

Máster Semipresencial

Diseño Gráfico





Máster Semipresencial

Diseño Gráfico

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad Tecnológica

60 + 5 créditos ECTS

Horas lectivas: 1.620 h.

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

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

¿Por qué cursar este
Máster Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competencias

pág. 18

05

Planificación
de la enseñanza

pág. 22

06

Prácticas

pág. 34

07

¿Dónde puedo hacer
las Prácticas?

pág. 40

08

Metodología

pág. 46

09

Titulación

pág. 54

01

Presentación

La correcta presentación de un concepto visual en la comunicación de una empresa o marca se hace indispensable en el éxito de la misma, por lo que la función del diseñador gráfico es una de las más importantes dentro de un equipo creativo. Desarrollar correctamente la estrategia adecuada, adaptada a los objetivos propuestos desde la perspectiva del Marketing, requiere de conocimientos técnicos en materia de proyección visual del mensaje. Por ello, TECH ha creado esta titulación, con el fin de otorgarle al profesional las novedosas herramientas y tendencias estéticas en Diseño Gráfico para favorecer su crecimiento en este sector. Además, una vez finalizada su fase de aprendizaje teórico 100% online, dispondrá de una experiencia práctica de 3 semanas en una empresa de relevancia, donde trasladará al entorno real de trabajo todos los conocimientos adquiridos.



“

Para destacar en el mundo creativo es esencial la actualización y dominio de conocimientos avanzados. Esta titulación trae para ti todo lo necesario para desarrollarte como profesional del Diseño Gráfico”

En los últimos años, los avances digitales han propiciado el surgimiento de nuevos conceptos y técnicas de comunicación visual que el diseñador gráfico debe manejar para adaptarse a los requerimientos de su sector. En esta línea, se han desarrollado actualizadas teorías psicológicas del tratamiento del color o de las formas que, con su adecuada utilización, permiten jugar con la mente del espectador para trasladarle la intención deseada. Esto ha propiciado que empresas de numerosos sectores apuesten por adquirir los servicios de diseñadores gráficos altamente cualificados en la extracción del máximo rendimiento de sus creaciones, con el objetivo de potenciar los resultados de sus campañas publicitarias o de Marketing. Ante ello, TECH ha creado este Máster Semipresencial, que brindará al estudiante los conocimientos teórico-prácticos más vanguardistas en Diseño Gráfico para impulsar su crecimiento profesional en un campo en constante auge.

A lo largo de este itinerario académico, el alumno adquirirá las competencias más útiles para planificar, desarrollar y ejecutar cualquier proyecto gráfico. Así, analizará los entresijos del diseño editorial tanto para publicaciones impresas como para las digitales o manejará las metodologías de diseño más actualizadas y eficientes. Del mismo modo, adoptará las habilidades necesarias para crear su propio estilo artístico o conocerá los mejores procedimientos para generar la imagen corporativa de una empresa.

Todo el aprendizaje teórico de esta titulación se desarrollará a través de una metodología 100% online, aspecto que permitirá al estudiante la compatibilización de su enseñanza con sus obligaciones personales o profesionales. Además, accederá a recursos didácticos de excelso nivel en formatos tales como el vídeo explicativo, el resumen interactivo o los test evaluativos, con la intención de adaptar el estudio a sus necesidades particulares.

Asimismo, como complemento de la evaluación teórica de este Máster Semipresencial, se dispone de una fase práctica de 3 semanas en una prestigiosa empresa del ámbito del Diseño Gráfico. Rodeado de los mejores expertos y acompañado de un tutor específico, el alumno aplicará todos sus conocimientos en un entorno real de trabajo, impulsando así sus competencias y su crecimiento profesional.

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

- ♦ Desarrollo de más de 100 casos prácticos presentados por profesionales expertos en el área de Diseño Gráfico
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y asistencial sobre aquellas disciplinas médicas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Planes integrales de actuación sistematizada ante las problemáticas del sector creativo
- ♦ Presentación de talleres prácticos sobre Diseño Gráfico
- ♦ Sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas
- ♦ Guías de práctica y estilo sobre el abordaje de diferentes formatos usados en la industria del Diseño Gráfico
- ♦ Especial hincapié en las tendencias en Diseño Gráfico para los diversos formatos actualizados
- ♦ Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Además, podrás realizar una estancia de prácticas en uno de los mejores centros creativos de referencia



TECH pone a tu disposición un programa diseñado por profesionales expertos en el área de Diseño Gráfico para que eleves tu nivel de desempeño en esta área”

“

Un programa que te permite estudiar desde la comodidad de cualquier dispositivo con conexión a internet, porque su metodología 100% online y basada en el Relearning te brinda una enseñanza eficiente y ágil. Además, cuenta con una correcta planificación de las prácticas finales de tan solo 3 semanas”

En esta propuesta de Máster, de carácter profesionalizante y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de los profesionales en el área creativa, de marketing o comunicacional que desean ampliar sus conocimientos en el tema de Diseño Gráfico y para ello requieren un alto nivel de cualificación. Los contenidos están basados en la última evidencia en la materia, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico en la práctica profesional, y los elementos teórico-prácticos facilitarán la actualización del conocimiento y permitirán la toma de decisiones en entornos inciertos.

