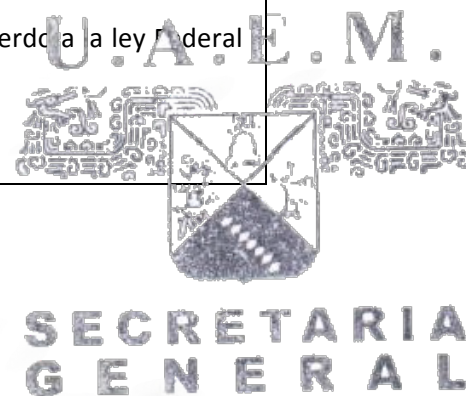
- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

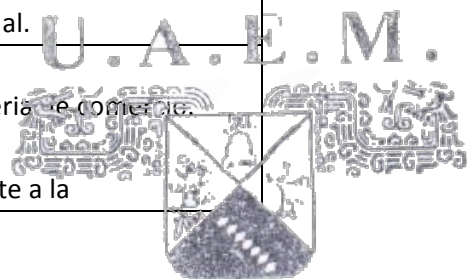
CONTENIDOS

Bloques	Temas
<p>1. Generalidades sobre la Propiedad Intelectual</p>	<p>1.1- Introducción 1.2- Concepto de propiedad intelectual, en sentido amplio y en sentido estricto. 1.3- Evolución histórica de la propiedad intelectual. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. 1.4- Contenido, características y alcance de la propiedad intelectual en sentido estricto 1.5- Tendencia actual y perspectiva de la propiedad intelectual en el contexto de la globalización.</p>
<p>2. Derechos de autor (primera parte)</p>	<p>2.1- Concepto de derecho de autor 2.2- Sujetos de protección del derecho de autor. 2.3- El proceso de creación intelectual y su protección legal. 2.4- Características principales de los derechos de autor y sus diferencias con los derechos de propiedad industrial. 2.5- Naturaleza jurídica de los derechos de autor. 2.6- Función del Instituto Nacional del derecho de Autor.</p>
<p>3. Derechos de autor (segunda parte)</p>	<p>3.1- Derechos morales de autor, definición y su regulación en la Ley Federal del Derecho de Autor. 3.1.a)- El derecho de paternidad de la obra. 3.1.b)- El derecho de integridad de la obra 3.1.c)- El derecho de divulgación de la obra. 3.1.d)- El derecho de retiro de la obra. 3.1.e)- El derecho de perpetuidad. 3.2- Derechos patrimoniales de autor, definición y su regulación en la Ley Federal del Derecho de Autor. 3.2.a)- El derecho de reproducción de la obra. 3.2.b)- El derecho de comunicación pública de la obra cerciorarme 3.2.c)- El derecho de representación, recitación y ejecución pública de la obra. 3.2.d)- El derecho de distribución de la obra. 3.2.e)- Otras formas de utilización de las obras.</p>
<p>4. Derechos de autor (tercera parte)</p>	<p>4.2- Características de las obras. 4.3- Ramas en que se clasifican las obras de acuerdo a la ley Federal del Derecho de Autor. 4.4-Clasificación de las obras según: 4.4.a)- Su autor.</p>

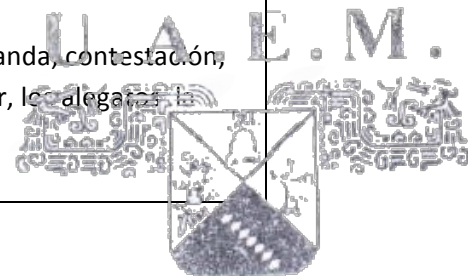


Bloques	Temas
	<p>4.4.b)- Su comunicación.</p> <p>4.4.c)- Su origen.</p> <p>4.4.d)- Los creadores que intervienen.</p> <p>4.5- Principio de protección automática de las obras.</p> <p>4.6- Criterio de fijación de las obras.</p> <p>4.7- Plazo de protección.</p> <p>4.8- Supuestos en que la Ley Federal del Derecho de autor prevé en que no son objeto de protección como derecho de autor.</p> <p>4.9- Tratamiento jurídico de las obras derivadas al tenor de la Ley Federal del Derecho de Autor.</p> <p>4.10- Las obras fotográficas, pláticas y gráficas en particular.</p> <p>4.11- Las obras audiovisuales en general y las cinematográficas en particular.</p> <p>4.12- Los programas de cómputo y las bases de datos. Supuesto particular de las obras multimedias.</p> <p>4.13- Análisis de las obras de dominio público.</p>
<p>5. Derechos de autor (cuarta parte)</p>	<p>5.1- Reglas generales previstas en la Ley Federal del Derecho de Autor para la transmisión de los derechos patrimoniales.</p> <p>5.2- Diferencias entre el concepto de autor y el concepto de titular del derecho patrimonial.</p> <p>5.3- Licencias voluntarias y obligatorias.</p> <p>5.4- Limitación a los derechos patrimoniales.</p> <p>5.5- El fenómeno de la reprografía ilícita.</p> <p>5.6- Análisis particular de la copia privada.</p>
<p>6. Derechos de autor (quinta parte)</p>	<p>6.1- Del mundo analógico al mundo digital.</p> <p>6.2- Derechos de autor fundamentales que se presentan en el entorno digital.</p> <p>6.3- Responsabilidades: proveedor de contenido, proveedor de servicios en línea y proveedor de acceso.</p> <p>6.4- Análisis de casos prácticos en materia administrativa.</p> <p>6.5- Connotación jurídica de la educación a distancia.</p> <p>6.6- Análisis jurídico del material digital didáctico.</p> <p>6.7- ¿Son las cátedras que imparten nuestros docentes objeto de protección por el derecho de autor?</p> <p>6.8- Particularidades jurídicas desde el punto de vista del derecho de autor de las tesis de grado y trabajos de investigación.</p> <p>6.9- Las obras por encargo y las obras derivadas de una relación</p>

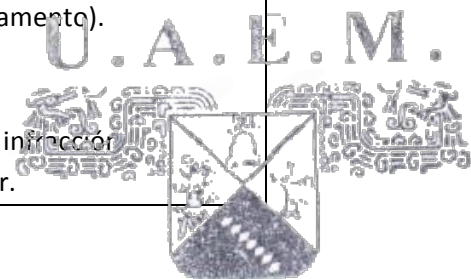
Bloques	Temas
	<p>laboral.</p> <p>6.10- La radio universitaria.</p>
7. Derechos Conexos	<p>7.1- Definición de derechos conexos.</p> <p>7.2- Los artistas intérpretes o ejecutantes.</p> <p>7.3- Los editores de libros. Particularidades del contrato de edición.</p> <p>7.4- Los productores de fonogramas.</p> <p>7.5- Los productores de videogramas.</p> <p>7.6- Los organismos de radiodifusión.</p>
8. Los símbolos patrios y las culturas populares como otros derechos de propiedad intelectual	<p>8.1- Tratamiento jurídico a los símbolos patrios.</p> <p>8.2- Tratamiento jurídico de las culturas populares.</p> <p>8.3- Libre utilización de las obras literarias o artísticas de arte popular o artesanal.</p> <p>8.4- ¿Qué comprenden las obras literarias o artísticas de arte popular o artesanal?</p> <p>8.5- Importancia de su protección</p>
9. Las reservas de derechos al uso exclusivo	<p>9.1- Concepto de reserva de derechos al uso exclusivo y sus modalidades.</p> <p>9.2- Las publicaciones periódicas.</p> <p>9.3- Las difusiones periódicas.</p> <p>9.4- Los personajes humanos de caracterización, ficticios o simbólicos.</p> <p>9.5- Las personas o grupos dedicados a actividades artísticas.</p> <p>9.6- Las promociones publicitarias.</p> <p>9.7- Registro de las reservas de derechos al uso exclusivo.</p> <p>9.8- Renovación.</p> <p>9.9- Caducidad.</p> <p>9.10- Cancelación.</p> <p>9.11- Nulidad.</p>
10. Las sociedades de gestión colectiva	<p>10.1- ¿Qué son las sociedades de gestión colectivas?</p> <p>10.2- Proceso de constitución de la sociedad de gestión colectiva.</p> <p>10.3- Finalidades de la sociedad de gestión colectiva.</p> <p>10.4- Obligaciones de la sociedad de gestión colectiva.</p> <p>10.5- Importancia de las sociedades de gestión colectiva en la defensa de los derechos de propiedad intelectual.</p>
11. Las infracciones en materia de comercio	<p>PRIMERA PARTE</p> <p>11.1-Concepto de causales de infracción en materia de comercio.</p> <p>11.2- El lucro directo e indirecto.</p> <p>11.3- Estudio de la causal de infracción I (referente a la</p>



Bloques	Temas
	<p>comunicación y utilización de las obras).</p> <p>11.4- Estudio de la causal de infracción II (referente a los derechos sobre la imagen de las personas).</p> <p>11.5- Estudio de la causal de infracción III (referente a la comercialización en general de las obras, fonogramas, videogramas o libros protegidos por el derecho de autor).</p> <p>SEGUNDA PARTE</p> <p>11.6- Estudio de la causal de infracción IV (referente a los derechos morales de autor).</p> <p>11.7- Estudio de la causal de infracción V (referente a los dispositivos electrónicos de protección de un programa de cómputo).</p> <p>11.8- Estudio de la causal de infracción VI (referente a las emisiones de los organismos de radiodifusión).</p> <p>TERCERA PARTE</p> <p>11.9- Estudio de la causal de infracción VII (referente a las reservas de derechos y a los programas de cómputo).</p> <p>11.10- Estudio de la causal de infracción VIII (referente a las reservas de derechos en grado de confusión).</p> <p>11.11- Estudio de la causal de infracción IX (referente a las culturas populares).</p> <p>11.12- Estudio de la causal de infracción X (referente a otras conductas en materia de derechos de autor).</p> <p>CUARTA PARTE</p> <p>11.13- El procedimiento administrativo de infracción en materia de comercio (PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO DE INFRACCIÓN INTELECTUAL)</p> <p>a)- Concepto.</p> <p>b)- Características.</p> <p>c)- Sujetos del proceso.</p> <p>d)- Objeto del proceso.</p> <p>e)- Principios del proceso</p> <p>f)- Etapas del proceso: previa y principal, la demanda, contestación, las pruebas, la visita de inspección en particular, los alegatos, la resolución y medios de impugnación.</p>



Bloques	Temas
<p>12. Sustento internacional del derecho de propiedad intelectual en sentido estricto</p>	<p>PRIMERA PARTE</p> <p>12. 1- Estudio de la causal de infracción I (relacionada con los contratos de transmisión de derechos de autor).</p> <p>12.2- Estudio de la causal de infracción II (relacionada con las licencias obligatorias).</p> <p>12.3- Estudio de la causal de infracción III (relacionada con las sociedades de gestión colectiva).</p> <p>12.4- Estudio de la causal de infracción IV (relacionada con información y documentación a proporcionar por la sociedad de gestión colectiva al INDAUTOR).</p> <p>12.5- Estudio de la causal de infracción V (relacionada con los requisitos formales de la obra publicada).</p> <p>12.6- Estudio de la causal de infracción VI (relacionada con la edición de libros y revistas).</p> <p>SEGUNDA PARTE</p> <p>12.7- Estudio de la causal de infracción VII (relacionada con los impresores).</p> <p>12.8- Estudio de la causal de infracción VIII (relacionada con las formalidades de los fonogramas).</p> <p>12.9- Estudio de la causal de infracción IX (relacionada con las formalidades de la publicación de una obra).</p> <p>12.10- Estudio de la causal de infracción X (relacionada con el aspecto moral de la publicación de una obra desde el punto de vista del autor y en su caso demás sujetos relacionados).</p> <p>12.11- Estudio de la causal de infracción XI (relacionada con la publicación de obras hechas en el servicio oficial).</p> <p>12.12- Estudio de la causal de infracción XII (relacionada con los títulos de las obras publicadas en grado de confusión).</p> <p>12.13- Estudio de la causal de infracción XIII (relacionada con la omisión de requisitos formales en la publicación y utilización en general de las obras de arte popular o artesanal).</p> <p>12.14- Estudio de la causal de infracción XIV (relaciona con demás conductas previstas por la Ley autoral y su reglamento).</p> <p>TERCERA PARTE</p> <p>12.15- Generalidades sobre el procedimiento de infracción administrativa en materia de derechos de autor.</p>



Bloques	Temas
	12.16- Sustanciación. 12.17- Resolución. 12.18- Medios de impugnación. CUARTA PARTE 12.19- Del procedimiento de avenencia. 12.20- Del arbitraje.
	13.1- Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. 13.2- Convención de Roma, sobre la protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión. 13.3- Convención Universal sobre Derecho de Autor. 13.4- Convenio para la Protección de los Productores de Fonogramas contra la Reproducción no Autorizada de sus Fonogramas. 13.5- Convenio sobre la Distribución de Señales Portadoras de Programas Transmitidos por Satélite 13.6- Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (TODA/WCT). 13.7- Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (TOIEF/WPPT). 13.8- Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) 13.9- Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Países firmantes Reservas Objeto y sujeto de protección Derechos que se otorgan Protección que se da

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(X)	Análisis de textos	(X)
Trabajo colaborativo	(X)	Seminarios	(X)
Plenaria	()	Debate	(X)
Ensayo	()	Taller	()

Mapas conceptuales	(X)	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	()	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	()	Reporte de lectura	(X)
Trípticos	()	Exposición oral	(X)
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(X)	Experimentación (prácticas)	()
Debate o Panel	(X)	Trabajos de investigación documental	(X)
Lectura comentada	()	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	()
Estudio de Casos	(X)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	()
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	()	Método de proyectos	()
Interacción con la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	(X)	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	()
Archivo	()	Portafolio de evidencias	()
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	()	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Examen final	45%
Presentación y avances de proyecto	5%
Asistencia a eventos académicos	5%
Caso práctico de Derechos de Autor	10%
Incorporación de Derechos de Autor al trabajo de investigación	35%
Total	100%

PERFIL DEL PROFESOR

Preferentemente doctora o doctor en Derecho con experiencia en el área y docencia con más de 10 años.

REFERENCIAS

Básicas:

Parets Gómez, Jesús, El Proceso Administrativo de Infracción Intelectual, Editorial Sista, S.A. de C.V., México.

Complementarias:

Parets Gómez, Jesús. Teoría y Práctica del Derecho de Autor. Editorial Sista, S.A. de C.V., Primera Publicación, México, 2012.

Pérez Fuentes, Gisela Maria, Parets Gómez Jesús y colabs, La Propiedad Intelectual en la Era de la Globalización. Una Mirada al Ámbito Universitario, Editorial Themis, S.A. de C.V., 1a edición, México, 2008.

