# Máster Título Propio
## Diseño Editorial

Aval/Membresía

the Design Society
a worldwide community

tech global university

# Máster Título Propio
## Diseño Editorial

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

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

# Índice


01 Presentación del programa — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 8

03 Plan de estudios — pág. 12

04 Objetivos docentes — pág. 26

05 Salidas profesionales — pág. 30

06 Metodología de estudio — pág. 34

07 Cuadro docente — pág. 44

08 Titulación — pág. 48

01

# Presentación del programa

El Diseño Editorial ha experimentado una evolución profunda en las últimas décadas, impulsada por la transformación digital, los cambios en los hábitos de consumo de la información y la creciente interrelación entre medios impresos y plataformas digitales. Organismos como la International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA) y la International Council of Design (ICoD) destacan la importancia de preparar profesionales capaces de integrar criterios de legibilidad, accesibilidad, sostenibilidad y estética en entornos editoriales diversos. Para responder a esta demanda, TECH ha ideado este posgrado que brindará las herramientas ideales para afrontar los desafíos del sector con una visión estratégica, técnica y creativa. Todo ello, a partir de una metodología 100% online, dinámica e innovadora.

*Un programa exhaustivo y 100% online, exclusivo de TECH y con una perspectiva internacional respaldada por nuestra afiliación con The Design Society"*

En un contexto saturado de estímulos visuales y sobreabundancia de información, el Diseño Editorial adquiere un rol crucial como mediador entre el contenido y el lector. Lejos de ser una labor meramente estética, el Diseño Editorial implica decisiones estratégicas que afectan la comprensión, el acceso y la interpretación de los mensajes. Frente a esta realidad, los especialistas necesitan entender cómo los principios editoriales influyen en la construcción del sentido y pueden ejercer una práctica crítica y consciente en la producción de publicaciones.

En este marco, TECH ha ideado este innovador Máster Título Propio en Diseño Editorial. A través de un temario integral y actualizado, se ahondará en el uso intensivo de herramientas profesionales como Adobe InDesign, esenciales para el desarrollo de proyectos gráficos competitivos. También, se enfatizará en la experimentación, la creatividad y la aplicación técnica, preparando a los diseñadores para afrontar encargos editoriales de forma autónoma o en entornos corporativos.

Gracias a la modalidad 100 % online, esta titulación universitaria permitirá a los profesionales capacitarse sin horarios fijos, desde cualquier dispositivo y compaginando fácilmente su capacitación con otras responsabilidades personales o laborales. El acceso ilimitado a los contenidos, disponibles 24/7, proporcionará un entorno de aprendizaje totalmente adaptable. A su vez, la implementación del innovador sistema *Relearning*, basado en la reiteración inteligente de conceptos clave, optimizará la asimilación de conocimientos complejos. En adición, un reconocido Director Invitado Internacional impartirá 10 exclusivas *Masterclasses*.

Gracias a la colaboración de TECH con **The Design Society (DS)**, el alumno formará parte de una comunidad global dedicada al diseño y su estudio. Podrá acceder a publicaciones de código abierto y participar en eventos colaborativos. Además, la membresía contribuye al mantenimiento de la sociedad y sus plataformas, facilitando la interacción y el acceso a recursos especializados para el desarrollo profesional en diseño.

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

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Diseño Editorial
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras en Diseño Editorial
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

*"Un prestigioso Director Invitado Internacional ofrecerá 10 rigurosas Masterclasses relacionadas con las últimas tendencias en el Diseño Editorial. ¡Inscríbete y disfruta de las mejores herramientas académicas!"*

*Fomentarás la capacidad de análisis, lectura visual y jerarquización de la información, fundamentales para crear productos editoriales claros"*

*Desarrollarás una comprensión sólida sobre los principios, fundamentos y evolución histórica del diseño editorial en diversos medios.*

*Gracias a la metodología online y asincrónica, lograrás dominar todos los contenidos de este programa universitario desde la comodidad de tu hogar.*

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Diseño Editorial, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

*Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH"*

### La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

### El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

### La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

### Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

### Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

### La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

### Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.

Google Partner
PREMIER 2024

NBA
Universidad online oficial de la **NBA**

4.9/5
★★★★★
★ global score

99%
Garantía de máxima empleabilidad

### Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.

### La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.

03

# Plan de estudios

Los contenidos de este Máster Título Propio han sido desarrollados por expertos en Diseño Editorial. Gracias a ello, el plan de estudios profundizará en la historia del diseño, la teoría del color, la metodología creativa, la tipografía, la maquetación, el arte final y otros procesos clave del entorno editorial. A través de módulos completos y actualizados, los diseñadores adquirirán una visión integral del proceso editorial, desde la idea, hasta la impresión o publicación digital. Además, este itinerario 100% online permitirá aplicar lo aprendido en proyectos reales con criterio profesional y creativo.