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

Dominarás, con este Máster Semipresencial, los novedosos procedimientos y las actualizadas técnicas para crear la imagen corporativa de una compañía.

Prepárate ante los nuevos retos que implica desarrollarse como Diseñador Gráfico en la era digital, con el fin de que tus proyectos destaquen en un mercado tan competitivo.



02

¿Por qué cursar este Máster Semipresencial?

En el ámbito del Diseño Gráfico, es tan imprescindible conocer las últimas tendencias y herramientas para la creación artística como manejar su implementación en la metodología de trabajo diaria. Debido a ello, TECH ha creado esta titulación, que permitirá combinar un excelente aprendizaje teórico en este campo con una experiencia práctica de 3 semanas en una prestigiosa compañía vinculada al Diseño Gráfico. Con esto, se garantizará que el alumno adquiera una serie de competencias actualizadas y aplicables en su vida profesional.



“

TECH te ofrece una excelente oportunidad de alcanzar un gran aprendizaje teórico en Diseño Gráfico y, posteriormente, desarrollar dichos conocimientos en un entorno empresarial para potenciar tus destrezas profesionales”

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

El área del Diseño Gráfico ha evolucionado en los últimos años gracias al surgimiento de novedosas herramientas digitales, metodologías de diseño o técnicas creativas que permiten extraer el máximo rendimiento a cada composición. Debido a esto, y con la intención de que el diseñador domine desde una perspectiva teórico-práctica todas estas innovaciones, TECH ha creado este Máster Semipresencial.

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

El excepcional equipo de especialistas en Diseño Gráfico que acompañarán al experto durante su fase práctica avala la inmensa calidad de este programa. Con un tutor particular, el alumno utilizará en un entorno real de trabajo las novedosas herramientas para acometer proyectos gráficos, incluyendo estas destrezas en su actividad profesional diaria.

3. Adentrarse en entornos profesionales de primera

TECH selecciona detalladamente todos los centros disponibles para realizar las prácticas de este Máster Semipresencial. Gracias a ello, el experto tendrá garantizado el acceso a una empresa de prestigio en el área del Diseño Gráfico. De esta forma, podrá comprobar el día a día propio de esta área de trabajo, utilizando siempre las técnicas y las herramientas creativas más actualizadas.



4. Combinar la mejor teoría con la práctica más avanzada

En el mercado académico actual, existen numerosos programas pedagógicos cuya carga lectiva es excesiva y, además, carece de aplicabilidad en el entorno de trabajo. Por ello, TECH ha creado esta titulación, que permite al alumno combinar un excelso aprendizaje teórico con una fase práctica en una empresa destinada al Diseño Gráfico para adoptar una serie de aptitudes eficientes en su labor profesional.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

TECH ofrece las posibilidades de realizar esta Capacitación Práctica en centros de envergadura internacional. De esta forma, el diseñador podrá expandir sus fronteras y ponerse al día con los mejores profesionales, que ejercen en empresas de Diseño Gráfico de primera categoría y en diferentes continentes. Una oportunidad única que solo TECH, la universidad digital más grande del mundo, podría ofrecer.

“

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

03

Objetivos

El diseño de este Máster Semipresencial permitirá al alumno adquirir las competencias necesarias para actualizarse en la profesión, tras profundizar en los aspectos clave en Diseño Gráfico basado en la práctica. El conocimiento vertido en cada uno de los puntos del plan de estudio impulsará el buen desempeño del profesional desde una amplia perspectiva, desarrollando plenas facultades en un campo que es clave para diferentes áreas dentro del Marketing y la comunicación a nivel empresarial, guiándole hacia la excelencia de un sector en constante evolución. Por ello, TECH establece una serie de objetivos generales y específicos para mayor satisfacción del futuro egresado.



