

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
Facultad de Filosofía y Letras

Departamento: Edición

Código N°: 0916

Materia: Informática Aplicada a la Administración Editorial

Régimen de Promoción: PD

Modalidad de Dictado: Ajustado a lo dispuesto por REDEC-
2024-2526-UBA-DCT#FFYL

Profesor: Martín Gonzalo Gómez Cuatrimestre: Primero

Año: 2025

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DEPARTAMENTO DE EDICIÓN

CÓDIGO Nº 0916

MATERIA: INFORMÁTICA APLICADA A LA ADMINISTRACIÓN
EDITORIAL

MODALIDAD DE DICTADO: Ajustado a lo dispuesto por REDEC-
2024-2526-UBA-DCT#FFYL

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN: PROMOCIÓN DIRECTA CARGA HORARIA:
96 HORAS
1º CUATRIMESTRE 2025

PROFESOR: GÓMEZ, MARTÍN GONZALO

TEMA DEL PROGRAMA: PRODUCCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y
GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA EMPRESA EDITORIAL

■ FUNDAMENTACIÓN

La materia “Informática aplicada a la administración editorial” abarca un área fundamental dentro del campo editorial: la producción, administración y gestión de la información, un insumo clave tanto para la investigación y el análisis de la actividad como para el desarrollo de iniciativas de las más diversas características culturales, tecnológicas y organizativas. Los cambios sistémicos que se han puesto en marcha en los últimos años dentro de la actividad editorial y en el campo de la tecnología y la comunicación dan cuenta de la centralidad de esta materia para adquirir saberes y destrezas indispensables para la profesión. Por ello también resulta importante trabajar en su actualización continua.

La materia se origina como “Principios de automatización” en el primer plan de estudios de la carrera (Técnico en Edición, res. CS 2160/91) y luego al reformarse el plan pasa a ser “Informática aplicada a la administración editorial” (Editor, res. CS 5294/97), siguiendo los usos conceptuales propios de finales del siglo XX. Ya en el siglo XXI, hacia el año 2008, se plantea una actualización de contenidos para el primer proyecto de “Licenciatura en Edición” que se presenta en la carrera (res. CD 3762/08). Con la activa participación de la cátedra, conducida entonces por la prof. Inés Casanovas, se proponen nuevos contenidos mínimos para contemplar los avances en nuevas tecnologías de información y comunicación, y la integración de estas herramientas con áreas de comercialización y gestión editorial.

Desde el año 2011 se profundiza en la actualización del objeto de estudio y de los contenidos a partir de la investigación sobre nuevos emprendimientos editoriales, la integración de conceptos de estadística y gestión de proyectos, y la correspondiente actualización de los trabajos prácticos. Estos avances se acompañaron con el desarrollo de investigaciones acreditadas por la Facultad de Filosofía y Letras (res. CD 1028/14).

A partir de 2018, la cátedra, ahora conducida por el prof. Martín G. Gómez, profundiza su inserción en los debates disciplinares de los estudios editoriales, y se integra a una red de investigación sustentada por proyectos propios y eventos de transferencia de conocimientos con acreditación institucional (res. CD 2830/16). A esto suma la producción de nuevos materiales de estudio que incorporan avances en gestión de proyectos, estadística aplicada, gestión de información y organización empresarial, con orientación específica a la edición.

Esta permanente evolución conjunta del área de saberes y la asignatura, con foco en nuevas vinculaciones entre tecnología y gestión, lleva al equipo de conducción de la cátedra a impulsar, hacia el año 2019, su propuesta de redefinición y actualización de contenidos y de la propia nominación de la materia, para enfocarse propiamente en el objeto de estudio: la “Gestión de la información editorial” (res. CD 1570/19). Entendemos que esto, en el marco de una disciplina pujante como son los estudios editoriales, se corresponde con un necesario estatus de licenciatura. Una propuesta histórica de la cátedra que vuelve a reponerse en el año 2024 en el marco de los renovados debates sobre el plan de estudios de la carrera.

