Máster Título Propio
Diseño Editorial



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Diseño Editorial

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/diseno/master/master-diseno-editorial**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Estructura y contenido — pág. 18

05 Metodología — pág. 30

06 Titulación — pág. 38

01

Presentación

El Diseño Editorial es un sector en constante evolución. Conocer profundamente las claves que determinan las diferentes fórmulas de éxito en el momento actual desde el punto de vista histórico, permite al profesional anticiparse y mantenerse en vanguardia en todo momento. En este completo programa el profesional podrá comprender los conceptos fundamentales para poder llevar a cabo un proceso comunicativo a través del lenguaje gráfico comprendiendo todos los factores que lo determinan, incluidos los históricos. Un camino de capacitación que lo llevará a desarrollar proyectos de diseño gráfico y diseño web, abordándolos desde su concepción hasta su artefinalización.





Un programa completo que te capacitará para trabajar en los diferentes campos del Diseño Editorial, con el conocimiento específico de los factores que influyen y determinan el éxito de una publicación"

Todo diseñador debe partir en su profesión de un conocimiento sólido de la historia del diseño, que le permitirá entender cómo se ha llegado a las actuales tendencias y cuáles con los mecanismos que permiten que un diseño sea acertado y pertinente en un momento social, cultural o histórico en concreto.

Este concepto de cultura general se llevará al territorio de la cultura audiovisual. El profesional del diseño gráfico necesita conocer los fenómenos audiovisuales que se mueven en los mismos paradigmas que 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 educativo 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 TECH pone a su disposición.

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

Este programa te permitirá potenciar tus capacidades y actualizar tus conocimientos en Diseño Editorial y Publicaciones Digitales”

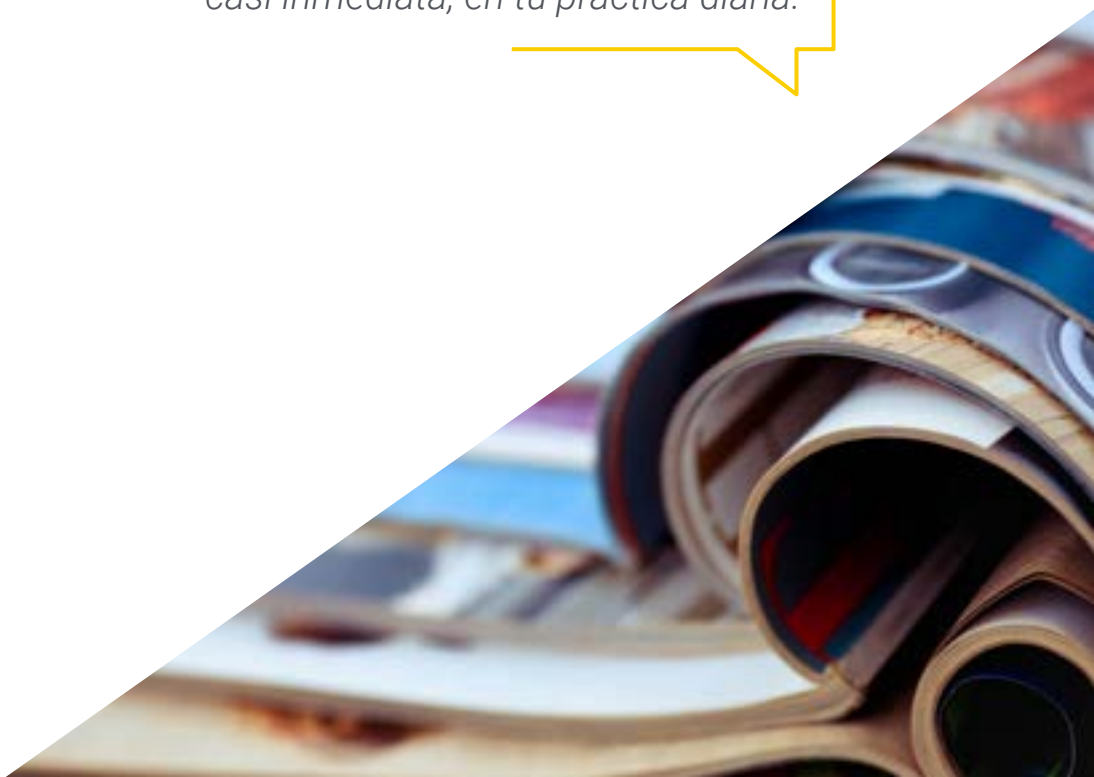
Un análisis completo de los fenómenos culturales y estéticos que afectan a los criterios de creación de la comunicación gráfica”

Un aprendizaje práctico e intensivo que te dará todas las herramientas en ideación, desarrollo y creación de cualquier proyecto gráfico que necesitas para trabajar en este campo.

