

Máster Semipresencial

Diseño Editorial





Máster Semipresencial

Diseño Editorial

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Global University

60 + 4 créditos ECTS

Horas lectivas: 1.620 h.

Acceso web: www.techtute.com/disenomaster-semipresencial/master-semipresencial-diseno-editorial

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

¿Por qué cursar este
Máster Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competencias

pág. 18

05

Dirección del curso

pág. 22

06

Estructura y contenido

pág. 26

07

Prácticas

pág. 40

08

¿Dónde puedo hacer
las Prácticas?

pág. 46

09

Metodología

pág. 52

10

Titulación

pág. 60

01

Presentación

La irrupción de las nuevas tecnologías e internet ha supuesto una auténtica revolución en el sector editorial, un ámbito donde el contenido es clave, pero donde el diseño juega un papel fundamental para atraer al público o para hacer más sencilla la lectura, ya sea en formatos tradicionales o digitales. Esta titulación ofrece al diseñador una especialización en una industria que requiere de perfiles creativos y altamente cualificados para lograr diseños de calidad. Una enseñanza online en su fase teórica y con una capacitación práctica que permite al alumnado aplicar todo el aprendizaje adquirido en una estancia de 3 semanas de duración.



“

Este Máster Semipresencial te brinda la oportunidad de acceder a todo el contenido multimedia actualizado en diseño desde el primer momento”

Libros, periódicos, folletos, blogs: en todos estos formatos está presente la figura del diseñador gráfico que es capaz de maquetar y componer diferentes títulos haciéndolos realmente atractivo por los lectores independientemente del soporte en el que esté escrito.

La industria editorial sigue manteniendo un buen ritmo de crecimiento, con publicaciones diarias y constante en todo el mundo. Es por ello que la especialidad de Diseño Editorial dentro del campo del diseño es una salida profesional para aquellas personas que buscan una especialización en un sector que ha sabido adaptarse a la transformación digital.

Este Master Semipresencial aporta al diseñador un conocimiento amplio en los principales conceptos que conforman el campo editorial, así como los softwares más empleados por los profesionales del sector. De esta forma profundizará en la planificación, desarrollo y la etapa final del proyecto gráfico, en los elementos tipográficos, de maquetación, así como éticos y deontológicos en este sector. Al mismo tiempo, este temario se distingue por su énfasis en las herramientas de maquetación y las tendencias visuales y creativas que marcan la elección de tipográficas y paletas cromáticas para toda clase de proyectos editoriales. La titulación también profundiza en el impacto de la fotografía digital dentro de este sector profesional.

Gracias a este aprendizaje el diseñador será capaz de desenvolverse con naturalidad en una industria que requiere de conocimientos de encuadernación, de fotografía, el color y la estética. TECH ofrece una excelente oportunidad para los profesionales que deseen progresar en este sector con una titulación que le ofrece flexibilidad, al permitir acceder desde cualquier dispositivo con conexión a internet al temario con contenido multimedia integrado en este programa. Una enseñanza 100% online en su fase teórica, sin horarios, que le permitirá ampliar sus conocimientos y aplicarlos en una estancia práctica que tendrá lugar una vez finalice la parte teórica de este Máster Semipresencial.

Este **Máster Semipresencial en Diseño Editorial** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ Desarrollo de más de 100 casos propuestos por expertos en el sector del Diseño Editorial
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información técnica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional.
- ♦ Contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos
- ♦ Novedades y avances de vanguardia en esta área
- ♦ Ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje.
- ♦ Metodologías innovadoras de gran eficiencia
- ♦ Lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual.
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet.
- ♦ Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual.
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet.
- ♦ Además, podrás realizar una estancia de prácticas en uno de las mejores empresas del sector



Diseños atrevidos, clásicos o modernos, sea cual sea tu estilo aprende en esta titulación a seguir las pautas esenciales del Diseño Editorial. Matricúlate ahora”

“

Forma parte de las mejores empresas de Diseño Editorial del mundo. Haz clic y matricúlate”

En esta propuesta de Máster, de carácter profesionalizante y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales del Diseño Editorial que desarrollan sus funciones en empresas del sector, y que requieren un alto nivel de cualificación. Los contenidos están basados en la última evidencia científica, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico en la práctica del diseño, y los elementos teórico-prácticos facilitarán la actualización del conocimiento y permitirán la toma de decisiones en la creación editorial.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional del diseño un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales. El diseño de este programa está basado en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del mismo. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Este Máster Semipresencial te dotará de las herramientas necesarias para dominar los softwares empleados en la industria editorial.

Publicaciones, periódicos, folletos digitales... con este Máster Semipresencial estarás preparado para diseñar para cualquier soporte. Matricúlate ya.



02

¿Por qué cursar este Máster Semipresencial?

Esta modalidad de aprendizaje ha sido diseñada para actualizar de manera práctica y teórica a aquellos profesionales con una trayectoria dentro del Diseño Editorial. A lo largo de su estudio, podrán dominar las principales herramientas y tendencias creativas de este ámbito. El programa tiene múltiples prestaciones académicas, entre las cuales se distinguen la innovadora plataforma de estudios de TECH, 100% online e interactiva. A su vez, el alumno podrá completar una estancia intensiva de primer nivel en una empresa dedicada a la elaboración visual de proyectos audiovisuales durante 120 horas didácticas.



“

TECH pone a tu alcance los programas informáticos más actualizados para la maquetación de proyectos de Diseño Editorial y los conocimientos más complejos para manejarlos”

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

Para la elección de tipografías, colores y la maquetación de contenidos, la disciplina del Diseño Editorial se vale de diversos programas y aplicaciones. Su correcto uso y manejo avanzado serán uno de los objetivos académicos de esta titulación. Así, sus egresados se distinguirán en el mercado laboral por sus destrezas innovadoras y resolutivas.

2. Profundizar a partir de la experiencia de los mejores especialistas

Por medio de este Máster Semipresencial, los alumnos ampliarán sus habilidades, resolverán dudas y aclararán conceptos de interés junto a los especialistas más distinguidos del Diseño Editorial. Esos expertos estarán a su alcance en dos momentos educativos fundamentales: durante el estudio teórico de todas las materias didácticas y en el período de práctica profesional.

3. Adentrarse en entornos de excelencia dentro del Diseño Editorial

Para esta modalidad de estudios, TECH ha elegido minuciosamente centros de prestigio internacional que acogerán a sus alumnos durante 3 semanas. Todas las empresas elegidas para este programa cuentan con una amplia experiencia y tecnologías especializadas para el Diseño Editorial.





4. Combinar la mejor teoría con la práctica más avanzada

En la actualidad, muchos programas de estudio no logran compatibilizar los intereses profesionales de sus estudiantes con una asimilación rápida y factible de los conocimientos prácticos. Por eso, TECH ha conformado esta titulación en la que los alumnos aprenderán junto a los expertos más exigentes y competentes del sector del Diseño Editorial.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

Este Máster Profesional ha sido ideado para extender los horizontes de sus estudiantes a la escala internacional. Esto es únicamente posible gracias a la red de contactos y convenios al alcance de TECH, la mayor universidad digital del mundo en estos momentos.

“

Tendrás una inmersión práctica total en el centro que tú mismo elijas”

03

Objetivos

El objetivo de este Máster Semipresencial es ofrecer a los profesionales del diseño un aprendizaje amplio, actualizado y con un contenido a la vanguardia de la enseñanza académica para que pueda adentrarse de forma exitosa en esta industria. Facilitará la cimentación de conocimientos el sistema *Relearning*, basado en la reiteración de contenidos, implantado por TECH en todos sus programas.

“

*Alcanza tus metas con esta titulación
y conviértete en todo un experto en
Diseño Editorial. Inscríbete ahora”*



Objetivo general

- Este Máster Semipresencial en Diseño Editorial contempla como objetivos que el alumnado sea capaz de idear un desarrollo gráfico, determinar los materiales adecuados para poder realizar el diseño, definir las técnicas idóneas atendiendo a la situación comunicativa gráfica, realizar todo el proceso de creación de piezas, adaptándolos a diferentes formatos y aplicar correctamente las artes finales

“

*Alcanza tus metas con esta titulación
y conviértete en todo un experto en
Diseño Editorial. Inscríbete ahora”*





Objetivos específicos

Módulo 1. Historia del diseño

- ♦ Tener conocimientos básicos de las ciencias humanas y sociales para poder plantear futuras investigaciones, en función de las necesidades de cada proyecto de diseño
- ♦ Comprender críticamente la historia de las prácticas artísticas y el diseño contemporáneo, los argumentos y presupuestos teóricos que las sustentan y las estrategias y mecanismos en los que intervienen para adaptarse a las nuevas problemáticas y retos del diseño digital
- ♦ Comprender el desarrollo del diseño a lo largo de la historia como una integración de diversas disciplinas: Arte, cultura contemporánea, filosofía, sociología, historia de los medios en el diseño digital, lingüística-semiótica
- ♦ Desarrollar el espíritu evaluador y crítico para dotarse de capacidad de análisis y de síntesis, en la práctica y ejecución de las funciones de un diseñador
- ♦ Actuar como mediadores entre tecnología y arte, ideas y fines, cultura y diseño
- ♦ Comprender la relación existente entre patrimonio y diseño y entender que se trata de una característica de la cultura contemporánea

Módulo 2. Introducción al color

- ♦ Comprender la importancia del color en el entorno visual
- ♦ Adquirir la capacidad para observar, organizar, discriminar y gestionar el color
- ♦ Aplicar los fundamentos psicológicos y semióticos del color en el diseño
- ♦ Capturar, manipular y preparar el color para su uso en soportes físicos y virtuales
- ♦ Adquirir la capacidad de formular juicios independientes, por medio de argumentos
- ♦ Saber documentarse, analizando e interpretando las fuentes documentales y literarias con criterio propio