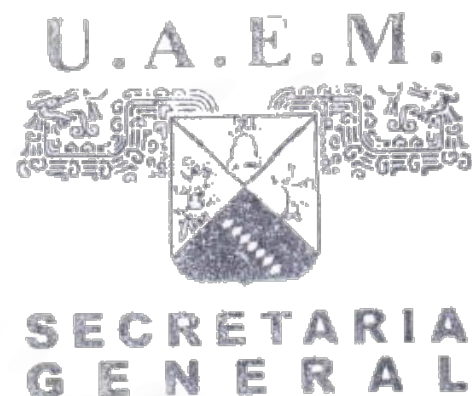
Web:

<https://www.indautor.gob.mx/>

<https://www.gob.mx/impi>

<https://web.diputados.gob.mx/>

<https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv>





UNIDAD DE APRENDIZAJE

DISEÑO EDITORIAL

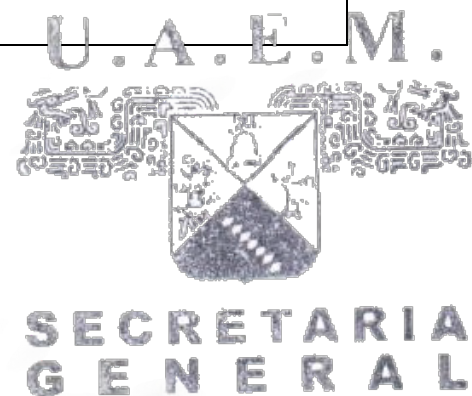
Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Diseño editorial				Ciclo de formación: Básico Eje de formación: Básico Semestre: 2			
Elaborada por: Ernesto Alonso Navarro Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 24 de noviembre de 2022 Fecha de actualización: NA			
Clave:	Horas teóricas:	Horas prácticas:	Horas totales:	Créditos:	Tipo de unidad de aprendizaje:	Carácter de la unidad de aprendizaje:	Modalidad:
NA	1	3	4	5	Curso-taller	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Este curso-taller desarrolla habilidades y conocimientos del diseño editorial para encontrar el equilibrio entre texto y elementos gráficos en un espacio de trabajo; conocerán las herramientas mediante la práctica de ejercicios desde el bocetaje hasta la impresión de publicaciones.

PROPÓSITOS

Que las alumnas y los alumnos conozcan las herramientas teóricas y técnicas para que resuelvan de manera práctica proyectos editoriales; revisarán las características de libros, revistas, fanzines y folletos; analizarán formatos, soportes, periodicidad, tiraje y lector meta; fijarán las etapas de un proyecto, desde la investigación y planeación hasta el diseño y publicación.



COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Aprendizaje estratégico c. Razonamiento lógico d. Análisis y comunicación visual e. Gestión y planeación editorial
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Cuidado de sí ● Orientación al logro ● Gestión emocional ● Apertura a la experiencia ● Relación con otros/as c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información ● Comunicación y colaboración en línea ● Creación de contenidos digitales ● Seguridad en la red ● Resolución de problemas técnicos d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Integridad personal ● Comunicación en un segundo idioma ● Interculturalidad ● Responsabilidad social y ciudadana ● Aprecio a la diversidad ● Emprendimiento
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Gestiona y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales según las necesidades del mercado. ● Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica. ● Crea diseño para crear productos editoriales a través de estrategias adecuadas

- Diagnóstica problemas editoriales y propone sus soluciones según las condiciones de producción.
- Produce contenidos editoriales claros y precisos para la consecución de materiales impresos y digitales respetando siempre procesos editoriales.
- Gestiona, coordina y dirige proyectos editoriales.
- Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético.
- Analiza la pertinencia de proyectos editoriales y su producción.
- Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.

Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Coordinará el flujo de trabajo entre textos, dictaminación, edición, corrección y publicación de productos editoriales.
- Obtendrá la capacidad para elaborar productos editoriales a través de programas de diseño, edición y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

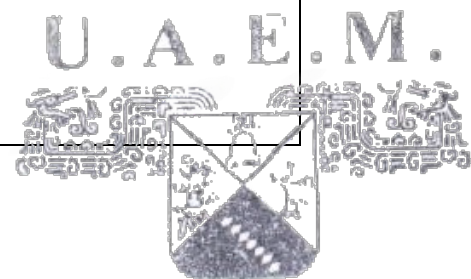
- Gestiona y organiza el contenido de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado a través de la planeación editorial.

Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Trabaja en equipo según el entorno para gestionar productos editoriales; analizará el mercado y lector para la planeación, creación y producción de los proyectos.

CONTENIDOS

Bloques	Temas
Presentación y diagnóstico	Presentación de la clase, perfil de profesor o profesora, alumnas y alumnos; análisis de las necesidades de los productos de maestría; planteamiento de dudas y asesorías.
Proyectos que se realizarán durante el semestre	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fanzine 2. Infografía 3. Catálogo de fanzines 4. Cartel publicitario



Ejercicios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rediseño de cartel 2. Formación de texto y cuidado editorial 3. Formación con texto e imagen 4. Diseño gráfico de portada o banner de producto de maestría 5. Diseño de tesis de maestría en InDesign
Herramientas	Presentación y uso de herramientas básicas de InDesign para la creación y composición de páginas y su tamaño; características de la publicación como margen, retícula, párrafos, alineación y tipografía.
Composición	Tamaño de archivo; bases teóricas y técnicas para la creación de retículas; análisis de la relación texto-imagen.
Selección tipográfica	Lector; medio impreso o digital; mancha tipográfica según lector; maridaje.
Estilos de párrafo	Análisis del lector y creación de jerarquías de información.
Color	Lector, medios impresos y digitales; creación de paletas de color.
Edición de imagen	Teoría básica de fotografía; formatos, resolución, pixeles; perfiles de color y preparación de archivos para salida.

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Nemotecnia	(x)
Estudios de caso	(x)	Análisis de textos	(x)
Trabajo colaborativo	(x)	Seminarios	()
Plenaria	(x)	Debate	(x)
Ensayo	(x)	Taller	(x)
Mapas conceptuales	(x)	Ponencia científica	(x)
Diseño de proyectos	(x)	Elaboración de síntesis	(x)
Mapa mental	(x)	Monografía	()
Práctica reflexiva	(x)	Reporte de lectura	()
Trípticos	(x)	Exposición oral	(x)
Otros			

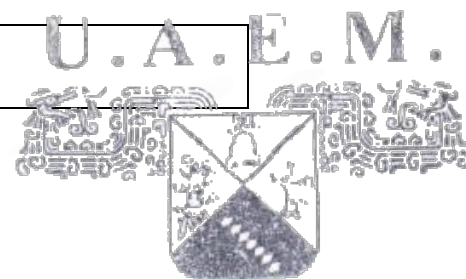
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(x)	Experimentación (prácticas)	(x)
Debate o Panel	(x)	Trabajos de investigación documental	(x)
Lectura comentada	(x)	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	(x)
Estudio de Casos	(x)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	(x)
Foro	(x)	Actividad focal	(x)
Demostraciones	(x)	Analogías	(x)
Ejercicios prácticos (series de problemas)	(x)	Método de proyectos	(x)
Interacción con la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	(x)	Actividades generadoras de información previa	(x)
Organizadores previos	(x)	Exploración de la web	(x)
Archivo	(x)	Portafolio de evidencias	(x)
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(x)	Enunciado de objetivo o intenciones	(x)
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras): retroalimentación a proyectos editoriales, sugerencia de práctica y usos de herramientas, prácticas de impresión lúdica y artesanal.			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Exposición de producto editorial	10
Entrega de ejercicios	50
Participación en clase	20
Práctica de impresión artesanal	10
Entrega de formato base de producto editorial	10
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Maestro o maestra en Producción Editorial.



**SECRETARIA
GENERAL**

REFERENCIAS

Básicas:

De Buen, J. (2000). *Manual de diseño editorial*. Santillana.

Elam, K. (2006). *Sistemas reticulares*. Gustavo Gili.

Gillam, R. (1982). *Fundamentos del diseño*. Victor Leru.

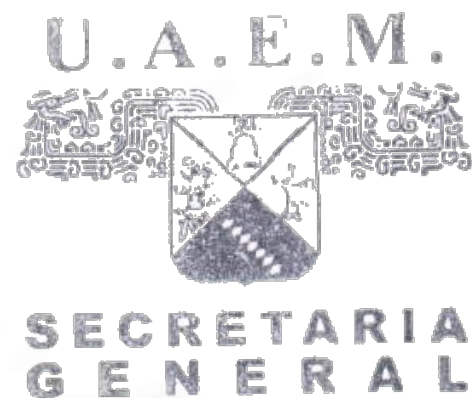
Kandinsky, W. (1911). *De lo espiritual en el arte*. Lectulandia.

Leuthard, T. (2011). *Collecting souls...* Independiente.

Müller-Brockmann, J. (1998). *Historia de la comunicación visual*. Gustavo Gili.

Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Gustavo Gili.

Zappaterra, Y. (2007). *Diseño editorial. Periódicos y revistas*. Gustavo Gili.





UNIDAD DE APRENDIZAJE
EDICIÓN DE REVISTAS CIENTÍFICAS

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Edición de revistas científicas				Ciclo de formación: Profesional			
				Eje de formación: Especialización			
				Semestre: 3º ó 4º			
Elaborado por: Ana Silvia Canto Reyes				Fecha de elaboración: 10 enero de 2017			
Actualizado por: Ana Silvia Canto Reyes				Fecha de revisión y actualización: 15 enero de 2023			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	1	3	4	5	Curso-taller	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Este curso incluye temas relacionados con la edición de revistas de investigación: desde sus características formales hasta las prácticas que hacen que éstas se conviertan en canales de comunicación eficaces. Así, una vez que el alumnado se ha familiarizado con los conceptos y procesos propios de la edición científica, se le brindan las herramientas necesarias para cuidar de la edición de una revista de este tipo y los conocimientos sobre las prácticas que facilitan su inclusión en índices y catálogos nacionales e internacionales. Se analiza, por último, la situación actual de las revistas de investigación en América Latina y se repasan mecanismos útiles para transitarla con éxito.

PROPÓSITO

Ofrecer al alumnado un panorama de la situación actual de las revistas de investigación y proporcionarles conocimientos teóricos y prácticos propios de la edición científica.



COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none">a. Lectura, análisis y síntesisb. Comunicación oral y escritac. Aprendizaje estratégico
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none">a. Cognitivas-metacognitivas<ul style="list-style-type: none">● Resolución de problemas● Pensamiento crítico● Creatividadb. Socioemocionales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Trabajo colaborativo● Cuidado de sí● Orientación al logro● Apertura a la experiencia● Relación con otros/asc. Digitales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Búsqueda, valoración y gestión de información● Comunicación y colaboración en línea● Creación de contenidos digitalesd. Socioculturales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Integridad personal● Interculturalidad
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none">● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado.● Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo.● Crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas.● Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción.● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados● Coordina y supervisa proyectos editoriales para alcanzar productos editoriales generando estrategias de gestión.● Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético.

- Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe.
- Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.

Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.
- Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

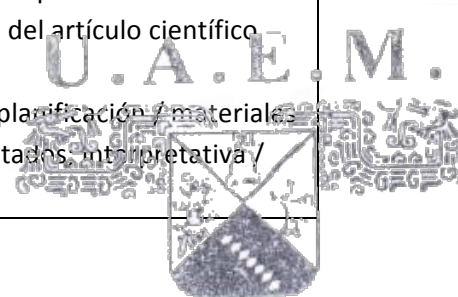
- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

CONTENIDOS

Bloques	Temas
1. Concepto de comunicación científica	- ¿Qué es la investigación científica y cómo se comunica? - Clasificación de revistas con contenido científico (de investigación, técnico- profesionales, de divulgación)
2. Características del artículo original de investigación	- Tipos de contribuciones (artículos originales, revisiones, ensayos, correspondencia, etc.) - Correspondencia de cada etapa de la investigación con las partes del artículo científico original: conceptual / introducción; planificación / materiales y métodos; empírica / resultados, interpretativa / discusión y conclusión



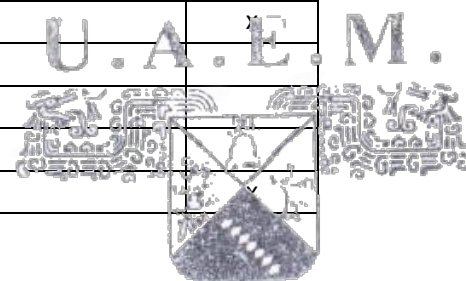
Bloques	Temas
<p>3. El proceso de publicación del artículo científico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pautas para la lectura crítica de artículos de investigación - Metadatos y elementos paratextuales: resumen y abstract, palabras clave, afiliación institucional, referencias, etc. - Etapas del proceso: de la recepción a la aceptación y de la aceptación a la publicación - Desk reject y revisión por pares - Tipos de revisión por pares - Principales causas de rechazo de artículos científicos
<p>4. El cuidado de la edición científica</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Particularidades de cada una de las etapas en las que interviene el revisor: dictamen editorial, corrección del original, corrección de pruebas
<p>5. Buenas prácticas editoriales en revistas de investigación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Herramientas para la normalización de los artículos - Requisitos fundamentales del estilo científico: claridad, concisión, precisión, orden/secuencia, sencillez - Más allá de la información científica, ¿qué hace que una revista científica gane prestigio?: políticas ante potenciales conflictos de intereses, políticas de ética y consentimiento informado, políticas sobre derechos de autor, arbitraje documentado, estandarización de metadatos y disponibilidad en línea - Mecanismos de detección de plagio y autoplagio - Mecanismos de prevención de endogamia
<p>6. Manejo de gestores editoriales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Open Journal System (OJS) y otros gestores editoriales - La transición a XML y el uso de herramientas para ser "buscable"



Bloques	Temas
7. Indización en bases de datos y cienciometría	<ul style="list-style-type: none"> - Directorios, bases de datos y sistemas de indización de artículos científicos (características y criterios de inclusión) - Indicadores bibliométricos (factor de impacto, índice H, factor de inmediatez) - Los grandes corporativos (Thomson Reuters y Elsevier), los repositorios gratuitos y el índice de revistas nacionales del Conacyt
8. El acceso abierto	<ul style="list-style-type: none"> - Orígenes y justificación del movimiento - Iniciativas latinoamericanas - Creative commons y los modelos de licenciamiento ante el acceso abierto - Línea verde y línea dorada - Editoriales predatoras, los APC y las campañas de desprestigio a las revistas de acceso abierto
9. Los sistemas de evaluación de la productividad académica en México	<ul style="list-style-type: none"> - El SNI y los estímulos a la productividad - La problemática de la evaluación cuantitativa de la calidad - Alternativas al factor de impacto como mecanismo de evaluación

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque con X)			
Aprendizaje basado en problemas	x	Nemotecnia	x
Estudios de caso		Análisis de textos	x
Trabajo colaborativo		Seminarios	
Plenaria		Debate	
Ensayo		Taller	x
Mapas conceptuales		Ponencia científica	
Diseño de proyectos		Elaboración de síntesis	
Mapa mental		Monografía	
Práctica reflexiva		Reporte de lectura	



Trípticos		Explosión oral	
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	x	Experimentación (prácticas)	
Debate o Panel	x	Trabajos de investigación documental	
Lectura comentada		Anteproyectos de investigación	
Seminario de investigación		Discusión guiada	
Estudio de Casos		Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	
Foro		Actividad focal	
Demostraciones		Analogías	
Ejercicios prácticos (series de problemas)		Métodos de proyectos	
Interacción con la realidad (a través de ideos, fotografías, dibujos software especialmente diseñado)		Exploración de la web	x
Archivo		Portafolio de evidencias	
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)		Enunciado de objetivo o intenciones	
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras): mesa redonda.			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Entrega final	60%
Trabajos y ejercicios	40%
Total	100%

PERFIL DEL PROFESOR

Experiencia en la edición de revistas científicas.
Posgrado en un área afín a la producción editorial y/o experiencia profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguado-López Eduardo, Rogel-Salazar Rosario, Baca-Zapata Graciela. "La visibilidad de las publicaciones científicas mediante el acceso abierto. La experiencia del Sistema de Información Científica Redalyc". En: Filiberto Felipe Martínez Arellano (coord.). Acceso abierto a la información en las bibliotecas académicas de América Latina y el Caribe. México: UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 2011:149-167.