Hoy, los estudios editoriales constituyen una disciplina en el marco de las ciencias sociales, que se vincula con una práctica que integra saberes profesionales con problemáticas tecnológicas, sociales y culturales, y que requiere una continua actualización en función de las nuevas estrategias, recursos y perspectivas que acontecen en el ámbito de la producción cultural. Resulta clave considerar estos nuevos desafíos que se plantean en torno al acceso a la cultura y la información, donde la producción, la gestión, la economía y las políticas editoriales median entre la producción intelectual-cultural y la comunidad de lectura.

La diversidad de los emprendimientos editoriales, en combinación con las características particulares del mercado de bienes simbólicos, crea las condiciones para una creciente diversificación de la producción, sus actores y recursos administrativos y tecnológicos. Esta diversidad promueve formas organizativas y metodológicas de trabajo profesional a partir de estrategias novedosas siempre sujetas al cambio y la interacción en el ecosistema de medios. Estos cambios en el sector editorial requieren un estudio permanente para la actualización de los saberes. En este sentido, la materia ocupa un lugar estratégico en la carrera de Edición al abordar temáticas y problemáticas específicas relativas a la gestión de la información editorial para el desarrollo de la institución, empresa u organización.

La propuesta de la materia es introducir en los conceptos y las diversas prácticas de la administración y la gestión de la información editorial a partir de sus formas organizativas y usos tecnológicos. El paradigma de las tecnologías de la información y las comunicaciones ha modificado el concepto de administración de recursos, donde interviene una diversidad de herramientas según el tipo de emprendimiento y organización. Su conocimiento, centrado en el campo editorial y sus particularidades, es el fundamento de esta propuesta.

Los datos involucrados en los procesos del trabajo editorial, los registros administrativos y el entorno, se expresan, almacenan y comparten en medios digitales. Su gestión se realiza a partir de herramientas estadísticas y se complementa con procesos de visualización. Las operaciones de la administración tradicional se conjugan con nuevas estrategias, métodos y herramientas para el desarrollo organizacional. En este sentido, la dinámica integral del mercado y la actividad específica del campo cultural, en sus múltiples variantes, da cuenta de la necesidad de una gestión global de la información vinculada a la empresa editorial.

Asimismo, la tecnología no focaliza solo en la administración de transacciones de compra y venta de productos o servicios que generan ganancias: promueve a su vez la generación de valor, proyecta escenarios, ofrece asistencia, potencia y diversifica la comunicación con lectores y usuarios, y facilita la relación entre las partes del negocio. Junto con esto, las transacciones en línea potencian la velocidad y flexibilidad de las redes digitales para mejorar las relaciones de mercado y la información para la toma de decisiones.

Todo este conocimiento para compartir y discutir desde la materia se articula desde una perspectiva sistémica. La propuesta es organizar estas dimensiones de acuerdo con ejes conceptuales clave, donde se expresen las distintas temáticas desde un punto de vista que

permita articular un enfoque profesional con una mirada técnica y disciplinar.

■ OBJETIVOS

- Comprender la importancia de la información y su impacto en la edición, su valor para la gestión y la administración editorial en los nuevos escenarios de la comunicación.
- Analizar los requerimientos para el diseño de sistemas de información y evaluar las posibles alternativas de desarrollo y estrategia dentro del campo editorial.
- Modelizar en entornos básicos los registros, documentos y procesos administrativos fundamentales que involucran el funcionamiento de la empresa editorial.
- Evaluar y proyectar desde la estadística y la visualización los análisis y reportes en los sistemas para la toma de decisiones de gestión estratégicas.

■ UNIDADES TEMÁTICAS

1. *Tecnologías de la información y la comunicación en el campo cultural*

Transformaciones sociales, culturales a partir de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Su impacto en el campo editorial. Su carácter de factor central en la constitución de una modalidad de transmisión, por medio del discurso social, de la producción cultural socialmente instituyente. La era digital y la sociedad del conocimiento. Impacto en los negocios y en las organizaciones. Importancia de la gestión de la información. Transversalidad de los cambios en el ámbito productivo. La relación de la tecnología con la producción y la comunicación editorial. Inteligencia artificial en los negocios y la empresa. Aplicaciones del aprendizaje automático y el aprendizaje profundo. La importancia de los datos y su uso en los negocios y en la vida social.

