Máster Título Propio
Diseño Gráfico



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Diseño Gráfico

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1500 h.**

Acceso web: **www.techtitute.com/diseno/master/master-diseno-grafico**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Estructura y contenido — pág. 18

05 Metodología — pág. 32

06 Titulación — pág. 40

01

Presentación

El Diseño Gráfico requiere del profesional una actualización constante. La oferta permanente de nuevas tecnologías, software o apps determina no solo la manera de proceder, sino nuevas expectativas en los productos gráficos creados, el dominio de los aspectos técnicos y de desarrollo. En este completo programa hemos recogido todos los conocimientos que necesitas para ponerte en vanguardia en esta profesión. Un camino de aprendizaje que te llevará a desarrollar proyectos de Diseño Gráfico competitivos y de calidad.





Una completa capacitación que te proporcionará los conocimientos más avanzados en Diseño Gráfico, con el aprendizaje de las nuevas herramientas y tendencias estéticas del panorama profesional actual"

El profesional del Diseño Gráfico necesita conocer los fenómenos cambiantes de la comunicación gráfica. La influencia de unos medios en otros, las diferentes combinaciones de medios y los nuevos productos gráficos que incorporan diferentes técnicas y planteamientos de otras áreas comunicativas, son un conocimiento que abrirá nuevas líneas de pensamiento y trabajo.

En este sentido, tener conocimientos en todos los aspectos posibles de trabajo es una ventana a posibilidades y caminos explorables muy interesantes.

Por ello, en esta capacitación se abordarán los aspectos que un diseñador necesita conocer para planificar, desarrollar y finalizar cualquier proyecto gráfico. Un camino que irá escalando en las competencias del alumno para ayudarle a conseguir los retos de un profesional de primera línea.

El Diseño Gráfico se presenta como una opción viable para un profesional que decida trabajar de manera autónoma pero también para ser parte de cualquier organización o empresa. Una vía interesante de desarrollo profesional que se beneficiará de los conocimientos específicos que en este programa ponemos ahora a tu disposición.

Este **Máster Título Propio en Diseño Gráfico** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas son:

- Desarrollo de gran cantidad de casos prácticos presentados por expertos
- 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

Un Máster Título Propio que no solo te enseñará a utilizar las herramientas del Diseño Gráfico, sino que te dará el criterio que necesitas para tomar decisiones creativas acertadas en tus trabajos”

Todos los conocimientos necesarios para trabajar en Diseño Gráfico compilados en un Máster Título Propio de alta eficiencia, que optimizará tu esfuerzo con los mejores resultados"

Todas las áreas necesarias para la creación de piezas gráficas perfectas serán desarrolladas de manera clara y precisa para que el alumno consiga asimilarlas de manera rápida y permanente.

Este programa te permitirá potenciar tus capacidades y actualizar tus conocimientos en Diseño Gráfico.

El desarrollo de este programa está centrado en la práctica de los aprendizajes teóricos propuestos. A través de los sistemas de enseñanza más eficaces y contrastados métodos importados de las universidades más prestigiosas del mundo, podrás adquirir los nuevos conocimientos de manera eminentemente práctica. De esta forma, nos empeñamos en convertir tu esfuerzo en competencias reales e inmediatas.

Nuestro sistema online es otra de las fortalezas de nuestra propuesta. Con una plataforma interactiva que cuenta con las ventajas de los desarrollos tecnológicos de última generación, ponemos a tu servicio las herramientas digitales más interactivas. De esta forma podemos ofrecerte una forma de aprendizaje totalmente adaptable a tus necesidades, para que puedas compaginar de manera perfecta esta capacitación con tu vida personal o laboral.



02

Objetivos

El objetivo de este Máster Título Propio en Diseño Gráfico es ofrecer a los profesionales una vía completa para adquirir conocimientos y destrezas actualizados para el trabajo en Diseño Gráfico, mediante una forma de aprendizaje basada en la práctica, este programa permitirá acabar la capacitación con los conocimientos necesarios para realizar tu trabajo con total seguridad y competencia.





Nuestro objetivo es sencillo: ayudarte a conseguir la actualización más completa en el área del Diseño Gráfico en un programa totalmente compatible con tus obligaciones laborales y personales"

Objetivos generales

- Desarrollar un proyecto de Diseño Gráfico completo
- Determinar los materiales adecuados para su desarrollo
- Definir las técnicas idóneas en cada situación comunicativa gráfica
- Realizar todo el proceso de creación de piezas, adaptándolos a diferentes formatos

Una oportunidad creada para los profesionales que buscan un programa intensivo y eficaz, con el que dar un paso significativo en el ejercicio de su profesión"





Objetivos específicos

Módulo 1. Historia del diseño

- 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

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. Introducción a la forma

- Comprender la naturaleza de la imagen y los gráficos en movimiento, así como los principios básicos de composición y estructura que articulan imagen, gráficos y sonido en el tiempo
- Aplicar transformaciones y efectos espacio-temporales con intenciones narrativas para proyectar y realizar comunicaciones visuales con un propósito claro y específico
- Desarrollar la capacidad espacial, analizando las formas que se construyen en el entorno
- Conocer la importancia de la forma en el desarrollo de procedimientos más complejos
- Identificar visualmente los tipos de formas para a partir de estas, crear otras nuevas
- Entender y analizar el componente emocional que se atribuye a ciertas formas

Módulo 4. 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 5. 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 del 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 6. 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 7. Imagen corporativa

- Comprender los conceptos básicos que forman parte de la política de comunicación de una organización: su identidad, su cultura, cómo comunica, cuál es su imagen, su marca, su reputación y la responsabilidad social
- Entender cuáles son las áreas estratégicas que un responsable gráfico debe gestionar en el proceso comunicativo de la identidad gráfica y visual de marcas
- Conocer las herramientas y estrategias teórico-prácticas que faciliten la gestión de la comunicación corporativa e institucional en organizaciones de toda índole
- Saber seleccionar correctamente un método de organización de información y comunicación para el buen uso de una marca
- Investigar e identificar los elementos más significativos de la empresa-cliente, así como sus necesidades para la creación de estrategias y mensajes comunicativos
- Desarrollar un sistema reglado de normas gráficas básicas basado en elementos de la identidad visual/marca

Módulo 8. Creación del portafolio

- Crear narraciones audiovisuales aplicando correctamente criterios de usabilidad e interactividad
- Identificar la figura del diseñador en el panorama laboral
- Conocer técnicas, métodos, herramientas y redes para promocionar el trabajo personal
- Entender el protocolo ético que hay que seguir en el ejercicio profesional
- Poder identificar fortalezas y debilidades en uno mismo
- Saber valorar económicamente el trabajo propio



Módulo 9. 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 problemas 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 10. 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

03

Competencias

Este programa es una herramienta de alta capacitación para el profesional de Diseño Gráfico. Su intensivo aprendizaje te capacitará para poder trabajar en todos los ámbitos relacionados con este sector con la seguridad de un experto en la materia.