Módulo 3. Diseño editorial

- ♦ Conocer los fundamentos del Diseño Editorial en el contexto impreso y digital, así como su interrelación con otras áreas
- ♦ Conocer el alcance y la importancia del diseñador en el ámbito editorial
- ♦ Conocer la terminología específica, las técnicas y los lenguajes aplicados a los procesos del diseño: preimpresión y sistemas de impresión, técnicas y soportes digitales y multimedia
- ♦ Diseñar publicaciones editoriales teniendo en cuenta el conjunto gráfico y sus elementos
- ♦ Capturar, manipular y preparar el texto y la imagen para su uso en diferentes soportes
- ♦ Proyectar comunicaciones visuales llamativas y que cumplan con los criterios gráficos actuales
- ♦ Comenzar a utilizar Adobe InDesign y conocer los elementos de los que dispone el programa adecuadamente para proyectar ideas gráficas propias

Módulo 4. Metodología de diseño

- ♦ Conocer los procesos básicos de la metodología científica en la historia del Diseño: estados de la cuestión, análisis integral de la obra de diseño, replanteamiento de problemas, búsqueda de información inédita, planteamiento de hipótesis, procesos críticos de síntesis, formulación ordenada de conclusiones
- ♦ Entender el funcionamiento de la innovación como motor del diseño
- ♦ Identificar problemas relacionados con el diseño, recopilar y analizar la información requerida para evaluar y dar soluciones según criterios de eficiencia: funcional, ambiental, estructural, constructiva y expresiva en el ámbito de la profesión
- ♦ Justificar por medio de una argumentación coherente y crítica el desarrollo de un proyecto de diseño
- ♦ Conocer en profundidad la dinámica propia de la gestión del diseño, que permite aplicar conocimientos de Marketing y de administración empresarial a los proyectos de diseño
- ♦ Comprender la práctica del diseño como un método de investigación en sí mismo basado en la creatividad

Módulo 5. Diseño gráfico

- ♦ Conocer los fundamentos del diseño gráfico, así como su interrelación con otras áreas: diseño gráfico publicitario, Diseño Editorial, diseño de identidad corporativa, diseño web, diseño de envase, diseño tipográfico, cartelería, señalética, diseño multimedia, diseño de nuevos medios, etc.
- ♦ Conocer las bases, las funciones y el valor del diseño gráfico
- ♦ Analizar el perfil de un diseñador gráfico a lo largo de la historia y en el panorama actual
- ♦ Comprender los elementos básicos y formales en el diseño gráfico
- ♦ Aprender cuáles son las herramientas digitales más utilizadas en el ámbito del diseño gráfico
- ♦ Conocer y aplicar elementos básicos de organización y gestión de proyectos

Módulo 6. Ética, legislación y deontología profesional

- ♦ Adquirir la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole ético, ambiental y social
- ♦ Realizar el ejercicio profesional de forma ética, respetando las leyes y acorde a los derechos universales
- ♦ Desarrollar habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
- ♦ Entender la relación profesional entre diseñador y cliente
- ♦ Adquirir competencias que demuestren que se pueden resolver problema por medio de la argumentación y la crítica constructiva
- ♦ Desarrollar la capacidad para decidir con anticipación qué hay que hacer, quién tiene que hacerlo y cómo deberá hacerse

Módulo 7. Imagen Corporativa

- ♦ Capturar, manipular y preparar la imagen para su uso en diferentes soportes
- ♦ Conocer los fundamentos de la tecnología fotográfica y audiovisual
- ♦ Conocer el lenguaje y los recursos expresivos de la fotografía y el audiovisual
- ♦ Conocer obras fotográficas y audiovisuales relevantes
- ♦ Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica
- ♦ Manejar los equipos básicos de iluminación y medición en fotografía
- ♦ Comprender el comportamiento y características de la luz y valorando sus cualidades expresivas

Módulo 8. Tipografía

- ♦ Conocer los principios sintácticos del lenguaje gráfico y aplicar sus reglas para describir con claridad y precisión objetos e ideas
- ♦ Conocer el origen de las letras y su importancia histórica
- ♦ Reconocer, estudiar y aplicar de forma coherente la tipografía a procesos gráficos
- ♦ Conocer y aplicar los fundamentos estéticos de la tipografía
- ♦ Saber analizar la disposición de los textos en el objeto de diseño
- ♦ Ser capaz de realizar trabajos profesionales partiendo de la composición tipográfica

Módulo 9. Maquetación

- ♦ Diseñar publicaciones editoriales teniendo en cuenta el conjunto gráfico y sus elementos
- ♦ Conocer la tarea de un maquetador y la importancia de su figura en el ámbito editorial
- ♦ Conocer los medios digitales y su importancia en el contexto actual
- ♦ Utilizar Adobe InDesign para el desarrollo adecuado de proyectos gráficos
- ♦ Utilizar las redes sociales desde una perspectiva artística, con conciencia de la importancia de una buena estrategia gráfica
- ♦ Desarrollar un lenguaje editorial para publicitar un producto o servicio, con un propósito claro y específico

Módulo 10. Arte final

- ♦ Conocer la terminología específica, las técnicas y los lenguajes aplicados a los procesos del diseño: preimpresión y sistemas de impresión, técnicas, soportes digitales y multimedia
- ♦ Conocer los sistemas de impresión para poder valorar cual es la mejor alternativa a la hora de plasmar de forma física un proyecto gráfico
- ♦ Conocer los procedimientos que hay que seguir para preparar de forma correcta un arte final para su impresión
- ♦ Conocer qué es la encuadernación y profundizar en los tipos que existen
- ♦ Incorporar el vocabulario técnico necesario, para lograr una comunicación fluida con los técnicos y sectores protagonistas en la edición



Este programa 100% online en su marco teórico te brindará la oportunidad de acceder al contenido más novedoso en Diseño Editorial"

04 Competencias

Este Máster Semipresencial aporta al diseñador un amplio conocimiento del sector editorial con el fin de que adquiera las habilidades técnicas necesarias para dominar con absoluta seguridad cada uno de las herramientas y elementos que configuran un Diseño Editorial excelente. El uso de casos prácticos aportados en esta titulación será de gran utilidad en el proceso de aprendizaje de esta enseñanza.



“

Especialízate en un sector que ha sufrido una gran transformación en el campo digital. Actualiza tus conocimientos”

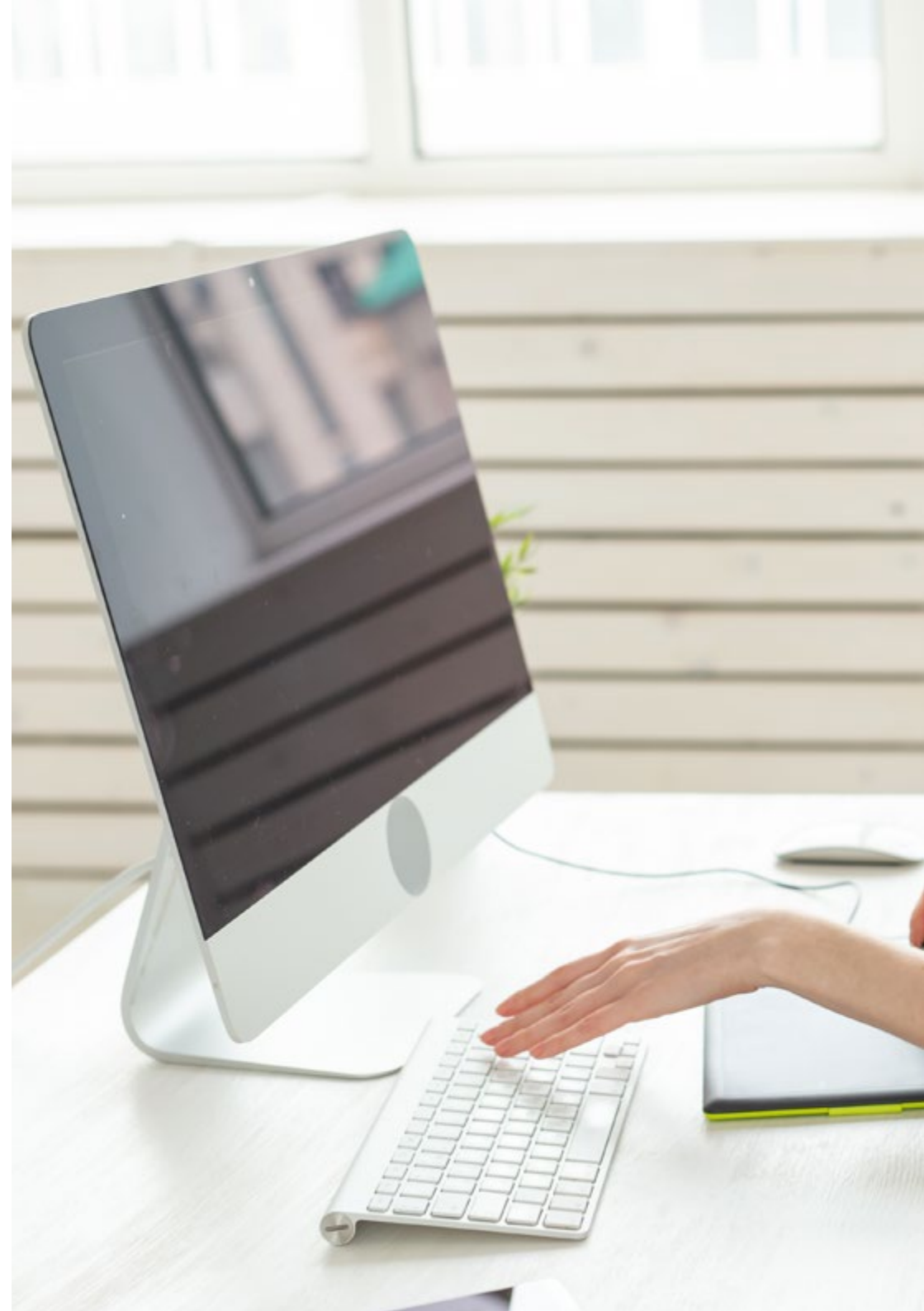


Competencias generales

- Crear y diseñar las diferentes piezas de un diseño gráfico
- Analizar la conveniencia de los diferentes planteamientos
- Impactar en el público objetivo de manera eficiente
- Controlar los procesos de producción internos y externos de las piezas producidas