- Bibliografía básica:

- Castells, M. (1997). "La tecnología de la información y la empresa red". *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, vol. I. Madrid, Alianza.
- Gómez, M. G. (2019). "Situación de la edición en el ecosistema de medios". *Edición en construcción. Los estudios editoriales en perspectiva social y cultural*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- Jenkins, H. (2008). "Un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático". *Convergence Culture*. Barcelona, Paidós.
- Martín Serrano, M. (1992). "Los cambios acontecidos en las funciones de la comunicación y en el valor de la información". *Reis*, núm. 57, Madrid.

- Bibliografía complementaria:

- Arsenault, A. y Castells, M. (2008). The structure and dynamics of global multi-media business networks, en *International Journal of Communication*, vol. 2, pp. 707-748.
- Gandara, J. et al. (2007). Efectos de las TIC's en las nuevas estructuras organizativas: de la gerencia vertical a la empresa horizontal, *Negotium*, núm. 3(8), pp. 4-29.
- Román, V. (2015). "Las microempresas y pymes editoriales argentinas frente al desafío de la promoción, venta y distribución de libros a fines del siglo XX y principios del XXI". *História econômica & história de empresas*, vol. 18, núm. 2.
- Tricoci, A. G., Corral, P. A. y Rosenthal, A. M. (2016). "Inversiones en tecnologías de la información y comunicaciones y su impacto en la competitividad". *Visión de Futuro*, año 13, vol. 20, núm. 1, pp. 87-104.

2. Dimensiones de la empresa editorial y sus requerimientos de información

La edición como empresa cultural: formas organizativas, orientaciones culturales, políticas comerciales, construcción de catálogo y uso de tecnologías. Empresas de sector público, privado y tercer sector. Ejes para el análisis de las empresas editoriales según sus objetivos: motivaciones del catálogo, estrategias de desarrollo, vinculación con la comunidad, modalidades y ritmos de producción, y proyección de la producción. El estudio de la información en la empresa editorial. Variables tecnológicas y económicas: factores clave del cambio en el campo editorial. Políticas editoriales, lógicas y estructuras organizacionales, potencia y proyección del catálogo. La globalización de la administración, las estrategias y la gestión en el ámbito editorial. Nuevas formas administrativas en las industrias culturales.

- Bibliografía básica:

- Alonso Erausquin, M. (2004). "Las señas del cambio". *El libro en un libro*. Madrid, Torre.
- Gómez, M. G. y Kessler, C. (2019). "Dimensiones sociales y empresariales de las iniciativas editoriales". *Gestión de la información en la empresa cultural. Tecnologías y recursos para la edición*. Buenos Aires, Biblos.
- Williams, R. (1992). "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales". *Historia de la comunicación*, vol. 2. Barcelona, Bosch.
- Zallo Elguezabal, R. (2017). *Desenredando la economía de la cultura*. Madrid, Periférica.

- Bibliografía complementaria:

- Bourdieu, P. (1995). El mercado de los bienes simbólicos, en *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, Anagrama.
- Drucker, P. F. (1999). "Los desafíos de la información". En *Los desafíos de la administración en el siglo XXI*, pp. 115-155. Buenos Aires, Sudamericana.
- Gettino, O. (1999). *El capital de la cultura*. Buenos Aires, Ciccus.
- Gómez, M. G. (2013). *Producción y mediación editorial. El rol social y cultural de la edición como factor constitutivo de las sociedades contemporáneas*. Buenos Aires, MICA.

3. Fundamentos del enfoque sistémico aplicado a la organización editorial

Definición de sistema. Introducción al pensamiento sistémico como fundamento teórico y epistemológico de la información. Uso transdisciplinar. Características específicas de los sistemas abiertos. Relación entre "estructura" y "procesos funcionales". La información como comunicación entre las partes de la organización. Análisis sistémico de problemas con visión integradora, de lo macro a lo micro y en contexto temporal-espacial. Modularización: división del conjunto en subsistemas. Concepto, definiciones y características de la teoría general de sistemas aplicada al ámbito de la administración y la gestión. Las nociones de retroalimentación y aprendizaje en la aplicación de la dinámica de sistemas. Estructura y procesos funcionales en los sistemas.