*Aplicarás conocimientos de tipografía, color, composición y retícula, adaptados a distintos formatos editoriales"*

## **Módulo 1.** Historia del Diseño

1.1. ¿Para qué sirve saber de historia?
- 1.1.1. Valorando la historia
- 1.1.2. Anticiparse al futuro
- 1.1.3. El pasado nos hace libres
- 1.1.4. Conclusiones

1.2. Considerando la "historia del Diseño" como disciplina
- 1.2.1. ¿Cómo hacemos historia de la historia?
- 1.2.2. Antecedentes considerados
- 1.2.3. El desarrollo de la disciplina: 70, 80 y 90
- 1.2.4. El objeto de estudio de la historia del Diseño
- 1.2.5. Tendencias y líneas de investigación

1.3. Revolución Industrial y otras corrientes
- 1.3.1. Consecuencias de la revolución industrial en el Diseño
- 1.3.2. La influencia oriental
- 1.3.3. *Arts & crafts*. William Morris
- 1.3.4. Esteticismo
- 1.3.5. *Art nouveau*

1.4. Recorrido histórico I
- 1.4.1. Sesión vienesa
- 1.4.2. *Deutscher werkbund*
- 1.4.3. El constructivismo ruso
- 1.4.4. El movimiento De Stijl y el neoplasticismo

1.5. La Bauhaus
- 1.5.1. ¿Qué es la Bauhaus?
- 1.5.2. Primera etapa
- 1.5.3. Segunda etapa
- 1.5.4. Tercera etapa
- 1.5.5. Principios básicos
- 1.5.6. Influencias

1.6. Recorrido histórico II
- 1.6.1. *Art Déco*
- 1.6.2. Estilo internacional
- 1.6.3. Diseño de posguerra
- 1.6.4. La Escuela de Ulm
- 1.6.5. La Escuela Suiza

1.7. Lo funcional y lo funcionalista
- 1.7.1. La mirada funcionalista
- 1.7.2. Lo bello y lo práctico
- 1.7.3. Las analogías del funcionalismo
- 1.7.4. El funcionalismo como estilo

1.8. Recorrido histórico III
- 1.8.1. La escuela de Nueva York
- 1.8.2. Aerodinamismo americano
- 1.8.3. Diseño escandinavo
- 1.8.4. Diseño democrático

1.9. Otras tendencias
- 1.9.1. El pop
- 1.9.2. *High* TECH
- 1.9.3. Minimal
- 1.9.4. Kitsch

1.10. La era digital
- 1.10.1. La revolución de la información
- 1.10.2. El Diseño asistido por ordenador
- 1.10.3. Biodesign, neobiomorfismo, Diseño *friendly*
- 1.10.4. La imagen digital y las nuevas tipografías

## **Módulo 2.** Introducción al color

2.1. El color, principios y propiedades
- 2.1.1. Introducción al color
- 2.1.2. Luz y color: La sinestesia cromática
- 2.1.3. Atributos del color
- 2.1.4. Pigmentos y colorantes

2.2. Los colores en el círculo cromático
- 2.2.1. El círculo cromático
- 2.2.2. Colores fríos y cálidos
- 2.2.3. Colores primarios y derivados
- 2.2.4. Las relaciones cromáticas: armonía y contraste

2.3. Psicología del color
- 2.3.1. Construcción del significado de un color
- 2.3.2. La carga emocional
- 2.3.3. El valor denotativo y connotativo
- 2.3.4. Marketing emocional. La carga del color

2.4. Teoría del color
- 2.4.1. Una teoría científica. Isaac Newton
- 2.4.2. La teoría de los colores de Goethe
- 2.4.3. Aunando en la teoría de los colores de Goethe
- 2.4.4. Psicología del color según Eva Heller

2.5. Insistiendo en la clasificación del color
- 2.5.1. El doble cono de Guillermo Ostwald
- 2.5.2. El sólido de Albert Munsell
- 2.5.3. El cubo de Alfredo 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. En relación el mercado
- 4.6.2. Análisis de competencia
- 4.6.3. Propuesta de valor

4.7. Estudio de viabilidad
- 4.7.1. Viabilidad social. Análisis DAFO
- 4.7.2. Viabilidad técnica
- 4.7.3. Viabilidad económica

4.8. Posibles soluciones al *briefing*
- 4.8.1. La emotividad en los procesos creativo
- 4.8.2. Divergencia, transformación y convergencia
- 4.8.3. Lluvia de ideas, *brainstorming*
- 4.8.4. Comparativa de ideas

4.9. Establecimiento de objetivos
- 4.9.1. Objetivo general
- 4.9.2. Objetivos específicos
- 4.9.3. Objetivos técnicos
- 4.9.4. Objetivos estéticos y comunicacionales
- 4.9.5. Objetivos de mercado