Una capacitación creada para permitirte implementar los conocimientos adquiridos de forma casi inmediata, en tu práctica diaria.

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 contrastando métodos importados de las universidades más prestigiosas del mundo, el profesional podrá adquirir los nuevos conocimientos de manera eminentemente práctica. De esta forma, TECH se empeña en convertir su esfuerzo en competencias reales e inmediatas.

El sistema online es otra de las fortalezas de la propuesta educativa. Con una plataforma interactiva que cuenta con las ventajas de los desarrollos tecnológicos de última generación, TECH pone a su servicio las herramientas digitales más interactivas. De esta manera, ofrece una forma de aprendizaje totalmente adaptable a sus necesidades, para que pueda compaginar de manera perfecta esta capacitación con su vida personal o laboral.



02

Objetivos

El objetivo de este Máster Título Propio en Diseño Editorial es ofrecer a los profesionales una vía completa para adquirir conocimientos y destrezas para la práctica profesional de este sector, mediante un aprendizaje basado en la práctica que le permitirá acabar la capacitación con los conocimientos necesarios para realizar su trabajo con total seguridad y competencia.





Nuestro objetivo es sencillo: proporcionarte la actualización más completa en técnicas y tendencias actuales del Diseño Editorial y las Publicaciones Digitales, en un Máster Título Propio totalmente compatible con tus obligaciones laborales y personales”

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

Incluye en tu especialización el conocimiento de las herramientas más avanzadas en Diseño Editorial y aporta a tu trabajo en este campo la vanguardia que necesitas para competir en primera línea"





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 y 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 proyectas 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