- Bibliografía básica:

- Alonso Domínguez-Ríos, V. y López-Santillán, M. (2016). "Teoría General de Sistemas, un enfoque práctico". *Tecnociencia*, vol. X, núm. 3. México, UAC.
- Chiavenato, I. (2008). "Enfoque sistémico de la administración". *Introducción a la teoría general de la administración*. México, McGraw Hill.
- Gómez, M. G. y Kessler, C. (2019). "Perspectivas de la edición en su situación económica y sociotecnológica". *Gestión de la información en la empresa cultural. Tecnologías y recursos para la edición*. Buenos Aires, Biblos.
- Zallo, R. (1988). "La industria editorial: encuentro de modos de producción". *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid, Akal.

- Bibliografía complementaria:

- Arnold, M. y Osorio, F. (1998). "Introducción a los conceptos básicos de la teoría general de sistemas". *Cinta de Moebio*, núm. 3, pp. 40-49.

- Gómez, M. G. (2019). El impacto sistémico de las transformaciones tecnológicas de la edición: caracterización a partir de las variaciones productivas en el campo editorial. *Intercambios. La Letra del Encuentro*, año IV, número 2, pp. 26-33. Bernal, UNQ.
- Herrscher, E. G. (2005). *Planeamiento sistémico*. Buenos Aires, Macchi.
- Von Bertalanffy, L. (2005 [1968]). *Teoría general de los sistemas*. Buenos Aires, FCE.

4. Análisis y diseño de sistemas de información para la administración y la gestión

Identificación de elementos del sistema en la empresa editorial: flujo de bienes o servicios, red de actividades, recursos, entradas y salidas, información para la toma de decisiones. Requerimientos específicos y especificaciones del sistema. Temporalidad, recursos, seguridad y productividad. Información primaria y secundaria. Niveles de información: de diseño, de registro, de operación y de evaluación. Etapas para el desarrollo del sistema informacional: relevamiento y sistematización de la información (recolección de información interna y externa para definir el sistema, y sistematización de información para ordenamiento y comunicación), diseño del sistema (global y detallado), e implementación del sistema (planeamiento, desarrollo, lanzamiento, seguimiento).

- Bibliografía básica:

- Gilli, J. (coord.) (2007). *Diseño organizativo. Estructura y procesos*. Buenos Aires, Granica.
- Gómez, M. G. y Kessler, C. (2019). "Administración de la empresa y sus requerimientos de información". *Gestión de la información en la empresa cultural. Tecnologías y recursos para la edición*. Buenos Aires, Biblos.
- Saroka, R. H. (2002). "Tipos de sistemas de información". *Sistemas de información en la era digital*. Buenos Aires, Fundación OSDE.
- Stair, R. M. y Reynolds, G. W. (2010). *Principios de sistemas de información*. México, Cengage Learning.

- Bibliografía complementaria:

- Islas López, N. (2001). *Análisis y diseño de sistemas*. México, McGraw-Hill. Koontz, H. y Wehrich, H. (1994). *Administración*. México, McGraw-Hill.
- Marcó, F., Loguzzo, H. A. y Fedí, J. L. (2016). *Introducción a la gestión y administración en las organizaciones*. Florencio Varela, Universidad Nacional Arturo Jauretche.
- Mintzberg, H. (2005). *La estructuración de las organizaciones*. Barcelona, Paidós.

5. Sistemas de información administrativa para la actividad editorial

Funcionamiento interrelacionado de subsistemas administrativos en torno a una base de datos. Cualidades: objetivos propios coherentes con los generales, interacción integral, inclusión en estructura jerárquica. Gestión administrativa: integración de comercialización, compras, cobranzas y pagos. Archivos y documentación en la operatividad de los subsistemas. Procesos y estructuras de datos para registro y control transaccional. Paquetes de sistemas parametrizables y localizables: concepto, panorama, prestaciones, evaluación. Soporte a las funciones y actividades del negocio. Adaptación a los cambios en procesos y necesidades. Módulos básicos, adicionales y a medida. Cualidades y requerimientos de los sistemas para su integración en la gestión táctica y estratégico en función de objetivos.