4.10. Desarrollo de ideas
- 4.10.1. El *feedback* en la fase de ideación
- 4.10.2. Los bocetos
- 4.10.3. Presentación de ideas
- 4.10.4. Métodos de control y evaluación crítica

## **Módulo 5.** Diseño Gráfico

5.1. Introducción al Diseño Gráfico
- 5.1.1. ¿Qué es el Diseño Gráfico?
- 5.1.2. Funciones del Diseño Gráfico
- 5.1.3. Áreas de actuación en el Diseño Gráfico
- 5.1.4. El valor del Diseño Gráfico

5.2. El Diseño Gráfico como actividad profesional
- 5.2.1. La influencia de la tecnología en el desarrollo de la profesión
- 5.2.2. ¿Cuál es el papel del diseñador gráfico?
- 5.2.3. Campos profesionales
- 5.2.4. El diseñador como ciudadano

5.3. Elementos básicos
- 5.3.1. El punto
- 5.3.2. La línea
- 5.3.3. La forma
- 5.3.4. La textura
- 5.3.5. El espacio

5.4. Elementos formales
- 5.4.1. El contraste
- 5.4.2. El equilibrio
- 5.4.3. La proporción
- 5.4.4. El ritmo
- 5.4.5. La armonía
- 5.4.6. El movimiento
- 5.4.7. La unidad

5.5. Referentes en el Diseño Gráfico de los siglos XX y XXI
- 5.5.1. Los diseñadores gráficos que han marcado la historia
- 5.5.2. Los diseñadores más influyentes
- 5.5.3. Diseñadores gráficos hoy
- 5.5.4. Referencias visuales

5.6. Cartelería
- 5.6.1. El cartel publicitario
- 5.6.2. Funciones
- 5.6.3. Los carteles del siglo XIX
- 5.6.4. Referencias visuales

5.7. El estilo gráfico
- 5.7.1. El lenguaje icónico y la cultura de masas
- 5.7.2. El diseño gráfico y su relación con el arte
- 5.7.3. El estilo gráfico propio
- 5.7.4. El diseño no es una profesión, es un estilo de vida

5.8. De las calles a la agencia
- 5.8.1. El diseño como la última vanguardia
- 5.8.2. El arte urbano o *street art*
- 5.8.3. Arte urbano aplicado a la publicidad
- 5.8.4. El arte urbano y la imagen de marca

5.9. Herramientas digitales más usadas
- 5.9.1. Adobe Lightroom
- 5.9.2. Adobe Photoshop
- 5.9.3. Adobe Illustrator
- 5.9.4. Adobe InDesign
- 5.9.5. Corel Draw

5.10. Iniciación al proyecto de Diseño
- 5.10.1. El *briefing*
- 5.10.2. Definición
- 5.10.3. Justificación
- 5.10.4. Implicación
- 5.10.5. Objetivos
- 5.10.6. Metodología

## **Módulo 6.** Ética, legislación y deontología profesional

6.1. La ética, la moral, el derecho y la deontología profesional
- 6.1.1. Cuestiones básicas sobre ética. Algunos dilemas morales
- 6.1.2. Análisis conceptual y origen etimológico
- 6.1.3. Diferencias entre moral y ética
- 6.1.4. La conexión entre ética, moral, derecho y deontología

6.2. La propiedad intelectual
- 6.2.1. ¿Qué es la propiedad intelectual?
- 6.2.2. Tipos de propiedad intelectual
- 6.2.3. El plagio y el incumplimiento de los derechos de autor
- 6.2.4. Anticopyright

6.3. Aspectos prácticos del actual ético
- 6.3.1. Utilitarismo, consecuencialismo y deontología
- 6.3.2. Actuar de forma consecuente frente a actuar en base a principios
- 6.3.3. Eficiencia dinámica de actuar en base a principios

6.4. La legislación y la moral
- 6.4.1. Concepto de legislación
- 6.4.2. Concepto de moral
- 6.4.3. Conexión entre derecho y moral
- 6.4.4. De lo justo a lo injusto a partir del razonamiento lógico

6.5. La conducta profesional
- 6.5.1. El trato con el cliente
- 6.5.2. La importancia de pactar las condiciones
- 6.5.3. Los clientes no compran Diseño
- 6.5.4. La conducta profesional

6.6. Responsabilidades hacia otros diseñadores
- 6.6.1. La competitividad
- 6.6.2. El prestigio de la profesión
- 6.6.3. El impacto con el resto de profesiones
- 6.6.4. La relación con otros compañeros de profesión. La crítica

6.7. Responsabilidades sociales
- 6.7.1. El diseño inclusivo y su importancia
- 6.7.2. Características a tener en cuenta
- 6.7.3. Un cambio de mentalidad
- 6.7.4. Ejemplos y referencias

6.8. Responsabilidades con el entorno
- 6.8.1. Ecodiseño. ¿Por qué es tan importante?
- 6.8.2. Características del Diseño sostenible
- 6.8.3. Implicaciones en el medioambiente
- 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 corporativa ¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?