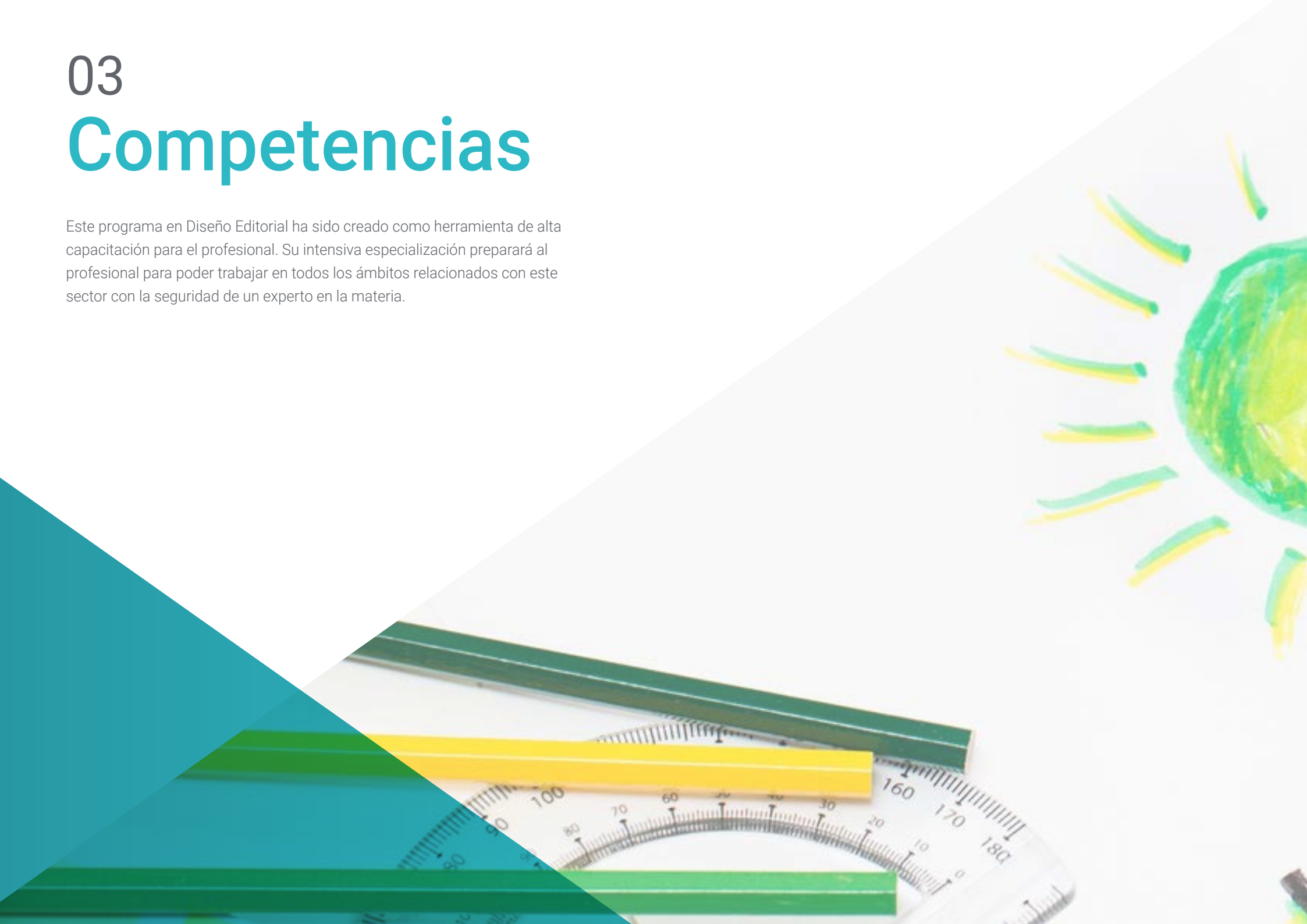
Módulo 10. Arte final

- 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 alternativas de impresión que se rijan por principios de sostenibilidad y usarlas en el proceso de la concepción de un proyecto de diseño desde cero
- 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

03

Competencias

Este programa en Diseño Editorial ha sido creado como herramienta de alta capacitación para el profesional. Su intensiva especialización preparará al profesional para poder trabajar en todos los ámbitos relacionados con este sector con la seguridad de un experto en la materia.