“

Ver en primera fila los resultados de un proceso creativo en centros de referencia de la industria permitirá ampliar tu visión y perspectiva, más allá de la teoría, de lo que significa ser Diseñador Gráfico en la actualidad”



Objetivo general

- Este Máster Semipresencial en Diseño Gráfico tiene entre sus objetivos generales potenciar las habilidades creativas del profesional, con los conocimientos en las nuevas tendencias en diseño, aplicadas a diferentes áreas de interés. Así, podrá desarrollar un proyecto completo desde la idea inicial, determinando los materiales y técnicas adecuadas para su desarrollo de acuerdo a cada situación comunicativa, siendo capaz de adaptar cada pieza a los diferentes formatos.



Un programa exclusivo de TECH para actualizarte en los estudios más avanzados sobre Diseño Gráfico. Con una metodología 100% online y una fase práctica en los mejores centros creativos. Matricúlate ahora”





Objetivos específicos

Módulo 1. Historia del diseño

- ♦ Comprender aspectos esenciales sobre las ciencias humanas y sociales, y su aplicación en función de las necesidades de cada proyecto de diseño
- ♦ Dominar la historia de las prácticas artísticas, el diseño contemporáneo y todo en torno a ello, para adaptarse a las nuevas problemáticas y retos del diseño digital
- ♦ Conocer la relación existente entre patrimonio y diseño como característica de la cultura contemporánea

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
- ♦ Capturar, manipular y preparar el color para su empleo en soportes físicos y virtuales

Módulo 3. Introducción a la forma

- ♦ Comprender los principios básicos de composición y estructura que articulan imagen, gráficos y sonido en el tiempo, así como la naturaleza de la imagen y los gráficos en movimiento
- ♦ Proyectar y realizar comunicaciones visuales con un propósito claro y específico, aplicando transformaciones y efectos espacio-temporales con intenciones narrativas
- ♦ Desarrollar la capacidad espacial, analizando las formas que se construyen en el entorno

- ♦ Conocer la importancia de la forma en el desarrollo de procedimientos más complejos
- ♦ Identificar visualmente los tipos de formas para, a partir de estas, crear otras nuevas
- ♦ Entender y analizar el componente emocional que se atribuye a ciertas formas

Módulo 4. Diseño editorial

- ♦ Conocer los fundamentos del diseño editorial en el contexto impreso y digital, así como su interrelación con otras áreas
- ♦ Analizar el alcance y la importancia del diseñador en el ámbito editorial
- ♦ Dominar 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
- ♦ Entender el conjunto gráfico y sus elementos de publicaciones editoriales
- ♦ Proyectar comunicaciones visuales llamativas y que cumplan con los criterios gráficos actuales
- ♦ Utilizar herramientas como Adobe InDesign para proyectar ideas gráficas propias

Módulo 5. Metodología de diseño

- ♦ Conocer los procesos básicos de la metodología científica en la historia del diseño
- ♦ Identificar problemas relacionados con el diseño, recopilar y analizar la información requerida para evaluar y dar soluciones según criterios de eficiencia
- ♦ Aprender a argumentar de forma coherente y crítica del desarrollo de un proyecto de diseño
- ♦ Entender el funcionamiento de la innovación como motor del diseño
- ♦ Dominar la dinámica propia de la gestión del diseño, que permite aplicar conocimientos de marketing y de administración empresarial a los proyectos de diseño
- ♦ Comprender la práctica del diseño como un método de investigación en sí mismo basado en la creatividad

Módulo 6. Diseño Gráfico

- ♦ Manejar los fundamentos del Diseño Gráfico, así como su interrelación con otras áreas
- ♦ Comprender las bases, las funciones y el valor del Diseño Gráfico
- ♦ Dominar los elementos básicos y formales en el Diseño Gráfico
- ♦ Aprender a utilizar las herramientas digitales más utilizadas en el ámbito del Diseño Gráfico
- ♦ Aplicar elementos básicos de organización y gestión de proyectos

Módulo 7. Imagen corporativa

- ♦ Comprender los conceptos básicos de la política de comunicación de una organización
- ♦ Conocer las áreas estratégicas que un responsable gráfico debe gestionar en el proceso comunicativo de la identidad gráfica y visual de marcas
- ♦ Dominar las herramientas y estrategias teórico-prácticas de gestión de la comunicación corporativa e institucional en organizaciones de toda índole





- ♦ Seleccionar correctamente un método de organización de información y comunicación para el buen uso de una marca
- ♦ Identificar los elementos más significativos de la empresa-cliente, así como sus necesidades, con la finalidad de crear estrategias y mensajes comunicativos
- ♦ Desarrollar un sistema reglado de normas gráficas básicas basado en elementos de la identidad visual/marca

Módulo 8. Creación del portafolio

- ♦ Aplicar correctamente criterios de usabilidad e interactividad en narraciones audiovisuales
- ♦ Conocer el perfil del diseñador en el panorama laboral
- ♦ Dominar técnicas, métodos, herramientas y redes para promocionar el trabajo personal
- ♦ Entender el protocolo ético que hay que aplicar en el ejercicio profesional
- ♦ Aplicar análisis de fortalezas y debilidades en el trabajo desarrollado