7.2. Las técnicas de investigación en imagen corporativa
- 7.2.1. Introducción
- 7.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
- 7.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
- 7.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
- 7.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas

7.3. Auditoría y estrategia de imagen
- 7.3.1. ¿Qué es la auditoría de imagen?
- 7.3.2. Pautas
- 7.3.3. Metodología de la auditoría
- 7.3.4. Planificación estratégica

7.4. Cultura corporativa
- 7.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
- 7.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
- 7.4.3. Funciones de la cultura corporativa
- 7.4.4. Tipos de cultura corporativa

7.5. Responsabilidad social corporativa y reputación corporativa
- 7.5.1. RSC: concepto y aplicación de la empresa
- 7.5.2. Directrices para integrar la RSC en las empresas
- 7.5.3. La comunicación de la RSC
- 7.5.4. Reputación corporativa

7.6. La identidad visual corporativa y el *naming*
- 7.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa
- 7.6.2. Elementos básicos
- 7.6.3. Principios básicos
- 7.6.4. Elaboración del manual
- 7.6.5. El *naming*

7.7. Imagen y posicionamiento de marcas
- 7.7.1. Los orígenes de las marcas
- 7.7.2. ¿Qué es una marca?
- 7.7.3. La necesidad de construir una marca
- 7.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
- 7.7.5. El valor de las marcas

7.8. Gestión de la imagen a través de la comunicación de crisis
- 7.8.1. Plan estratégico de comunicación
- 7.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis
- 7.8.3. Casos

7.9. La influencia de las promociones en la imagen corporativa
- 7.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
- 7.9.2. El marketing promocional
- 7.9.3. Características
- 7.9.4. Peligros
- 7.9.5. Tipos y técnicas promocionales

7.10. La distribución y la imagen del punto de venta
- 7.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial
- 7.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
- 7.10.3. A través de su nombre y logotipo

## **Módulo 8.** Tipografía

8.1. Introducción a la tipografía
- 8.1.1. ¿Qué es la tipografía?
- 8.1.2. El papel de la tipografía en el Diseño gráfico
- 8.1.3. Secuencia, contraste, forma y contraforma
- 8.1.4. Relación y diferencias entre tipografía, caligrafía y *lettering*

8.2. El origen múltiple de la escritura
- 8.2.1. La escritura ideográfica
- 8.2.2. El alfabeto fenicio
- 8.2.3. El alfabeto romano
- 8.2.4. La reforma carolingia
- 8.2.5. El alfabeto latino moderno

8.3. Inicios de la tipografía
- 8.3.1. La imprenta, una nueva era. Primeros tipógrafos
- 8.3.2. La revolución industrial: la litografía
- 8.3.3. El modernismo: los inicios de la tipografía comercial
- 8.3.4. Las vanguardias
- 8.3.5. Periodo de entreguerras

8.4. El papel de las escuelas de diseño en la tipografía
- 8.4.1. La Bauhaus
- 8.4.2. Herbert Bayer
- 8.4.3. Psicología de la Gestalt
- 8.4.4. La Escuela Suiza

8.5. Tipografía actual
- 8.5.1. 1960-1970, precursores de la revuelta
- 8.5.2. Postmodernidad, deconstructivismo y tecnología
- 8.5.3. ¿Hacia dónde va la tipografía?
- 8.5.4. Tipografías que marcan tendencia

8.6. La forma tipográfica I
- 8.6.1. Anatomía de la letra
- 8.6.2. Medidas y atributos del tipo
- 8.6.3. Las familias tipográficas
- 8.6.4. Caja alta, caja baja y versalitas
- 8.6.5. Diferencia entre tipografía, fuente y familia tipográfica
- 8.6.6. Filetes, líneas y elementos geométricos

8.7. La forma tipográfica II
- 8.7.1. La combinación tipográfica
- 8.7.2. Formatos de fuentes 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

10.9. 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

*Incorporarás criterios de usabilidad, accesibilidad y Diseño responsivo en la producción de contenidos editoriales digitales"*