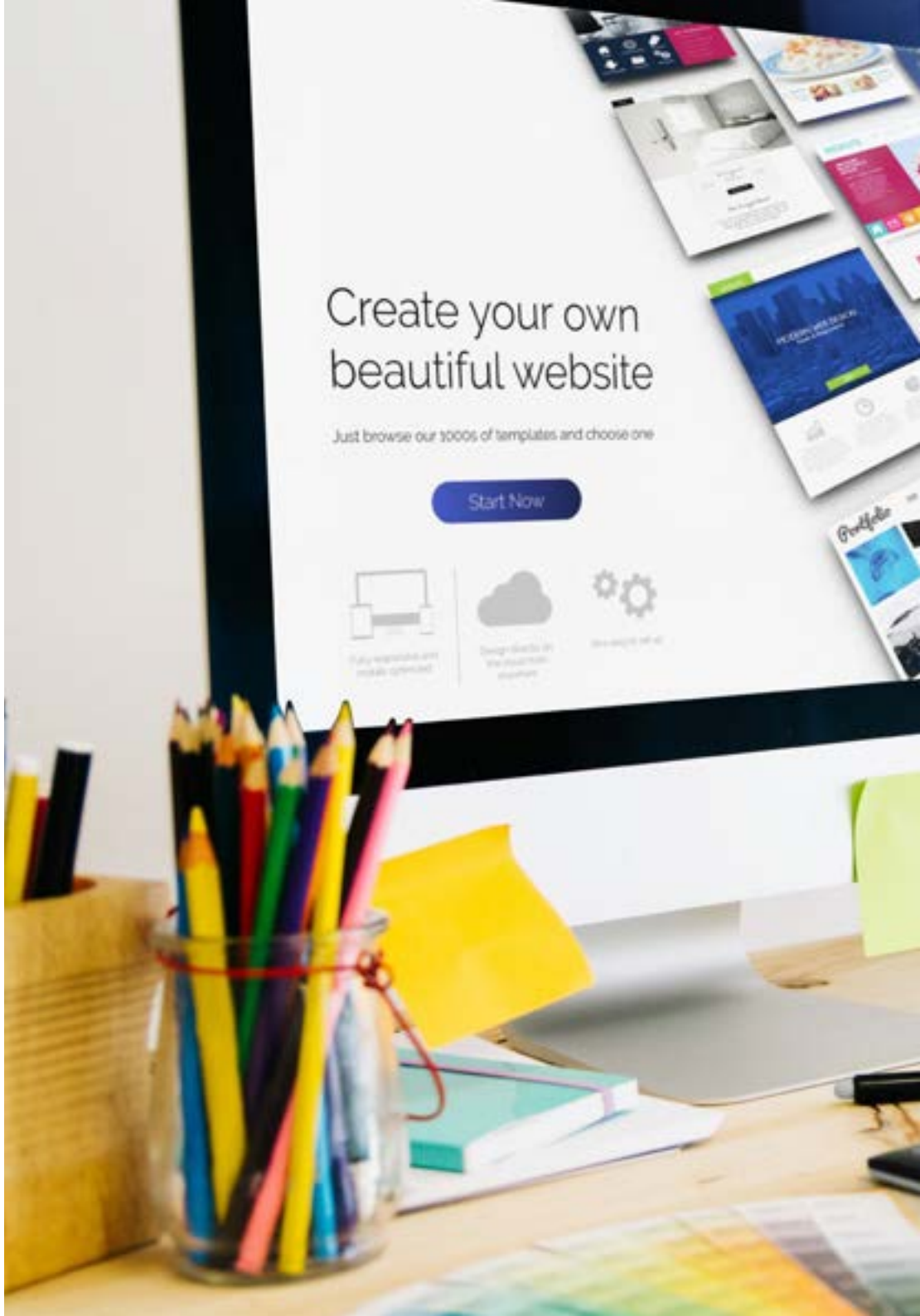


Adquiere la capacidad práctica de trabajo y la capacidad crítica de decisión que necesitas para crear piezas gráficas de calidad e interés profesional"

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 producidad

Matricúlate en el mejor programa en Diseño Editorial del panorama universitario actual"





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

04

Estructura y contenido

El temario recoge todas las áreas de interés que el profesional del diseño gráfico tiene que dominar para crear piezas competitivas, que recojan la información y la transmitan con impacto y permanencia en la mente del receptor. Un recorrido de alta calidad que te pondrá en primera línea de competitividad en el sector.





Este Máster Título Propio se ha creado con los criterios más exigentes de calidad para recopilar todos los campos de conocimiento necesarios, desde el repaso histórico hasta el uso de las herramientas más interesantes del momento"

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
- 2.2.1. 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 Hickethier
- 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. Con relación al 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 con base en los 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 I 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 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

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

Una experiencia de capacitación única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional"

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"

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 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.

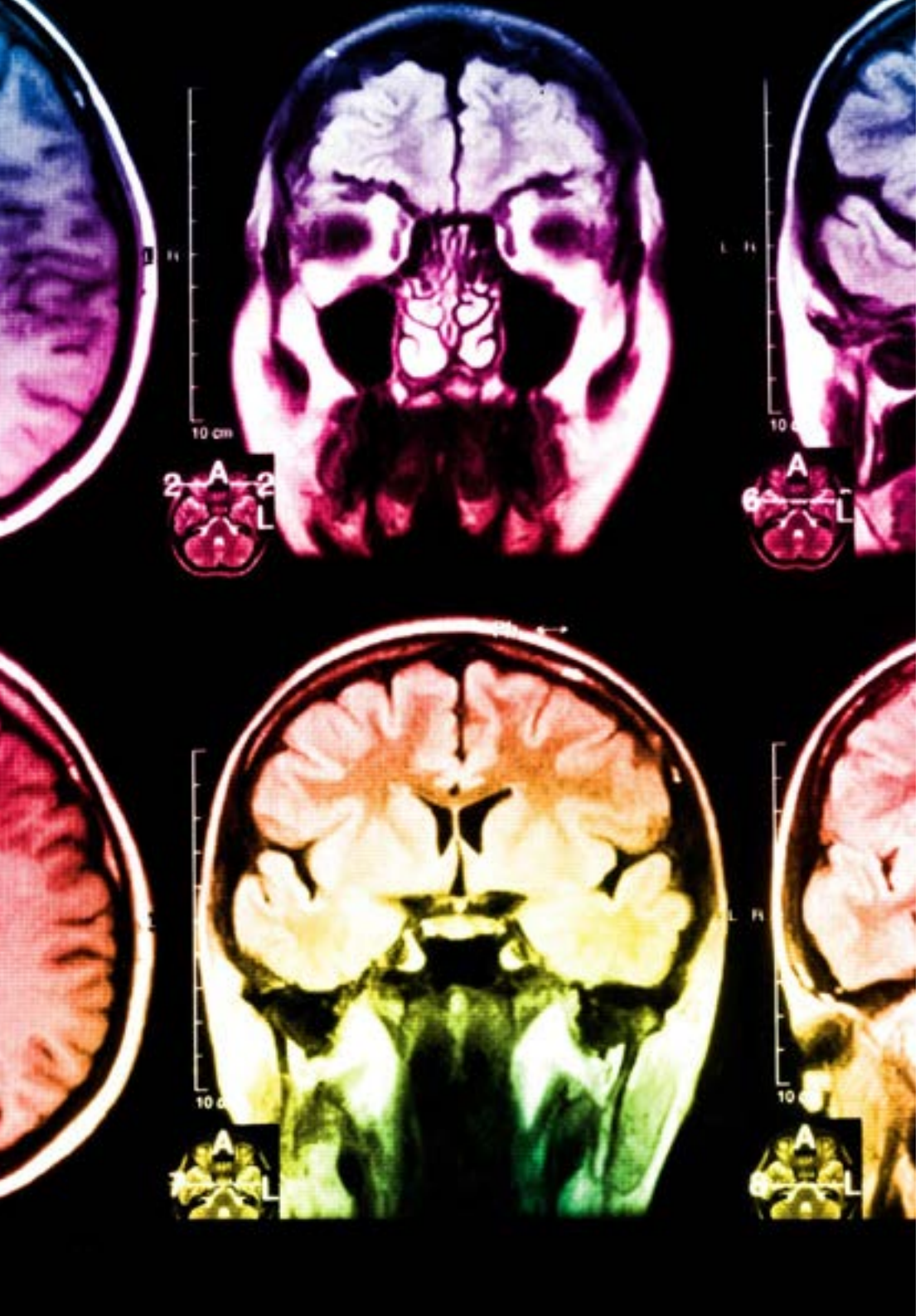
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