Amin M, Mabe M. "Impact factors: use and abuse". *Perspectives in Publishing* 2000;1:1-6.

Archambault E, Larivière V. "History of the journal impact factor: contingencies and consequences". *Scientometrics* 2009;79(3):635-649.

Artiles-Visbal L. "El artículo científico". *Rev Cubana Med Gen Integr* 1995;11(4):387-394. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21251995000400015&lng=es.

Bobenrieth-Astete MA. "Lectura crítica de artículos originales en salud". *Medicina de Familia (And)* 2001;2(1):81-90.

Cetto AM, Alonso-Gamboa JO, Packer AL, Aguado-López E. "Enfoque regional a la comunicación científica. Sistemas de revistas en acceso abierto". En: Juan Pablo Alperín y Gustavo Fischman (eds.). *Hecho en Latinoamérica: acceso abierto, revistas académicas e innovaciones regionales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2015:19-41.

Cué-Brugueras M, Oramas-Díaz J. "Síntesis de información en artículos de revisión". *ACIMED* 2008;17(2):1-12. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352008000200007&lng=es.

Fischman GE, Alperin JP. "Sobre luces y sombras. Las revistas científicas hechas en Latinoamérica". En: Juan Pablo Alperín y Gustavo Fischman (eds.). *Hecho en Latinoamérica: acceso abierto, revistas académicas e innovaciones regionales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO, 2015:13-17.

Gérvás J. Fernández MP. "La revisión por pares en las revistas científicas". *Atención primaria* 2001;27(6):432-439.

Gopen GD, Swan JA. "The Science of Scientific Writing". *American Scientist Online* 2008:1-16.

Laborde J. "La evaluación científica y las revistas nacionales". *Acta Zoológica Mexicana* 2009; 25(3):683-717

Maqueda-Blasco J, Gamo-González MF, Cortés-Barragán R, Veiga-Cabo J. "Estructura y contenidos de la comunicación y redacción de artículos científicos". *Med segur trab* 2013;59(230):159-170. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0465-546X2013000100011&lng=es. <http://dx.doi.org/10.4321/S0465-546X2013000100011>.

Melero, Remedios. "Significado del acceso abierto (open access) a las publicaciones científicas: definición, recursos copyright e impacto". En: *El profesional de la información* 2005;15(4):255-266.

Rodríguez EG. "La revisión editorial por pares: roles y procesos". *Rev cuba inf cienc salud* 2013;24(2):160-175. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132013000200006&lng=es.

Rodríguez-Espinosa M. "Redacción de artículos científicos originales". *Ed Cont Lab Clín* 2011;14:14-31.

Thomaz PG, Assad RS, Moreira LFP. "Uso del factor de impacto y del índice H para evaluar investigadores y publicaciones". *Arq Bras Cardiol* 2011;96(2):90-93.

Zapata CM, Velásquez JD. "Algunas pautas para la escritura de artículos científicos". *Ingeniería – Revista chilena de ingeniería* 2008;16(1):128-137.

UNIDAD DE APRENDIZAJE
EDICIÓN DIGITAL

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Edición digital				Ciclo de formación: Básico Eje de formación: Básico Semestre: Segundo			
Elaborada por: Patricia Romero Ramírez Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 15 de enero de 2023			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	2	1	3	5	Curso	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

La edición digital en el campo de la producción editorial está relacionada con los mecanismos, instrumentos, procesos y métodos que permiten desarrollar y publicar proyectos con ayuda de múltiples herramientas tecnológicas.

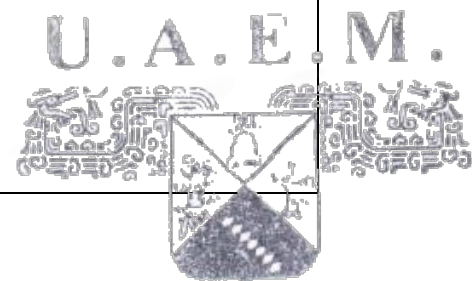
Así pues, la edición digital consiste en actuar sobre un documento con las herramientas informáticas pertinentes con el fin de producir un material que se adecue a necesidades comunicativas concretas, por ejemplo, un libro, una revista o una página web.

PROPÓSITOS

El objetivo de este curso es ofrecer a los alumnos un panorama general de la edición digital y de las herramientas con las que se cuentan para publicar en distintos medios electrónicos. Estará dividido en tres grandes apartados que buscan acercar al estudiante al uso y aplicación de la tecnología como una herramienta para la producción, publicación y difusión digital de libros y revistas académicas.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none">a. Lectura, análisis y síntesisb. Aprendizaje estratégicoc. Razonamiento lógico-matemático
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none">a. Cognitivas-metacognitivas<ul style="list-style-type: none">● Resolución de problemas● Pensamiento crítico● Creatividadb. Socioemocionales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Trabajo colaborativo● Cuidado de sí● Orientación al logro● Gestión emocional● Apertura a la experiencia● Relación con otros/asc. Digitales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Búsqueda, valoración y gestión de información● Comunicación y colaboración en línea● Creación de contenidos digitales



- Seguridad en la red
- Resolución de problemas técnicos

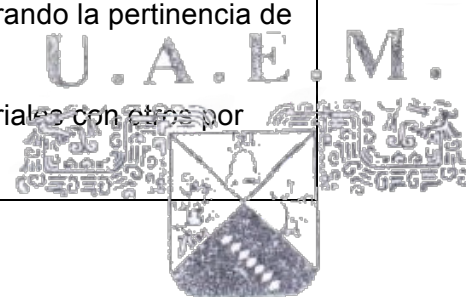
d. Socioculturales genéricas

- Integridad personal
- Comunicación en un segundo idioma
- Interculturalidad
- Responsabilidad social y ciudadana
- Aprecio por la vida y la diversidad
- Emprendimiento

Competencias laborales

Competencias específicas disciplinares

- Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado.
- Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo.
- Crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas
- Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción
- Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados
- Coordina y supervisa proyectos editoriales para alcanzar productos editoriales generando estrategias de gestión
- Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético
- Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe
- Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.



Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.
- Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

CONTENIDOS

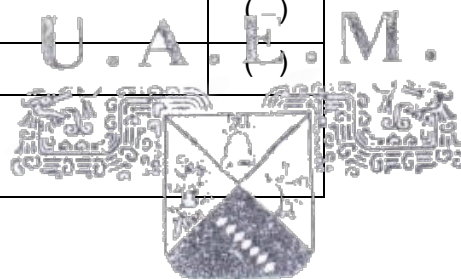
Bloques	Temas
Introducción	<ul style="list-style-type: none"> ● Inicio de curso – Presentación ¿Qué es la edición digital? ● Los libros electrónicos y el papel del editor en las publicaciones digitales
Producción y edición de eBooks básico	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la edición y publicación de ePub (2 y 3) ● Conversión de archivos Word y PDF a ePub ● Generación de ePub con InDesign ● Generación de ePub con InDesign ● Herramientas de validación (sigil)



	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de validación (sigil)
Producción de documentos en formato HTML y elaboración de páginas web	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de hojas estilos en html • Elaboración del documento en html • Creación de página web con html • Creación de página web con wordpress
Software libre de código abierto	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de autor, acceso abierto y licencias creative commons • Gestores editoriales (OJS y OMP) • Derechos de autor, acceso abierto y licencias creative commons • Gestores editoriales (OJS y OMP)
Distribución y venta	<ul style="list-style-type: none"> • Kindle Direct Publishing en Amazon • Kindle Direct Publishing en Amazon

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Nemotecnia	()
Estudios de caso	()	Análisis de textos	(X)
Trabajo colaborativo	(X)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	()
Ensayo	()	Taller	(X)
Mapas conceptuales	()	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	()	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	(X)	Monografía	()
Práctica reflexiva	()	Reporte de lectura	()
Trípticos	()	Exposición oral	()
Otros			



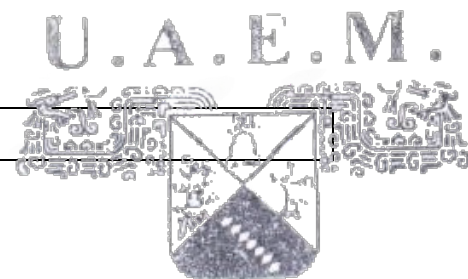
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	()	Experimentación (prácticas)	(X)
Debate o Panel	()	Trabajos de investigación documental	()
Lectura comentada	(X)	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	()
Estudio de Casos	()	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	()
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	()	Método de proyectos	()
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	()	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	(X)
Archivo	()	Portafolio de evidencias	()
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(X)	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Ejercicios prácticos en clase	70%
Entrega final	30%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Maestro en Producción Editorial con experiencia en edición digital.



**SECRETARIA
GENERAL**

REFERENCIAS

Básicas:

Bhaskar, Michael, *La máquina de contenido*, FCE (Libros sobre Libros), México DF, 2014.

Galina Russell, Isabel y Ernesto Priani Saisó, *Una mirada al libro electrónico*, UNAM, Ciudad de México, 2019.

Godinas, Laurette, Marina Garone Gravier e Isabel Galina Russell (eds.), *De pérgamo a la nube. Nuevos acercamientos y perspectivas a las edades del libro*, UNAM, Ciudad de México, 2017.

Guadalajara/Madrid/México DF, 2008, pp. 11-26.

Hall, Franía, *El negocio de la edición digital*, FCE (Libros sobre Libros), México DF, 2014.

Nunberg, Geoffrey, "La transición a un mundo electrónico", *La edición universitaria: un proyecto de negocio*, UdeG/UNE/Red Nacional Alttexto,

Suber, Peter, *Acceso Abierto*, UAEMex, Estado de México, 2015.

Complementarias:

Garone Gravier, Marina, Isabel Galina Russell y Laurette Godina (eds.), *De la piedra al pixel. Reflexiones en torno a las edades del libro*, UNAM, Ciudad de México, 2016.

Ramírez Martínez, Diana Cristina, Luis Carlos Martínez Ruiz y Óscar Fernando Castellanos Domínguez, *Divulgación y difusión del conocimiento: las revistas científicas*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2012.

VVAA, *De libros, conocimiento y otras adiciones. La edición universitaria en América Latina*, UdeG/EULAC, Guadalajara.

UNIDAD DE APRENDIZAJE
FUNDAMENTOS DEL DISEÑO

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Fundamentos del Diseño				Ciclo de formación: Básico Eje de formación: Básico Semestre: Primer semestre			
Elaborada por: Ina Larrauri Cervantes Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 10 de septiembre 2022 Fecha de revisión y actualización: NA			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	1	3	4	5	Curso- taller	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Esta unidad de aprendizaje brinda los fundamentos básicos del diseño gráfico que posibiliten su conocimiento histórico, técnico y formal. El diseño es un proceso que combina funcionalidad con estética, es el “puente” entre estos dos.

El estudiantado es capaz de vincular la funcionalidad y la estrategia con la percepción y la estética. Cuánto más se involucre el estudiantado con ambos lados (funcionalidad y estética), podrá entregar mejores productos de diseño.

PROPÓSITOS

Aprender los principios fundamentales del diseño gráfico que permitan el desarrollo y la ejecución de mensajes visuales que a su vez, pueden contemplar objetivos informativos, de identidad o de persuasión sin descuidar el aspecto funcional y estético del mensaje que pretende emitir.

Lograr la construcción de imágenes digitales a partir del uso de vectores y mapas de bits.

Entender el manejo básico de distintos softwares de diseño digital (Illustrator, Photoshop, InDesign) para en conjunto lograr una composición de páginas para editoriales, libros, revistas y todo tipo de trabajos relacionados con la prensa y la lectura, tanto física e impresa como digital o electrónica.

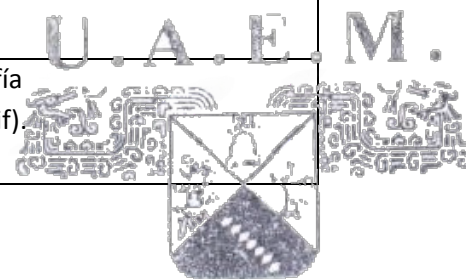
COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none">a. Lectura, análisis y síntesisb. Comunicación oral y escritac. Aprendizaje estratégico
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none">a. Cognitivas-metacognitivas<ul style="list-style-type: none">● Resolución de problemas● Pensamiento crítico● Creatividadb. Socioemocionales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Trabajo colaborativo● Cuidado de sí● Orientación al logro● Gestión emocional● Apertura a la experiencia● Relación con otros/asc. Digitales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Búsqueda, valoración y gestión de información● Comunicación y colaboración en línea● Creación de contenidos digitales● Seguridad en la red● Resolución de problemas técnicos

Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado. ● Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo. ● Crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas ● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados ● Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético ● Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.
Competencias transferibles para el trabajo
<p>Digitales para el trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías. ● Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación. <p>Socioemocionales para el trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial. <p>Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

CONTENIDOS

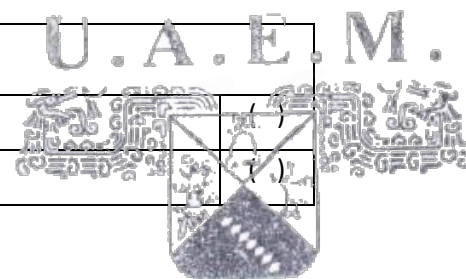
Bloques	Temas
1. ¿Qué es el diseño?	<ul style="list-style-type: none"> ● Fundamentos del diseño. ● Wucius Wong. ● Elementos básicos del DG (punto-línea-forma-objeto-textura-espacio-tipografía –color). ●
2. Elementos del diseño	<ul style="list-style-type: none"> ● Elementos de relación. ● Ritmos visuales. ● Técnicas de comunicación visual.
3. Principios básicos de Illustrator	<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué es pixel? - Resolución de la imagen-TrueType (TT), PostscriptT1 (PS1), OpenType (OT) - Gráficos vectoriales – Tipos de imagen digital: Bitmap vs vectores. ● Reconocimiento de la interfaz y herramientas básicas. ● Trazos con vectores y colocación de imagen de bits. Mesas de trabajo. Ejercicios: líneas, curvas, selección y agrupación, trazos básicos, punto a punto, siluetas. ● Capas, transformaciones, alineación, elementos compuestos.
4. Composición	<ul style="list-style-type: none"> ● Tipos de composición. ● Regla de los tercios. ● Proporción áurea.
5. Color	<ul style="list-style-type: none"> ● Teoría del color ● Clasificación de los colores. ● El círculo cromático. ● Lenguajes básicos del color (tono, saturación, valor, propiedades, esquemas de color, gamas). ● Psicología del color y significado de los colores. ● Modelos reproductivos de color. ● Ejercicio círculo cromático y selección de paleta de colores.
6. Tipografía	<ul style="list-style-type: none"> ● Breve historia de la tipografía ● Clasificación (serif, sans serif). ● Familias y variants.