Módulo 9. Ética, legislación y deontología profesional

- ♦ Reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole ético, ambiental y social
- ♦ Desempeñar el trabajo de forma ética, respetando las leyes y acorde a los derechos universales
- ♦ Adquirir competencias para resolver problemas por medio de la argumentación y la crítica constructiva

Módulo 10. Tipografía

- ♦ Manejar los principios sintácticos del lenguaje gráfico para describir con claridad y precisión objetos e ideas
- ♦ Aplicar los fundamentos estéticos de la tipografía
- ♦ Dominar la correcta disposición de los textos en el objeto de diseño
- ♦ Realizar trabajos profesionales partiendo de la composición tipográfica

04 Competencias

Después de haber superado las evaluaciones del Máster Semipresencial en Diseño Gráfico, el profesional habrá adquirido las competencias requeridas para un correcto desempeño de sus funciones dentro de una empresa o grupo creativo, así como de forma autónoma, siendo capaz de crear proyectos gráficos completos en cualquier contexto comunicativo.



“

Tras la superación de este Máster Semipresencial, el profesional se abrirá un abanico de posibilidades en el campo laboral actual y del futuro”



Competencias generales

- Crear proyectos gráficos completos en cualquier contexto comunicativo
- Analizar la conveniencia de los diferentes planteamientos
- Impactar en el público objetivo de manera eficiente
- Controlar los procesos de producción internos y externos de las piezas producidas

“

Gracias a esta titulación, dominarás las técnicas creativas más eficientes para desarrollar la imagen corporativa de una empresa”





Competencias específicas

- ♦ Describir los diferentes momentos históricos del Diseño Gráfico
- ♦ Manejar los colores en su aplicación gráfica
- ♦ Conocer el uso de la forma en Diseño Gráfico
- ♦ Trabajar en diseño editorial
- ♦ Utilizar las distintas metodologías existentes en Diseño Gráfico
- ♦ Desarrollar una imagen corporativa
- ♦ Crear un portafolio
- ♦ Conocer la ética profesional y el código deontológico del Diseño Gráfico
- ♦ Emplear de forma eficiente tipografías distintas

05

Planificación de la enseñanza

El temario se ha diseñado para el aprendizaje teórico y práctico de los fundamentos del Diseño Gráfico y su correcta aplicación en diferentes entornos comunicativos. Ajustado a la metodología online, atendiendo a las estrictas especificaciones de TECH con el innovador método del *Relearning* que, a través de la reiteración de conceptos permiten un aprendizaje más ágil y efectivo. Además, se combina con una fase final de prácticas de 3 semanas en un centro especializado. Estableciendo así, un plan de estudios dividido en 10 módulos bien detallados, que ofrecen una amplia perspectiva de Diseño Gráfico.





“

Los recursos didácticos a los que accederás en esta titulación están disponibles en diversos formatos tales como el vídeo o el resumen interactivo, con el fin de brindarte un aprendizaje ameno e individualizado”

Módulo 1. Historia del diseño

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

Módulo 2. Introducción al color

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

Módulo 3. Introducción a la forma

- 3.1. La forma
 - 3.1.1. Definición, ¿qué es?
 - 3.1.2. Cualidades y características
 - 3.1.3. Contorno, silueta, figura y perfil, aspectos de una misma realidad
 - 3.1.4. Representación esencial
- 3.2. Tipología de la forma. Estética de la forma funcional
 - 3.2.1. Tipos de forma según su origen
 - 3.2.2. Tipos de forma según su configuración
 - 3.2.3. Tipos de forma según su significado
 - 3.2.4. Tipos de forma según su relación con el espacio
 - 3.2.5. Tipos de formas según su relación fondo-forma
- 3.3. Las primeras formas gráficas
 - 3.3.1. El garabato
 - 3.3.2. La forma de la mancha
 - 3.3.3. El punto y la línea
 - 3.3.4. Despertar la creatividad a través del Hirameki
 - 3.3.5. La forma del Haiku
- 3.4. Composición de la forma
 - 3.4.1. Forma abierta y forma cerrada
 - 3.4.2. Composición forma, semiformal e informal
 - 3.4.3. La simetría
 - 3.4.4. Los ejes. Simetría axial y radial
- 3.5. La importancia de la proporción en la forma
 - 3.5.1. La proporción
 - 3.5.2. Rectángulo áureo
 - 3.5.3. La escala
 - 3.5.4. Tipos de escala
- 3.6. Ismos: una aplicación práctica
 - 3.6.1. Cubismo
 - 3.6.2. Suprematismo
 - 3.6.3. Constructivismo
 - 3.6.4. Dadaísmo
- 3.7. El ser humano como medida
 - 3.7.1. El canon
 - 3.7.2. Diferentes cánones en la figura humana
 - 3.7.3. La representación de la figura humana en el arte
 - 3.7.4. La ergonomía
- 3.8. Percepción visual y forma
 - 3.8.1. Percepción visual
 - 3.8.2. Gestalt
 - 3.8.3. El pensamiento visual
 - 3.8.4. Interrelación de las formas
- 3.9. Psicología de las formas
 - 3.9.1. El círculo
 - 3.9.2. El cuadrado
 - 3.9.3. El triángulo
 - 3.9.4. Otras formas
- 3.10. Introducción a la forma digital
 - 3.10.1. De lo analógico al mundo digital
 - 3.10.2. La forma positiva y negativa
 - 3.10.3. Repetición y reflexión
 - 3.10.4. Combinando técnicas