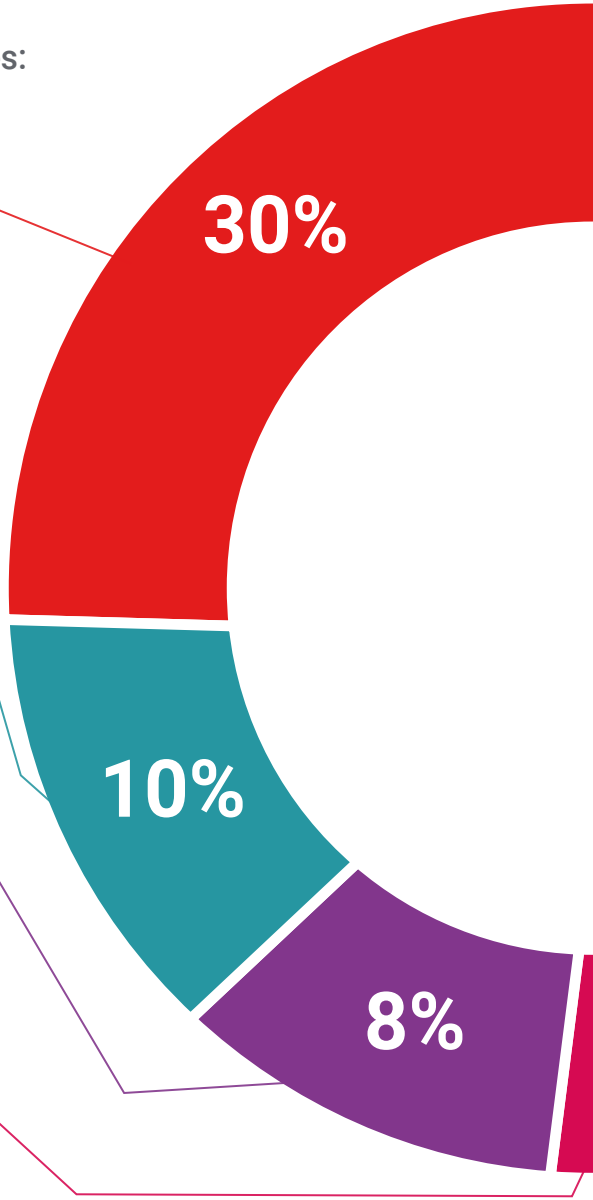
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