Aprende a crear proyectos gráficos de alta calidad, incluyendo en tus diseños los criterios más vanguardistas en cuanto al logro de objetivos propuestos”

Competencias generales

- Crear proyectos gráficos completos en cualquier contexto comunicativo
- 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

Matricúlate en el mejor programa de Máster Título Propio en Diseño Gráfico del panorama universitario actual"





Competencias específicas

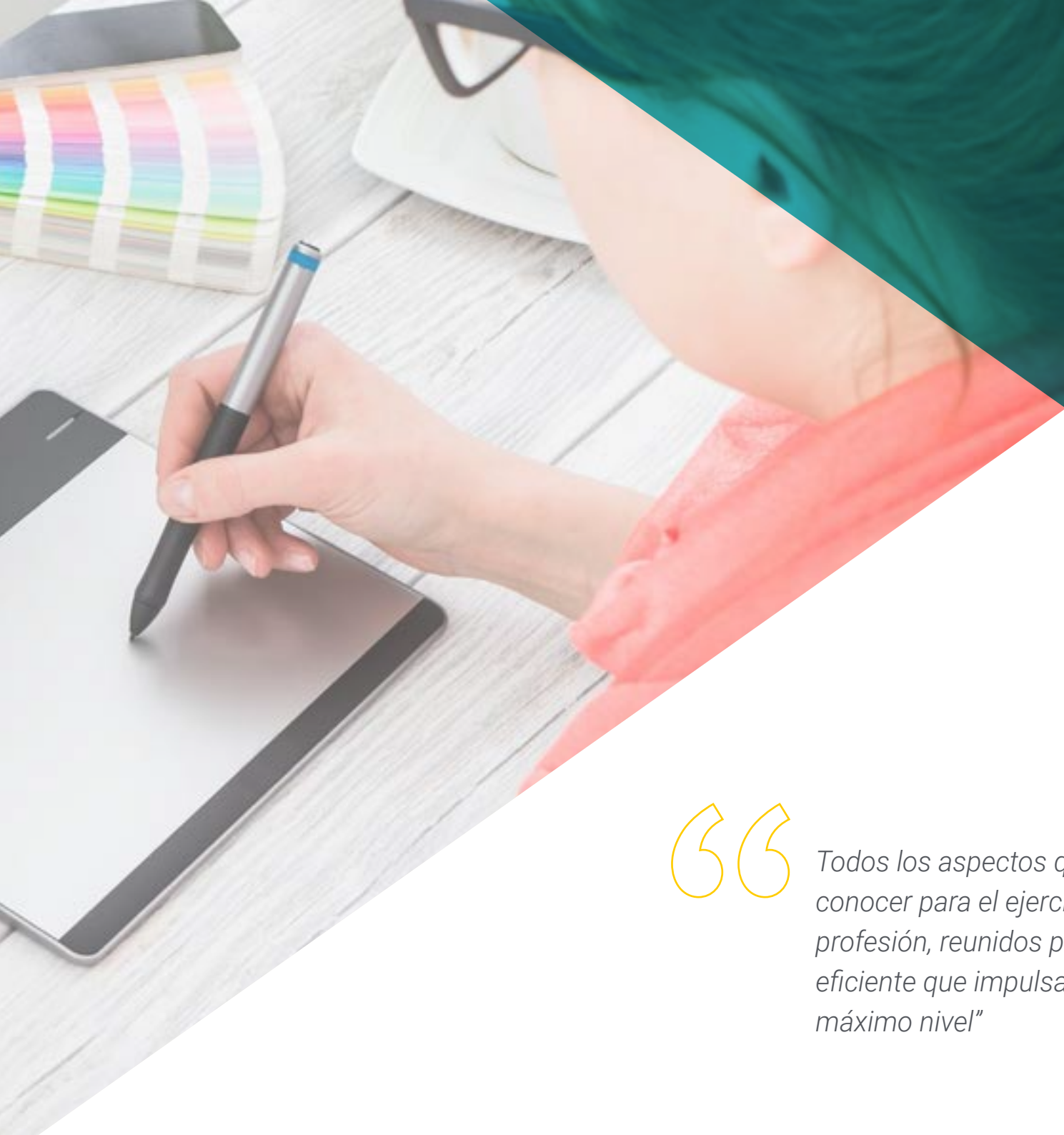
- Describir los diferentes momentos históricos del Diseño Gráfico
- Manejar los colores en su aplicación gráfica
- Conocer el uso de la forma en Diseño Gráfico
- Trabajar en diseño editorial
- Conocer la metodología utilizada en Diseño Gráfico
- Desarrollar una imagen corporativa
- Crear un portfolio
- Conocer la ética profesional y el código deontológico
- Usar de forma eficiente tipografías distintas

04

Estructura y contenido

El temario de este programa te llevará desde lo más básico a los más especializado en el proceso de ideación, desarrollo y finalización de un proyecto de Diseño Gráfico. Con los planteamientos más actualizados y el estudio de las actuales tendencias y requerimientos estéticos del sector.





Todos los aspectos que el diseñador gráfico debe conocer para el ejercicio solvente y exitoso de su profesión, reunidos para ti en un temario amplio y eficiente que impulsará tu capacidad de trabajo al máximo nivel"

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's, 80's y 90's
- 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 and Crafts*. William Morris
- 1.3.4. Esteticismo
- 1.3.5. Art Nouveau

1.4. Recorrido histórico I
- 1.4.1. Secesión 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 *eco-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 Alfred Hickethier
- 2.5.4. El triángulo CIE (Comisión Internacional de l'Éclairage)

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, bicromo, 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 del color
- 2.10.3. Calibración de monitores
- 2.10.4. Lo que debemos tener en cuenta

Módulo 3. Introducción a la forma

3.1. La forma
- 3.1.1. Definición, ¿qué es?
- 3.1.2. Cualidades y características
- 3.1.3. Contorno, silueta, figura y perfil, aspectos de una misma realidad
- 3.1.4. Representación esencial

3.2. Tipología de la forma. Estética de la forma funcional
- 3.2.1. Tipos de forma según su origen
- 3.2.2. Tipos de forma según su configuración
- 3.2.3. Tipos de forma según su significado
- 3.2.4. Tipos de forma según su relación con el espacio
- 3.2.5. Tipos de formas según su relación fondo-forma