Bloques	Temas
	<ul style="list-style-type: none"> ● Interlineado e interletrado. ● Alineación. ● Ejercicio tipográfico en Illustrator. ● Calco de imagen - Malla – herramientas faltante.
7. Principios básicos de Photoshop	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento de la interfaz y herramientas básicas. ● Repaso: Tipos de imagen digital: Bitmap vs vectores. ● Tipos de formatos de imagen. ● Tamaños de imagen y remuestreo. ● Métodos de selección. ● Herramientas básicas de restauración y transformación. ● Capas – cambios de color – filtros - desenfoces ● Máscara de capa. ● Ejercicio de composición.
8. Diseño y diagramación	<ul style="list-style-type: none"> ● Alineación ● Mancha tipográfica. ● Tipos de retícula.
9. Principios básicos de In Design	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconocimiento de la interfaz y herramientas básicas. ● Repaso: Tipos de retícula. ● Tamaños de papel. ● Tipos de encuadernación. ● Primeras páginas en InDesign – maquetación - capas – cajas de texto – vincular archivos – herramientas de dibujo - compaginar – numeración. ● Ejercicio final: formato / tamaño / reticula / folios, plecas, elementos decorativos / paleta de color / Tipografía.

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)		
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Nemotecnia
Estudios de caso	()	Análisis de textos



Trabajo colaborativo	(x)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	(x)
Ensayo	()	Taller	(x)
Mapas conceptuales	()	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	(x)	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	(x)	Reporte de lectura	()
Trípticos	()	Exposición oral	()
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(x)	Experimentación (prácticas)	(x)
Debate o Panel	(x)	Trabajos de investigación documental	()
Lectura comentada	(x)	Anteproyectos de investigación	(x)
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	(x)
Estudio de Casos	()	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	(x)
Foro	()	Actividad focal	(x)
Demostraciones	(x)	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	(x)	Método de proyectos	()
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	(x)	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	(x)
Archivo	()	Portafolio de evidencias	()
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(x)	Enunciado de objetivo o intenciones	(x)
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Ejercicios trabajos en clases (participación activa y atenta)	30%
Asistencia.- puntualidad, trabajo y permanencia (requieren mínimo 80% de asistencia para tener derecho a evaluación).	10%
Desarrollo de proyecto final	20%
Proyecto final	40%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Posgrado en un área afín a la producción editorial y/o experiencia profesional.

REFERENCIAS

Básicas:

D.A. Dondis. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili: Barcelona, 2003.
De Buen Unna, Jorge. *Manual de diseño editorial*. 3a edición. Asturias: Ediciones Trea, 2008.
Eiseman, Leatrice. *PANTONE, Guide to communicating with color*. Grafipress LTD, USA, 2000.
Frutiger, Adrian. *El libro de la tipografía*. Gustavo Gili: Barcelona, 2007.
Jardí, Enric. *Cincuenta y tantos consejos sobre tipografía*. Gustavo Gili: Barcelona, 2021.
Lupton, Ellen. *Thinking with type*. Princeton Architectural Press: New York, 2004.
Studio 7.5. *Colores digitales para internet y otros medios de comunicación*. Index Book. Barcelona, 2003.
Wong, Wucius. *Fundamentos del diseño*. Gustavo Gili: Barcelona, 2012.

Complementarias:

Bonsiepe, Giu. *Del objeto a la interfase - mutaciones de diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 1997.
Fuenmayor, Elena. *Ratón, Ratón... Introducción al diseño gráfico asistido por ordenador*. Barcelona, Gustavo Gili, 1996.
Hoffman Donald D. *Inteligencia visual*. Barcelona, Paidós, 2000.
Mijksenaar, Paul. *Diseño de la información*. México, Gustavo Gili, 2001.
Orihuela, José Luis y María Luisa Santos. *Introducción al Diseño Digital. Concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva*. Madrid, Anaya Multimedia, 1999.

UNIDAD DE APRENDIZAJE
GESTIÓN EDITORIAL

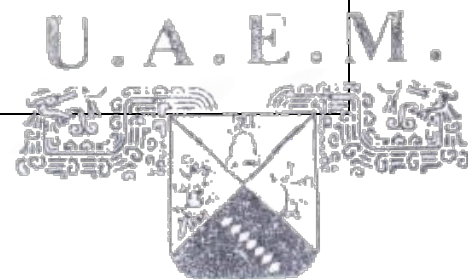
Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Gestión editorial				Ciclo de formación: Profesional Eje de formación: Especialización Semestre: Cuarto			
Elaborada por: Miriam Lucero Sandoval Monroy Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 15 de noviembre de 2022			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	2	1	3	5	Curso	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

El curso de Gestión Editorial permitirá que las y los estudiantes analicen diversas facetas de las gestiones legales y administrativas del proceso editorial. Asimismo, podrán conocer algunas herramientas útiles para el quehacer de los editores. El programa tiene como finalidad principal generar un diálogo reflexivo sobre los procesos de gestión intrínsecos de diversos tipos de proyectos editoriales. Los contenidos serán teóricos y prácticos.

PROPÓSITOS

- Analizar diferentes aspectos de la gestión editorial.
- Conocer herramientas y procesos relacionados con la gestión de proyectos editoriales.
- Realizar una práctica mediante la gestión de un proyecto editorial durante el curso.



COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita c. Aprendizaje estratégico
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Orientación al logro ● Apertura a la experiencia ● Relación con otros/as c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información ● Comunicación y colaboración en línea ● Creación de contenidos digitales d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Responsabilidad social y ciudadana ● Emprendimiento ●
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado. ● Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo. ● Crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas. ● Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción. ● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados. ● Coordina y supervisa proyectos editoriales para alcanzar productos editoriales generando estrategias de gestión. ● Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético. ● Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe. ● Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.



Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.
- Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

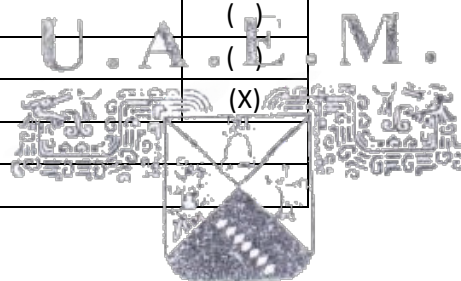
CONTENIDOS

Bloques	Temas
<i>El editor y la gestión</i>	Conversación sobre sus proyectos de titulación y propuesta de un proyecto editorial para el final del curso. La responsabilidad del editor.
<i>Lineamientos y procesos internos de las editoriales</i>	Manuales, normas y catálogos editoriales. Los especialistas que intervienen en el proceso y la gestión editorial. La comunicación, los tiempos y la planificación de una obra. La relación de los editores con los autores y sus obras.
<i>La selección de textos publicables</i>	Sistemas y medios de evaluación. Ediciones, coediciones y convocatorias de publicaciones.
<i>La normatividad jurídica</i>	Gestión y protección de los derechos y otros aspectos legales. El Copyright y las licencias Creative Commons en la práctica. La gestión del uso de imágenes y tipos de derechos. Sistemas de imágenes y videos.
<i>La definición de las características de las obras</i>	Cotizaciones y contratos. El manejo de los recursos y la gestión de los presupuestos. Documentos indispensables.
<i>Gestiones ante organismos gubernamentales</i>	El Instituto Nacional del Derecho de Autor. Su quehacer y sus áreas. La Secretaría de Gobernación y los certificados de

Bloques	Temas
	licitud de título y contenido. El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. El depósito legal.
<i>Sistemas de gestión</i>	Expedientes y evidencias. Sistemas de gestión editorial y antiplagio.
<i>El cierre de una edición</i>	Lectura, revisión, autorización de pruebas, fechas de entrega y pago. El envío de los archivos y de los ejemplares. Sistemas de mensajería.
<i>Gestión de apoyos para publicación de proyectos</i>	Propuestas de coedición, convocatorias de publicación, concursos, programas.
<i>La difusión de las obras</i>	Presentaciones, ferias de libros, catálogos, librerías comerciales e independientes. Distribuidores. Las redes sociales y la difusión: presentaciones en línea y otras estrategias. El contacto directo con autores y lectores. Clubes y proyectos de lectura.
<i>La actualización y vinculación del editor con el sector</i>	Cursos y vinculación. Cámaras, asociaciones, sociedades de gestión. Funciones, utilidad y formas de afiliación.
<i>El campo laboral</i>	Espacios, ámbitos y funciones editoriales profesionales. El emprendimiento.
<i>El futuro del sector editorial</i>	Nuevos formatos de producción, distribución y comercialización. Acceso abierto. Accesibilidad e inclusión. Pequeñas, medianas y grandes empresas editoriales.

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	()	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(X)	Análisis de textos	()
Trabajo colaborativo	(X)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	(X)
Ensayo	(X)	Taller	(X)
Mapas conceptuales	()	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	(X)	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	()	Reporte de lectura	()
Trípticos	()	Exposición oral	(X)
Otros			



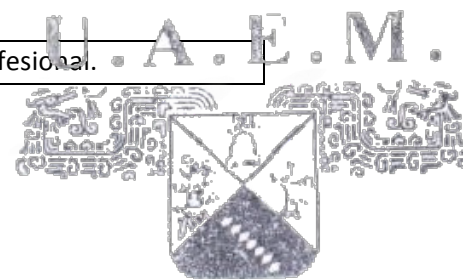
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(X)	Experimentación (prácticas)	()
Debate o Panel	()	Trabajos de investigación documental	(X)
Lectura comentada	()	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	(X)
Estudio de Casos	(X)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	()
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	()	Método de proyectos	(X)
Interacción con la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	()	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	(X)
Archivo	(X)	Portafolio de evidencias	()
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	()	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras): trabajo grupal para la gestión de la publicación de una obra.			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Participación en clase.	20%
Presentación audiovisual sobre un tema de gestión editorial de su elección.	30%
Práctica de un proyecto editorial	30%
Ensayo sobre el análisis de los procesos de gestión de sus propios proyectos de titulación.	20%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Posgrado en un área afín a la producción editorial y/o experiencia profesional.



SECRETARIA
GENERAL

REFERENCIAS

Básicas:

Kloss Fernández del Castillo, Gerardo. Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial. México: Santillana, 2007.

Zavala Ruiz, Roberto. El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas. México: FCE, 2021.

Complementarias:

Andruetto, María Teresa. La lectura, otra revolución. México: FCE, 2014.

McCormack, Thomas. La novela, el novelista y su editor. México: FCE, 2010.

Web:

Creative Commons, creativecommons.org

Centro Regional para el Fomento del Libro, cerlalc.org

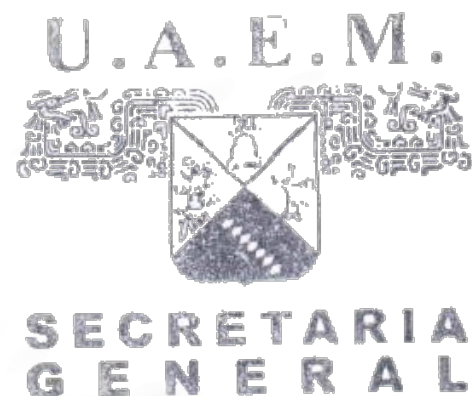
Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor S.G.C., www.cempro.org.mx

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, es-la.facebook.com/CamaraEditorial/

Instituto Nacional del Derecho de Autor, www.indautor.gob.mx

Libros UNAM, www.libros.unam.mx

The Public Knowledge Project, pkp.sfu.ca



UNIDAD DE APRENDIZAJE
HISTORIA DEL LIBRO

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Historia del libro				Ciclo de formación: Básico Eje de formación: Básico Semestre: Primero			
Elaborada por: Beatriz Alcubierre Moya Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 16 de enero de 2023 Fecha de revisión y actualización: NA			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	1	2	3	4	Curso-taller	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Este curso ofrece una aproximación a la historia del libro en el contexto moderno, a partir de un entrecruzamiento entre tres ejes de investigación en los que se basa la metodología de la historia cultural, particularmente en lo referente al estudio de los medios impresos: mutaciones tecnológicas, mutaciones formales y mutaciones culturales.

PROPÓSITOS

Que los y las estudiantes desarrollen una visión integral de los procesos editoriales a lo largo de la historia, desde la perspectiva de la mediación cultural, valorando los procesos vinculados a la producción de libros y otros materiales impresos desde el punto de vista tecnológico, formal, y cultural, lo que se refleja en los cambios en los soportes materiales de lo escrito, los cambios en la estructura de los textos y los cambios en los hábitos de lectura.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Integridad personal ● Aprecio por la vida y la diversidad
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción ● Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe
Competencias transferibles para el trabajo
<p>Socioemocionales para el trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial. <p>Competencias para el trabajo transdisciplinar</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial. <p>Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

CONTENIDOS

Bloques	Temas
I. La historia del libro a partir de la imprenta	1.1. Planteamientos metodológicos desde la historia cultural: el triángulo de la mediación 1.2. El Quijote como modelo canónico del libro moderno 2.1. Memoria, manuscrito e impreso
II. Mutaciones tecnológicas 1: la imprenta moderna y sus antecedentes	2.2. La imprenta antes y después de Gutenberg: libros xilográficos e incunables 2.3. La expansión de la imprenta tipográfica
III. Mutaciones tecnológicas 2: de la caligrafía a la tipografía	3.1. La evolución de la caligrafía y la primera tipografía 3.2. Las tipografías clásicas:
IV. Mutaciones formales: la edición moderna y el discurso de la modernidad	4.1. Humanismo, Reforma y Contrarreforma 4.2. Revolución científica y revolución industrial 4.3. Ilustración y revoluciones liberales 4.4. Prensa periódica
V. Mutaciones culturales: estrategias y tácticas	5.1. La revolución lectora 5.2. Nacionalismo y construcción de ciudadanía 5.3. Opinión pública. Imparte: Dra. Laurence Coudart 5.4. Del codex a la pantalla

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	()	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(X)	Análisis de textos	()
Trabajo colaborativo	(X)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	()
Ensayo	(X)	Taller	()
Mapas conceptuales	(X)	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	()	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	()	Reporte de lectura	(x)
Trípticos	()	Exposición oral	(x)
Otros			

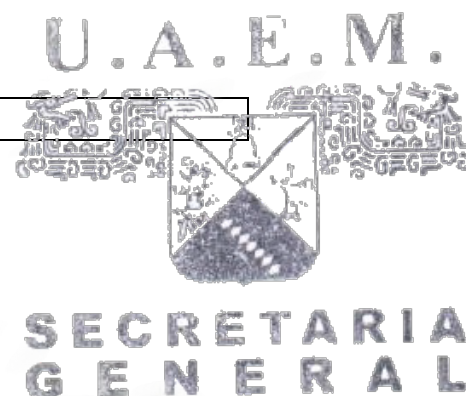
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(X)	Experimentación (prácticas)	()
Debate o Panel	()	Trabajos de investigación documental	(x)
Lectura comentada	(X)	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	()
Estudio de Casos	(X)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	(x)
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	()	Método de proyectos	()
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	(X)	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	()
Archivo	()	Portafolio de evidencias	()
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	()	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Crterios	Porcentaje
A lo largo del curso se realizarán cinco reportes de lectura (de entre tres y cinco cuartillas cada uno). Cada uno de estos controles de lectura cubrirá un 15% de la calificación final.	75%
Al final del semestre se presentará un examen escrito con 10 preguntas a desarrollar.	25%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Maestría o Doctorado en Historia con especialidad en medios de comunicación.



