Máster Título Propio

Diseño Editorial y Publicaciones Digitales



tech universidad tecnológica

02

Objetivos

El objetivo de este Máster en Diseño Editorial y Publicaciones Digitales es ofrecer a los profesionales una vía completa para adquirir conocimientos y destrezas para la práctica profesional de este sector, con la seguridad de aprender de los mejores y una forma de aprendizaje basada en la práctica que te permitirá acabar la formación con los conocimientos necesarios para realizar tu trabajo con total seguridad y competencia.



Objetivos generales

- Idear un desarrollo gráfico.
- Determinar los materiales adecuados para su desarrollo.
- Definir las técnicas idóneas en casa situación comunicativa gráfica.
- Realizar todo el proceso de creación de piezas, adaptándolos a diferentes formatos.
- Aplicar artes finales.





Objetivos especificos por módulos

- Tener conocimientos básicos de las ciencias humanas y sociales parar 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.
- Adquirir la capacidad para integrar los conocimientos y producir nuevo conocimiento.
- Reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público, tanto especializado, como no especializado.
- Emplear el pensamiento convergente y divergente en los procesos de observación, investigación, especulación, visualización y actuación.
- Reconocer la diversidad cultural en el contexto de las sociedades contemporáneas.
- Desarrollar la sensibilidad estética y cultivar la facultad de apreciación estética.
- 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 proyectas ideas gráficas propias.
- 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.

04

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales, conscientes de la relevancia de la actualidad de la formación para poder avanzar en el mercado laboral con seguridad y competitividad, y para ejercer tu profesión con la excelencia que sólo permite la mejor capacitación.



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. Cultura audiovisual

2.1. La Posmodernidad en el ámbito audiovisual.
- 2.1.1. ¿Qué es la posmodernidad?
- 2.1.2. La cultura de masas en la era posmoderna.
- 2.1.3. La irrupción de los discursos argumentativos.
- 2.1.4. La cultura del simulacro.

2.2. Semiótica: los símbolos en la cultura audiovisual.
- 2.2.1. ¿Qué es la semiótica?
- 2.2.2. ¿Semiótica o semiología?
- 2.2.3. Los códigos semióticos.
- 2.2.1. Los motivos visuales.

2.3. Aprender a mirar.
- 2.3.1. Imagen y contexto.
- 2.3.2. La mirada etnográfica.
- 2.3.3. La fotografía como cruce de miradas.
- 2.3.4. Antropología visual.

2.4. La composición de la imagen.
- 2.4.1. Puntualizaciones.
- 2.4.2. El equilibrio dinámico.
- 2.4.3. Peso y dirección visual.
- 2.4.4. Reglas básicas.

2.5. La estética en lo audiovisual.
- 2.5.1. ¿Qué es la Estética?
- 2.5.2. Las categorías estéticas.
- 2.5.3. Lo grotesco y lo abyecto
- 2.5.4. Lo kitsch y lo camp.

2.6. Nuevas y renovadas formas de lo audiovisual.
- 2.6.1. El videoarte viral.
- 2.6.2. El Big Data como práctica artística.
- 2.6.3. El video mapping.
- 2.6.4. Los Vj's.

2.7. La intertextualidad como estrategia creativa.
- 2.7.1. ¿Qué es la intertextualidad?
- 2.7.2. La cita.
- 2.7.3. La alusión.
- 2.7.4. El plagio.
- 2.7.5. El apropiacionismo.
- 2.7.6. La autorreferencialiadad.
- 2.7.7. La parodia.

2.8. El diálogo entre las artes.
- 2.8.1. La intermedialidad.
- 2.8.2. La hibridación de las artes.
- 2.8.3. El Clasicismo y la separación de las artes.
- 2.8.4. El Romanticismo y la definitiva unión de las artes.
- 2.8.5. El Arte Total en las vanguardias.
- 2.8.6. Las narrativas transmedia.

2.9. El nuevo cine.
- 2.9.1. Las relaciones entre cine, cultura e historia.
- 2.9.2. Una evolución tecnología (im)previsible.
- 2.9.3. ¡El cine ha muerto!
- 2.9.4. El cine expandido.

2.10. El auge del documental.
- 2.10.1. El documental.
- 2.10.2. Estrategias de la objetividad.
- 2.10.3. El auge del falso documental.
- 2.10.4. El found footage.

Módulo 3. Diseño editorial

3.1. Introducción al diseño editorial.
- 3.1.1. ¿Qué es el diseño editorial?
- 3.1.2. Tipos de publicaciones en el diseño editorial.
- 3.1.3. El diseñador editorial y sus competencias.
- 3.1.4. Factores del diseño editorial.