04

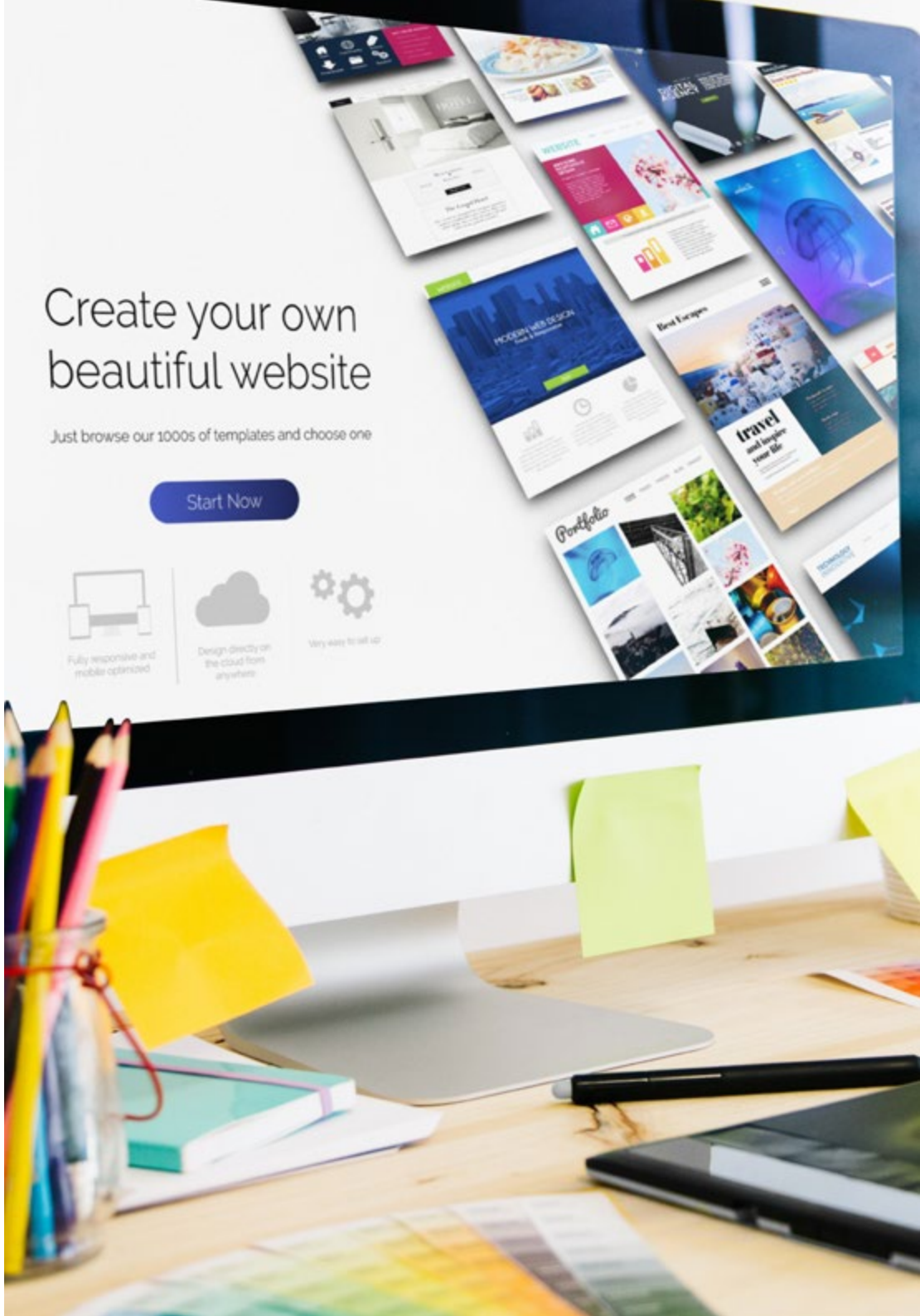
# Objetivos docentes

Este programa universitario de TECH proporcionará a los diseñadores las competencias necesarias para proyectar, desarrollar y finalizar piezas editoriales con alto nivel profesional. A través del dominio de herramientas gráficas, técnicas de impresión, principios tipográficos y metodologías creativas, podrán liderar proyectos editoriales impresos y digitales. A su vez, el itinerario les permitirá conocer a fondo el proceso de producción, desde la concepción visual, hasta la aplicación del arte final, potenciando habilidades críticas, técnicas y estéticas. De este modo, el Máster Título Propio impulsará un perfil creativo, resolutivo y adaptado a las exigencias del entorno gráfico contemporáneo.

*Utilizarás software especializado para la maquetación, composición y exportación profesional de piezas editoriales"*

## Objetivos generales

- Desarrollar una comprensión integral del Diseño Editorial como disciplina estratégica dentro de la comunicación visual
- Profundizar en los principios de composición, tipografía, color y jerarquía visual aplicados a productos editoriales
- Dominar el uso de herramientas digitales profesionales para el Diseño y la producción editorial, como Adobe InDesign, Illustrator y Photoshop
- Analizar críticamente las tendencias, necesidades comunicativas y contextos socioculturales que influyen en el Diseño de publicaciones
- Integrar criterios de usabilidad, accesibilidad y diseño responsivo en la creación de contenidos digitales interactivos
- Promover la capacidad de tomar decisiones editoriales fundamentadas, desde la estructura narrativa hasta la materialización visual del contenido
- Fomentar una visión profesional del Diseño Editorial como herramienta de comunicación, identidad y construcción de conocimiento
- Desarrollar habilidades para el trabajo colaborativo dentro de equipos editoriales multidisciplinares
- Impulsar la creatividad y la innovación en la propuesta de soluciones editoriales originales, coherentes y eficaces en distintos soportes