Módulo 4. Diseño editorial

- 4.1. Introducción al diseño editorial
 - 4.1.1. ¿Qué es el diseño editorial?
 - 4.1.2. Tipos de publicaciones en el diseño editorial
 - 4.1.3. El diseñador editorial y sus competencias
 - 4.1.4. Factores del diseño editorial
- 4.2. Historia del diseño editorial
 - 4.2.1. La investigación de la escritura. El libro en la antigüedad
 - 4.2.2. La revolución de Gutenberg
 - 4.2.3. La librería del Antiguo Régimen (1520-1760)
 - 4.2.4. La segunda revolución del libro (1760 –1914)
 - 4.2.5. Del siglo XIX hasta nuestros días
- 4.3. Fundamentos del diseño editorial impreso y digital
 - 4.3.1. El formato
 - 4.3.2. La retícula
 - 4.3.3. La tipografía
 - 4.3.4. El color
 - 4.3.5. Los elementos gráficos
- 4.4. Medios editoriales impresos
 - 4.4.1. Campos de trabajo y formatos
 - 4.4.2. El libro y sus elementos: titulares, encabezados, entradillas, cuerpo del texto
 - 4.4.3. Manipulados: plegado y encuadernación
 - 4.4.4. La impresión
- 4.5. Medios editoriales digitales
 - 4.5.1. Publicaciones digitales
 - 4.5.2. Aspectos de forma en las publicaciones digitales
 - 4.5.3. Publicaciones digitales más usadas
 - 4.5.4. Plataformas para publicar digitalmente
- 4.6. Iniciación a InDesign I: primeros pasos
 - 4.6.1. La interfaz y la personalización del espacio de trabajo
 - 4.6.2. Paneles, preferencias y menús
 - 4.6.3. El *Fat-Plan*
 - 4.6.4. Opciones de creación de nuevos documentos y guardar
- 4.7. Iniciación a InDesign II: profundización en la herramienta
 - 4.7.1. El formato de la publicación
 - 4.7.2. La retícula en el espacio de trabajo
 - 4.7.3. La cuadrícula base y su importancia
 - 4.7.4. Uso de reglas y creación de guías. Modo de visualización
 - 4.7.5. El panel y la herramienta de páginas. Las páginas maestras
 - 4.7.6. Trabajar con capas
- 4.8. Gestión del color e imágenes en InDesign
 - 4.8.1. La paleta de muestras. Creación de color y matices
 - 4.8.2. La herramienta cuentagotas
 - 4.8.3. Los degradados
 - 4.8.4. Organización de imágenes y gestión de color
 - 4.8.5. Uso de viñetas y objetos anclados
 - 4.8.6. Creación y configuración de una tabla
- 4.9. El texto en InDesign
 - 4.9.1. El texto: elección de tipografías
 - 4.9.2. Los marcos de texto y sus opciones
 - 4.9.3. Panel de carácter y panel de párrafo
 - 4.9.4. Insertar notas al pie. Tabulaciones
- 4.10. Proyecto editorial
 - 4.10.1. Relación de diseñadores editoriales: proyectos
 - 4.10.2. Elaboración de un primer proyecto en InDesign
 - 4.10.3. ¿Qué elementos se deben incluir?
 - 4.10.4. Pensando la idea