3.3. Las primeras formas gráficas
- 3.3.1. El garabato
- 3.3.2. La forma de la mancha
- 3.3.3. El punto y la línea
- 3.3.4. Despertar la creatividad a través del Hirameki
- 3.3.5. La forma del Haiku

3.4. Composición de la forma
- 3.4.1. Forma abierta y forma cerrada
- 3.4.2. Composición forma, semiformal e informal
- 3.4.3. La simetría
- 3.4.4. Los ejes. Simetría axial y radial

3.5. La importancia de la proporción en la forma
- 3.5.1. La proporción
- 3.5.2. Rectángulo áureo
- 3.5.3. La escala
- 3.5.4. Tipos de escala

3.6. Ismos: una aplicación práctica
- 3.6.1. Cubismo
- 3.6.2. Suprematismo
- 3.6.3. Constructivismo
- 3.6.4. Dadaísmo

3.7. El ser humano como medida
- 3.7.1. El canon
- 3.7.2. Diferentes cánones en la figura humana
- 3.7.3. La representación de la figura humana en el arte
- 3.7.4. La ergonomía

3.8. Percepción visual y forma
- 3.8.1. Percepción visual
- 3.8.2. Gestalt
- 3.8.3. El pensamiento visual
- 3.8.4. Interrelación de las formas

3.9. Psicología de las formas
- 3.9.1. El círculo
- 3.9.2. El cuadrado
- 3.9.3. El triángulo
- 3.9.4. Otras formas

3.10. Introducción a la forma digital
- 3.10.1. De lo analógico al mundo digital
- 3.10.2. La forma positiva y negativa
- 3.10.3. Repetición y reflexión
- 3.10.4. Combinando técnicas

Módulo 4. Diseño editorial

4.1. Introducción al diseño editorial
- 4.1.1. ¿Qué es el diseño editorial?
- 4.1.2. Tipos de publicaciones en el diseño editorial
- 4.1.3. El diseñador editorial y sus competencias
- 4.1.4. Factores del diseño editorial

4.2. Historia del diseño editorial
- 4.2.1. La investigación de la escritura. El libro en la antigüedad
- 4.2.2. La revolución de Gutenberg
- 4.2.3. La librería del Antiguo Régimen (1520-1760)
- 4.2.4. La segunda revolución del libro (1760 –1914)
- 4.2.5. Del siglo XIX hasta nuestros días

4.3. Fundamentos del diseño editorial impreso y digital
- 4.3.1. El formato
- 4.3.2. La retícula
- 4.3.3. La tipografía
- 4.3.4. El color
- 4.3.5. Los elementos gráficos

4.4. Medios editoriales impresos
- 4.4.1. Campos de trabajo y formatos
- 4.4.2. El libro y sus elementos: titulares, encabezados, entradillas, cuerpo del texto
- 4.4.3. Manipulados: plegado y encuadernación
- 4.4.4. La impresión

4.5. Medios editoriales digitales
- 4.5.1. Publicaciones digitales
- 4.5.2. Aspectos de forma en las publicaciones digitales
- 4.5.3. Publicaciones digitales más usadas
- 4.5.4. Plataformas para publicar digitalmente

4.6. Iniciación a InDesign I: primeros pasos
- 4.6.1. La interfaz y la personalización del espacio de trabajo
- 4.6.2. Paneles, preferencias y menús
- 4.6.3. El *Fat-Plan*
- 4.6.4. Opciones de creación de nuevos documentos y guardar

4.7. Iniciación a InDesign II: profundización en la herramienta
- 4.7.1. El formato de la publicación
- 4.7.2. La retícula en el espacio de trabajo
- 4.7.3. La cuadrícula base y su importancia
- 4.7.4. Uso de reglas y creación de guías. Modo de visualización
- 4.7.5. El panel y la herramienta de páginas. Las páginas maestras
- 4.7.6. Trabajar con capas

4.8. Gestión del color e imágenes en InDesign
- 4.8.1. La paleta de muestras. Creación de color y matices
- 4.8.2. La herramienta cuentagotas
- 4.8.3. Los degradados
- 4.8.4. Organización de imágenes y gestión de color
- 4.8.5. Uso de viñetas y objetos anclados
- 4.8.6. Creación y configuración de una tabla

4.9. El texto en InDesign
- 4.9.1. El texto: elección de tipografías
- 4.9.2. Los marcos de texto y sus opciones
- 4.9.3. Panel de carácter y panel de párrafo
- 4.9.4. Insertar notas al pie. Tabulaciones

4.10. Proyecto editorial
- 4.10.1. Relación de diseñadores editoriales: proyectos
- 4.10.2. Elaboración de un primer proyecto en InDesign
- 4.10.3. ¿Qué elementos se deben incluir?
- 4.10.4. Pensando la idea