“

Maneja a la perfección con este Máster Semipresencial el color en su aplicación gráfica”





Competencias específicas

- ◆ Describir la historia del diseño gráfico
- ◆ Manejar los colores en su aplicación gráfica
- ◆ Realizar diseño editorial
- ◆ Establecer la metodología adecuada a cada tipo de diseño
- ◆ Conocer el marco legal en el que se mueve el diseño gráfico
- ◆ Trabajar con imágenes digitales
- ◆ Reconocer las diferentes tipografías adecuadas para cada diseño
- ◆ Maquetar publicaciones
- ◆ Realizar artes finales

05

Dirección del curso

TECH ha reunido a un destacado equipo docente para desarrollar un programa de capacitación de primer nivel en Diseño Editorial. Con una amplia experiencia internacional en publicaciones de renombre, como la revista TIME, estos expertos brindan a los estudiantes habilidades distintivas en un campo altamente competitivo. Esta colaboración garantiza la máxima calidad y relevancia de los contenidos, adaptados a las demandas profesionales más exigentes.





“

Benefíciate del conocimiento de editores de prestigio internacional y su experiencia en las mejores publicaciones del mundo”

Director Invitado Internacional

D.W. Pine es un referente internacional en el campo del diseño editorial. Como **Director Creativo** de la **Revista Time**, se encarga de diseñar, comercializar y dirigir las tiradas de una de las publicaciones editoriales más importantes del mundo. Así, a lo largo de toda su trayectoria ha diseñado más de 850 portadas, supervisando también 7 proyectos de "Persona del Año".

En este cargo, Pine es el encargado de diseñar y producir la portada de Time cada semana y gestionar al equipo creativo compuesto por más de una docena de directores de arte, diseñadores, artistas infográficos e investigadores. También supervisa el diseño de la marca Time, y otras propiedades digitales como el Time for Kids.

Además de sus labores en el campo del diseño, Pine se desempeña como **escritor ocasional de artículos** para la **Revista Time** y posee más de 1.100 piezas publicadas como redactor del Atlanta Journal-Constitution.

Como conferencista, Pine **ha estado presente en eventos y talleres en todo el mundo**, incluyendo el taller de diseño para periodistas en Pekín, China, así como otras conferencias de alto nivel en Europa. También se ha presentado en conferencias, universidades y festivales en todo Estados Unidos incluyendo Nueva York, San Francisco, San Diego, Washington D.C., Portland, Tampa y Atlanta.

Su trabajo ha recibido **docenas de los principales premios de la industria**, incluyendo ser nombrado dos veces en la lista Folio 100 (2016 y 2017) y recibir los premios Best Designed Magazine 2013 y Best Cover of the Year 2017 de la American Society of Magazine Editors.



D. Pine, D.W.

- Director Creativo de la Revista Time, Nueva York, Estados Unidos
- Diseñador de la portada semanal de la Revista Time
- Diseñador del Atlanta Journal-Constitution
- Licenciado en Marketing y Administración por la Universidad de Georgia
- Conferencista en eventos de diseño en Asia, Europa y América
- Premios: Best Designed Magazine 2013, Best Cover of the Year 2017, Lista Folio 2016 y 2017

“

Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

06

Estructura y contenido

El plan de estudio de esta titulación ha sido confeccionado para aportar una visión global sobre la historia del diseño para dotar al alumnado de un conocimiento básico indispensable antes de entrar a profundizar en los aspectos más técnicos e igual de necesarios como son la maquetación, la tipografía o la fotografía. Todo ello complementado con una biblioteca de recursos multimedia y lecturas esenciales aportado por especialistas en el campo del Diseño Editorial.



“

Los casos prácticos aportados en esta titulación te serán de gran utilidad y aplicación en el sector editorial”

Módulo 1. Historia del diseño

- 1.1. ¿Para qué sirve saber de historia?
 - 1.1.1. Valorando la historia
 - 1.1.2. Anticiparse al futuro
 - 1.1.3. El pasado nos hace libres
 - 1.1.4. Conclusiones
- 1.2. Considerando la "historia del diseño" como disciplina
 - 1.2.1. ¿Cómo hacemos historia de la historia?
 - 1.2.2. Antecedentes considerados
 - 1.2.3. El desarrollo de la disciplina: 70, 80 y 90
 - 1.2.4. El objeto de estudio de la historia del diseño
 - 1.2.5. Tendencias y líneas de investigación
- 1.3. Revolución Industrial y otras corrientes
 - 1.3.1. Consecuencias de la Revolución Industrial en el diseño
 - 1.3.2. La influencia oriental
 - 1.3.3. Arts & Crafts. William Morris
 - 1.3.4. Esteticismo
 - 1.3.5. Art Nouveau
- 1.4. Recorrido histórico I
 - 1.4.1. Sesión Vienesa
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. El constructivismo ruso
 - 1.4.4. El movimiento De Stijl y el Neoplasticismo
- 1.5. La Bauhaus
 - 1.5.1. ¿Qué es La Bauhaus?
 - 1.5.2. Primera etapa
 - 1.5.3. Segunda etapa
 - 1.5.4. Tercera etapa
 - 1.5.5. Principios básicos
 - 1.5.6. Influencias
- 1.6. Recorrido histórico II
 - 1.6.1. Art Déco
 - 1.6.2. Estilo Internacional
 - 1.6.3. Diseño de posguerra
 - 1.6.4. La Escuela de Ulm
 - 1.6.5. La Escuela Suiza
- 1.7. Lo funcional y lo funcionalista
 - 1.7.1. La mirada funcionalista
 - 1.7.2. Lo bello y lo práctico
 - 1.7.3. Las analogías del funcionalismo
 - 1.7.4. El funcionalismo como estilo
- 1.8. Recorrido histórico III
 - 1.8.1. La escuela de Nueva York
 - 1.8.2. Aerodinamismo americano
 - 1.8.3. Diseño escandinavo
 - 1.8.4. Diseño democrático
- 1.9. Otras tendencias
 - 1.9.1. El Pop
 - 1.9.2. *High TECH*
 - 1.9.3. *Minimal*
 - 1.9.4. *Kitsch*
- 1.10. La era digital
 - 1.10.1. La revolución de la información
 - 1.10.2. El diseño asistido por ordenador
 - 1.10.3. *Biodesign*, neobiomorfismo, diseño *friendly*
 - 1.10.4. La imagen digital y las nuevas tipografías

Módulo 2. Introducción al color

- 2.1. El color, principios y propiedades
 - 2.1.1. Introducción al color
 - 2.1.2. Luz y color: La sinestesia cromática
 - 2.1.3. Atributos del color
 - 2.1.4. Pigmentos y colorantes
- 2.2. Los colores en el círculo cromático
 - 2.2.1. El círculo cromático
 - 2.2.2. Colores fríos y cálidos
 - 2.2.3. Colores primarios y derivados
 - 2.2.4. Las relaciones cromáticas: armonía y contraste
- 2.3. Psicología del color
 - 2.3.1. Construcción del significado de un color
 - 2.3.2. La carga emocional
 - 2.3.3. El valor denotativo y connotativo
 - 2.3.4. Marketing emocional. La carga del color
- 2.4. Teoría del color
 - 2.4.1. Una teoría científica. Isaac Newton
 - 2.4.2. La teoría de los colores de Goethe
 - 2.4.3. Aunando en la teoría de los colores de Goethe
 - 2.4.4. Psicología del color según Eva Heller
- 2.5. Insistiendo en la clasificación del color
 - 2.5.1. El doble cono de Guillermo Ostwald
 - 2.5.2. El sólido de Albert Munsell
 - 2.5.3. El cubo de Alfredo Hicethier
 - 2.5.4. El triángulo CIE (Comisión Internacional de l'Eclairage)
- 2.6. El estudio individual de los colores
 - 2.6.1. Blanco y Negro
 - 2.6.2. Colores neutros. La escala de grises
 - 2.6.3. Monocromo, duocromo, policromo
 - 2.6.4. Aspectos simbólicos y psicológicos de los colores
- 2.7. Modelos de color
 - 2.7.1. Modelo sustractivo. Modo CMYK
 - 2.7.2. Modelo aditivo. Modo RGB
 - 2.7.3. Modelo HSB
 - 2.7.4. Sistema Pantone. La Pantonera
- 2.8. De la Bauhaus a Murakami
 - 2.8.1. La Bauhaus y sus artistas
 - 2.8.2. Teoría de la Gestalt al servicio del color
 - 2.8.3. Josef Albers. La interacción del color
 - 2.8.4. Murakami, las connotaciones de la ausencia de color
- 2.9. El color en el proyecto de diseño
 - 2.9.1. El pop art. El color de las culturas
 - 2.9.2. Creatividad y color
 - 2.9.3. Artistas contemporáneos
 - 2.9.4. Análisis de diversas ópticas y perspectivas
- 2.10. La gestión del color en el entorno digital
 - 2.10.1. Espacios de color
 - 2.10.2. Perfiles de Color
 - 2.10.3. Calibración de monitores
 - 2.10.4. Lo que debemos tener en cuenta