- Bibliografía básica:

- Casanovas, I. (2014). "Los sistemas transaccionales". *Tecnologías de la información y las comunicaciones aplicadas a la administración y gestión editorial*. Buenos Aires, FFyL.
- Casanovas, I. y Tomassino, C. (2015). *Sistemas de información: entendiendo la identidad de una nueva disciplina*. III Congreso Nacional de Ingeniería Informática / Sistemas de Información. Buenos Aires, Universidad Tecnológica Nacional.
- Pungitore, J. L. (2007). *Sistemas de información como herramienta competitiva. Un enfoque integrador*. Buenos Aires, Temas.

- Bibliografía complementaria:

Camps Pare, R. (2005). *Introducción a las bases de datos*. Fundación Universitat Oberta. Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. México, Pearson Educación.
Sánchez, M. (2012). *Base técnica de los sistemas de información*. Rafaela, UCES.
Sieber, S. (2006). *Los sistemas de información en la empresa actual: aspectos estratégicos y alternativas tácticas*. México, McGraw Hill.

6. Sistemas de gestión, inteligencia de negocios y apoyo gerencial

Seguimiento y medición en la organización. Parametrización y modelización, gerenciamiento de procesos, modularidad, adaptación e integración. Sistemas de apoyo a la decisión, objetivos y componentes. Criterios de implementación: técnicos, económicos, organizativos, uso y proveedores, tamaño y módulos de la empresa. Sistemas de planificación e inteligencia de negocios: información ejecutiva, reportes gerenciales, informes y soporte a las decisiones. Creatividad y complejidad. Metodología, disciplina y estrategia para la inteligencia empresarial: medición de factores y aspectos críticos para la toma de decisiones. Inteligencia de negocios, de los datos al conocimiento y la acción. Evaluación de alternativas. Estrategias de análisis: verificación y descubrimiento.

- Bibliografía básica:

Gómez, M. G. y Kessler, C. (2019). “Comunicación de la información e interfaces en la empresa cultural”. *Gestión de la información en la empresa cultural. Tecnologías y recursos para la edición*. Buenos Aires, Biblos.
Laudon, K. C. y Laudon, J. P. (2012). *Sistemas de información gerencial*. México, Pearson.
Gálvez Martínez, A. et al. (2017). Modelo de integración: inteligencia de negocios y gestión del conocimiento. *Redes de Ingeniería*, pp. 109-118. Universidad F. J. de Caldas.
León Viera, S. (2010). “La economía de la cultura y las industrias culturales. Gestión económico-financiera en la cultura”. Gutiérrez Menéndez, G. (comp.), *Teoría y práctica de la gestión cultural*. La Habana, CNSC.

- Bibliografía complementaria:

Hernández Ortega, B. et al. (2007). *Influencia de las TIC's en la gestión de la información empresarial*. Grupo Investigación FEDRA - Universidad de Zaragoza.
Leal Jiménez, A. y Quero Gervilla, M. J. (2011). *Manual de marketing y comunicación cultural*. Andalucía, Universidad de Cádiz.
Porter, M. E. (2016). *Lo esencial en la gestión empresarial*. Barcelona, Harvard Business Review Press.
Quiroga, E., Salvatierra, J. M. y Alonso Bafico, H. (2015). Modelos de comportamiento como marco de análisis del objetivo empresarial. *Ciencias Administrativas*, núm. 6. UNLP.

7. Infraestructura tecnológica e informacional para la organización

Infraestructura de tecnología de información: recursos compartidos como plataforma para las aplicaciones del sistema de información empresarial. La información digital: medidas y almacenamiento. Equipamiento físico y componentes. Almacenamiento y resguardo de la información. Instrucciones por medio de programas y aplicaciones. Equipamientos según actividades: tareas administrativas generales, de coordinación y edición editorial, diseño editorial. Tecnología para la gestión de grandes volúmenes de datos: big data, volumen, velocidad y variedad. Minería de datos: ordenamiento de la información identificando patrones, relaciones y algoritmos. Determinación de objetivos, procesamiento de datos, modelo y análisis de resultados. Minería de texto y minería de web. Análisis de interfaces.