Módulo 5. Metodología de diseño

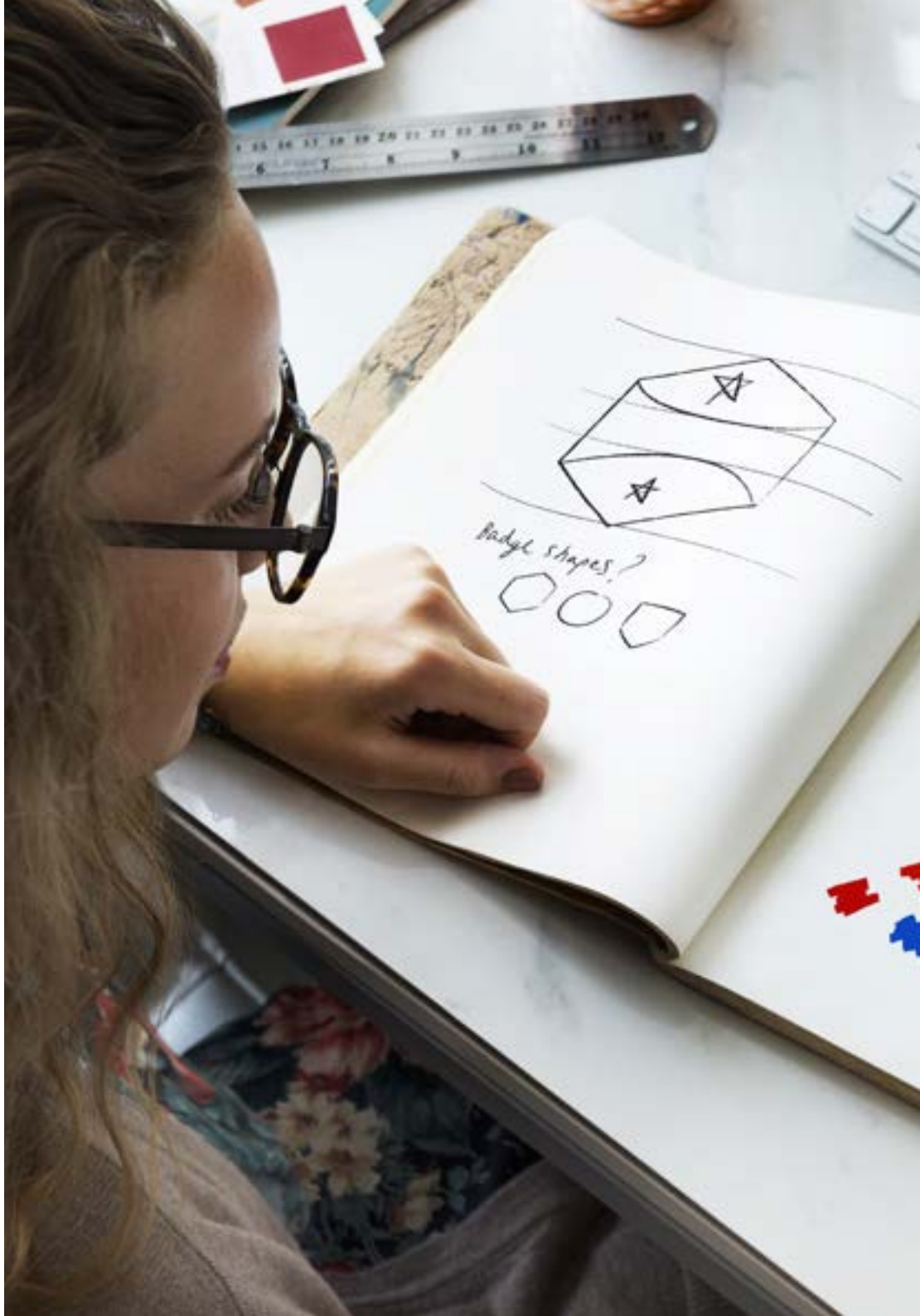
5.1. Sobre la metodología y el diseño
- 5.1.1. ¿Qué es la metodología del diseño?
- 5.1.2. Diferencias entre método, metodología y técnica
- 5.1.3. Tipos de técnicas metodológicas
- 5.1.4. Deducción, Inducción y Abducción

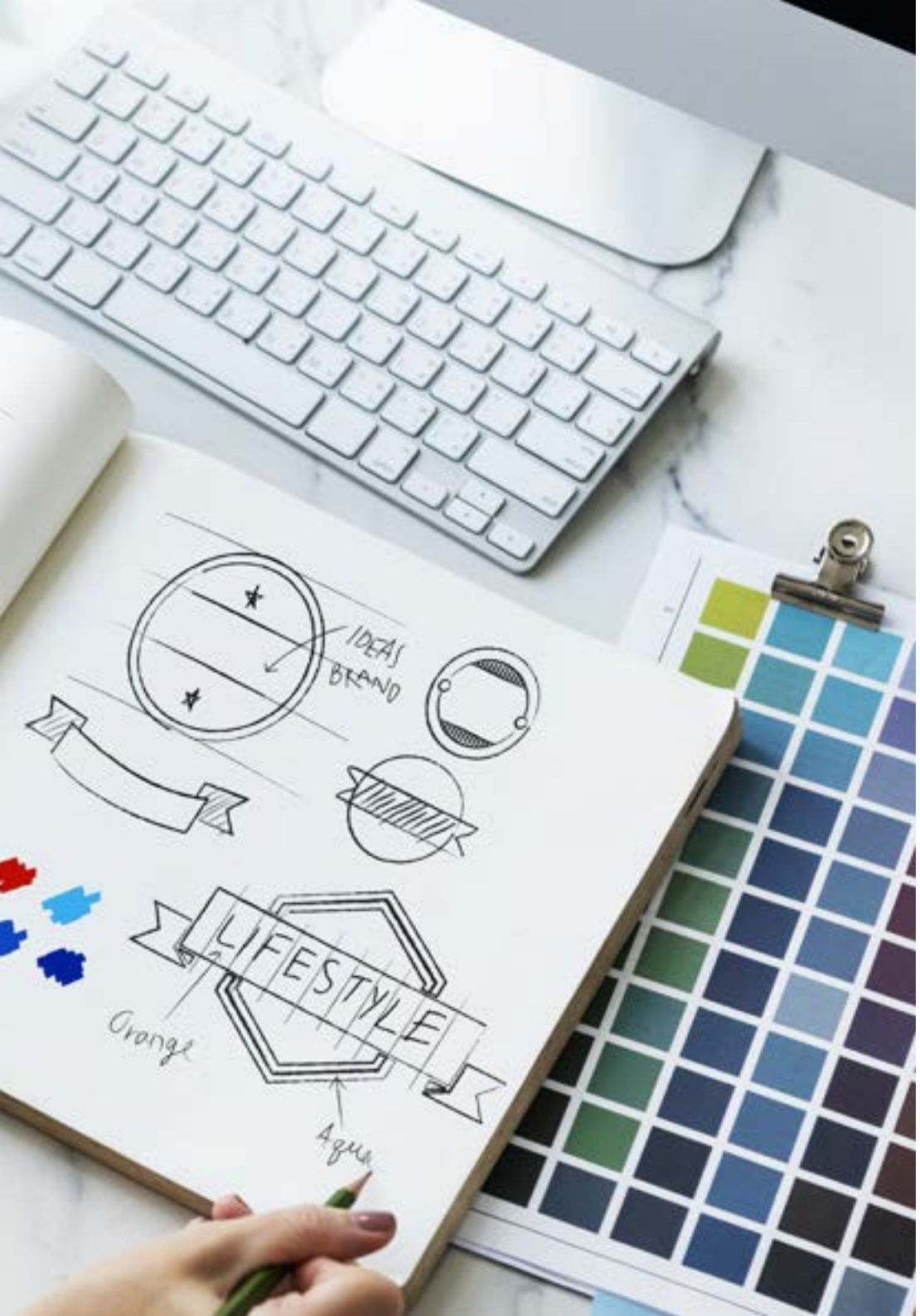
5.2. Introducción a la investigación en el diseño
- 5.2.1. Heredando el método científico
- 5.2.2. Conceptos generales de los procesos de investigación
- 5.2.3. Fases principales del proceso de investigación
- 5.2.4. Cronograma

5.3. Algunas propuestas metodológicas
- 5.3.1. Propuestas para una nueva metodología por Bürdek Bernhard
- 5.3.2. Método sistemático para diseñadores de Bruce Archer
- 5.3.3. Diseño generalizador integrado de Victor Papanek
- 5.3.4. Método proyectual de Bruno Munari
- 5.3.5. Proceso creativo de solución de problemas de Bernd Löbach
- 5.3.6. Otros autores y esquemas de otros métodos