Módulo 3. Diseño editorial

- 3.1. Tecnología manual de la comunicación e información escrita
 - 3.1.1. Introducción
 - 3.1.2. Las formas iniciales de la escritura
 - 3.1.3. Los soportes de la escritura manual
 - 3.1.4. Niveles de representación gráfica en la primera escritura
 - 3.1.5. Clasificación general de los signos de escritura
 - 3.1.6. El nacimiento y desarrollo del alfabeto: la independencia del signo escrito
 - 3.1.7. La escritura, memoria de información
 - 3.1.8. Las formas de la escritura alfabética latina: observación diacrónica
 - 3.1.9. Las imágenes en el mundo de la escritura manual
- 3.2. Sistema de impresión
 - 3.2.1. Introducción
 - 3.2.2. De la reproducción manual a la reproducción mecanizada de la escritura
 - 3.2.3. La imitación, denominador común de las primeras copias mecánicas de información
 - 3.2.4. Antecedentes de la reproducción mecanizada de la información en la Antigüedad
 - 3.2.5. La xilografía, el antecedente más próximo a la tecnología de Gutenberg
 - 3.2.6. Conocimientos y elementos tecnológicos preexistentes y necesarios para la imprenta de Gutenberg
 - 3.2.7. La imprenta de Gutenberg
 - 3.2.8. El desarrollo de las fases de composición e impresión de la información escrita
- 3.3. Formas y funciones de los elementos del diseño periodístico
 - 3.3.1. Introducción
 - 3.3.2. ¿Qué es el diseño periodístico de comunicación e información escrita?
 - 3.3.3. Los elementos del diseño periodístico
- 3.4. Las imágenes
 - 3.4.1. Introducción
 - 3.4.2. Las imágenes periodísticas
 - 3.4.3. La infografía: naturaleza, características, funciones y formas
 - 3.4.4. Los recursos gráficos no textuales ni icónicos





- 3.5. El color
 - 3.5.1. Introducción
 - 3.5.2. Naturaleza, función y procesos de síntesis del color
 - 3.5.3. Separación de colores en artes gráficas
 - 3.5.4. Funciones y posibilidades expresivas del color en un medio escrito
 - 3.5.5. Características de colores planos
- 3.6. Tipografías: identidad y uso
 - 3.6.1. Introducción
 - 3.6.2. ¿Qué es tipografía?
 - 3.6.3. La morfología del carácter: implicaciones semánticas
 - 3.6.4. Clasificaciones de los caracteres tipográficos
 - 3.6.5. Las funciones de la tipografía
 - 3.6.6. La tipografía informática
- 3.7. Formatos y diseño periodístico de la información
 - 3.7.1. Introducción
 - 3.7.2. Evolución diacrónica del diseño periodístico de medios escritos
 - 3.7.3. El formato, primera circunstancia espacial
 - 3.7.4. La distribución y arquitectura del espacio de la página
 - 3.7.5. El diseño modular
 - 3.7.6. El diagrama de Gutenberg
 - 3.7.7. El CIV
- 3.8. Diseño periodístico y comunicación. Orden y jerarquía
 - 3.8.1. Introducción
 - 3.8.2. El objetivo fundamental del diseño periodístico
 - 3.8.3. Criterios de distribución de la información
 - 3.8.4. Estructuras básicas de conformación de páginas
 - 3.8.5. Sistemas de equilibrio en la expresión de los significantes informativos
 - 3.8.6. Principios básicos aplicables en el diseño periodístico
 - 3.8.7. La primera página
 - 3.8.8. Las páginas interiores del periódico

- 3.9. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación
 - 3.9.1. Introducción
 - 3.9.2. El cambio tecnológico en los procesos de comunicación e información escrita inmediatamente anterior a la digitalización
 - 3.9.3. La digitalización, cambio de marcha en el desarrollo de la comunicación e información escrita
- 3.10. La mediación digital en el periodismo actual
 - 3.10.1. Introducción
 - 3.10.2. La mediación digital en el periodismo actual
 - 3.10.3. La información escrita en el periodismo de edición digital

Módulo 4. Metodología de diseño

- 4.1. Sobre la metodología y el diseño
 - 4.1.1. ¿Qué es la metodología del diseño?
 - 4.1.2. Diferencias entre método, metodología y técnica
 - 4.1.3. Tipos de técnicas metodológicas
 - 4.1.4. Deducción, Inducción y abducción
- 4.2. Introducción a la investigación en el diseño
 - 4.2.1. Heredando el método científico
 - 4.2.2. Conceptos generales de los procesos de investigación
 - 4.2.3. Fases principales del proceso de investigación
 - 4.2.4. Cronograma
- 4.3. Algunas propuestas metodológicas
 - 4.3.1. Propuestas para una nueva metodología por Burdek Bernhard
 - 4.3.2. Método sistemático para diseñadores de Bruce Archer
 - 4.3.3. Diseño generalizador integrado de Victor Papanek
 - 4.3.4. Método proyectual de Bruno Munari
 - 4.3.5. Proceso creativo de solución de problemas de Bernd Löbach
 - 4.3.6. Otros autores y esquemas de otros métodos
- 4.4. Definición del problema
 - 4.4.1. Identificación y análisis de la necesidad
 - 4.4.2. El *briefing*, ¿qué es?
 - 4.4.3. ¿Qué debe contener un buen *briefing*?
 - 4.4.4. Consejos para preparar un *briefing*

- 4.5. Investigación para el proyecto
 - 4.5.1. Estudio de los antecedentes
 - 4.5.2. Implicación del proyecto
 - 4.5.3. Estudio del público objetivo o *target*
 - 4.5.4. Herramientas en el estudio del *target*
- 4.6. El entorno competitivo
 - 4.6.1. En relación el mercado
 - 4.6.2. Análisis de competencia
 - 4.6.3. Propuesta de valor
- 4.7. Estudio de viabilidad
 - 4.7.1. Viabilidad social. Análisis DAFO
 - 4.7.2. Viabilidad técnica
 - 4.7.3. Viabilidad económica
- 4.8. Posibles soluciones al *briefing*
 - 4.8.1. La emotividad en los procesos creativo
 - 4.8.2. Divergencia, transformación y convergencia
 - 4.8.3. Lluvia de ideas, *brainstorming*
 - 4.8.4. Comparativa de ideas
- 4.9. Establecimiento de objetivos
 - 4.9.1. Objetivo general
 - 4.9.2. Objetivos específicos
 - 4.9.3. Objetivos técnicos
 - 4.9.4. Objetivos estéticos y comunicacionales
 - 4.9.5. Objetivos de mercado
- 4.10. Desarrollo de ideas
 - 4.10.1. El *feedback* en la fase de ideación
 - 4.10.2. Los bocetos
 - 4.10.3. Presentación de ideas
 - 4.10.4. Métodos de control y evaluación crítica

Módulo 5. Diseño gráfico

- 5.1. Introducción al diseño gráfico
 - 5.1.1. ¿Qué es el diseño gráfico?
 - 5.1.2. Funciones del diseño gráfico
 - 5.1.3. Áreas de actuación en el diseño gráfico
 - 5.1.4. El valor del diseño gráfico
- 5.2. El diseño gráfico como actividad profesional
 - 5.2.1. La influencia de la tecnología en el desarrollo de la profesión
 - 5.2.2. ¿Cuál es el papel del diseñador gráfico?
 - 5.2.3. Campos profesionales
 - 5.2.4. El diseñador como ciudadano
- 5.3. Elementos básicos
 - 5.3.1. El punto
 - 5.3.2. La línea
 - 5.3.3. La forma
 - 5.3.4. La textura
 - 5.3.5. El espacio
- 5.4. Elementos formales
 - 5.4.1. El contraste
 - 5.4.2. El equilibrio
 - 5.4.3. La proporción
 - 5.4.4. El ritmo
 - 5.4.5. La armonía
 - 5.4.6. El movimiento
 - 5.4.7. La unidad
- 5.5. Referentes en el diseño gráfico de los siglos XX y XXI
 - 5.5.1. Los diseñadores gráficos que han marcado la historia
 - 5.5.2. Los diseñadores más influyentes
 - 5.5.3. Diseñadores gráficos hoy
 - 5.5.4. Referencias visuales
- 5.6. Cartelería
 - 5.6.1. El cartel publicitario
 - 5.6.2. Funciones
 - 5.6.3. Los carteles del siglo XIX
 - 5.6.4. Referencias visuales
- 5.7. El estilo gráfico
 - 5.7.1. El lenguaje icónico y la cultura de masas
 - 5.7.2. El diseño gráfico y su relación con el arte
 - 5.7.3. El estilo gráfico propio
 - 5.7.4. El diseño no es una profesión, es un estilo de vida
- 5.8. De las calles a la agencia
 - 5.8.1. El diseño como la última vanguardia
 - 5.8.2. El arte urbano o *street art*
 - 5.8.3. Arte urbano aplicado a la publicidad
 - 5.8.4. El arte urbano y la imagen de marca
- 5.9. Herramientas digitales más usadas
 - 5.9.1. Adobe Lightroom
 - 5.9.2. Adobe Photoshop
 - 5.9.3. Adobe Illustrator
 - 5.9.4. Adobe InDesign
 - 5.9.5. Corel Draw
- 5.10. Iniciación al proyecto de diseño
 - 5.10.1. *El briefing*
 - 5.10.2. Definición
 - 5.10.3. Justificación
 - 5.10.4. Implicación
 - 5.10.5. Objetivos
 - 5.10.6. Metodología