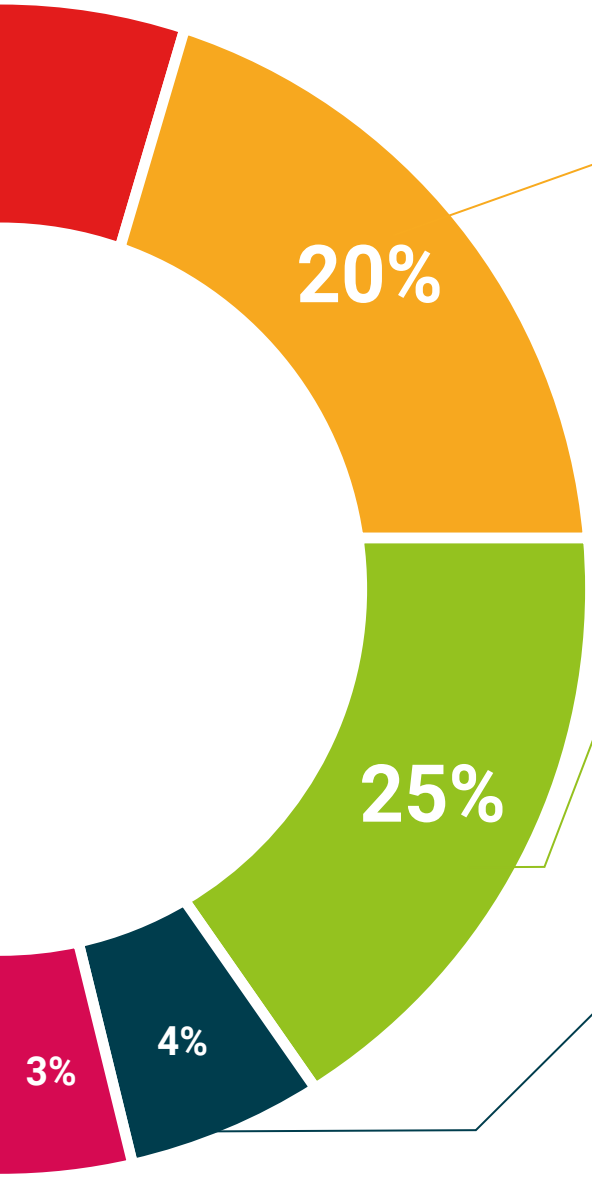
Prácticas de habilidades y competencias

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 Editorial 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 Editorial** 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 Editorial**

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 Editorial

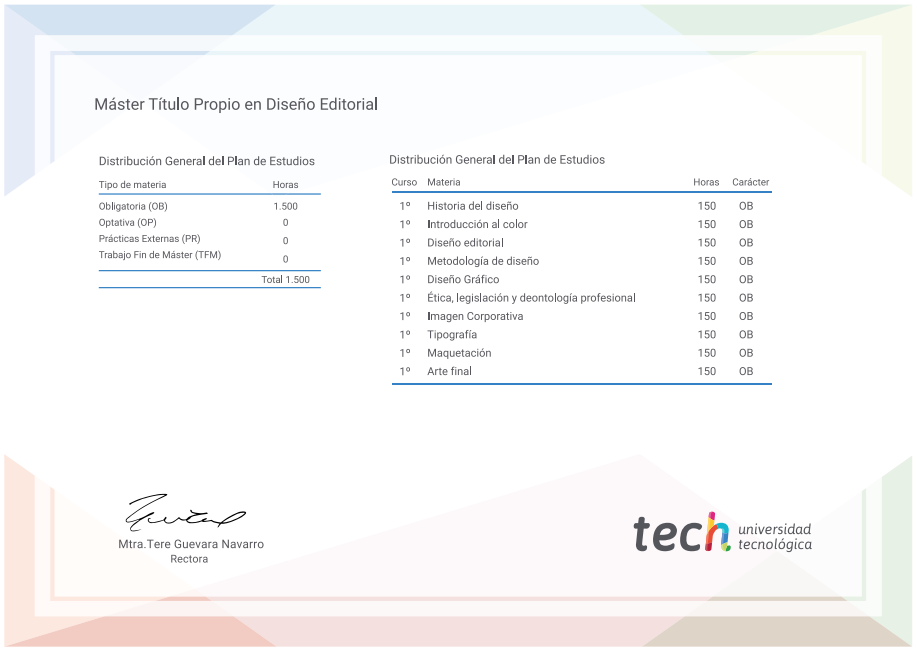
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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 Editorial

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	Diseño editorial	150	OB
1º	Metodología de diseño	150	OB
1º	Diseño Gráfico	150	OB
1º	Ética, legislación y deontología profesional	150	OB
1º	Imagen Corporativa	150	OB
1º	Tipografía	150	OB
1º	Maquetación	150	OB
1º	Arte final	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 Editorial

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio
Diseño Editorial



tech universidad tecnológica