5.4. Definición del problema
- 5.4.1. Identificación y análisis de la necesidad
- 5.4.2. El *Brief*, ¿qué es?
- 5.4.3. ¿Qué debe contener un buen *Brief*?
- 5.4.4. Consejos para preparar un *Brief*

5.5. Investigación para el proyecto
- 5.5.1. Estudio de los antecedentes
- 5.5.2. Implicación del proyecto
- 5.5.3. Estudio del público objetivo o target
- 5.5.4. Herramientas en el estudio del target





5.6. El entorno competitivo
- 5.6.1. En relación al mercado
- 5.6.2. Análisis de competencia
- 5.6.3. Propuesta de valor

5.7. Estudio de viabilidad
- 5.7.1. Viabilidad social. Análisis DAFO
- 5.7.2. Viabilidad técnica
- 5.7.3. Vialidad económica

5.8. Posibles soluciones al *Brief*
- 5.8.1. La emotividad en los procesos creativos
- 5.8.2. Divergencia, transformación y convergencia
- 5.8.3. Lluvia de ideas, *Brainstorming*
- 5.8.4. Comparativa de ideas

5.9. Establecimiento de objetivos
- 5.9.1. Objetivo general
- 5.9.2. Objetivos específicos
- 5.9.3. Objetivos técnicos
- 5.9.4. Objetivos estéticos y comunicacionales
- 5.9.5. Objetivos de mercado

5.10. Desarrollo de ideas
- 5.10.1. El feedback en la fase de ideación
- 5.10.2. Los bocetos
- 5.10.3. Presentación de ideas
- 5.10.4. Métodos de control y evaluación crítica

Módulo 6. Diseño Gráfico

6.1. Introducción al Diseño Gráfico
- 6.1.1. ¿Qué es el Diseño Gráfico?
- 6.1.2. Funciones del Diseño Gráfico
- 6.1.3. Áreas de actuación en el Diseño Gráfico
- 6.1.4. El valor del Diseño Gráfico

6.2. El Diseño Gráfico como actividad profesional
- 6.2.1. La influencia de la tecnología en el desarrollo de la profesión
- 6.2.2. ¿Cuál es el papel del diseñador gráfico?
- 6.2.3. Campos profesionales
- 6.2.4. El diseñador como ciudadano

6.3. Elementos básicos
- 6.3.1. El punto
- 6.3.2. La línea
- 6.3.3. La forma
- 6.3.4. La textura
- 6.3.5. El espacio

6.4. Elementos formales
- 6.4.1. El contraste
- 6.4.2. El equilibrio
- 6.4.3. La proporción
- 6.4.4. El ritmo
- 6.4.5. La armonía
- 6.4.6. El movimiento
- 6.4.7. La unidad

6.5. Referentes en el Diseño Gráfico de los siglos XX y XXI
- 6.5.1. Los diseñadores gráficos que han marcado la historia
- 6.5.2. Los diseñadores más influyentes
- 6.5.3. Diseñadores gráficos hoy
- 6.5.4. Referencias visuales

6.6. Cartelería
- 6.6.1. El cartel publicitario
- 6.6.2. Funciones
- 6.6.3. Los carteles del siglo XIX
- 6.6.4. Referencias visuales

6.7. El estilo gráfico
- 6.7.1. El lenguaje icónico y la cultura de masas
- 6.7.2. El Diseño Gráfico y su relación con el arte
- 6.7.3. El estilo gráfico propio
- 6.7.4. El diseño no es una profesión, es un estilo de vida

6.8. De las calles a la agencia
- 6.8.1. El diseño como la última vanguardia
- 6.8.2. El arte urbano o *Street Art*
- 6.8.3. Arte urbano aplicado a la publicidad
- 6.8.4. El arte urbano y la imagen de marca

6.9. Herramientas digitales más usadas
- 6.9.1. Adobe Lightroom
- 6.9.2. Adobe Photoshop
- 6.9.3. Adobe Illustrator
- 6.9.4. Adobe InDesign
- 6.9.5. CorelDRAW

6.10. Iniciación al proyecto de diseño
- 6.10.1. El *Brief*
- 6.10.2. Definición
- 6.10.3. Justificación
- 6.10.4. Implicación
- 6.10.5. Objetivos
- 6.10.6. Metodología

Módulo 7. Imagen corporativa

7.1. La identidad
- 7.1.1. Idea de identidad
- 7.1.2. ¿Por qué se busca la identidad?
- 7.1.3. Tipos de identidad
- 7.1.4. La identidad digital

7.2. La identidad corporativa
- 7.2.1. Definición. ¿Por qué tener una identidad corporativa?
- 7.2.2. Factores que influyen en la identidad corporativa
- 7.2.3. Componentes de la identidad corporativa
- 7.2.4. Comunicación de la identidad
- 7.2.5. Identidad corporativa, *Branding* e imagen corporativa

7.3. La imagen corporativa
- 7.3.1. Característica de la imagen corporativa
- 7.3.2. ¿Para qué sirve la imagen corporativa?
- 7.3.3. Tipos de imagen corporativa
- 7.3.4. Ejemplos

7.4. Los signos identificadores básicos
- 7.4.1. El nombre o *Naming*
- 7.4.2. Los logotipos
- 7.4.3. Los monogramas
- 7.4.4. Los imagotipos

7.5. Factores de memorización de la identidad
- 7.5.1. La originalidad
- 7.5.2. El valor simbólico
- 7.5.3. La pregnancia
- 7.5.4. La repetición

7.6. Metodología para el proceso de creación de una marca
- 7.6.1. Estudio del sector y de la competencia
- 7.6.2. *Brief*, plantilla
- 7.6.3. Definir estrategia y personalidad de marca. Los valores
- 7.6.4. Público objetivo

7.7. El cliente
- 7.7.1. Intuir cómo es el cliente
- 7.7.2. Tipologías de clientes
- 7.7.3. El proceso de reunión
- 7.7.4. La importancia de conocer al cliente
- 7.7.5. Establecer presupuesto

7.8. Manual de identidad corporativa
- 7.8.1. Normas de construcción y aplicación de la marca
- 7.8.2. La tipografía corporativa
- 7.8.3. Colores corporativos
- 7.8.4. Otros elementos gráficos
- 7.8.5. Ejemplos de manuales corporativos

7.9. Rediseño de identidades
- 7.9.1. Razones para optar por el rediseño de una identidad
- 7.9.2. Gestión de un cambio en la identidad corporativa
- 7.9.3. Buena praxis. Referentes visuales
- 7.9.4. Mala praxis. Referentes visuales