Módulo 6. Ética, legislación y deontología profesional

- 6.1. La ética, la moral, el derecho y la deontología profesional
 - 6.1.1. Cuestiones básicas sobre ética. Algunos dilemas morales
 - 6.1.2. Análisis conceptual y origen etimológico
 - 6.1.3. Diferencias entre moral y ética
 - 6.1.4. La conexión entre ética, moral, derecho y deontología
- 6.2. La propiedad intelectual
 - 6.2.1. ¿Qué es la propiedad intelectual?
 - 6.2.2. Tipos de propiedad intelectual
 - 6.2.3. El plagio y el incumplimiento de los derechos de autor
 - 6.2.4. *Anticopyright*
- 6.3. Aspectos prácticos del actual ético
 - 6.3.1. Utilitarismo, consecuencialismo y deontología
 - 6.3.2. Actuar de forma consecuente frente a actuar en base a principios
 - 6.3.3. Eficiencia dinámica de actuar en base a principios
- 6.4. La legislación y la moral
 - 6.4.1. Concepto de legislación
 - 6.4.2. Concepto de moral
 - 6.4.3. Conexión entre derecho y moral
 - 6.4.4. De lo justo a lo injusto a partir del razonamiento lógico
- 6.5. La conducta profesional
 - 6.5.1. El trato con el cliente
 - 6.5.2. La importancia de pactar las condiciones
 - 6.5.3. Los clientes no compran diseño
 - 6.5.4. La conducta profesional
- 6.6. Responsabilidades hacia otros diseñadores
 - 6.6.1. La competitividad
 - 6.6.2. El prestigio de la profesión
 - 6.6.3. El impacto con el resto de profesiones
 - 6.6.4. La relación con otros compañeros de profesión. La crítica
- 6.7. Responsabilidades sociales
 - 6.7.1. El diseño inclusivo y su importancia
 - 6.7.2. Características a tener en cuenta
 - 6.7.3. Un cambio de mentalidad
 - 6.7.4. Ejemplos y referencias
- 6.8. Responsabilidades con el entorno
 - 6.8.1. Ecodiseño. ¿Por qué es tan importante?
 - 6.8.2. Características del diseño sostenible
 - 6.8.3. Implicaciones en el medio ambiente
 - 6.8.4. Ejemplos y referencias
- 6.9. Conflictos éticos y toma práctica de decisiones
 - 6.9.1. Conducta y prácticas responsables en el ámbito laboral
 - 6.9.2. Buenas prácticas del diseñador digital
 - 6.9.3. ¿Cómo resolver conflictos de interés?
 - 6.9.4. Cómo actuar ante regalos
- 6.10. El conocimiento libre: licencias Creative Commons
 - 6.10.1. ¿Qué son?
 - 6.10.2. Tipos de licencia
 - 6.10.3. Simbología
 - 6.10.4. Usos específicos

Módulo 7. Imagen Corporativa

- 7.1. La importancia de la imagen en las empresas
 - 7.1.1. ¿Qué es la imagen corporativa?
 - 7.1.2. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
 - 7.1.3. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?
 - 7.1.4. Situaciones de cambio de la imagen corporativas ¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?
- 7.2. Las técnicas de investigación en imagen corporativa
 - 7.2.1. Introducción
 - 7.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
 - 7.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
 - 7.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
 - 7.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas
- 7.3. Auditoría y estrategia de imagen
 - 7.3.1. ¿Qué es la auditoría de imagen?
 - 7.3.2. Pautas
 - 7.3.3. Metodología de la auditoría
 - 7.3.4. Planificación estratégica
- 7.4. Cultura corporativa
 - 7.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
 - 7.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
 - 7.4.3. Funciones de la cultura corporativa
 - 7.4.4. Tipos de cultura corporativa
- 7.5. Responsabilidad social corporativa y reputación corporativa
 - 7.5.1. RSC: concepto y aplicación de la empresa
 - 7.5.2. Directrices para integrar la RSC en las empresas
 - 7.5.3. La comunicación de la RSC
 - 7.5.4. Reputación corporativa
- 7.6. La identidad visual corporativa y el *naming*
 - 7.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa
 - 7.6.2. Elementos básicos
 - 7.6.3. Principios básicos
 - 7.6.4. Elaboración del manual
 - 7.6.5. El *naming*
- 7.7. Imagen y posicionamiento de marcas
 - 7.7.1. Los orígenes de las marcas
 - 7.7.2. ¿Qué es una marca?
 - 7.7.3. La necesidad de construir una marca
 - 7.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
 - 7.7.5. El valor de las marcas
- 7.8. Gestión de la imagen a través de la comunicación de crisis
 - 7.8.1. Plan estratégico de comunicación
 - 7.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis
 - 7.8.3. Casos
- 7.9. La influencia de las promociones en la imagen corporativa
 - 7.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
 - 7.9.2. El marketing promocional
 - 7.9.3. Características
 - 7.9.4. Peligros
 - 7.9.5. Tipos y técnicas promocionales
- 7.10. La distribución y la imagen del punto de venta
 - 7.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial
 - 7.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
 - 7.10.3. A través de su nombre y logotipo

Módulo 8. Tipografía

- 8.1. Introducción a la tipografía
 - 8.1.1. ¿Qué es la tipografía?
 - 8.1.2. El papel de la tipografía en el diseño gráfico
 - 8.1.3. Secuencia, contraste, forma y contraforma
 - 8.1.4. Relación y diferencias entre tipografía, caligrafía y lettering
- 8.2. El origen múltiple de la escritura
 - 8.2.1. La escritura ideográfica
 - 8.2.2. El alfabeto fenicio
 - 8.2.3. El alfabeto romano
 - 8.2.4. La reforma carolingia
 - 8.2.5. El alfabeto latino moderno
- 8.3. Inicios de la tipografía
 - 8.3.1. La imprenta, una nueva era. Primeros tipógrafos
 - 8.3.2. La revolución industrial: la litografía
 - 8.3.3. El modernismo: los inicios de la tipografía comercial
 - 8.3.4. Las vanguardias
 - 8.3.5. Periodo de entreguerras
- 8.4. El papel de las escuelas de diseño en la tipografía
 - 8.4.1. La Bauhaus
 - 8.4.2. Herbert Bayer
 - 8.4.3. Psicología de la Gestalt
 - 8.4.4. La Escuela Suiza
- 8.5. Tipografía actual
 - 8.5.1. 1960-1970, precursores de la revuelta
 - 8.5.2. Postmodernidad, deconstructivismo y tecnología
 - 8.5.3. ¿Hacia dónde va la tipografía?
 - 8.5.4. Tipografías que marcan tendencia
- 8.6. La forma tipográfica I
 - 8.6.1. Anatomía de la letra
 - 8.6.2. Medidas y atributos del tipo
 - 8.6.3. Las familias tipográficas
 - 8.6.4. Caja alta, caja baja y versalitas
 - 8.6.5. Diferencia entre tipografía, fuente y familia tipográfica
 - 8.6.6. Filetes, líneas y elementos geométricos
- 8.7. La forma tipográfica II
 - 8.7.1. La combinación tipográfica
 - 8.7.2. Formatos de fuentes tipográficas (PostScript-TrueType-OpenType)
 - 8.7.3. Licencias tipográficas
 - 8.7.4. ¿Quién debe comprar la licencia, cliente o diseñador?
- 8.8. La corrección tipográfica. Composición de textos
 - 8.8.1. El espaciado entre letras. *Tracking* y *kerning*
 - 8.8.2. El espacio entre palabras. El cuadratín
 - 8.8.3. El interlineado
 - 8.8.4. El cuerpo de letra
 - 8.8.5. Atributos del texto
- 8.9. El dibujo de las letras
 - 8.9.1. El proceso creativo
 - 8.9.2. Materiales tradicionales y digitales
 - 8.9.3. El uso de la tableta gráfica y del ipad
 - 8.9.4. Tipografía digital: contornos y mapas de bits
- 8.10. Carteles tipográficos
 - 8.10.1. La caligrafía como base para el dibujo de las letras
 - 8.10.2. ¿Cómo realizar una composición tipográfica que impacte?
 - 8.10.3. Referencias visuales
 - 8.10.4. La fase del bocetado
 - 8.10.5. Proyecto