- Bibliografía básica:

Gómez, M. G. y Kessler, C. (2019). “Infraestructura tecnológica e informacional para la empresa”. *Gestión de la información en la empresa cultural. Tecnologías y recursos para la edición*. Buenos Aires, Biblos.
Gómez Vieites, A. y Suárez Rey, C. (2010). *Sistemas de información: herramientas prácticas para la gestión*. México, Alfaomega.

- Rodríguez Roche, S. y Leiva Ramos, A. (2009). "Las tecnologías de información en la actividad editorial: tendencias, contextos y perspectivas". *Acimed*, vol. 20, núm. 5.
- Waldbott de Bassenheim, C. (2018). "Por qué invertir en tecnologías de información". *Revista Consejo*, año VIII, núm. 48, junio.

- Bibliografía complementaria:

- Esteves Fros, F. (2014). *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*. Eudeba. López García, S. y Valdaliso, J. (2008). *Historia económica de la empresa*. Editorial Crítica.
- Mochón, F., Mochón, M. C. y Sáez, M. (2014). *Administración. Enfoque por competencias con casos latinoamericanos*. México, Alfaomega.
- UNCTAD (2017). *Informe sobre la economía de la información: digitalización, comercio y desarrollo*. Suiza, Naciones Unidas - Conferencia ONU sobre Comercio y Desarrollo.

8. Estadística y visualización de información para la gestión editorial

Estadística descriptiva e inductiva. Población y selección para el análisis de la información en la empresa y el mercado editorial. Tipos de variables y categorías en el ámbito de la administración y la gestión editorial: exhaustivas y excluyentes. Escalas de medición. Matriz de datos. Tabla de distribución de frecuencias aplicada a una variable. La tabla de distribución conjunta para el análisis relacional de dos variables. Tipos de frecuencias. Tipos de medidas: de intensidad y de posición. Elaboración de gráficos y necesidad de visualización de la información. Lenguajes gráficos: clasificación según funciones. Tipología de gráficos. Su uso en reportes e informes empresariales e institucionales. Gráficos combinados. Variables compositivas. Variación de resultados. Graficación de distribuciones.

- Bibliografía básica:

- Gómez, M. G. (2011). "Variables visuales, esquemática y abstracción". Gómez, M. G. y Rico, E., *Estudios críticos sobre diseño de información*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- Gómez, M. G. (2014). "Análisis estadístico y uso de gráficos". *Tecnologías de la información y las comunicaciones aplicadas a la administración y gestión editorial*. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- Sáez Vacas, F. (2009). *Complejidad y tecnologías de la información*. Madrid, Fundación para el Desarrollo de las Telecomunicaciones.

- Bibliografía complementaria:

- Bianco, M. J., Bacchini, R. D., Vázquez, L. V. y García Fronti, J. (2018). *Introducción a la probabilidad y la estadística*. Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas (UBA).
- Igarza, R. (2018). *Transmediaciones*. Buenos Aires, La Crujía.
- Levine, D., Krehbiel, T. y Berenson, M. (2006). *Estadística para administración*. Pearson.
- Saccone, E. y Boniato, P. (coords.) (2018). *Experiencia marketing*. La Plata, UNLP.

9. Diseño y gestión de proyectos en la actividad editorial y cultural

Definición de proyecto. Temporalidad, unicidad e independencia. Tipología en la actividad editorial: investigación, selección, reproducción, producción. Gestión: procedimientos y datos. Factores estratégicos, operativos, soporte. Plan, programa, proyectos. Gestores, equipo, interesados. Alcance, requisitos, cronograma, costos, riesgos, comunicación y calidad para la gestión. Inicio, planificación, ejecución, control, cierre. Programación incorrecta y subestimación. Estructura de desglose del trabajo. Niveles superior e inferior. Programación, cronograma, visualización. Tabla de datos. Diagrama de barras: información, camino crítico, dependencias, restricciones y personalización. De red: actividades en arcos o nodos, cuadros, estimación y asignación de fechas y duraciones, programación.