## Objetivos específicos

### Módulo 1. Historia del Diseño

- Comprender la evolución histórica del Diseño desde sus orígenes hasta la actualidad, en sus distintas disciplinas
- Identificar los movimientos, corrientes estéticas y figuras clave que han influido en el desarrollo del Diseño en diferentes contextos culturales y geográficos

### Módulo 2. Introducción al color

- Comprender la importancia del color en el entorno visual
- Aplicar los fundamentos psicológicos y semióticos del color en el Diseño

### Módulo 3. Diseño Editorial

- Conocer la terminología específica, las técnicas y los lenguajes aplicados a los procesos del diseño
- Diseñar publicaciones editoriales teniendo en cuenta el conjunto gráfico y sus elementos

### Módulo 4. Metodología de Diseño

- 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

### Módulo 5. Diseño Gráfico

- 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

### 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

### Módulo 7. Imagen corporativa

- Capturar, manipular y preparar la imagen para su uso en diferentes soportes
- Conocer el lenguaje y los recursos expresivos de la fotografía y el audiovisual

### Módulo 8. Tipografía

- Conocer los principios sintácticos del lenguaje gráfico y aplicar sus reglas para describir con claridad y precisión objetos e ideas
- Reconocer, estudiar y aplicar de forma coherente la tipografía a procesos gráficos

### Módulo 9. Maquetación

- Diseñar publicaciones editoriales teniendo en cuenta el conjunto gráfico y sus elementos
- Utilizar Adobe InDesign para el desarrollo adecuado de proyectos gráficos

### Módulo 10. Arte final

- Conocer la terminología específica, las técnicas y los lenguajes aplicados a los procesos del Diseño
- Ahondar en los procedimientos que hay que seguir para preparar de forma correcta un arte final para su impresión

05

# Salidas profesionales

Este Máster Título Propio abrirá las puertas a un amplio abanico de oportunidades profesionales en un sector en constante evolución. Gracias a su enfoque integral, este programa universitario capacitará a los profesionales para intervenir en todas las fases del proceso editorial, desde la conceptualización, hasta la producción final, tanto en medios impresos, como digitales. Asimismo, el dominio de herramientas avanzadas de maquetación, tipografía, gestión del color y narrativa visual convertirá a los egresados en perfiles altamente valorados en editoriales, agencias de publicidad, medios de comunicación, estudios de diseño y departamentos de comunicación institucional.

*Reconocerás el papel del Diseño como agente de cambio cultural y herramienta de comunicación con impacto social"*

### Perfil del egresado

El egresado de este itinerario académico será un profesional con visión crítica, dominio técnico y creatividad para desarrollar publicaciones en diversos formatos y soportes. Asimismo, estará capacitado para liderar procesos editoriales, seleccionar tipografías, aplicar color con sentido estético o técnico y culminar piezas gráficas listas para su impresión o distribución digital. Además, este experto comprenderá los fundamentos legales del Diseño Gráfico y su ejercicio ético en contextos profesionales.

*Desarrollarás una praxis profesional sólida, con herramientas que te permitirán convertir ideas gráficas en proyectos editoriales de alto nivel.*

- **Adaptación Tecnológica en Entornos Editoriales:** incorporar herramientas digitales de Diseño en la creación de publicaciones, mejorando la eficiencia, calidad visual y funcionalidad de las piezas gráficas
- **Resolución Creativa de Problemas de Comunicación Visual:** aplicar pensamiento crítico y creativo en la conceptualización y ejecución de proyectos editoriales que respondan a las necesidades comunicativas del cliente o lector
- **Compromiso Ético y Cumplimiento Legal en el Diseño:** ejercer la actividad profesional con ética, respetando la propiedad intelectual, los derechos de autor y las normativas legales vinculadas al Diseño y la edición
- **Colaboración Interdisciplinaria en Proyectos Editoriales:** trabajar eficazmente con ilustradores, fotógrafos, correctores, editores, imprentas y desarrolladores digitales, facilitando la integración de soluciones gráficas en entornos editoriales

Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Diseñador Editorial en Medios Impresos y Digitales:** encargado de conceptualizar y maquetar publicaciones como libros, revistas, periódicos, catálogos o ebooks.
2. **Maquetador Profesional en Editoriales, Agencias o Medios de Comunicación:** esponsable de estructurar visualmente contenidos, respetando criterios de legibilidad y jerarquía visual.
3. **Especialista en Identidad Visual y Branding Editorial:** diseñador encargado de construir y mantener coherencia gráfica en publicaciones corporativas.
4. **Consultor en Producción Gráfica:** asesor sobre soportes, sistemas de impresión y procesos técnicos para proyectos editoriales.
5. **Director de Arte en publicaciones institucionales o creativas:** responsable de definir la línea visual de colecciones, revistas o editoriales independientes.
6. **Diseñador Freelance en Proyectos Editoriales:** líder del desarrollo gráfico de publicaciones para empresas, instituciones o clientes particulares.
7. **Responsable de Artes Finales en Imprentas o Estudios:** encargado de la preparación profesional de archivos para impresión o publicación digital.
8. **Diseñador de Productos Editoriales Digitales:** creador de publicaciones interactivas, multimedia o adaptadas a plataformas digitales de lectura.