Módulo 9. Maquetación

- 9.1. Definición y contextualización
 - 9.1.1. Relación entre Diseño Editorial y maquetación
 - 9.1.2. Evolución en el proceso de maquetación. El futuro
 - 9.1.3. Factores del diseño: la proporción, el color, la tensión, el equilibrio y el movimiento
 - 9.1.4. La importancia del espacio en blanco
- 9.2. Diseño editorial de revistas
 - 9.2.1. Las revistas, el culmen de la belleza
 - 9.2.2. Tipos de diseños de revistas. Referencias
 - 9.2.3. Las revistas digitales y su importancia actual
 - 9.2.4. Elementos de publicación
- 9.3. Diseño editorial de periódicos
 - 9.3.1. Los diarios, entre la información y la belleza gráfica
 - 9.3.2. Cómo diferenciarse en la información generalista
 - 9.3.3. Los formatos de los diarios
 - 9.3.4. Tendencias editoriales. Referencias
- 9.4. Introducir publicidad en el proceso de maquetación
 - 9.4.1. ¿Qué es la publicidad? Tipos
 - 9.4.2. Ventajas y desventajas de introducir publicidad en una maquetación
 - 9.4.3. ¿Cómo introducir publicidad en medios impresos?
 - 9.4.4. ¿Cómo introducir publicidad en medios digitales?
- 9.5. La elección de la tipografía
 - 9.5.1. Tipografías editoriales
 - 9.5.2. La importancia del tamaño
 - 9.5.3. Tipografía en los medios impresos
 - 9.5.4. Tipografía en los medios digitales
- 9.6. Ortotipografía
 - 9.6.1. ¿Qué es la ortotipografía?
 - 9.6.2. Microtipografía y macrotipografía
 - 9.6.3. Importancia de la ortotipografía
 - 9.6.4. Faltas en ortotipografía
- 9.7. ¿Maquetar en las redes sociales?
 - 9.7.1. El ámbito de la maquetación en las redes sociales
 - 9.7.2. El Hashtag y su importancia
 - 9.7.3. La biografía de Instagram
 - 9.7.4. *Grids* en Instagram
- 9.8. Copywriting
 - 9.8.1. ¿Qué es el *copywriting*?
 - 9.8.2. Simplifica el copy. El primer impacto es lo que cuenta
 - 9.8.3. Aplicaciones del *copywriting*
 - 9.8.4. Convertirse en un buen *copywriter*
- 9.9. Profundizando en el uso de InDesign
 - 9.9.1. Añadir texto en un trazado
 - 9.9.2. Uso del panel carácter y el panel párrafo
 - 9.9.3. Diferencias entre texto subrayado y filetes de párrafo
 - 9.9.4. Control de líneas viudas y huérfanas
 - 9.9.5. Ortotipografía: ver caracteres ocultos
- 9.10. Proyectos de maquetación
 - 9.10.1. Elaborando una revista en InDesign
 - 9.10.2. Aspectos a tener en cuenta
 - 9.10.3. Referencias visuales: Grandes maquetaciones en Instagram
 - 9.10.4. Actualizando Instagram con una estrategia de maquetación

Módulo 10. Arte final

- 10.1. Introducción al arte final
 - 10.1.1. ¿Qué es un arte final?
 - 10.1.2. El inicio del arte final
 - 10.1.3. La evolución del arte final
 - 10.1.4. Herramientas básicas
- 10.2. Elementos necesarios para realizar una impresión
 - 10.2.1. Soporte
 - 10.2.2. Materia colorante
 - 10.2.3. La forma
 - 10.2.4. Las máquinas
- 10.3. Impresión planográfica
 - 10.3.1. ¿Qué es la impresión planográfica?
 - 10.3.2. Sistemas Offset
 - 10.3.3. Propiedades de los sistemas de impresión Offset
 - 10.3.4. Ventajas e inconvenientes
- 10.4. Impresión en hueco
 - 10.4.1. ¿Qué es la impresión en hueco?
 - 10.4.2. El huecograbado
 - 10.4.3. Propiedades de los sistemas de impresión en huecograbado
 - 10.4.4. Acabado
- 10.5. Impresión en relieve
 - 10.5.1. ¿Qué es la impresión en relieve?
 - 10.5.2. Clichés tipográficos y clichés flexográficos
 - 10.5.3. Propiedades
 - 10.5.4. Acabados
- 10.6. Impresión en permeografía
 - 10.6.1. ¿Qué es la impresión permeográfica?
 - 10.6.2. La serigrafía
 - 10.6.3. Propiedades fisicoquímicas de las pantallas de serigrafía
 - 10.6.4. Ventajas e inconvenientes



- 10.7. Impresión digital
 - 10.7.1. ¿Qué es la impresión digital?
 - 10.7.2. Ventajas e inconvenientes
 - 10.7.3. ¿Impresión offset o impresión digital?
 - 10.7.4. Sistemas de impresión digital
- 10.8. Profundizando en los soportes
 - 10.8.1. Soportes en papel
 - 10.8.2. Soportes rígidos
 - 10.8.3. Soportes textiles
- 10.9. La encuadernación
 - 10.9.1. ¿En qué consiste la encuadernación?
 - 10.9.2. La encuadernación industrial
 - 10.9.3. La tradición sigue viva
 - 10.9.4. Tipos de encuadernación
- 10.10. Preparación de artes finales. Consideraciones ambientales
 - 10.10.1. El formato PDF: Adobe Acrobat
 - 10.10.2. El preflight. Comprobación de color, tipografía, medidas, etc
 - 10.10.3. Pensar antes de imprimir. El impacto medioambiental
 - 10.10.4. Soportes de impresión sostenibles



Este Máster Semipresencial te aportará toda la experiencia necesaria para poder crear diseños espectaculares en formato papel y digital”



07 Prácticas

Una vez superada la fase teórica de este Máster Semipresencial, el alumnado tendrá la oportunidad de poner en práctica todo el conocimiento adquirido en una empresa relevante del sector, donde profesionales del diseño especializados en la industria editorial le mostrarán las principales técnicas y softwares empleados.





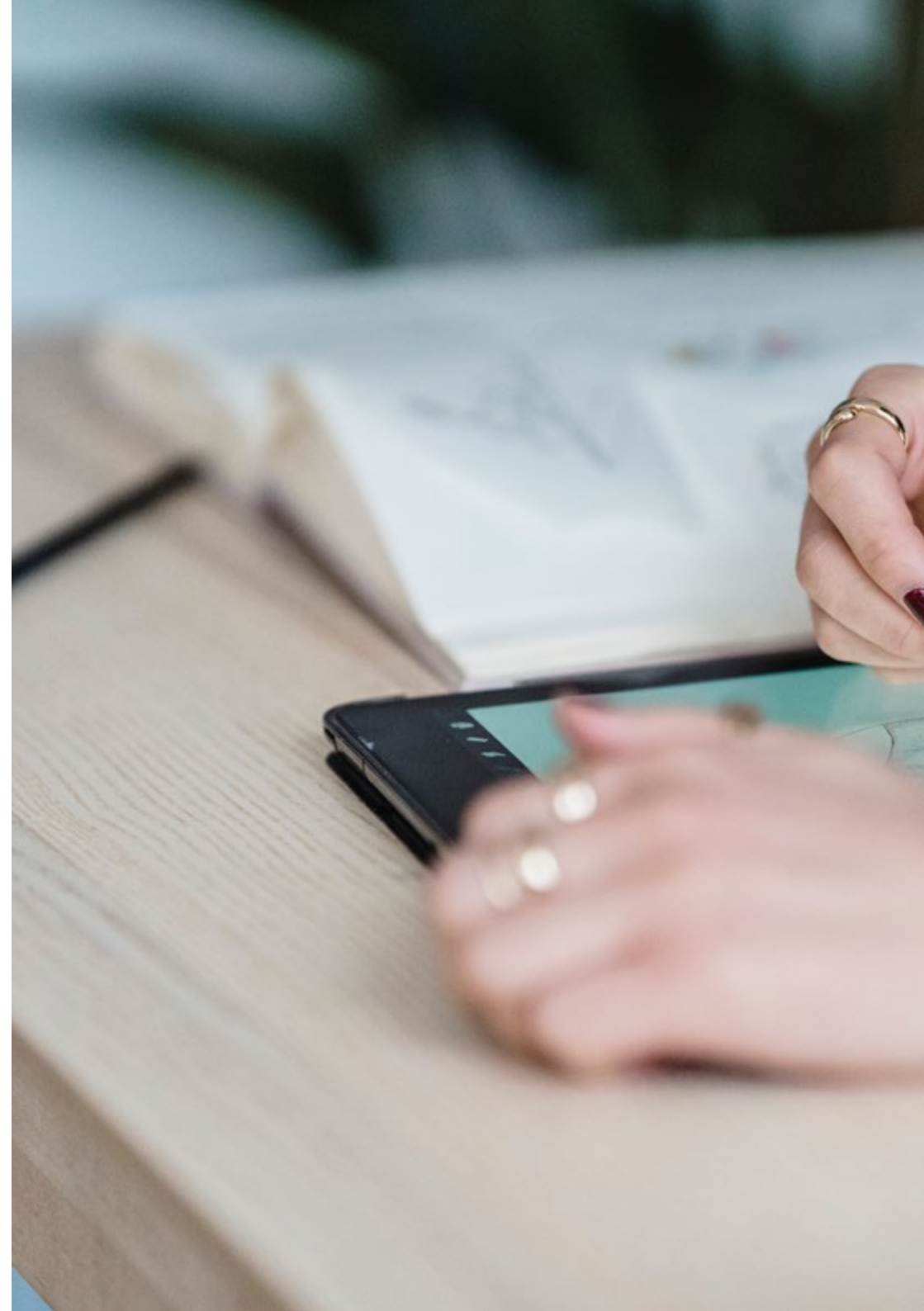
“

Realiza tus prácticas con los softwares más empleados por las empresas del Diseño Editorial. Inscríbete”

El periodo de Capacitación Práctica de este programa de Diseño Editorial ha sido diseñado para que el alumnado obtenga un aprendizaje lo más completo posible gracias a la estancia de 3 semanas de duración en una empresa referente en el campo del Diseño Editorial. De esta forma, el alumnado estará de lunes a viernes, en jornadas de 8 horas consecutivas en una estancia intensiva junto a profesionales del diseño que podrán aportarle todo su saber en el mundo editorial, la maquetación, la fotografía, el diseño gráfico, la tipografía o la imagen corporativa.

Es una excelente oportunidad para el profesional que busque una especialización en un campo que requiere del dominio de los principales softwares empleados en la industria, a la par que se dominan los conceptos de componer del diseño gráfico dentro del Diseño Editorial atendiendo a texturas, espacios, contraste, equilibrio, proporciones. Así, entre las actividades que realizará durante esta estancia se encuentra la elección de una correcta estrategia de imagen determinada, la gestión del uso del color en un proyecto práctico digital y de Diseño Editorial, manejar diferentes tipos de tipografía, adaptándose al medio en el que se va a publicar y dominar el arte final de la maquetación.