- Bibliografía básica:

Gómez, M. G. y Kessler, C. (2019). "Diseño y gestión de proyectos en la empresa editorial". *Gestión de la información en la empresa cultural. Tecnologías y recursos para la edición*. Buenos Aires, Biblos.

Lledó, P. y Rivarola, G. (2007). *Gestión de proyectos*. Buenos Aires, Prentice Hall - Pearson.

Ponjuán Dante, G. (1998). *Gestión de información en las organizaciones: principios, conceptos y aplicaciones*. Santiago de Chile, CECAPI.

Project Management Institute (2017). *Fundamentos para la dirección de proyectos* (6ta. edición).

- Bibliografía complementaria:

Klastorin, T. (2005). *Administración de proyectos*. México, Alfaomega.

Mantilla, W. P. (2017). Gestión y control de proyectos con enfoque cuantitativo y basado en la metodología PMBOK. *MQR Investigar*, vol. 1, núm. 1, pp. 13-27.

Mocciaro, O. (1992). *Presupuesto integrado*. Buenos Aires, Macchi.

Torres Hernández, Z. y Torres Martínez, H. (2014). *Administración de proyectos*. Larousse.

10. Innovación en inteligencia artificial, economía y comunicación digital

El comercio electrónico. Políticas a nivel global: infraestructura, evaluaciones, financiación, pagos, aptitudes, logística comercial y regulación. Tipologías entre empresas, clientes y gobierno. Estrategias de comunicación con nuevos consumidores a partir de la evolución web. Analítica web y SEO como estrategias de visibilización y posicionamiento. La interfaz en la organización: visualización, interacción y acceso. Dimensiones de análisis y diseño. Interacciones lingüísticas, contextuales, directas. Estructuras: lineales, jerárquicas, en red. Interfaces gráficas, interacción y experiencia de usuario. Mapa de ideas, usuarios clave y recorridos, funcionalidades e interactividad, pruebas y definición visual. Fronteras de desarrollo y perfiles productivos en relación con avances de la inteligencia artificial.

- Bibliografía básica:

Bhaskar, M. (2020). "La IA y las editoriales: ¿qué sigue?". *Inteligencia artificial: transformaciones y retos en el sector editorial*. Bogotá, Cerlalc-Unesco.

Gómez, M. G. y Kessler, C. (2019). "La comercialización y la comunicación desde el entorno digital". *Gestión de la información en la empresa cultural. Tecnologías y recursos para la edición*. Buenos Aires, Biblos.

Hall, F. (2014). *El negocio de la edición digital*. México, Fondo de Cultura Económica.

Rouhiainen, L. (2018). "Introducción a la inteligencia artificial". En *Inteligencia artificial*, cap. 1 (pp. 15-32). Barcelona, Alienta.

- Bibliografía complementaria:

Albrieu, R. et al. (2018). *Inteligencia artificial y crecimiento económico. Oportunidades y desafíos para Argentina*. Buenos Aires, CIPPEC.

Gómez, M. G. (2022). El tiempo de la edición y sus desafíos educativos y epistemológicos. *Contraportada*, número 7, "Editar desde el Sur", pp. 54-67. Colombia, Universidad de los Andes.

Martínez Elebi, C. (2019). *Impactos sociales de la inteligencia artificial. Poniendo el foco sobre Argentina*. Buenos Aires, Fundación Vía Libre.

Senge, P. (2007 [1990]). *La quinta disciplina*. Buenos Aires, Granica.

■ ORGANIZACIÓN DEL DICTADO DE LA MATERIA

La materia se dicta en modalidad presencial atendiendo a lo dispuesto por REDEC-2024-2526-UBA-DCT#FFYL la cual establece pautas complementarias para el dictado de las asignaturas de grado durante el Ciclo Lectivo 2025.

Materia de grado (Bimestrales, Cuatrimestrales y Anuales):

Las materias de grado pueden optar por dictar hasta un treinta por ciento (30%) de sus clases en modalidad virtual. El dictado virtual puede incluir actividades sincrónicas y asincrónicas. El porcentaje de virtualidad adoptado debe ser el mismo para todas las instancias de dictado (clases teóricas, clases prácticas, clases teórico-prácticas, etc.).