Módulo 5. Metodología de diseño

- 5.1. Sobre la metodología y el diseño
 - 5.1.1. ¿Qué es la metodología del diseño?
 - 5.1.2. Diferencias entre método, metodología y técnica
 - 5.1.3. Tipos de técnicas metodológicas
 - 5.1.4. Deducción, Inducción y Abducción
- 5.2. Introducción a la investigación en el diseño
 - 5.2.1. Heredando el método científico
 - 5.2.2. Conceptos generales de los procesos de investigación
 - 5.2.3. Fases principales del proceso de investigación
 - 5.2.4. Cronograma
- 5.3. Algunas propuestas metodológicas
 - 5.3.1. Propuestas para una nueva metodología por Bürdek Bernhard
 - 5.3.2. Método sistemático para diseñadores de Bruce Archer
 - 5.3.3. Diseño generalizador integrado de Victor Papanek
 - 5.3.4. Método proyectual de Bruno Munari
 - 5.3.5. Proceso creativo de solución de problemas de Bernd Löbach
 - 5.3.6. Otros autores y esquemas de otros métodos
- 5.4. Definición del problema
 - 5.4.1. Identificación y análisis de la necesidad
 - 5.4.2. El *Brief*, ¿qué es?
 - 5.4.3. ¿Qué debe contener un buen *Brief*?
 - 5.4.4. Consejos para preparar un *Brief*
- 5.5. Investigación para el proyecto
 - 5.5.1. Estudio de los antecedentes
 - 5.5.2. Implicación del proyecto
 - 5.5.3. Estudio del público objetivo o target
 - 5.5.4. Herramientas en el estudio del target
- 5.6. El entorno competitivo
 - 5.6.1. En relación al mercado
 - 5.6.2. Análisis de competencia
 - 5.6.3. Propuesta de valor
- 5.7. Estudio de viabilidad
 - 5.7.1. Viabilidad social. Análisis DAFO
 - 5.7.2. Viabilidad técnica
 - 5.7.3. Viabilidad económica
- 5.8. Posibles soluciones al *Brief*
 - 5.8.1. La emotividad en los procesos creativos
 - 5.8.2. Divergencia, transformación y convergencia
 - 5.8.3. Lluvia de ideas, *Brainstorming*
 - 5.8.4. Comparativa de ideas
- 5.9. Establecimiento de objetivos
 - 5.9.1. Objetivo general
 - 5.9.2. Objetivos específicos
 - 5.9.3. Objetivos técnicos
 - 5.9.4. Objetivos estéticos y comunicacionales
 - 5.9.5. Objetivos de mercado
- 5.10. Desarrollo de ideas
 - 5.10.1. El feedback en la fase de ideación
 - 5.10.2. Los bocetos
 - 5.10.3. Presentación de ideas
 - 5.10.4. Métodos de control y evaluación crítica

Módulo 6. Diseño Gráfico

- 6.1. Introducción al Diseño Gráfico
 - 6.1.1. ¿Qué es el Diseño Gráfico?
 - 6.1.2. Funciones del Diseño Gráfico
 - 6.1.3. Áreas de actuación en el Diseño Gráfico
 - 6.1.4. El valor del Diseño Gráfico
- 6.2. El Diseño Gráfico como actividad profesional
 - 6.2.1. La influencia de la tecnología en el desarrollo de la profesión
 - 6.2.2. ¿Cuál es el papel del diseñador gráfico?
 - 6.2.3. Campos profesionales
 - 6.2.4. El diseñador como ciudadano
- 6.3. Elementos básicos
 - 6.3.1. El punto
 - 6.3.2. La línea
 - 6.3.3. La forma
 - 6.3.4. La textura
 - 6.3.5. El espacio
- 6.4. Elementos formales
 - 6.4.1. El contraste
 - 6.4.2. El equilibrio
 - 6.4.3. La proporción
 - 6.4.4. El ritmo
 - 6.4.5. La armonía
 - 6.4.6. El movimiento
 - 6.4.7. La unidad
- 6.5. Referentes en el Diseño Gráfico de los siglos XX y XXI
 - 6.5.1. Los diseñadores gráficos que han marcado la historia
 - 6.5.2. Los diseñadores más influyentes
 - 6.5.3. Diseñadores gráficos hoy
 - 6.5.4. Referencias visuales
- 6.6. Cartelería
 - 6.6.1. El cartel publicitario
 - 6.6.2. Funciones
 - 6.6.3. Los carteles del siglo XIX
 - 6.6.4. Referencias visuales
- 6.7. El estilo gráfico
 - 6.7.1. El lenguaje icónico y la cultura de masas
 - 6.7.2. El Diseño Gráfico y su relación con el arte
 - 6.7.3. El estilo gráfico propio
 - 6.7.4. El diseño no es una profesión, es un estilo de vida
- 6.8. De las calles a la agencia
 - 6.8.1. El diseño como la última vanguardia
 - 6.8.2. El arte urbano o *Street Art*
 - 6.8.3. Arte urbano aplicado a la publicidad
 - 6.8.4. El arte urbano y la imagen de marca
- 6.9. Herramientas digitales más usadas
 - 6.9.1. Adobe Lightroom
 - 6.9.2. Adobe Photoshop
 - 6.9.3. Adobe Illustrator
 - 6.9.4. Adobe InDesign
 - 6.9.5. CorelDRAW
- 6.10. Iniciación al proyecto de diseño
 - 6.10.1. El *Brief*
 - 6.10.2. Definición
 - 6.10.3. Justificación
 - 6.10.4. Implicación
 - 6.10.5. Objetivos
 - 6.10.6. Metodología