7.10. Proyecto de identidad de marca
- 7.10.1. Presentación y explicación del proyecto. Referentes
- 7.10.2. *Brainstorming*. Análisis del mercado
- 7.10.3. Público objetivo, valor de marca
- 7.10.4. Primeras ideas y bocetos. Técnicas creativas
- 7.10.5. Establecimiento del proyecto. Tipografías y colores
- 7.10.6. Entrega y corrección de proyectos

Módulo 8. Creación del portafolio

8.1. El portafolio
- 8.1.1. El portafolio como tu carta de presentación
- 8.1.2. La importancia de un buen portafolio
- 8.1.3. Orientación y motivación
- 8.1.4. Consejos prácticos

8.2. Características y elementos
- 8.2.1. El formato físico
- 8.2.2. El formato digital
- 8.2.3. El uso de mockups
- 8.2.4. Errores comunes

8.3. Plataformas digitales
- 8.3.1. Comunidades de aprendizaje continuo
- 8.3.2. Redes Sociales: *Twitter, Facebook, Instagram*
- 8.3.3. Redes Profesionales: *LinkedIn, InfoJobs*
- 8.3.4. Porfolios en la nube: *Behance*

8.4. El diseñador en el esquema laboral
- 8.4.1. Salidas laborales de un diseñador
- 8.4.2. Las agencias de diseño
- 8.4.3. Diseño Gráfico empresarial
- 8.4.4. Casos de éxito

8.5. ¿Cómo me muestro profesionalmente?
- 8.5.1. Mantenerse actualizado, y en constante reciclaje
- 8.5.2. El currículum vitae y su importancia
- 8.5.3. Errores comunes en un *currículum vitae*
- 8.5.4. ¿Cómo crear un buen *currículum vitae*?

8.6. Los nuevos consumidores
- 8.6.1. La percepción del valor
- 8.6.2. Definición de tu público objetivo
- 8.6.3. Mapa de empatía
- 8.6.4. Las relaciones personales

8.7. Mi marca personal
- 8.7.1. Emprender: la búsqueda de un sentido
- 8.7.2. Convierte tu pasión en un trabajo
- 8.7.3. El ecosistema alrededor de tu actividad
- 8.7.4. El modelo Canvas

8.8. La Identidad visual
- 8.8.1. El *Naming*
- 8.8.2. Los valores de una marca
- 8.8.3. Los grandes temas
- 8.8.4. Moodboard. El uso de Pinterest
- 8.8.5. Análisis de factores visuales
- 8.8.6. Análisis de factores temporales

8.9. La ética y la responsabilidad
- 8.9.1. Decálogo ético para la práctica del diseño
- 8.9.2. Derechos de autor
- 8.9.3. Diseño y objeción de conciencia
- 8.9.4. El "buen" diseño

8.10. El precio de mi trabajo
- 8.10.1. ¿Necesitas dinero para vivir?
- 8.10.2. Contabilidad básica para emprendedores
- 8.10.3. Tipos de gastos
- 8.10.4. Tu precio/hora. Precio de venta al público

Módulo 9. Ética, legislación y deontología profesional

9.1. La ética, la moral, el derecho y la deontología profesional
- 9.1.1. Cuestiones básicas sobre ética. Algunos dilemas morales
- 9.1.2. Análisis conceptual y origen etimológico
- 9.1.3. Diferencias entre moral y ética
- 9.1.4. La conexión entre ética, moral, derecho y deontología

9.2. La propiedad intelectual
- 9.2.1. ¿Qué es la propiedad intelectual?
- 9.2.2. Tipos de propiedad intelectual
- 9.2.3. El plagio y el incumplimiento de los derechos de autor
- 9.2.4. Anticopyright

9.3. Aspectos prácticos del actual ético
- 9.3.1. Utilitarismo, consecuencialismo y deontología
- 9.3.2. Actuar de forma consecuente frente a actuar con base en principios
- 9.3.3. Eficiencia dinámica de actuar con base en principios

9.4. La legislación y la moral
- 9.4.1. Concepto de legislación
- 9.4.2. Concepto de moral
- 9.4.3. Conexión entre derecho y moral
- 9.4.4. De lo justo a lo injusto a partir del razonamiento lógico

9.5. La conducta profesional
- 9.5.1. El trato con el cliente
- 9.5.2. La importancia de pactar las condiciones
- 9.5.3. Los clientes no compran diseño
- 9.5.4. La conducta profesional

9.6. Responsabilidades hacia otros diseñadores
- 9.6.1. La competitividad
- 9.6.2. El prestigio de la profesión
- 9.6.3. El impacto con el resto de profesiones
- 9.6.4. La relación con otros compañeros de profesión. La crítica

9.7. Responsabilidades sociales
- 9.7.1. El diseño inclusivo y su importancia
- 9.7.2. Características a tener en cuenta
- 9.7.3. Un cambio de mentalidad
- 9.7.4. Ejemplos y referencias

9.8. Responsabilidades con el entorno
- 9.8.1. Ecodiseño. ¿Por qué es tan importante?
- 9.8.2. Características del diseño sostenible
- 9.8.3. Implicaciones en el medio ambiente
- 9.8.4. Ejemplos y referencias

9.9. Conflictos éticos y toma práctica de decisiones
- 9.9.1. Conducta y prácticas responsables en el ámbito laboral
- 9.9.2. Buenas prácticas del diseñador digital
- 9.9.3. ¿Cómo resolver conflictos de interés?
- 9.9.4. ¿Cómo actuar ante regalos?

9.10. El conocimiento libre: Licencias *Creative Commons*
- 9.10.1. ¿Qué son?
- 9.10.2. Tipos de licencia
- 9.10.3. Simbología
- 9.10.4. Usos específicos

Módulo 10. Tipografía

10.1. Introducción a la tipografía
- 10.1.1. ¿Qué es la tipografía?
- 10.1.2. El papel de la tipografía en el Diseño Gráfico
- 10.1.3. Secuencia, contraste, forma y contraforma
- 10.1.4. Relación y diferencias entre tipografía, caligrafía y lettering

10.2. El origen múltiple de la escritura
- 10.2.1. La escritura ideográfica
- 10.2.2. El alfabeto fenicio
- 10.2.3. El alfabeto romano
- 10.2.4. La reforma carolingia
- 10.2.5. El alfabeto latino moderno

10.3. Inicios de la tipografía
- 10.3.1. La imprenta, una nueva era. Primeros tipógrafos
- 10.3.2. La Revolución Industrial: la litografía
- 10.3.3. El modernismo: los inicios de la tipografía comercial
- 10.3.4. Las vanguardias
- 10.3.5. Período de entreguerras