La parte práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que faciliten el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis del diseño (aprender a ser y aprender a relacionarse).



Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:

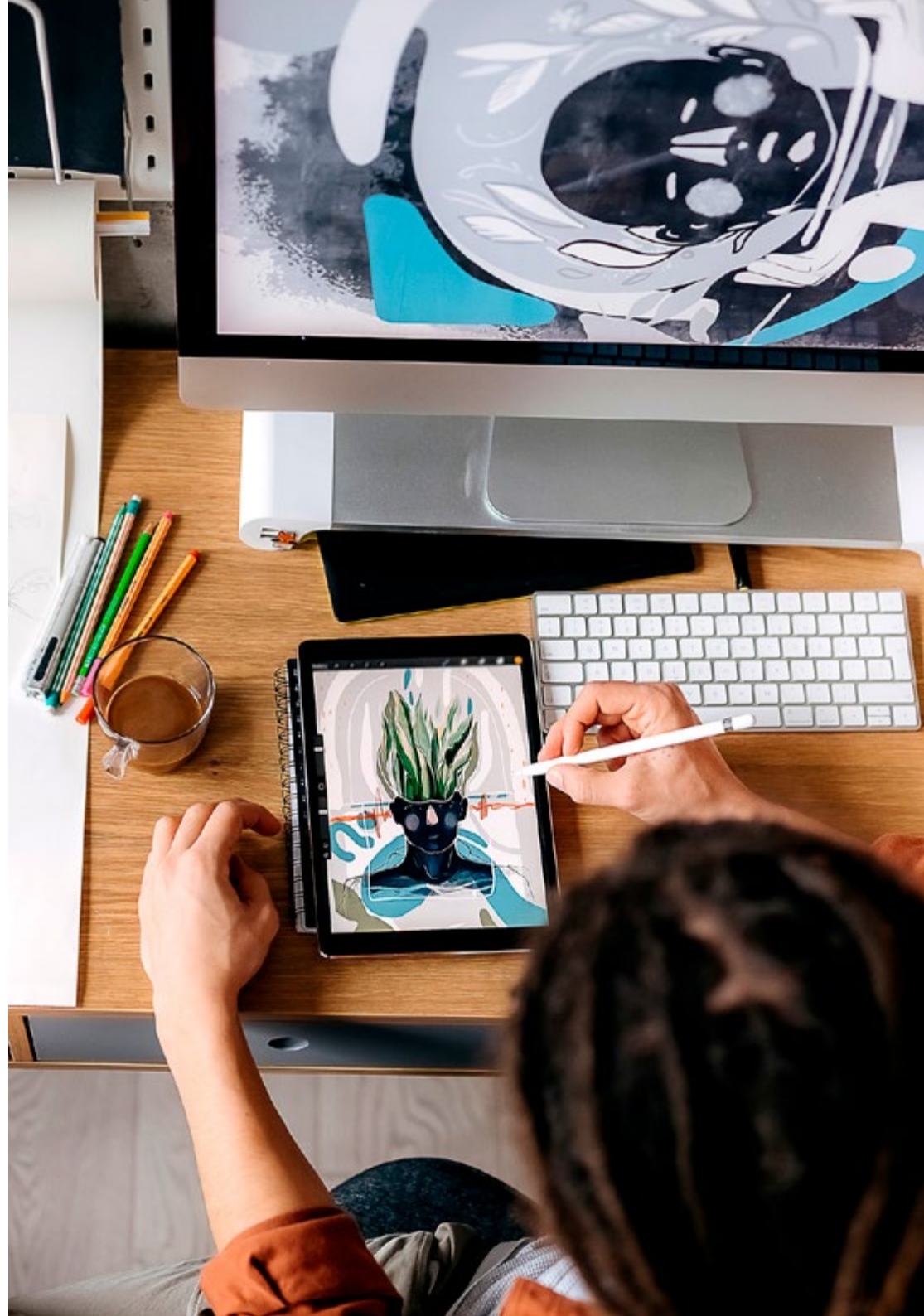
Módulo	Actividad Práctica
Diseño Gráfico e imagen corporativa para el ámbito Editorial	Componer un buen Diseño Gráfico dentro del Diseño Editorial atendiendo a texturas, espacios, contraste, equilibrio, proporciones, etc.
	Realizar cartelería funcional en formato digital o tradicional con referencias visuales modernas
	Iniciar correctamente el proyecto de Diseño Editorial mediante un <i>briefing</i> , con una definición, justificación y objetivos adecuados
	Construir una estrategia de imagen corporativa para establecer las pautas específicas del Diseño Editorial
Metodologías y técnicas del Diseño Editorial	Integrar imágenes y color de forma práctica en el Diseño Editorial, respetando la intención periodística subyacente
	Crear un formato predeterminado a la hora de elaborar el Diseño Editorial, adaptándose a las necesidades de la información y del propio trabajo en sí
	Analizar el mercado y entorno competitivo para establecer unos objetivos generales, específicos y técnicos realistas
Colores y tipografías de mayor relevancia para el Diseño Editorial	Aplicar diferentes tipos de tipografía, adaptándose al trabajo requerido y el medio en el que se va a publicar
	Usar elementos digitales como <i>Tablets</i> o <i>iPads</i> para elaborar una buena tipografía digital
	Gestionar el uso del color en un proyecto práctico digital y de Diseño Editorial
Maquetación y arte final en el Diseño Editorial	Maquetar los textos e imágenes realizados en una buena composición, acorde a la estrategia empresarial
	Realizar una maquetación adecuada para el entorno de las redes sociales
	Elaborar de maquetación complejo en InDesign
	Ajustar el formato final del trabajo realizado en función del medio en el que se vaya a publicar

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de esta institución es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, esta entidad educativa se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



Condiciones generales de la capacitación práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

1. TUTORÍA: durante el Máster Semipresencial el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

2. DURACIÓN: el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

3. INASISTENCIA: en caso de no presentarse el día del inicio del Máster Semipresencial, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

4. CERTIFICACIÓN: el alumno que supere el Máster Semipresencial recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: el Máster Semipresencial no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

6. ESTUDIOS PREVIOS: algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización del Máster Semipresencial. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

7. NO INCLUYE: el Máster Semipresencial no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

08

¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

Este programa de Máster Semipresencial contempla en su itinerario una estancia práctica en una empresa relevante del sector y con profesionales en su equipo con experiencia en el diseño gráfico y especializado en la industria editorial. Así, el alumnado adquirirá un aprendizaje completo y con garantías de conocer de primera mano el trabajo actual que se realiza en este campo.



“

*Completa tu aprendizaje con una
Capacitación Práctica de la mano
de diseñadores especializados en
Diseño Editorial”*



El alumno podrá cursar la parte práctica de este Máster Semipresencial en los siguientes centros:



Diseño

Goose & Hopper España

País	Ciudad
España	Valencia

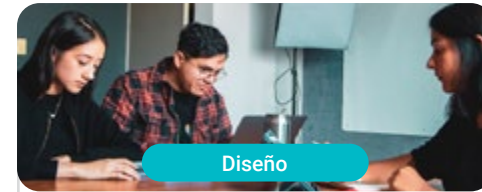
Dirección: La Marina de Valencia, Muelle de la Aduana S/N Edificio Lanzadera 46024

Agencia de publicidad, diseño, tecnología y creatividad

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Dirección de Comunicación y Reputación Digital
- Modelado 3D Orgánico





Diseño

Goose & Hopper México

País Ciudad
México Michoacán de Ocampo

Dirección: Avenida Solidaridad Col. Nueva Chapultepec Morelia, Michoacan

Agencia de publicidad, diseño, tecnología y creatividad

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Dirección de Comunicación y Reputación Digital
- Modelado 3D Orgánico



Diseño

Grupo Fórmula

País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc, Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Empresa líder en comunicación multimedia y generación de contenidos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- Administración de Personas



Piensamarketing

País	Ciudad
Argentina	Río Negro

Dirección: Campichuelo 580 (8400),
Ciudad de Bariloche, Río Negro

Agencia de marketing y comunicación
social y digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital
- MBA en Marketing Digital





“

Impulsa tu trayectoria profesional con una enseñanza holística, que te permite avanzar tanto a nivel teórico como práctico”

09

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores facultades del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