Además del porcentaje de virtualidad permitida, aquellas materias de grado que tengan más de 350 estudiantes inscriptos/as y no cuenten con una estructura de cátedra que permita desdoblar las clases teóricas, deberán dictar en forma virtual sincrónica o asincrónica la totalidad de las clases teóricas. En caso de requerir el dictado presencial de la totalidad o una parte de las clases teóricas, estas materias podrán solicitar una excepción, que será analizada por el Departamento correspondiente en articulación con la Secretaría de Asuntos Académicos a fin de garantizar las mejores condiciones para la cursada.

El porcentaje de virtualidad y el tipo de actividades a realizar en esa modalidad se informarán a través de la página web de cada carrera antes del inicio de la inscripción.

- Carga Horaria: materia cuatrimestral, la carga horaria mínima es de 96 horas (noventa y seis) y comprenden un mínimo de 6 (seis) y un máximo de 10 (diez) horas semanales de dictado de clases.

■ ORGANIZACIÓN DE LA EVALUACIÓN

Régimen de PROMOCIÓN DIRECTA (PD), establecido en el Reglamento Académico (Res. (CD) N° 4428/17.

El régimen de promoción directa consta de 3 (tres) instancias de evaluación parcial. Las 3 instancias serán calificadas siguiendo los criterios establecidos en los artículos 39° y 40° del Reglamento Académico de la Facultad.

Aprobación de la materia:

La aprobación de la materia podrá realizarse cumplimentando los requisitos de alguna de las siguientes opciones:

Opción A

-Asistir al 80% de cada instancia que constituya la cursada (clases teóricas, clases prácticas, clases teórico-prácticas, etc.)

-Aprobar las 3 instancias de evaluación parcial con un promedio igual o superior a 7 puntos, sin registrar ningún aplazo.

Opción B

-Asistir al 75% de las clases de trabajos prácticos o equivalentes.

-Aprobar las 3 instancias de evaluación parcial (o sus respectivos recuperatorios) con un mínimo de 4 (cuatro) puntos en cada instancia, y obtener un promedio igual o superior a 4 (cuatro) y menor a 7 (siete) puntos entre las tres evaluaciones.

-Rendir un EXAMEN FINAL en el que deberá obtenerse una nota mínima de 4 (cuatro) puntos.

Para ambos regímenes:

Se dispondrá de un (1) recuperatorio para aquellos/as estudiantes que:

- hayan estado ausentes en una o más instancias de examen parcial.

- hayan desaprobado una instancia de examen parcial.

La desaprobación de más de una instancia de parcial constituye la pérdida de la regularidad y el/la estudiante deberá volver a cursar la materia.

Cumplido el recuperatorio, de no obtener una calificación de aprobado (mínimo de 4 puntos), el/la estudiante deberá volver a inscribirse en la asignatura o rendir examen en calidad de libre. La nota del recuperatorio reemplaza a la nota del parcial original desaprobado o no rendido.

La corrección de las evaluaciones y trabajos prácticos escritos deberá efectuarse y ser puesta a disposición del/la estudiante en un plazo máximo de 3 (tres) semanas a partir de su realización o entrega.

■ VIGENCIA DE LA REGULARIDAD

Durante la vigencia de la regularidad de la cursada de una materia, el/la estudiante podrá presentarse a examen final en 3 (tres) mesas examinadoras en 3 (tres) turnos alternativos no necesariamente consecutivos. Si no alcanzara la promoción en ninguna de ellas deberá volver a inscribirse y cursar la asignatura o rendirla en calidad de libre. En la tercera presentación el/la estudiante podrá optar por la prueba escrita u oral.

A los fines de la instancia de examen final, la vigencia de la regularidad de la materia será de 4 (cuatro) años. Cumplido este plazo el/la estudiante deberá volver a inscribirse para cursar o rendir en condición de libre.

Prof. Martín Gonzalo Gómez
Leg. 170.468