*Conviértete en un diseñador de prestigio en el sector Editorial y domina cada fase del proceso gráfico, desde la concepción hasta la publicación"*

06

# Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los ***case studies*** con el ***Relearning***, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"*

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

*"En TECH NO tendrás clases en directo (a las que luego nunca puedes asistir)"*

## Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

*"El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras"*

## *Case studies* o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.

## Método *Relearning*

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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

## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.

*"La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"*

**La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:**

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

*Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.*

*Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.*

**Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:**

### 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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás 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.

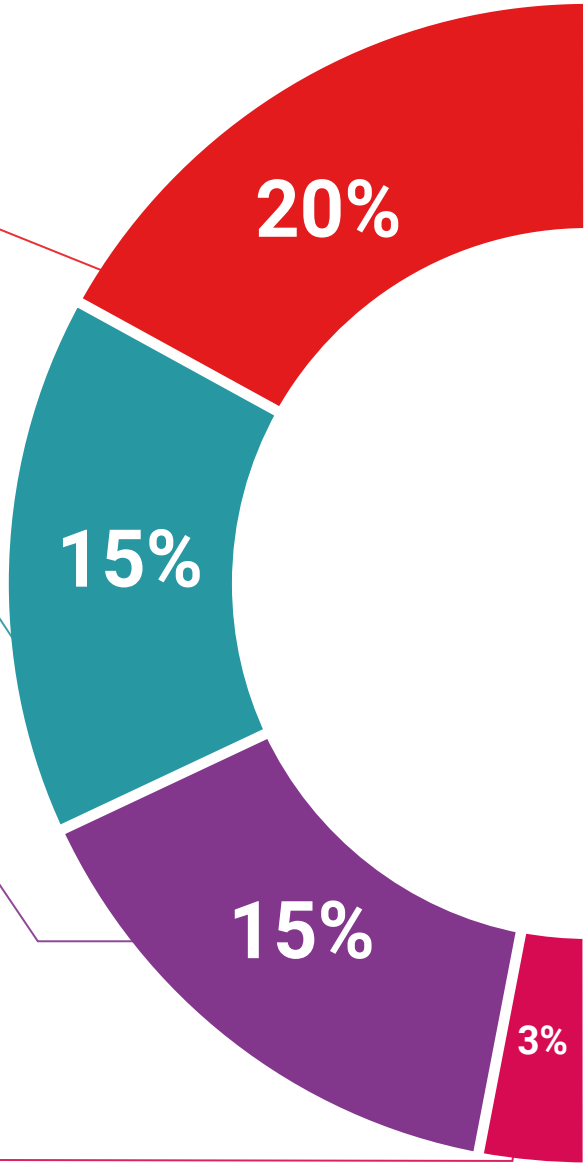
### Resúmenes interactivos

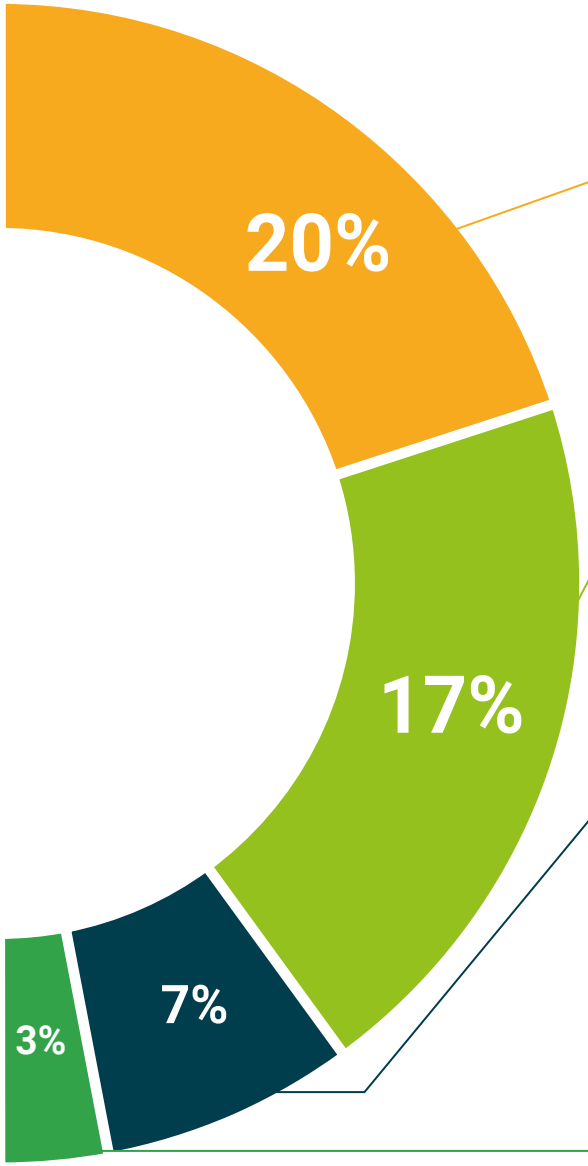
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.