10.4. El papel de las escuelas de diseño en la tipografía
- 10.4.1. La Bauhaus
- 10.4.2. Herbert Bayer
- 10.4.3. Psicología de la Gestalt
- 10.4.4. La Escuela Suiza

10.5. Tipografía actual
- 10.5.1. 1960-1970, precursores de la revuelta
- 10.5.2. Postmodernidad, deconstructivismo y tecnología
- 10.5.3. ¿Hacia dónde va la tipografía?
- 10.5.4. Tipografías que marcan tendencia





10.6. La forma tipográfica I
- 10.6.1. Anatomía de la letra
- 10.6.2. Medidas y atributos del tipo
- 10.6.3. Las familias tipográficas
- 10.6.4. Caja alta, caja baja y versalitas
- 10.6.5. Diferencia entre tipografía, fuente y familia tipográfica
- 10.6.6. Filetes, líneas y elementos geométricos

10.7. La forma tipográfica II
- 10.7.1. La combinación tipográfica
- 10.7.2. Formatos de fuentes tipográficos (*PostScript-TrueType-OpenType*)
- 10.7.3. Licencias tipográficas
- 10.7.4. ¿Quién debe comprar la licencia, cliente o diseñador?

10.8. La corrección tipográfica. Composición de textos
- 10.8.1. El espaciado entre letras. *Tracking y Kerning*
- 10.8.2. El espacio entre palabras. El cuadratín
- 10.8.3. El interlineado
- 10.8.4. El cuerpo de letra
- 10.8.5. Atributos del texto

10.9. El dibujo de las letras
- 10.9.1. El proceso creativo
- 10.9.2. Materiales tradicionales y digitales
- 10.9.3. El uso de la tableta gráfica y del ipad
- 10.9.4. Tipografía digital: contornos y mapas de bits

10.10. Carteles tipográficos
- 10.10.1. La caligrafía como base para el dibujo de las letras
- 10.10.2. ¿Cómo realizar una composición tipográfica que impacte?
- 10.10.3. Referencias visuales
- 10.10.4. La fase del bocetado
- 10.10.5. Proyecto

05

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"

En TECH empleamos el Método del Caso

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 tomasen decisiones y emitiesen 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.

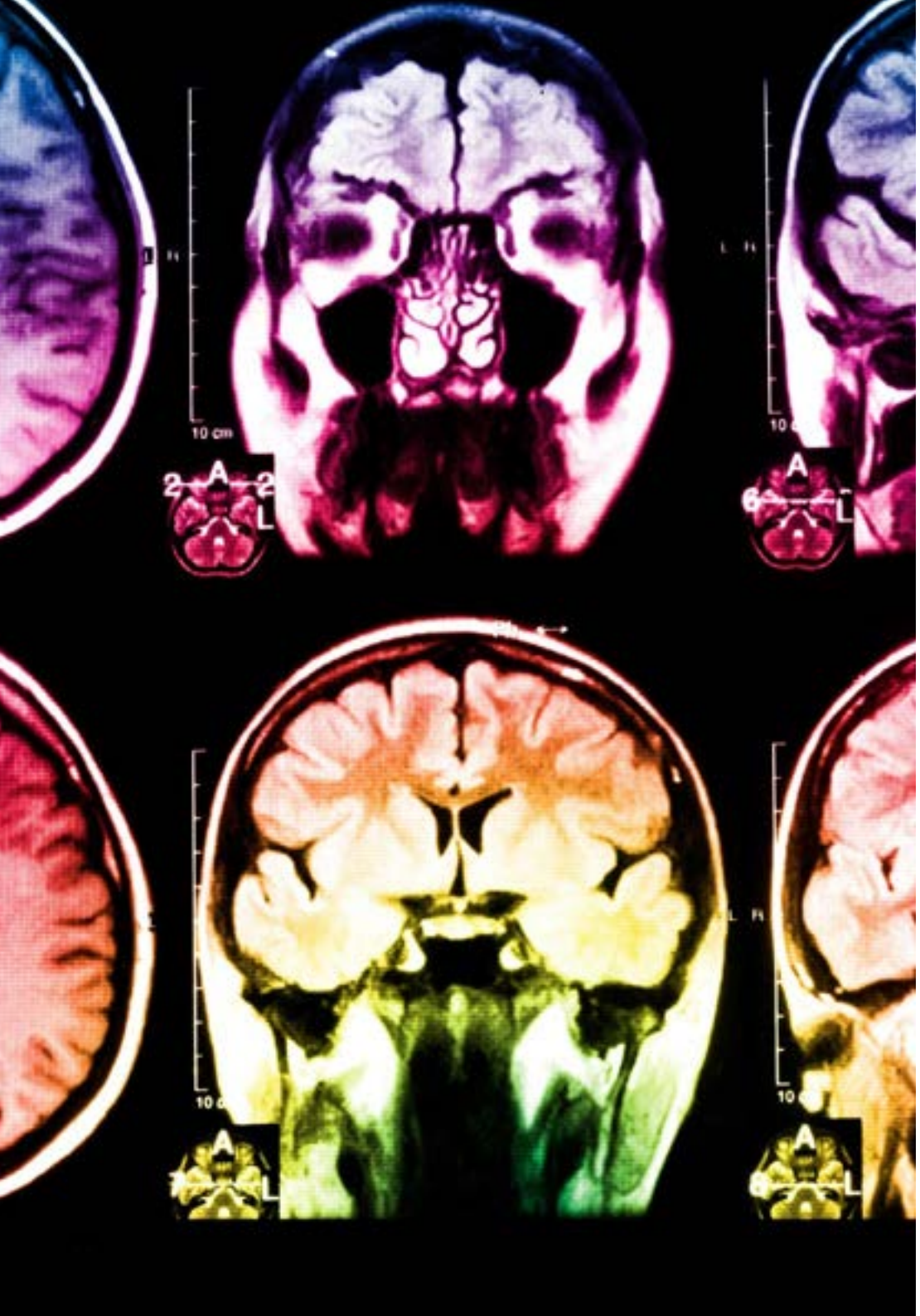
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