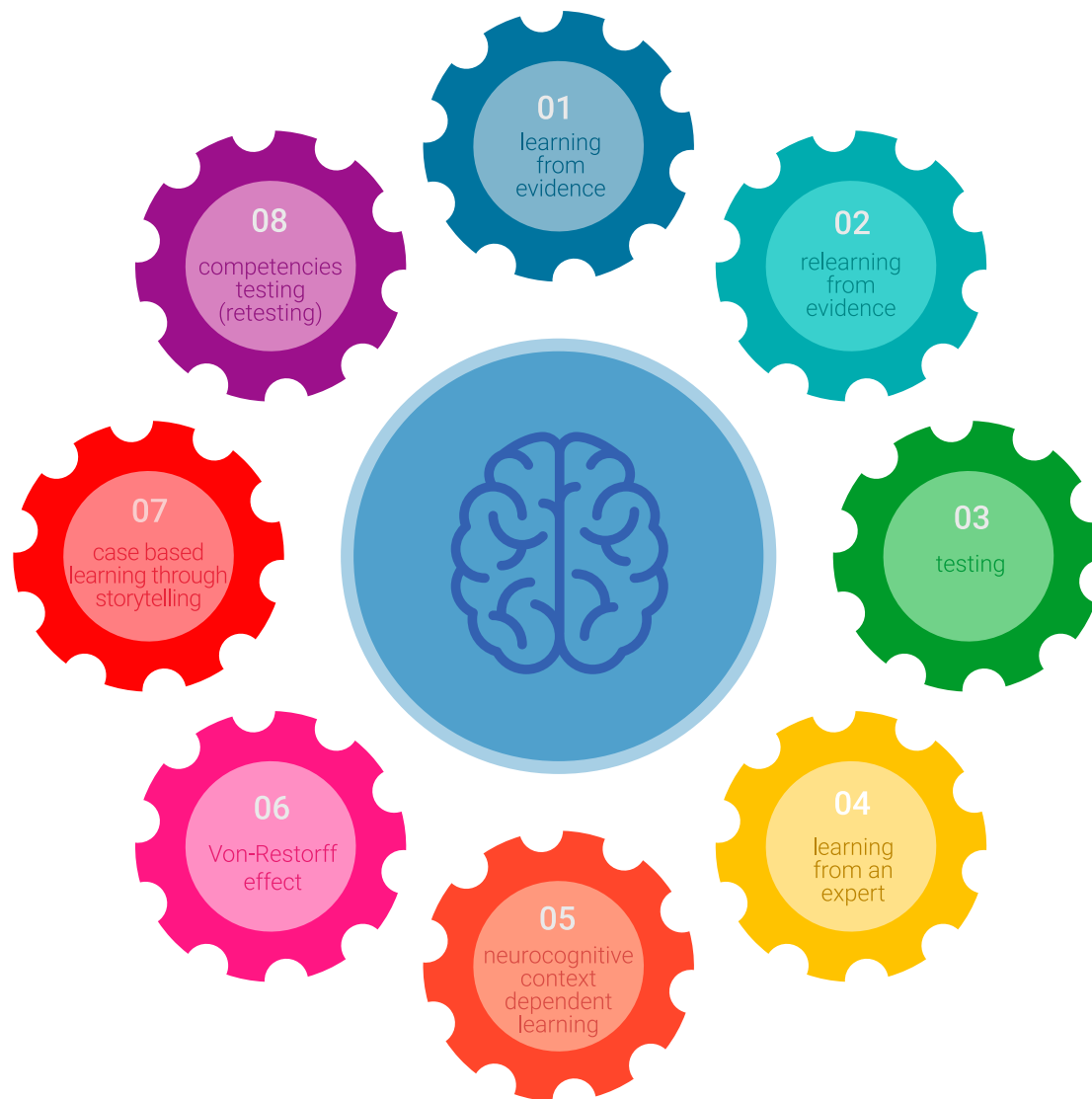
TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



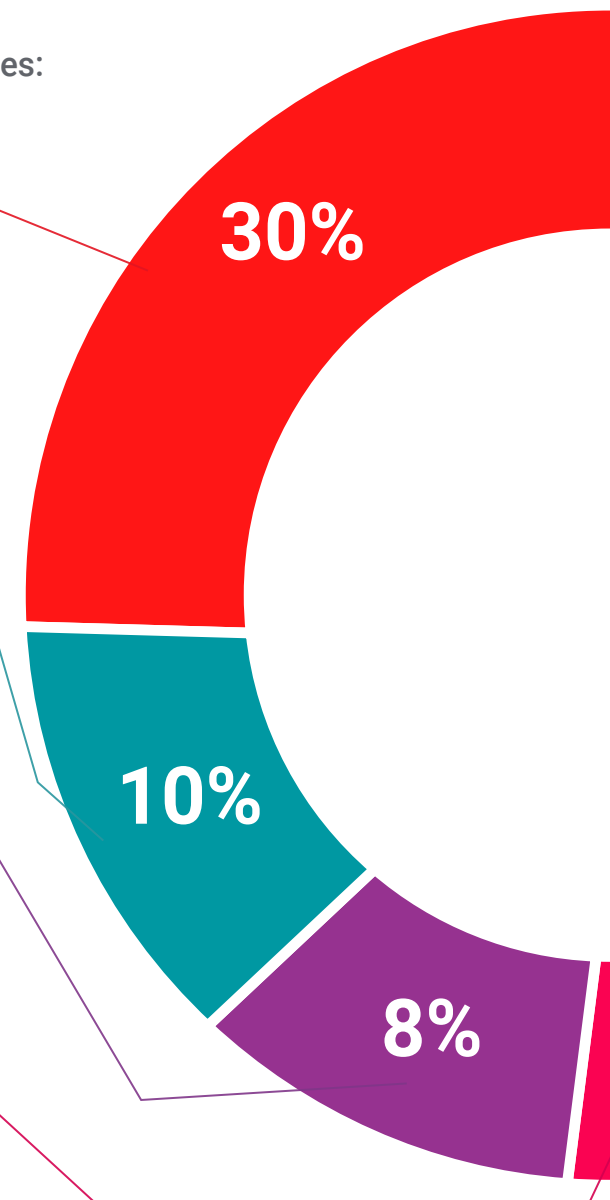
Prácticas de habilidades y competencias

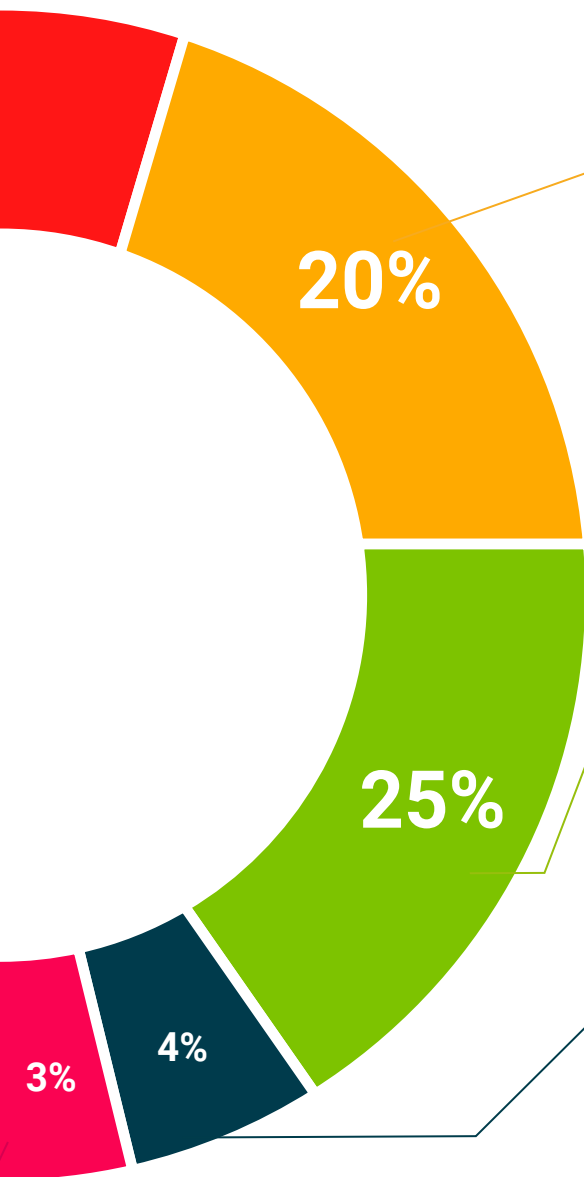
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



10 Titulación

El Título de Máster Semipresencial en Diseño Editorial garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Semipresencial expedido por TECH Global University.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster Semipresencial en Diseño Editorial** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

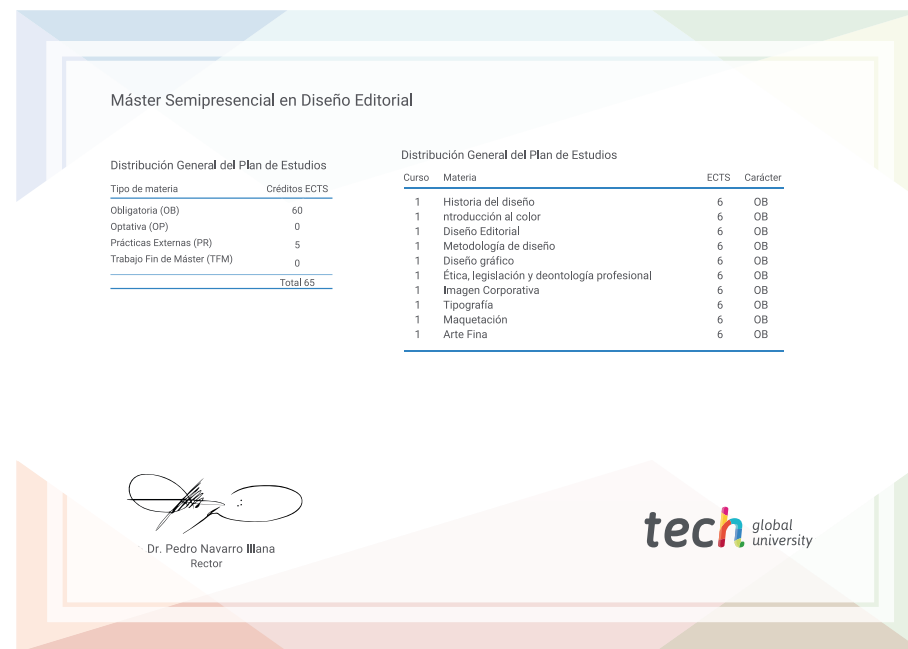
Título: **Máster Semipresencial en Diseño Editorial**

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**

Duración: **12 meses**

Reconocimiento: **60 + 4 créditos ECTS**

Horas lectivas: **1.620 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Máster Semipresencial Diseño Editorial

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Global University

60 + 4 créditos ECTS

Horas lectivas: 1.620 h.

Máster Semipresencial

Diseño Editorial