Módulo 7. Imagen corporativa

- 7.1. La identidad
 - 7.1.1. Idea de identidad
 - 7.1.2. ¿Por qué se busca la identidad?
 - 7.1.3. Tipos de identidad
 - 7.1.4. La identidad digital
- 7.2. La identidad corporativa
 - 7.2.1. Definición. ¿Por qué tener una identidad corporativa?
 - 7.2.2. Factores que influyen en la identidad corporativa
 - 7.2.3. Componentes de la identidad corporativa
 - 7.2.4. Comunicación de la identidad
 - 7.2.5. Identidad corporativa, *Branding* e imagen corporativa
- 7.3. La imagen corporativa
 - 7.3.1. Característica de la imagen corporativa
 - 7.3.2. ¿Para qué sirve la imagen corporativa?
 - 7.3.3. Tipos de imagen corporativa
 - 7.3.4. Ejemplos
- 7.4. Los signos identificadores básicos
 - 7.4.1. El nombre o *Naming*
 - 7.4.2. Los logotipos
 - 7.4.3. Los monogramas
 - 7.4.4. Los imagotipos
- 7.5. Factores de memorización de la identidad
 - 7.5.1. La originalidad
 - 7.5.2. El valor simbólico
 - 7.5.3. La pregnancia
 - 7.5.4. La repetición
- 7.6. Metodología para el proceso de creación de una marca
 - 7.6.1. Estudio del sector y de la competencia
 - 7.6.2. *Brief*, plantilla
 - 7.6.3. Definir estrategia y personalidad de marca. Los valores
 - 7.6.4. Público objetivo
- 7.7. El cliente
 - 7.7.1. Intuir cómo es el cliente
 - 7.7.2. Tipologías de clientes
 - 7.7.3. El proceso de reunión
 - 7.7.4. La importancia de conocer al cliente
 - 7.7.5. Establecer presupuesto
- 7.8. Manual de identidad corporativa
 - 7.8.1. Normas de construcción y aplicación de la marca
 - 7.8.2. La tipografía corporativa
 - 7.8.3. Colores corporativos
 - 7.8.4. Otros elementos gráficos
 - 7.8.5. Ejemplos de manuales corporativos
- 7.9. Rediseño de identidades
 - 7.9.1. Razones para optar por el rediseño de una identidad
 - 7.9.2. Gestión de un cambio en la identidad corporativa
 - 7.9.3. Buena praxis. Referentes visuales
 - 7.9.4. Mala praxis. Referentes visuales
- 7.10. Proyecto de identidad de marca
 - 7.10.1. Presentación y explicación del proyecto. Referentes
 - 7.10.2. *Brainstorming*. Análisis del mercado
 - 7.10.3. Público objetivo, valor de marca
 - 7.10.4. Primeras ideas y bocetos. Técnicas creativas
 - 7.10.5. Establecimiento del proyecto. Tipografías y colores
 - 7.10.6. Entrega y corrección de proyectos