REFERENCIAS

Básicas:

1. Roger Chartier. *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid, Alianza, 1994.
2. Lucien Febvre y Henri-Jean Martin. *La aparición del libro*. México, Fondo de Cultura económica, 2005.
3. Albert Corbeto y Marina Garone. *Historia de la tipografía*. Madrid, Milenio, 2014, p. 1-172.
4. José Carlos Rueda Laffon, Elena Galán Fajardo y Ángel L. Rubio Moraga. *Historia de los medios de comunicación*. Madrid, Alianza, 2014, p. 1-87. Entrega: 8 de noviembre
5. Elizabeth L. Eisenstein. *La imprenta como agente del cambio*. México, Fondo de Cultura Económica, 2008.

Complementarias:

- Basbanes, Nicholas A. *De papel. En torno a sus dos mil años de historia*, México, Fondo de Cultura Económica, 2014.
- Burke, Peter. *Los avatares del cortesano. Lecturas y lectores de un texto clave del espíritu renacentista*. Barcelona, Gedisa, 1998.
- Cafilisch, Max. *Análisis Tipográficos. Estudios sobre la historia de la tipografía*. Madrid, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España, 2012.
- Cavallo, Guglielmo y Roger Chartier. *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid, Taurus, 1998.
- Chartier, Roger. *Escribir las prácticas. Foucault, de Certeau, Marin*. Buenos Aires, Manantial, 1996.
- Chartier, Roger. *Cardenio entre Cervantes y Shakespeare. Historia de una obra perdida*. Barcelona, Gedisa, 2011.
- Day, Lewis F. *Art in the Alphabet. A History of the Evolution of Hand Lettering*. New York, Dover Publications, 2016 (facsimile 1910).
- Drogin, Marc. *Medieval Calligraphy. Its History and Technique*. New York, Dover Publications, 2019.
- Eco, Umberto y Jean-Claude Carrière. *Nadie acabará con los libros*. México, Lumen, 2010.
- Eisenstein, Elizabeth L. *The Printing Revolution in Early Modern Europe*. Cambridge University Press, 2005.
- Jitrik, Noé. *Lectura y cultura*. México, UNAM, 1998.
- Kurlansky, Mark. *Papel. Páginas a través de la historia*. Barcelona, Ático de los libros, 2021.
- Lafaye, Jaques. *Albores de la imprenta. El libro en España, Portugal y sus posesiones de ultramar (siglos XV y XV)*. México, Fondo de Cultura Económica, 2002.
- Lyons, Martyn. *La cultura escrita de la gente común en Europa, c. 1860-1920*. Buenos

Aires, Ampersand, 2016.

- McLuhan, Marshal. *La Galaxia Gutenberg. Génesis Del Homo Typographicus*. Barcelona, Planeta-Agostini, 1985.

- Mediavilla, Claude. *Caligrafía. Del signo caligráfico a la pintura abstracta*. Valencia, Campgràfic, 2005.

- Ong, Walter. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. México, Fondo de Cultura Económica, 1982.

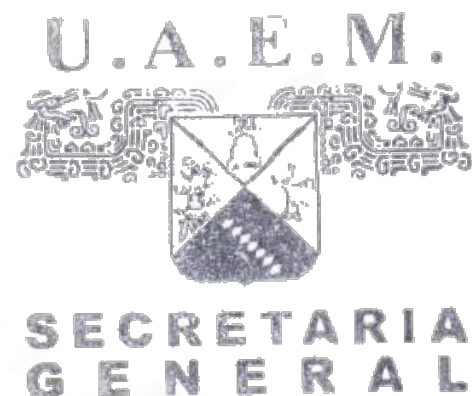
- Petrucci, Armando. *Libros, escrituras y bibliotecas*. Salamanca, Universidad de Salamanca, 2011.

- Vallejo, Irene. *El infinito en un junco: la invención de los libros en el mundo antiguo*. Madrid, Siruela, 2019

Web:

Priani, Ernesto e Isabel Galina.

http://ru.ffyl.unam.mx/bitstream/handle/10391/5405/EPriani_IGalina_Libro_electronico_2015_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y





UNIDAD DE APRENDIZAJE
INVESTIGACIÓN PARA LA EDICIÓN

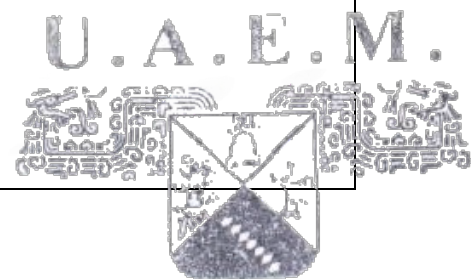
Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Investigación para editores				Ciclo de formación: Básico Eje de formación: Básico Semestre: 1º			
Elaborada por: Rodrigo Bazán Bonfil Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 7 de febrero del 2023			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	2	1	3	5	Curso	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Editar, corregir y generar textos eficazmente requiere capacidades de investigación que no siempre se desarrollaron en la Licenciatura. Este curso debe suplir esas faltas y permitir que quienes egresen de la Maestría en Producción Editorial sean capaces de localizar información fidedigna y útil, especializada o no, aprovecharla en la elaboración de los productos editoriales a su cargo al margen de que éstos sean académicos, comerciales o de otro tipo, y referirla de manera ética y adecuada para que otras personas puedan aprovecharla posteriormente.

PROPÓSITOS

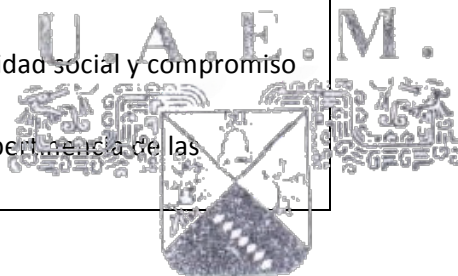
- Formar al alumnado en el manejo de
 - bibliotecas físicas y virtuales
 - buscadores en la red
 - bases de datos
- Desarrollar competencias en
 - diversos sistemas de referencia



- los usos de unos y otros en función de sus propósitos y disciplinas afines
- cómo elaborar listados de fuentes útiles para quienes lean
- Hacer que quienes cursan la Maestría sean plenamente conscientes de cuán necesaria es la honestidad intelectual y de las implicaciones éticas, morales y sociales del plagio y las malas prácticas académicas para que los eviten y persigan de manera clara y explícita.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita c. Razonamiento lógico
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Gestión emocional ● Apertura a la experiencia ● Relación con otros/as c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información ● Comunicación y colaboración en línea ● Seguridad en la red d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Integridad personal ● Comunicación en un segundo idioma ● Responsabilidad social y ciudadana
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados ● Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético ● Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe



Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

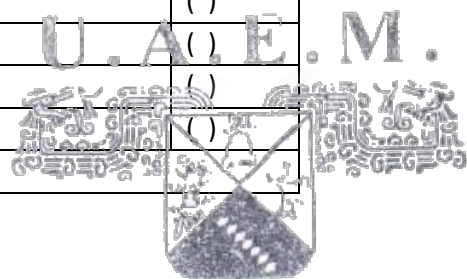
- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

CONTENIDOS

Bloques	Temas
<i>BUSCAR información</i>	- bibliotecas físicas y virtuales - buscadores en la red - bases de datos
<i>ORGANIZAR información</i>	- sistemas de referencia - usos y función; propósitos y disciplinas afines - listados de fuentes: las necesidad de quien lea
<i>CUIDAR la información</i>	- plagio - honestidad intelectual - sus implicaciones éticas, morales y sociales - malas prácticas académicas : la forma “interna” del fraude intelectual

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

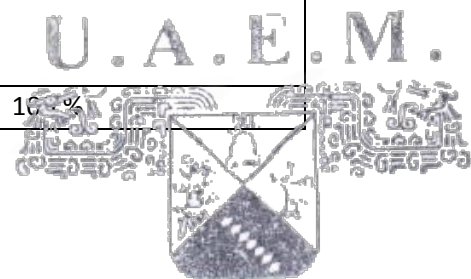
Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(X)	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(X)	Análisis de textos	(X)
Trabajo colaborativo	(X)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	(X)
Ensayo	()	Taller	(X)
Mapas conceptuales	()	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	()	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	()	Reporte de lectura	()
Trípticos	()	Exposición oral	()
Otros			



Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(X)	Experimentación (prácticas)	(X)
Debate o Panel	()	Trabajos de investigación documental	(X)
Lectura comentada	()	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	()
Estudio de Casos	(X)	Organizadores gráficos (diagramas)	()
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	(X)	Analogías	(X)
Ejercicios prácticos (series de problemas)	(X)	Método de proyectos	()
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	()	Actividades generadoras de información previa	(X)
Organizadores previos	()	Exploración de la web	()
Archivo	(X)	Portafolio de evidencias	(X)
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	()	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
A lo largo del curso se elaboran una serie de ejercicios (en clase y como tareas) que permiten adquirir y desarrollar las habilidades de búsqueda necesarias	25 %
Se realizan una serie de prácticas para conocer y entender diversos sistemas de referencia y después demostrar su manejo adecuado	25 %
Se discuten en clase y se analizan por escrito una serie de ejemplos de plagio y deshonestidad intelectual recientes y documentados en diarios nacionales	20 %
Se entrega una monografía en cuya elaboración se hayan aprovechado todas las habilidades adquiridas y desarrolladas durante el curso	30 %
Total	100 %



PERFIL DEL PROFESOR

- Maestría indispensable; doctorado deseable
- Debe realizar trabajo de investigación documental propio
- Fluidez en el uso de la red
- Conocimiento de bases de datos y publicaciones especializadas en el área

REFERENCIAS

Básicas

González, Jorge A. (coord.). *Cibercultur@ e iniciación a la investigación*. CoNaCulta, 2007.

MLA Handbook. Ninth edition. <https://style.mla.org/interactive-practice-template/>

Normas APA. Séptima edición. https://owl.purdue.edu/owl/research_and_citation/apa_style

Zuñiga, Ofmara, Alejandra Terrazas y María Luisa Zorrilla (coords.). *Habilidades de investigación en el posgrado*. UAEM, 2021.

Complementarias

Hess, Charlotte y Elinor Ostrom (eds.). *Los bienes comunes del conocimiento*. Traficantes de sueños, 2016.

Lessing, Laurence. *Por una cultura libre*. Traficantes de sueños, 2005.

Lucía Megías, José Manuel. *Elogio del texto digital*. Fórcola, 2012.

Padilla, Margarita. *El kit de a lucha en internet*. Traficantes de sueños, 2012.

VV AA. *Capitalismo cognitivo*. Traficantes de sueños, 2004.



UNIDAD DE APRENDIZAJE

PLANEACIÓN EDITORIAL

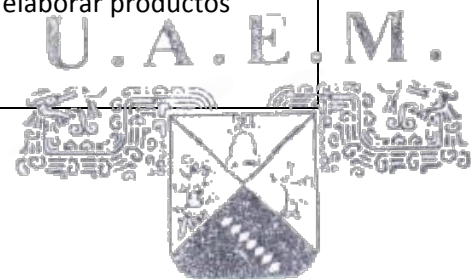
Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Planeación Editorial				Ciclo de formación: Básico			
				Eje de formación: Básico			
				Semestre: 1			
Elaborado por: Irene Fenoglio Limón				Fecha de elaboración: 12 de noviembre de 2022			
Actualizado por: NA				Fecha de revisión y actualización: NA			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	2	1	3	5	Curso	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Este curso brinda un panorama introductorio de las estrategias y labores organizativas necesarias para plantear y llevar a cabo un proyecto editorial. Abarca una revisión de los pasos que sigue un texto desde la concepción hasta la publicación, y trata sobre los distintos recorridos de los escritos dependiendo de sus particularidades.

PROPÓSITOS

En este curso, los alumnos y las alumnas adquirirán, por medio de ejercicios y prácticas directamente vinculados a la actividad editorial, los conceptos básicos y las habilidades para planear y desarrollar productos editoriales y comprender el contexto en que se realizan. Los alumnos y las alumnas profundizarán en el conocimiento práctico de los elementos que intervienen en los procesos para elaborar productos editoriales diversos de acuerdo con su complejidad específica.



COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita c. Razonamiento lógico-matemático
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Orientación al logro ● Apertura a la experiencia c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información ● Resolución de problemas técnicos d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Interculturalidad ● Responsabilidad social y ciudadana
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción ● Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético ● Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe
Competencias transferibles para el trabajo
<p>Digitales para el trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías. <p>Socioemocionales para el trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial. <p>Competencias para el trabajo transdisciplinar</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

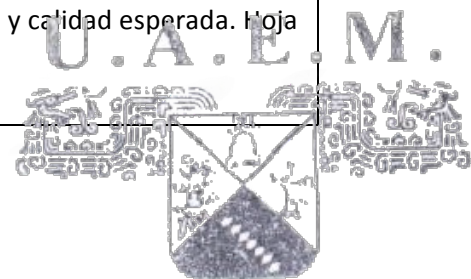


Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

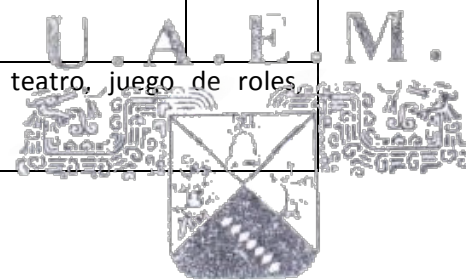
CONTENIDOS

Bloques	Temas
1. La editorial	Distintos tipos de editorial. La organización de una editorial. Funciones editoriales. El editor. Los distintos tipos de editor. Las cualidades de un editor. Colaboradores internos y externos.
2. Tipología de las ediciones	Nomenclatura básica para editores. La edición según el tipo de proyecto. Medios impresos y digitales. Obras literarias. Obras no literarias. Libros infantiles. Obras de consulta. Textos universitarios y profesionales. Textos escolares. Libros ilustrados. Revistas.
3. Política editorial	Definición de líneas editoriales y la voz de la casa. Propuestas editoriales: cómo surge una idea editorial y cómo se lleva a cabo. Presentación de proyectos y conceptos editoriales. Viabilidad y pertinencia de un proyecto. La decisión de publicar. La edición en la época de la globalización y la sociedad del conocimiento. El orden del discurso. El dictamen.
4. El concepto editorial	El proyecto editorial, el enfoque del producto y los contenidos. Catálogos, series y colecciones.
5. Organización de la producción editorial	Del manuscrito al producto terminado. Editorial: autor(es) y originales. Selección de contenidos. Obras por encargo. Edición de contenido y corrección de estilo. Manuales de procedimientos. Identidad editorial. Normas de estilo. Corrección de pruebas. Gestión: derechos de reproducción. Derechos de autor. Manual de normas. Registros. Arte: diseño, maquetación y formación. Material gráfico. Hoja de estilo. Producción: pre prensa. Impresión. Publicación digital.
6. Presupuestos y calendarios	Indicaciones para colaboradores: programas y versiones, nomenclatura de archivos, seguimiento de procesos, formas de comunicación, fechas de entrega y calidad esperada. Hoja de estilo. Cálculo tipográfico.



ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque con X)			
Aprendizaje basado en problemas	X	Nemotecnia	<input type="checkbox"/>
Estudios de caso		Análisis de textos	<input type="checkbox"/>
Trabajo colaborativo	X	Seminarios	<input type="checkbox"/>
Plenaria		Debate	<input type="checkbox"/>
Ensayo		Taller	<input type="checkbox"/>
Mapas conceptuales		Ponencia científica	<input type="checkbox"/>
Diseño de proyectos	X	Elaboración de síntesis	<input type="checkbox"/>
Mapa mental		Monografía	<input type="checkbox"/>
Práctica reflexiva	X	Reporte de lectura	<input type="checkbox"/>
Trípticos		Exposición oral	X
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	X	Experimentación (prácticas)	<input type="checkbox"/>
Debate o Panel	<input type="checkbox"/>	Trabajos de investigación documental	<input type="checkbox"/>
Lectura comentada	X	Anteproyectos de investigación	<input type="checkbox"/>
Seminario de investigación	<input type="checkbox"/>	Discusión guiada	X
Estudio de Casos	<input type="checkbox"/>	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	X
Foro	<input type="checkbox"/>	Actividad focal	<input type="checkbox"/>
Demostraciones	<input type="checkbox"/>	Analogías	<input type="checkbox"/>
Ejercicios prácticos (series de problemas)	<input type="checkbox"/>	Métodos de proyectos	<input type="checkbox"/>
Interacción con la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos software especialmente diseñado)	<input type="checkbox"/>	Exploración de la web	<input type="checkbox"/>
Archivo	<input type="checkbox"/>	Portafolio de evidencias	<input type="checkbox"/>
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	<input type="checkbox"/>	Enunciado de objetivo o intenciones	<input type="checkbox"/>
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras): mesa redonda.			



CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
1. Presentación oral del proyecto individual de titulación (15 minutos), que sea viable y con unidad de sentido. Debe incluir las siguientes partes: título, introducción, justificación, descripción, estrategia político-cultural (objetivo, lector, formato, distribución, sondeo de mercado, concepto editorial), definición de términos, estrategia económica y bibliografía.	15%
2. Presentación oral del proyecto individual de titulación (15 minutos) que incluya los mismos puntos que el anterior, corregidos y ampliados, más la estrategia organizativa (procesos, cronograma, colaboradores), el cálculo editorial y el esbozo de contenidos y estructura.	15%
3. Entrega de trabajo escrito con todos los rubros anteriores, desarrollados y justificados.	50%
4. Examen de conocimientos.	10%
5. Presentación oral del tema (15 minutos).	10%
Total	100%

PERFIL DEL PROFESOR

Grado de Maestría. Con experiencia comprobable en la gestión y supervisión de proyectos y productos editoriales. Experiencia docente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Básicas:

Bencomo, Anadeli. "La lógica de los premios literarios: políticas culturales, prestigios literarios y disciplinas de lectura en la época de la literatura transnacional". *Estudios* 14. 28 (2006): 13-29.

Foucault, Michel. *El orden del discurso*. Trad. Alberto González Troyano. Barcelona: Tusquets Editores, 2005.

Kloss Fernández del Castillo, Gerardo. *Entre el oficio y el beneficio: el papel del editor. Práctica social, normatividad y producción editorial*. 2ª ed. México: Santillana, 2007.

Sharpe, Leslie e Irene Gunther. *Manual de edición literaria y no literaria*. México: FCE, 2005.

Complementarias:

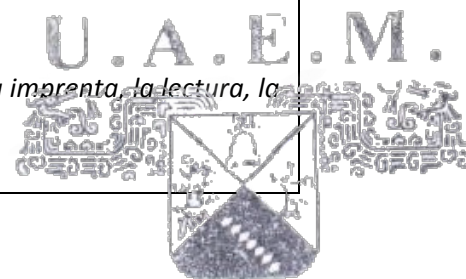
Aguado Ibáñez, Afrodisio. *La misión específica del librero*. Madrid: Asamblea del Libro Español, 1944.

Barvo, Carmen. *Manual de edición*. Bogotá: Cerlalc, 1996.

Buen, Jorge de. *Manual de diseño editorial*. México: Santillana, 2000.

Buonocuore, Domingo. *El mundo de los libros: páginas sobre el libro, el escritor, la imprenta, la lectura, la biblioteca, el bibliotecario, el bibliófilo y el librero*. Santa Fe: Castellví, 1955.

Castañón, Adolfo. *Los mitos del editor. Paseos III*. México: Lectorum, 2005.



Davies, Gill. *Gestión de proyectos editoriales: cómo encargar y contratar libros*. México: FCE, 2005.

Epstein, Jason. *La industria del libro*. Barcelona: Anagrama, 2002.

Feltrinelli, Carlo. *Señor service. Biografía de un editor*. España: Tusquets, 2001.

Korda, Michael. *Editar la vida. Mitos y realidades de la industria del libro*. Barcelona: Debate, 2004.

Martín, Euniciano. *Cómo se hace un libro*. Barcelona: Ediciones Don Bosco, 1983.

Martínez de Sousa, José. *Diccionario de tipografía y del libro*. Madrid: Paraninfo, 1981.

Martínez de Sousa, José. *Manual de edición y autoedición*. Madrid: Pirámide, 2001.

Muchnik, Mario. *Lo peor no son los autores*. Madrid: Del Taller de Mario Muchnik, 1999.

Nadal, Jordi y Francisco Umbral. *Libros o velocidad. Reflexiones sobre el oficio editorial*. México: FCE, 2005.

Ringewaldt, T. M. *Manual para libreros*. Barcelona: Herder, 2000.

Sagastizábal, Leandro de y Fernando Estévez Fros, comps. *El mundo de la edición de libros*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

Sánchez, Carlos. *Cómo se hace un libro*. México: Continental, 1986.

Schiffrin, André. *La edición sin editores*. México: Era, 2001.

Smith, Datus C. *Guía para editores*. Buenos Aires: Bowker Editores, 1986.

Tusquets, Esther. *Confesiones de una editora poco mentirosa*. Barcelona: RqueR, 2005.

Unsel, Siegfried. *El autor y su editor*. Madrid: Taurus, 2004.

Zavala, Lauro. *De la investigación al libro. Estudios y crónicas de bibliofilia*. México: UNAM, 2007.

Zavala Ruiz, Roberto. *El libro y sus orillas. Tipografía, originales, redacción, corrección de estilo y de pruebas*. 3ª ed. México: UNAM, 2006.

Web:

Cámara nacional de la industria editorial mexicana. <http://caniem.mx/descargas/descargas.php>

Benchimol, Daniel. Proyecto451. <https://www.proyecto451.com/>



UNIDAD DE APRENDIZAJE
PROCESOS PARA LA IMAGEN DIGITAL

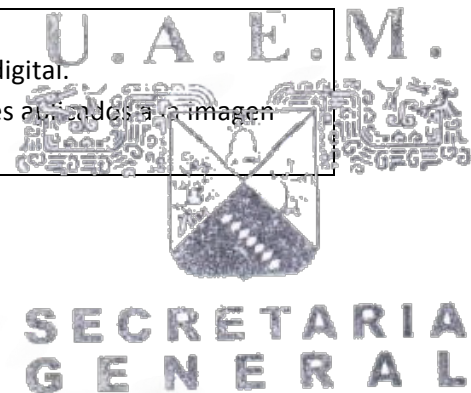
Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Proceso para la imagen digital				Ciclo de formación: Profesional Eje de formación: Especialización Semestre: 4to semestre			
Elaborada por: Óscar Iván Dorado Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 4 de noviembre de 2022			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	1	3	4	5	Curso- taller	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Procesos para la Imagen Digital es un curso-taller técnico-práctico en donde se exploran las posibilidades que ofrecen los soportes digitales para la captura, producción, post producción y distribución de los diversos formatos existentes, tomando como plataforma principal la imagen fotográfica. Durante el curso se brinda y presenta un amplio abanico de herramientas virtuales integradas en tres principales programas de la paquetería de *Adobe* como lo son *Photoshop*, *Lightroom* y *Premiere*. Al mismo tiempo, al interior del curso-taller constantemente se discute, reflexiona y problematiza el rol que juegan las plataformas digitales y cómo limitan o transforman nuestra producción, consumo y percepción de las mismas. El objetivo principal de este curso-taller es abrir nuevas rutas de trabajo creativas que empujen las motivaciones personales del tallerista a través de una serie de diversos ejercicios restrictivos y detonadores creativos que pondrán en práctica los conocimientos adquiridos durante las sesiones.

PROPÓSITOS

- Generales:
- Proporcionar herramientas para la producción y postproducción de la imagen digital.
 - Estimular un pensamiento lógico y creativo para la solución de problemas reales asociados a la imagen digital.



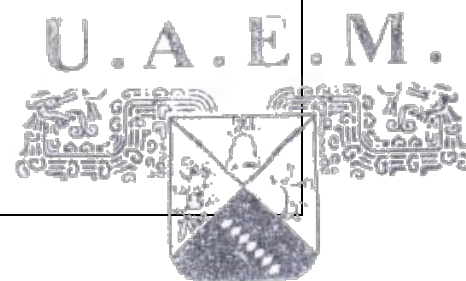
- Profundizar en el manejo de paquetería digital para la realización de proyectos de carácter visual en soportes digitales.

Particulares:

- Incentivar la producción de proyectos personales que empleen las herramientas adquiridas.
- Promover una profunda reflexión y problematización sobre las implicaciones que sostiene la imagen digital en nuestra producción.
- Ofrecer un panorama actualizado sobre los soportes, formatos y tendencias bajo las cuales se rige la imagen digital en las distintas plataformas editoriales.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

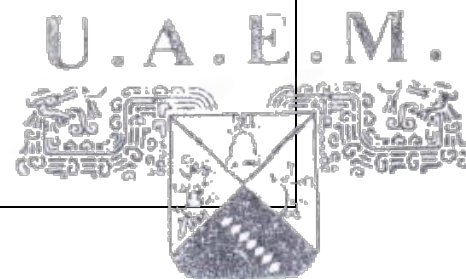
Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita c. Aprendizaje estratégico d. Razonamiento lógico-matemático
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Cuidado de sí ● Orientación al logro ● Gestión emocional ● Apertura a la experiencia ● Relación con otros/as c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información ● Comunicación y colaboración en línea ● Creación de contenidos digitales ● Seguridad en la red ● Resolución de problemas técnicos d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Integridad personal ● Comunicación en un segundo idioma ● Emprendimiento



Competencias laborales	
Competencias específicas disciplinares	
<ul style="list-style-type: none"> ● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado. ● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados ● Coordina y supervisa proyectos editoriales para alcanzar productos editoriales generando estrategias de gestión ● Analiza contextos de producción editorial para crear estrategias valorando la pertinencia de las propuestas que recibe ● Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras. 	
Competencias transferibles para el trabajo	
<p>Digitales para el trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación. <p>Socioemocionales para el trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial. <p>Competencias para el trabajo transdisciplinar</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial. <p>Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales. 	

CONTENIDOS

Bloques	Temas
Formatos	Analógicos Digitales
Fotografía	Iluminación y registro Fotografía de retrato Fotografía de producto
Lightroom	Introducción



Bloques	Temas
Photoshop	Edición y retoque Introducción Collage Digital Animación
Premiere	Introducción Ritmo Narrativa Edición y montaje Corrección de color
Soportes Digitales	Impresión Digital Serigrafía Redes Sociales
Proyectos Digitales	Planteamiento Elaboración Presentación

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(x)	Análisis de textos	(x)
Trabajo colaborativo	(x)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	()
Ensayo	(x)	Taller	(x)
Mapas conceptuales	()	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	(x)	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	(x)	Reporte de lectura	()
Trípticos	()	Exposición oral	()
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	()	Experimentación (prácticas)	(x)
Debate o Panel	()	Trabajos de investigación documental	()
Lectura comentada	()	Anteproyectos de investigación	()

Seminario de investigación	()	Discusión guiada	(x)
Estudio de Casos	(x)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	()
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	(x)	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	(x)	Método de proyectos	(x)
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	(x)	Actividades generadoras de información previa	(x)
Organizadores previos	()	Exploración de la web	(x)
Archivo	(x)	Portafolio de evidencias	(x)
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(x)	Enunciado de objetivo o intenciones	(x)
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Análisis de texto o ensayos	15%
Ejercicios prácticos	50%
Proyecto final	35%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Posgrado en un área afín a la producción editorial y/o experiencia profesional suficiente.

REFERENCIAS

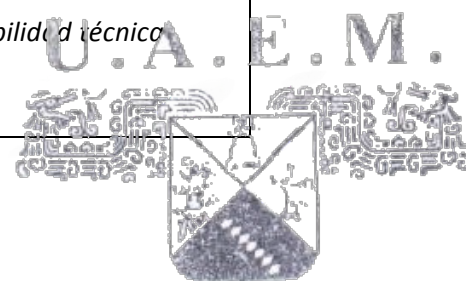
Básicas:

Jameson, Friedrich. (2005). *Arquitecturas del Futuro*. Ediciones Akal.

McLuhan, Marshall. (1967). *El medio es el mensaje*. Bantam.

Benjamin, Walter. (1936). *La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica*. Zeitschrift für Sozialforschung.