**Case Studies**

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

**Testing & Retesting**

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

**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 nuestras futuras decisiones difíciles.

**Guías rápidas de actuación**

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

07

# Cuadro docente

Para garantizar la mejor capacitación posible en el campo del Diseño Editorial, TECH ha recurrido a un cuadro docente excepcional para la elaboración de este programa. Así, su experiencia internacional al frente de publicaciones de referencia internacional sirve al alumno para adquirir una serie de competencias distintivas en un campo cada vez más competido. Esto avala la máxima calidad y adecuación posible de todos los contenidos a la realidad profesional más exigente.

*Estarás asesorado por el equipo docente, conformado por auténticas referencias en Diseño Editorial"*

## Director Invitado Internacional

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

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

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

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

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

## D. Pine, D.W.

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

*"Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo"*

08

# 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 Global University.

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

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

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

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

TECH es miembro de **The Design Society (DS)**, la mayor comunidad de expertos destacados en la ciencia del diseño. Esta distinción consolida su presencia en redes internacionales dedicadas a la evolución teórica y práctica del diseño.

Aval/Membresía

the Design Society
a worldwide community

Título: **Máster Título Propio en Diseño Editorial**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**

tech global university

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

**Máster Título Propio en Diseño Editorial**

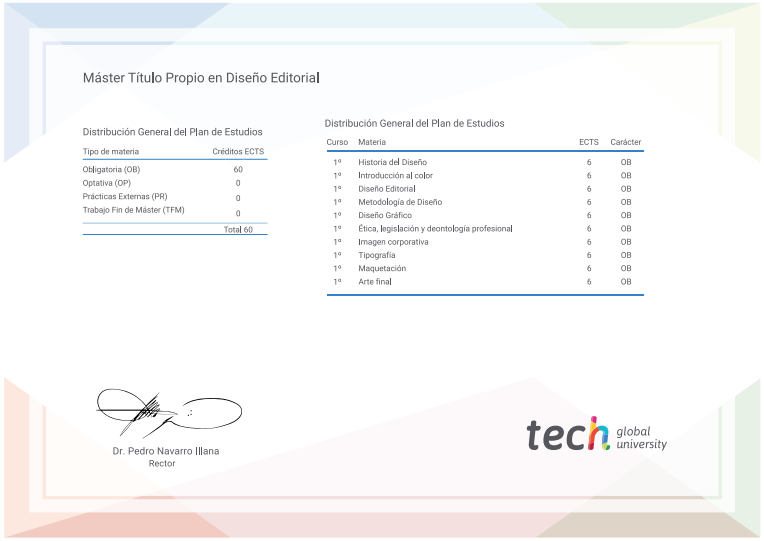
Se trata de un título propio de 1.800 horas de duración equivalente a 60 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos



Máster Título Propio en Diseño Editorial

Distribución General del Plan de Estudios

| Tipo de materia | Créditos ECTS |
|---|---|
| Obligatoria (OB) | 60 |
| Optativa (OP) | 0 |
| Prácticas Externas (PR) | 0 |
| Trabajo Fin de Máster (TFM) | 0 |
| | Total 60 |

Distribución General del Plan de Estudios

| Curso | Materia | ECTS | Carácter |
|---|---|---|---|
| 1º | Historia del Diseño | 6 | OB |
| 1º | Introducción al color | 6 | OB |
| 1º | Diseño Editorial | 6 | OB |
| 1º | Metodología de Diseño | 6 | OB |
| 1º | Diseño Gráfico | 6 | OB |
| 1º | Ética, legislación y deontología profesional | 6 | OB |
| 1º | Imagen corporativa | 6 | OB |
| 1º | Tipografía | 6 | OB |
| 1º | Maquetación | 6 | OB |
| 1º | Arte final | 6 | OB |

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

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

tech global university

# Máster Título Propio
## Diseño Editorial

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

# Máster Título Propio
## Diseño Editorial

Aval/Membresía

the Design Society
a worldwide community

tech global university