3.2. Historia del diseño editorial.
- 3.2.1. La investigación de la escritura. El libro en la antigüedad.
- 3.2.2. La revolución de Gutenberg.
- 3.2.3. La librería del antiguo régimen (1520-1760).
- 3.2.4. La segunda revolución del libro (1760 –1914).
- 3.2.5. Del siglo XIX hasta nuestros días.

3.3. Fundamentos del diseño editorial impreso y digital.
- 3.3.1. El formato.
- 3.3.2. La retícula.
- 3.3.3. La tipografía.
- 3.3.4. El color.
- 3.3.5. Los elementos gráficos.

3.4. Medios editoriales impresos.
- 3.4.1. Campos de trabajo y formatos.
- 3.4.2. El libro y sus elementos: titulares, encabezados, entradillas, cuerpo del texto.
- 3.4.3. Manipulados: plegado y encuadernación.
- 3.4.4. La impresión.

3.5. Medios editoriales digitales.
- 3.5.1. Publicaciones digitales.
- 3.5.2. Aspectos de forma en las publicaciones digitales.
- 3.5.3. Publicaciones digitales más usadas.
- 3.5.4. Plataformas para publicar digitalmente.

3.6. Iniciación a InDesign I: Primeros pasos.
- 3.6.1. La interfaz y la personalización del espacio de trabajo.
- 3.6.2. Paneles, preferencias y menús.
- 3.6.3. El Flat plan.
- 3.6.4. Opciones de creación de nuevos documentos y guardar.

3.7. Iniciación a InDesign II: Profundización en la herramienta.
- 3.7.1. El formato de la publicación.
- 3.7.2. La retícula en el espacio de trabajo.
- 3.7.3. La cuadrícula base y su importancia.
- 3.7.4. Uso de reglas y creación de guías. Modo de visualización.
- 3.7.5. El panel y la herramienta de páginas. Las páginas maestras.
- 3.7.6. Trabajar con capas.

3.8. Gestión del color e imágenes en InDesign.
- 3.8.1. La paleta de muestras. Creación de color y matices.
- 3.8.2. La herramienta cuentagotas.
- 3.8.3. Los degradados.
- 3.8.4. Organización de imágenes y gestión de color.
- 3.8.5. Uso de viñetas y objetos anclados.
- 3.8.6. Creación y configuración de una tabla.

3.9. El texto en InDesign.
- 3.9.1. El texto: Elección de tipografías.
- 3.9.2. Los marcos de texto y sus opciones.
- 3.9.3. Panel de carácter y panel de párrafo.
- 3.9.4. Insertar notas al pie. Tabulaciones.

3.10. Proyecto editorial.
- 3.10.1. Relación de diseñadores editoriales: proyectos.
- 3.10.2. Elaboración de un primer proyecto en InDesign.
- 3.10.3. ¿Qué elementos se deben incluir?
- 3.10.4. Pensando la idea.

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. Vialidad 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. Fotografía digital

7.1. Introducción al medio fotográfico contemporáneo.
- 7.1.1. Orígenes de la fotografía: La cámara oscura.
- 7.1.2. La fijación de la imagen. Hitos: el Daguerrotipo y el Calotipo.
- 7.1.3. La cámara estenopeica
- 7.1.4. La instantánea fotográfica. Kodak y la popularización del medio.

7.2. Principios de la fotografía digital.
- 7.2.1. Street Photography: la fotografía como espejo social.
- 7.2.2. Fundamentos de la imagen digital.
- 7.2.3. JPG y RAW.
- 7.2.4. Laboratorio digital.

7.3: Conceptos, equipos y técnicas fotográficas.
- 7.3.1. La cámara: ángulo visual y lentes.
- 7.3.2. Exposímetro. Ajuste de la exposición.
- 7.3.3. Elementos de control de la imagen.
- 7.3.4. Práctica I: Controlando la cámara.

7.4. Iluminación.
- 7.4.1. La luz natural y su importancia.
- 7.4.2. Propiedades de la luz.
- 7.4.3. La luz continúa y la luz de modelado.
- 7.4.4. Esquemas de iluminación.
- 7.4.5. Accesorios para manipular la luz.
- 7.4.6. Los fondos. Herramientas comerciales.

7.5. Flash.
- 7.5.1. Principales funciones de un flash.
- 7.5.2. Tipos de flash.
- 7.5.3. Flash de antorcha.
- 7.5.4. Ventajas e inconvenientes.

7.6. Fotografía con cámara profesional.
- 7.6.1. Fotografía lifestyle. En busca de rincones.
- 7.6.2. Práctica II: Juego de luces.
- 7.6.3. Práctica III: Espacios negativos.
- 7.6.4. Práctica IV: Capturar la emoción.