Byrne, David. (2017). *¿Cómo funciona la música?*. Sexto Piso





UNIDAD DE APRENDIZAJE
PRODUCCIÓN Y PREPrensa

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Producción y preprensa				Ciclo de formación: Profesional Eje de formación: Especialización Semestre: Cuarto semestre			
Elaborada por: Zazilha Lotz Cruz García Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: 12 de enero de 2023			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	1	3	4	5	Curso-taller	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

En este curso-taller se aprenderán los principales sistemas de impresión con los cuales se pueden reproducir materiales gráficos y editoriales; se conocerán las etapas de producción, así como los diferentes recursos y características visuales, técnicas y materiales a los que se puede recurrir y que se deben cuidar en todo proceso de impresión.

El estudiantado sabrá plantear y definir las características de impresión de un proyecto editorial, coordinar y gestionar el proceso de producción, y preparar los materiales necesarios en el proceso de preprensa. El objetivo principal es que los y las estudiantes planeen y realicen las maquetas impresas del producto editorial que realizan como proyecto terminal del posgrado.



PROPÓSITOS

- Aprender las principales técnicas y sistemas de impresión, así como sus características.
- Aprender los diferentes procesos que conlleva la producción de materiales impresos.
- Calcular y solicitar cotizaciones para la impresión de diversos materiales gráficos y editoriales.
- Aprender los diferentes recursos visuales, técnicos y materiales que implica el proceso de impresión.
- Preparar archivos para impresión de manera completa y adecuada.
- Realizar actividades prácticas de impresión.
- Planear, gestionar y realizar las maquetas impresas de los proyectos editoriales de las y los estudiantes.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none">a. Lectura, análisis y síntesisb. Comunicación oral y escritac. Aprendizaje estratégicod. Razonamiento lógico-matemático
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none">a. Cognitivas-metacognitivas<ul style="list-style-type: none">● Resolución de problemas● Pensamiento crítico● Creatividadb. Socioemocionales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Trabajo colaborativo● Cuidado de sí● Orientación al logro● Gestión emocional● Apertura a la experiencia● Relación con otros/asc. Digitales genéricas<ul style="list-style-type: none">● Búsqueda, valoración y gestión de información

- Comunicación y colaboración en línea
- Creación de contenidos digitales
- Resolución de problemas técnicos

d. Socioculturales genéricas

- Integridad personal
- Interculturalidad
- Responsabilidad social y ciudadana
- Aprecio por la vida y la diversidad
- Emprendimiento

Competencias específicas disciplinares

- Diseña productos editoriales para satisfacer las expectativas contemporáneas usando tecnología informática específica en su ramo.
- Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados.
- Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales con otros por medio de la gestión de proyectos u obras.

Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

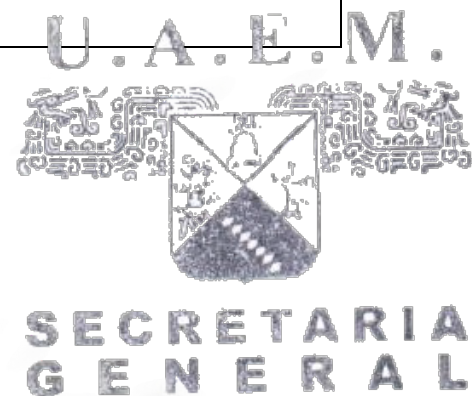
- Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

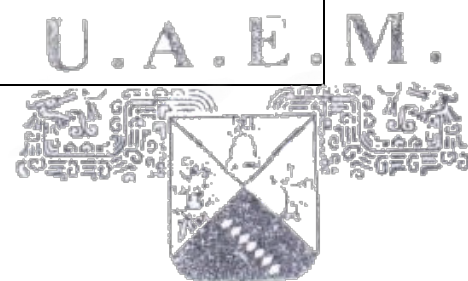
Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.



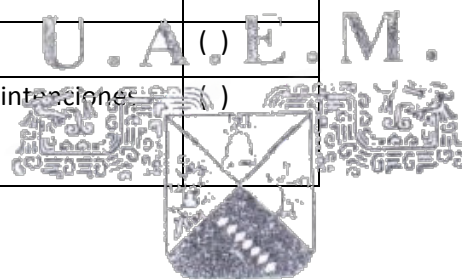
CONTENIDOS

Bloques	Temas
<i>Impresión</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Definición de impresión - Tipos de impresión: de línea, separación y selección de color - Terminología básica - Etapas de producción: preprensa, prensa y postprensa - Especificaciones de impresión - Proveedores de impresión - Cálculo y solicitud de cotizaciones
<i>Sistemas de impresión</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sistemas tradicionales: grabado, impresión tipográfica, litografía, offset, flexografía, rotograbado, serigrafía... - Sistemas digitales: risografía, inyección de tinta...
<i>Soportes</i>	<ul style="list-style-type: none"> - El papel y sus principales características - Tamaños estandarizados de papel - Formatos y tamaños de las publicaciones impresas
<i>Preprensa</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de reproducción visual: tono continuo, alto contraste y medio tono - Tipos de imagen; digitalización y resolución de imágenes - Formatos digitales de entrada y salida - Semitono: tramas, formas y tipos de punto; lineaturas; canales y planchas - Gestión de color: modos y perfiles de color - Tintas directas o <i>spot</i> - Tipos de negro (negro enriquecido) - Sobreimpresión y reventado - Sangrados y marcas para impresión - Preparación de archivos para impresión - Imposición de páginas - Pruebas de impresión - Creación de matrices
<i>Postprensa</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Acabados: encuadernación, laminados, barnices, suajes... - Tipos de encuadernación



ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(x)	Análisis de textos	()
Trabajo colaborativo	(x)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	()
Ensayo	()	Taller	(x)
Mapas conceptuales	()	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	(x)	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	()	Reporte de lectura	()
Trípticos	()	Exposición oral	(x)
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(x)	Experimentación (prácticas)	(x)
Debate o panel	()	Trabajos de investigación documental	()
Lectura comentada	(x)	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	()
Estudio de casos	(x)	Organizadores gráficos (diagramas, etc.)	()
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	(x)	Método de proyectos	()
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado)	(x)	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	(x)
Archivo	()	Portafolio de evidencias	()
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(x)	Enunciado de objetivo o intenciones	()



Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras): Visita a una imprenta.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Ejercicios	50%
Exposición	10%
Proyecto final	30%
Participación en clase	10%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Maestro o Maestra en Producción Editorial o áreas afines con experiencia en diseño e impresión de materiales gráficos y editoriales.

REFERENCIAS

Básicas:

Ambrose, Gavin y Paul Harris. *Impresión y acabados*. Barcelona: Parramón, 2011.

_____. *Manual de producción. Guía para diseñadores gráficos*. Barcelona: Parramón 2008.

Foster, John. *Papel y tinta. Un catálogo de técnicas, métodos y materiales para imprimir*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2015.

Gatter, Mark. *Manual de impresión para diseñadores gráficos*. Barcelona: Parramón, 2011.

Haslam, Andrew. *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona: Blume, 2013.

Ruiz Velasco, Claudio. *Preprensa*. México: Ediciones Corondel, 2013.

Complementarias:

Caldwell, Cath y Yolanda Zapaterra. *Diseño editorial. Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales*. Barcelona: Gustavo Gili, 2014.

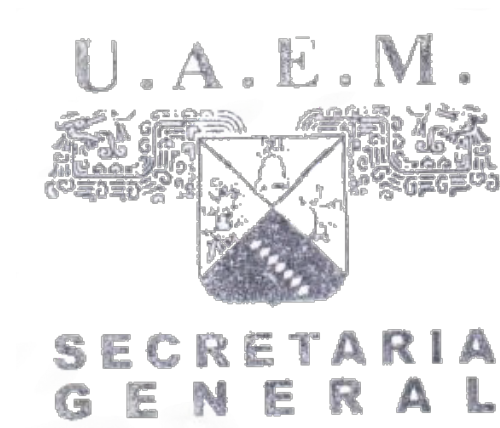
Clair, Colin. *A Chronology of printing*. Nueva York: Frederick A. Praeger Publishers, 1969.

De Buen Unna, Jorge. *Manual de diseño editorial*. 3ª edición. Asturias: Ediciones Trea, 2008.

Haslam, Andrew. *Lettering: a reference manual of techniques*. Londres: Lawrence King, 2011.

Rivers, Charlotte. *Cómo hacer tus propios libros. Nuevas ideas y técnicas tradicionales para la creación artesanal de libros*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2015.

Ross, John y Claire Romano. *The Complete Printmaker*. Nueva York: Macmillan Publishing, 1972.



UNIDAD DE APRENDIZAJE
SELECCIÓN DE CONTENIDOS

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Selección de contenidos				Ciclo de formación: Básico Eje de formación: Básico Semestre: Primer semestre			
Elaborada por: Lucille Herrasti Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: enero de 2023 Fecha de revisión y actualización: NA			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	2	1	3	4	Curso	Teórico-práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

Esta materia proporcionará a los alumnos y las alumnas las herramientas necesarias para establecer criterios que permitan llevar a cabo la selección y conformación de contenido en el ámbito editorial. Durante la materia se abordarán temas relacionados con el proceso comunicativo visto desde una perspectiva lingüística, fundamentalmente semántico-pragmática, así como temas relacionados con las macro estructuras que definen a diversos textos. Lo anterior sentará las bases para que los alumnos puedan establecer las necesidades de contenido y forma de diversos textos.

PROPÓSITOS

Que los alumnos y las alumnas adquieran la sensibilidad necesaria y las herramientas para poder elegir contenidos editoriales acordes con los objetivos planteados para su producto. Que el contenido sea cohesionado, coherente y que abarque las partes necesarias y suficientes para el tipo de producto a desarrollar.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita c. Aprendizaje estratégico d. Razonamiento lógico-matemático
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Orientación al logro ● Apertura a la experiencia ● Relación con otros/as c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Integridad personal ● Comunicación en un segundo idioma ● Emprendimiento
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado. ● Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción ● Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados ● Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético ● Colabora en grupo para integrarse en la creación de productos editoriales coherentes por medio de la gestión de proyectos u obras.

Competencias transferibles para el trabajo

Socioemocionales para el trabajo

- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

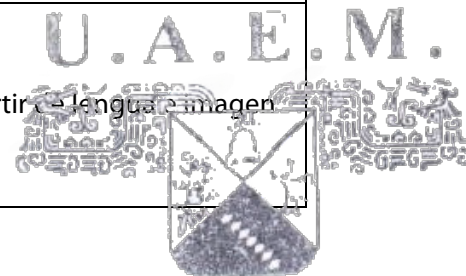
- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

Competencias para el aprendizaje a lo largo de la vida laboral

- Se adapta a las necesidades del entorno para gestionar productos editoriales de acuerdo con la situación y demanda del mercado, por medio del diagnóstico de éste y, a partir de ello, la planeación, creación y producción de los proyectos editoriales.

CONTENIDOS

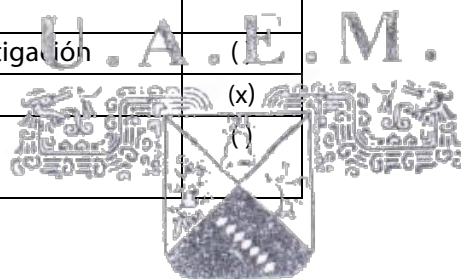
Bloques	Temas
I. Lingüística y contenido	1.1-El contenido 1.2-Lingüística y sus áreas de estudio 1.3-El modelo comunicativo 1.3.1-propuestas 1.3.2-marcos teóricos
II. La semántica y la pragmática	2.1-El papel de la semántica y la pragmática en el acto comunicativo 2.2-Lo real y lo posible 2.3-La segmentación de los mundos 2.4-Extensión e intensión 2.5-Prototipos y procesos de segmentación de los mundos
III. El emisor	3.1-El emisor y su papel en el acto comunicativo 3.2-Tipos de emisores 3.3-El emisor y el acto locutivo e ilocutivo 3.4-El emisor, lo literal y lo inferido
IV. Lengua e imagen transmisiones comunicativas a través de construcciones referenciales	4.1-La lengua y la referencia 4.2-La imagen y la referencia 4.3-La construcción referencial a partir de lengua e imagen



V. El receptor	5.1-El papel del receptor ¿pasivo? 5.2- El receptor y el acto perlocutivo 5.3-Complemento perceptivo 5.4-La decodificación 5.5-El principio de acomodación 5.6-La teoría de la relevancia
VI. Sintaxis textual /discurso escrito	6.1-¿Qué es la sintaxis? 6.2-¿Qué es un texto? 6.3-Textualidad: adecuación, cohesión y coherencia 6.4-El contexto 6.5-Estructura y orden del contenido
VII. Los géneros discursivos y su forma de organización	7.1-Géneros y sus características 7.2-La narración y la descripción 7.3 -Argumentación y explicación 7.4- El diálogo/entrevista

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Nemotecnia	()
Estudios de caso	()	Análisis de textos	(x)
Trabajo colaborativo	(x)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	()
Ensayo	()	Taller	()
Mapas conceptuales	(x)	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	(x)	Elaboración de síntesis	(x)
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	(x)	Reporte de lectura	()
Trípticos	()	Exposición oral	(x)
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(x)	Experimentación (prácticas)	()
Debate o Panel	(x)	Trabajos de investigación documental	()
Lectura comentada	(x)	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	(x)
Estudio de Casos	()	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	()



Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	(x)
Ejercicios prácticos (series de problemas)	()	Método de proyectos	(x)
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	()	Actividades generadoras de información previa	(x)
Organizadores previos	()	Exploración de la web	()
Archivo	()	Portafolio de evidencias	()
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(x)	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Crterios	Porcentaje
Tareas	30%
Examen	30%
Trabajo final	40%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Profesora o profesor con experiencia y conocimiento en construcción de significados a nivel discursivo. Estudios de maestría o doctorado en literatura, comunicación y/o lingüística u otros relacionados con la transmisión de significados.

REFERENCIAS

Básicas:

- Austin, John (1971), *Como hacer cosas con palabras*, Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1970), "Introducción al Análisis Estructural de los Relatos" en *Análisis Estructural de los Relatos*, Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.
- Baldinger, K. (1980) *Semantic Theory: Towards a Modern Semantics*, Oxford: Blackwell.
- Bosque, I. (1998), "La competencia Gramatical" en *Filosofía del Lenguaje: Semántica 1*, Juan José Acero Ed. Valladolid: Trotta. *Introduction to Semantics*, Cambridge, M.A.: MIT Press.

Frege, G. (1892), "Sobre sentido y referencia". En *Estudios de Semántica*. Barcelona: Ariel, 1973. p. 49-84.

Foucault, M. (2005), *El orden del discurso*. Argentina: TusQuets.

Kempson, Ruth (1982), *Teoría Semántica*. Barcelona: Teide.

Levinson, S. (1983), *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lyons, J. (1997), *Semántica Lingüística*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.

Lyons, John (1983), *Lenguaje Significado y Contexto*, Barcelona: Paidós Ibérica.

Malmberg, Bertil (1985), *Introducción a la Lingüística*, Madrid: Cátedra

Martinich, A.P. (2008), *The Philosophy of Language*, Oxford: Oxford University Press.