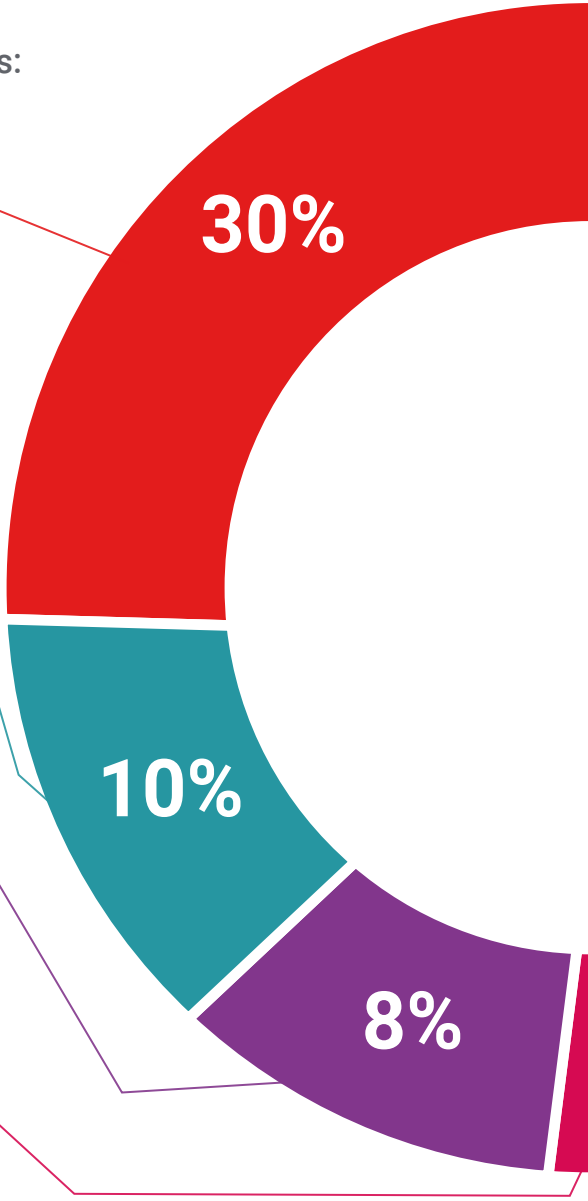
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

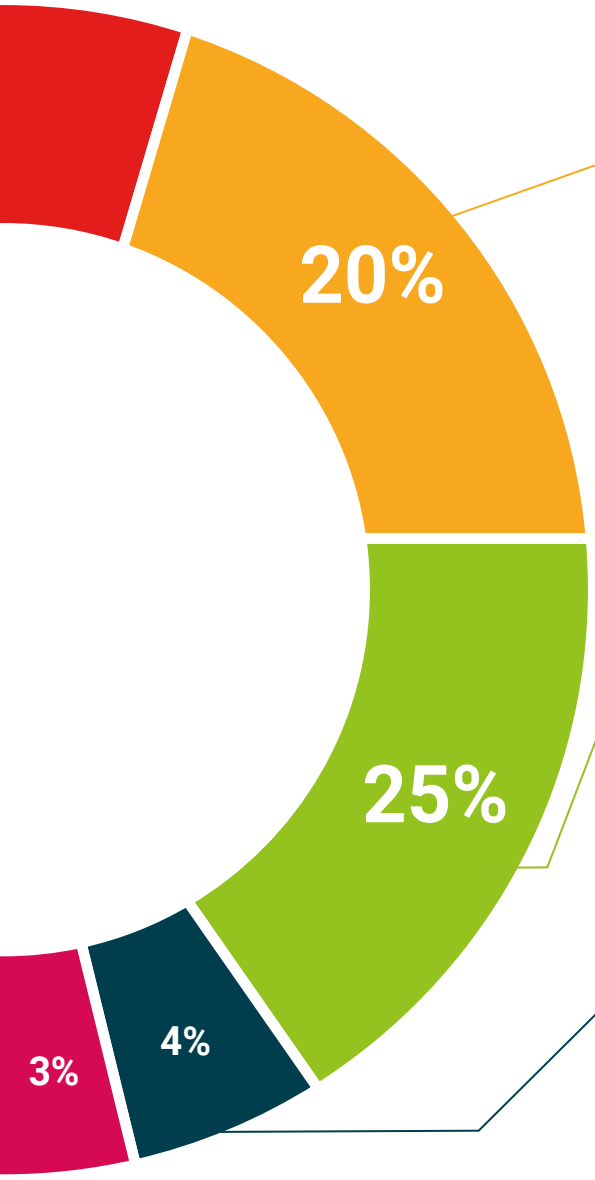
Prácticas de habilidades y competencias

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.

06

Titulación

El Máster Título Propio en Diseño Gráfico garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este **Máster Título Propio en Diseño Gráfico** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Máster Título Propio en Diseño Gráfico**

N.º Horas Oficiales: **1.500 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 Gráfico

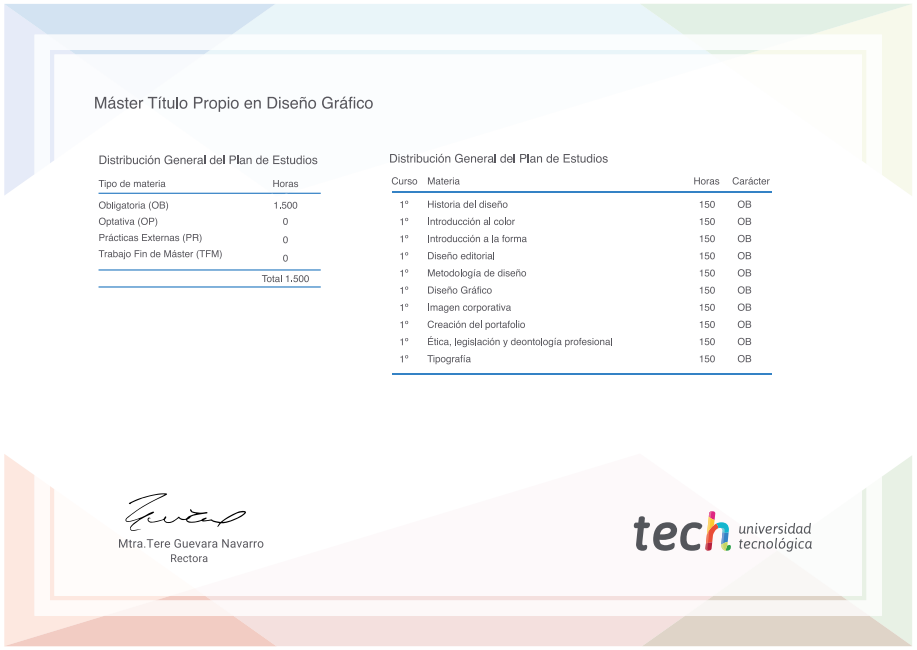
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio en Diseño Gráfico

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	Introducción al color	150	OB
1º	Introducción a la forma	150	OB
1º	Diseño editorial	150	OB
1º	Metodología de diseño	150	OB
1º	Diseño Gráfico	150	OB
1º	Imagen corporativa	150	OB
1º	Creación del portafolio	150	OB
1º	Ética, legislación y deontología profesional	150	OB
1º	Tipografía	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Diseño Gráfico

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1500 h.**

Máster Título Propio
Diseño Gráfico



tech universidad tecnológica