7.7. Fotografía móvil: Introducción.
- 7.7.1. Nuestro cámara de bolsillo y otros materiales.
- 7.7.2. Conseguir la mejor calidad.
- 7.7.3. Trucos de composición.
- 7.7.4. Creación de ambiente.

7.8. Fotografía móvil: Proyecto.
- 7.8.1. Los flatlay.
- 7.8.2. Fotografía de interiores.
- 7.8.3. Ideas creativas: ¿Por dónde empezar?
- 7.8.4. Práctica VI: Primeras fotografías.

7.9. Fotografía móvil: Edición.
- 7.9.1. Edición de fotos con Snapseed.
- 7.9.2. Edición de fotos con VSCO.
- 7.9.3. Edición de fotos con Instagram.
- 7.9.4. Práctica IV: Editando tus fotografías.

7.10. El proyecto creativo fotográfico.
- 7.10.1. Autores de referencia en la creación fotográfica contemporánea.
- 7.10.2. El portfolio fotográfico.
- 7.10.3. Referencias visuales de portfolio.
- 7.10.4. Construye tu porfolio de resultados.

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 tipográficos (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.

Una experiencia de formación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional”

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.
- 10.8.4. Otros.

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...
- 10.10.3. Pensar antes de imprimir. El impacto medioambiental.
- 10.10.4. Soportes de impresión sostenibles.

06

Titulación

A través de una experiencia de aprendizaje diferente y estimulante, podrás conseguir las competencias necesarias para dar un gran paso en tu formación. Una oportunidad de progresar, con el apoyo y el seguimiento de una universidad moderna y especializada, que te proyectará a otro nivel profesional.



Este **Máster Título Propio en Diseño Editorial y Publicaciones Digitales** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Máster Titulo Propio** emitido por la **TECH - Universidad Tecnológica.**

El título expedido por la **TECH - Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio en Diseño Editorial y Publicaciones Digitales**

Nº Horas Oficiales: **1500 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

Diseño Editorial y Publicaciones Digitales

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

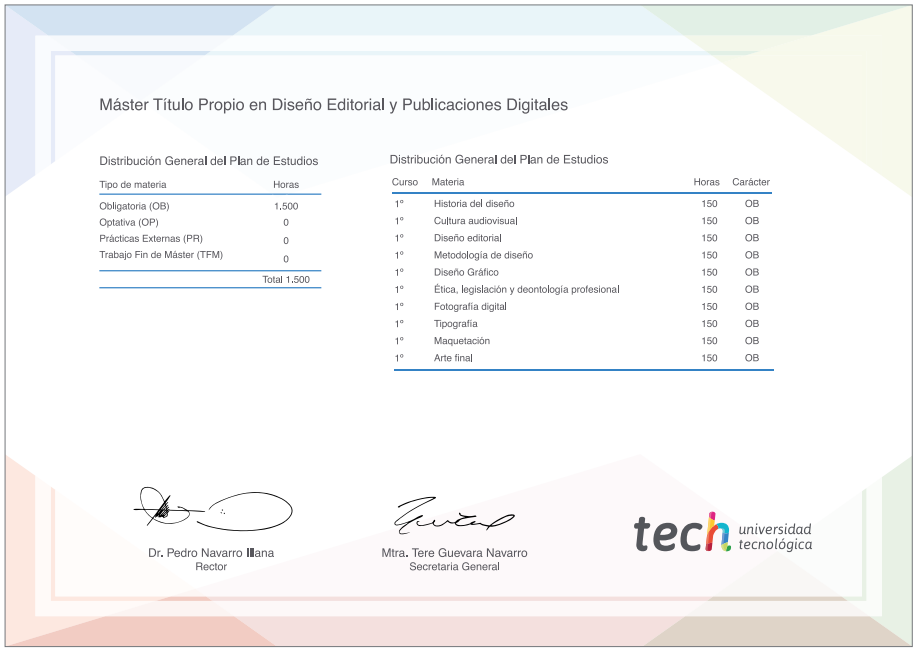
TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

Mtra.Tere Guevara Navarro
Secretaria General

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio en Diseño Editorial y Publicaciones Digitales

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1,500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
Total	1,500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Historia del diseño	150	OB
1º	Cultura audiovisual	150	OB
1º	Diseño editorial	150	OB
1º	Metodología de diseño	150	OB
1º	Diseño Gráfico	150	OB
1º	Ética, legislación y deontología profesional	150	OB
1º	Fotografía digital	150	OB
1º	Tipografía	150	OB
1º	Maquetación	150	OB
1º	Arte final	150	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

Mtra. Tere Guevara Navarro
Secretaria General

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su titulo en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

Máster Título Propio

Diseño Editorial y Publicaciones Digitales



tech universidad tecnológica