Morris, Ch. (1985), *Fundamentos de la Teoría de los Signos*, Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.

Searle, J.R. (1969), *Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.

Van Dijk, T.A. (1980) *Texto y Contexto*, Madrid: Cátedra.

----- (2000) *El Discurso Como Estructura y Proceso*, Barcelona: Gedisa.

Complementarias:

Ávila, Raúl (1977), *La Lengua y los Hablantes*, México: Trillas.

Clark, E. (1993), *The Lexicon in Adquisition*, Cambridge: University Press.

Coseriu, E. (1991), *Principios de Semántica estructural*, Madrid: Gredos.

Chierchia, G. y McConnell-Ginet, S. (1990), *Meaning and Grammar: An*

Quine, W (1960), *Word and Object*. Cambridge: MIT Press.

Lappin (1996), *The Handbook of Contemporary Semantic Theory*. Oxford: Blackwell.

Saeed, John (1997), *Semantics*, Oxford: Blackwell.

Williams, Edwin (1994), *Thematic Structure in Syntax*. Cambridge: MIT Press

UNIDAD DE APRENDIZAJE

TIPOGRAFÍA

Unidad académica: Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales							
Programa educativo: Maestría en Producción Editorial							
Unidad de aprendizaje: Tipografía				Ciclo de formación: Básico Eje de formación: Básico Semestre: Segundo			
Elaborada por: Dra. Percy Valeria Cinta Dávila Actualizada por: NA				Fecha de elaboración: noviembre de 2022			
Clave	Horas teóricas	Horas prácticas	Horas totales	Créditos	Tipo de unidad de aprendizaje	Carácter de la unidad de aprendizaje	Modalidad
NA	1	2	3	4	Curso-taller	Teórico-Práctico	Presencial
Programa educativo en el que se imparte: Maestría en Producción Editorial							

PRESENTACIÓN

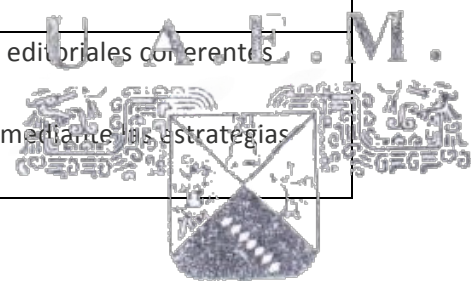
El curso de Tipografía tiene como objetivo la formación de profesionales para el desarrollo de soluciones editoriales mediante la correcta interpretación tipográfica, a través del conocimiento de aspectos conceptuales, formales y tecnológicos para su correcta aplicación, lo que permite la construcción y elaboración de proyectos que se vinculan con la comunicación, información, identidad y cultura.

PROPÓSITOS

- Ejercitar la interacción de la tipografía con las piezas en las que se aplica, para optimizar con base en la función que deba cumplir.
- Profundizar en la problemática de la selección tipográfica en función del uso previsto.
- Emplear normas ortotipográficas como herramientas apropiadas para la correcta interpretación del mensaje.
- Reflexionar por medio de una dinámica participativa y enfocada a la producción, sobre las particularidades de la construcción de un proyecto editorial con perspectiva tipográfica.
- Comprender la complejidad del uso tipográfico a partir de la relación entre factores históricos, culturales y los saberes de distintas disciplinas.

COMPETENCIAS QUE CONTRIBUYEN AL PERFIL DE EGRESO

Competencias básicas
<ul style="list-style-type: none"> a. Lectura, análisis y síntesis b. Comunicación oral y escrita c. Aprendizaje estratégico d. Razonamiento lógico-matemático
Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> a. Cognitivas-metacognitivas <ul style="list-style-type: none"> ● Resolución de problemas ● Pensamiento crítico ● Creatividad b. Socioemocionales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Trabajo colaborativo ● Cuidado de sí ● Orientación al logro ● Gestión emocional ● Apertura a la experiencia ● Relación con otros/as c. Digitales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda, valoración y gestión de información ● Comunicación y colaboración en línea ● Creación de contenidos digitales ● Seguridad en la red ● Resolución de problemas técnicos d. Socioculturales genéricas <ul style="list-style-type: none"> ● Integridad personal ● Comunicación en un segundo idioma ● Interculturalidad ● Responsabilidad social y ciudadana ● Aprecio por la vida y la diversidad ● Emprendimiento
Competencias laborales
Competencias específicas disciplinares
<ul style="list-style-type: none"> ● Genera y organiza contenidos escritos y/o gráficos para desarrollar productos editoriales coherentes identificando y analizando necesidades del mercado. ● Crea diseños para generar productos editoriales con plena unidad de sentido mediante las estrategias visuales adecuadas.



- Diagnóstica problemas del ámbito editorial para proponer soluciones analizando las condiciones de producción.
- Produce contenidos editoriales claros, precisos y correctos para la consecución de materiales impresos y digitales atendiendo con cuidado todos los procesos editoriales implicados
- Crea productos editoriales para fomentar y difundir la cultura con responsabilidad social y compromiso ético.

Competencias transferibles para el trabajo

Digitales para el trabajo

- Aplica competencias ofimáticas para la elaboración de documentos de texto y presentaciones, a través del manejo de las paqueterías.
- Implementa competencias para la elaboración de productos editoriales, a través del manejo de programas especializados de edición, diseño y maquetación.

Socioemocionales para el trabajo

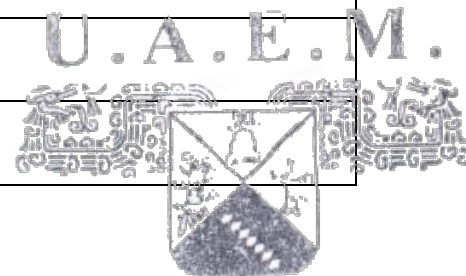
- Colabora en grupos de trabajo para desarrollar el proyecto de tesis y solventar las necesidades generadas por medio de la creación de su producto editorial.

Competencias para el trabajo transdisciplinar

- Organiza los contenidos necesarios en la producción de una publicación editorial para garantizar que el producto cubra las necesidades del mercado, a través de una adecuada planeación, cuidado y gestión editorial.

CONTENIDOS

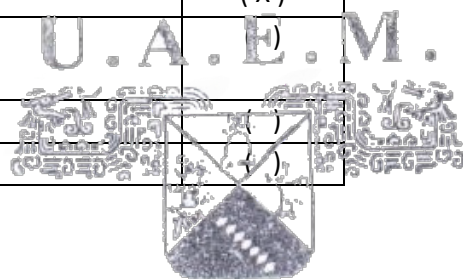
Bloques	Temas
1. Fundamentos e historia tipográfica	1.1 De la gruta Cosquer al alfabeto 1.2 Representación tipográfica: técnicas, soportes e instrumentos 1.3 Caligrafía y tipografía 1.4 Función sintáctica, semántica y pragmática.
2. Anatomía de la letra	2.1 Morfotipografía: elementos estructurales 2.2 Renglón tipográfico
3. Tipometría y sus fundamentos	3.1 Origen 3.2 Unidades y proporciones
4. Clasificación de los tipos	4.1 Descripción y clasificación 4.2 Bringhurst, Thibaudeau, Vox y Atypl
5. Kerning y tracking	5.1 Ritmo tipográfico 5.2 Color tipográfico



Bloques	Temas
6. Normas de composición	6.1 Uso de los atributos formales 6.1.1 Variables: peso, proporción contraste, modulación 6.2 Jerarquía 6.3 La legibilidad 6.4 Longitud de línea e interlineado 6.5 Cálculo tipográfico y el espacio requerido 6.6 Ortotipografía 6.7 Macrotipografía y microtipografía
7. Gestión de fuentes	7.1 Diferencias técnicas. <i>Truetype</i> y <i>Opentype</i> 7.2 Caracteres especiales
8. El texto y la puesta en página	8.1 Uso y comportamiento tipográfico 8.2 Impresión y reproducción de tipos 8.3 <i>Pixel</i> y el texto en pantalla

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	()	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(X)	Análisis de textos	(X)
Trabajo colaborativo	(X)	Seminarios	()
Plenaria	()	Debate	(X)
Ensayo	(X)	Taller	()
Mapas conceptuales	()	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	(X)	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	()	Monografía	()
Práctica reflexiva	(X)	Reporte de lectura	(X)
Trípticos	()	Exposición oral	(X)
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(X)	Experimentación (prácticas)	(X)
Debate o Panel	(X)	Trabajos de investigación documental	(X)
Lectura comentada	(X)	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	(X)
Estudio de Casos	(X)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	()
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	()	Analogías	()



Ejercicios prácticos (series de problemas)	(X)	Método de proyectos	()
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	(X)	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	()
Archivo	()	Portafolio de evidencias	(X)
Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(X)	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras):			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Participación en clase y trabajos del curso	30%
Proyecto editorial aplicado	40%
Evaluación escrita	30%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESOR

Profesora o profesor con nivel maestría en Diseño y/o disciplinas afines a la gestión de proyectos editoriales, con trayectoria docente y en actividades de investigación o diseño curricular; experiencia profesional mínima de cinco años relacionados con el diseño editorial y preferentemente con práctica en la dirección de equipos de trabajo colaborativos.

REFERENCIAS

<p>Básicas</p> <p>Álvarez, R. M. (2013). <i>Ortotipografía para diseñadores</i>. Barcelona: GG.</p> <p>Kane, J., & Dávila, M. (2005). <i>Manual de tipografía</i>. Barcelona: Gustavo Gili.</p> <p>Lupton, E. (2011). <i>Pensar con tipos: Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores</i>. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.</p> <p>Müeller-Brockmann, J., Andrés, A. R., & Cavadas, F. P. (1982). <i>Sistemas de retículas: Un manual para diseñadores gráficos = Sistemas de grelhas: Un manual para desenhistas gráficos</i>. Barcelona: Gustavo Gili.</p>
<p>Complementarias</p> <p>Calles, F. (2003). <i>Ensayos sobre diseño tipográfico en México</i>. México, D.F.: Asociación Mexicana de Escuelas de Diseño Gráfico, A.C.</p>

Cheng, K. (2006). *Diseñar tipografía*. España: Gustavo Gili.

De, B. U., & Scaglione, J. (2011). *Introducción al estudio de la tipografía*. Gijón (Asturias): Trea.

Jennings, S. (2011). *Tipos de la calle: Un alfabeto urbano*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

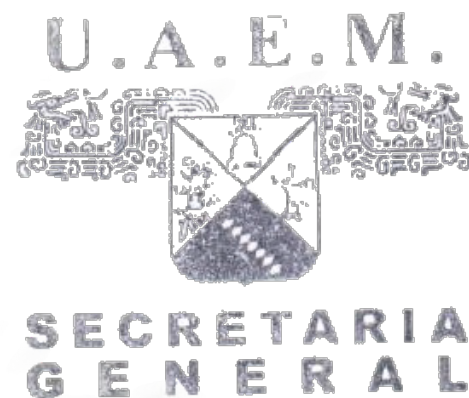
Lupton, E. (2014). *Tipografía en pantalla: Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, bloggers y estudiantes*. Barcelona: Gustavo Gili.

Pohlen, J. (2011). *Fuente de letras: (sobre tipos de letra)*. Köln: Taschen.

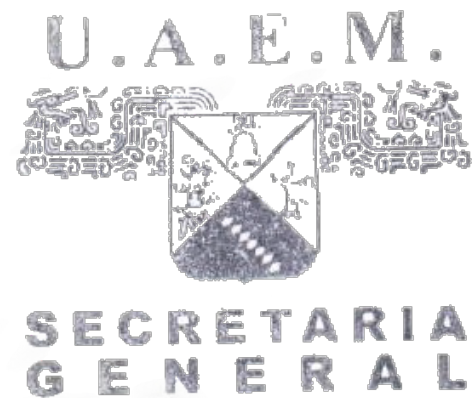
Unger, G., & Jansen, E. M. (2009). *¿Qué ocurre mientras lees?: Tipografía y legibilidad*. Valencia: Campgràfic.

Willberg, H. P., & Forssman, F. (2003). *Primeros auxilios en tipografía: Consejos para diseñar con tipos de letra*. Barcelona: GG.

Laboratorio de tipografía. (8 de junio de 2021). *Kerning. Capítulo 7, primera temporada. Invitado: David Kimura*. Youtube <https://youtu.be/1P9YBQ6cusU>



ANEXO 4:
SIGLAS



ANUIES	Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior
CAI	Comisión Académica Interna
Caniem	Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
CICSER	Centro de Investigación en Ciencias Sociales y Estudios Regionales
CIIHu	Centro Interdisciplinario de Investigación en Humanidades
CIESAS	Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social
CIP	Consejo Interno de Posgrado
Conacyt	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
Conahcyt	Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías
CRIM	Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias
CUPIA	Consejo de Universidades Públicas e Instituciones Afines
CV	Curriculum vitae
DGTIC	Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación
EULAC	Editores Universitarios de América Latina y el Caribe
FCE	Fondo de Cultura Económica
IEEM	Instituto Electoral del Estado de México
IIHCS	Instituto de Investigación en Humanidades y Ciencias Sociales
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
Indautor	Instituto Nacional del Derecho de Autor
IIE	Instituto de Investigaciones Eléctricas
INE	Instituto Nacional Electoral
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INSP	Instituto Nacional de Salud Pública
IMTA	Instituto Mexicano de Tecnología del Agua
LAC	Línea de Aplicación del Conocimiento
LGAC	Línea de Generación y Aplicación del Conocimiento
MIEG	Módulo de Indicadores Educativos y de Gestión
MPE	Maestría en Producción Editorial
NA	Núcleo Académico
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
PE	Plan de Estudios
PED	Plan Estatal de Desarrollo
PIDE	Plan Institucional de Desarrollo



PFCE	Programa de Fortalecimiento de la Calidad Educativa
PIFI	Programa Integral de Fortalecimiento Institucional
PNPC	Programa Nacional de Posgrados de Calidad
PITC	Profesor investigador de tiempo completo
Profocie	Programa de Fortalecimiento de la Calidad en Instituciones Educativa
Promep	Programa de Mejoramiento del Profesorado
PTC	Profesores de tiempo completo
Redalyc	Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe
SEP	Secretaría de Educación Pública
SNI	Sistema Nacional de Investigadores
SNP	Sistema Nacional de Posgrados
TIC	Tecnologías de la información y la comunicación
UAB	Universidad Autónoma de Barcelona
UADY	Universidad Autónoma de Yucatán
UAEM	Universidad Autónoma del Estado de Morelos
UAEMex	Universidad Autónoma del Estado de México
UAM	Universidad Autónoma Metropolitana
UAMa	Universidad Autónoma de Madrid
UCM	Universidad Complutense de Madrid
UDP	Universidad Diego Portales
UIA	Universidad Iberoamericana
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
Unesco	Organización de las Naciones Unidas para la Educación
UPFB	Universidad Pompeu Fabra Barcelona
UPN	Universidad Pedagógica Nacional
UV	Universidad Veracruzana