Módulo 8. Creación del portafolio

- 8.1. El portafolio
 - 8.1.1. El portafolio como tu carta de presentación
 - 8.1.2. La importancia de un buen portafolio
 - 8.1.3. Orientación y motivación
 - 8.1.4. Consejos prácticos
- 8.2. Características y elementos
 - 8.2.1. El formato físico
 - 8.2.2. El formato digital
 - 8.2.3. El uso de mockups
 - 8.2.4. Errores comunes
- 8.3. Plataformas digitales
 - 8.3.1. Comunidades de aprendizaje continuo
 - 8.3.2. Redes Sociales: *Twitter, Facebook, Instagram*
 - 8.3.3. Redes Profesionales: *LinkedIn, InfoJobs*
 - 8.3.4. Portfolios en la nube: *Behance*
- 8.4. El diseñador en el esquema laboral
 - 8.4.1. Salidas laborales de un diseñador
 - 8.4.2. Las agencias de diseño
 - 8.4.3. Diseño Gráfico empresarial
 - 8.4.4. Casos de éxito
- 8.5. ¿Cómo me muestro profesionalmente?
 - 8.5.1. Mantenerse actualizado, y en constante reciclaje
 - 8.5.2. El currículum vitae y su importancia
 - 8.5.3. Errores comunes en un *currículum vitae*
 - 8.5.4. ¿Cómo crear un buen *currículum vitae*?
- 8.6. Los nuevos consumidores
 - 8.6.1. La percepción del valor
 - 8.6.2. Definición de tu público objetivo
 - 8.6.3. Mapa de empatía
 - 8.6.4. Las relaciones personales
- 8.7. Mi marca personal
 - 8.7.1. Emprender: la búsqueda de un sentido
 - 8.7.2. Convierte tu pasión en un trabajo
 - 8.7.3. El ecosistema alrededor de tu actividad
 - 8.7.4. El modelo Canvas
- 8.8. La Identidad visual
 - 8.8.1. El *Naming*
 - 8.8.2. Los valores de una marca
 - 8.8.3. Los grandes temas
 - 8.8.4. Moodboard. El uso de Pinterest
 - 8.8.5. Análisis de factores visuales
 - 8.8.6. Análisis de factores temporales
- 8.9. La ética y la responsabilidad
 - 8.9.1. Decálogo ético para la práctica del diseño
 - 8.9.2. Derechos de autor
 - 8.9.3. Diseño y objeción de conciencia
 - 8.9.4. El “buen” diseño
- 8.10. El precio de mi trabajo
 - 8.10.1. ¿Necesitas dinero para vivir?
 - 8.10.2. Contabilidad básica para emprendedores
 - 8.10.3. Tipos de gastos
 - 8.10.4. Tu precio/hora. Precio de venta al público

Módulo 9. Ética, legislación y deontología profesional

- 9.1. La ética, la moral, el derecho y la deontología profesional
 - 9.1.1. Cuestiones básicas sobre ética. Algunos dilemas morales
 - 9.1.2. Análisis conceptual y origen etimológico
 - 9.1.3. Diferencias entre moral y ética
 - 9.1.4. La conexión entre ética, moral, derecho y deontología
- 9.2. La propiedad intelectual
 - 9.2.1. ¿Qué es la propiedad intelectual?
 - 9.2.2. Tipos de propiedad intelectual
 - 9.2.3. El plagio y el incumplimiento de los derechos de autor
 - 9.2.4. Anticopyright
- 9.3. Aspectos prácticos del actual ético
 - 9.3.1. Utilitarismo, consecuencialismo y deontología
 - 9.3.2. Actuar de forma consecuente frente a actuar con base en principios
 - 9.3.3. Eficiencia dinámica de actuar con base en principios
- 9.4. La legislación y la moral
 - 9.4.1. Concepto de legislación
 - 9.4.2. Concepto de moral
 - 9.4.3. Conexión entre derecho y moral
 - 9.4.4. De lo justo a lo injusto a partir del razonamiento lógico
- 9.5. La conducta profesional
 - 9.5.1. El trato con el cliente
 - 9.5.2. La importancia de pactar las condiciones
 - 9.5.3. Los clientes no compran diseño
 - 9.5.4. La conducta profesional
- 9.6. Responsabilidades hacia otros diseñadores
 - 9.6.1. La competitividad
 - 9.6.2. El prestigio de la profesión
 - 9.6.3. El impacto con el resto de profesiones
 - 9.6.4. La relación con otros compañeros de profesión. La crítica
- 9.7. Responsabilidades sociales
 - 9.7.1. El diseño inclusivo y su importancia
 - 9.7.2. Características a tener en cuenta
 - 9.7.3. Un cambio de mentalidad
 - 9.7.4. Ejemplos y referencias
- 9.8. Responsabilidades con el entorno
 - 9.8.1. Ecodiseño. ¿Por qué es tan importante?
 - 9.8.2. Características del diseño sostenible
 - 9.8.3. Implicaciones en el medio ambiente
 - 9.8.4. Ejemplos y referencias
- 9.9. Conflictos éticos y toma práctica de decisiones
 - 9.9.1. Conducta y prácticas responsables en el ámbito laboral
 - 9.9.2. Buenas prácticas del diseñador digital
 - 9.9.3. ¿Cómo resolver conflictos de interés?
 - 9.9.4. ¿Cómo actuar ante regalos?
- 9.10. El conocimiento libre: Licencias *Creative Commons*
 - 9.10.1. ¿Qué son?
 - 9.10.2. Tipos de licencia
 - 9.10.3. Simbología
 - 9.10.4. Usos específicos

Módulo 10. Tipografía

- 10.1. Introducción a la tipografía
 - 10.1.1. ¿Qué es la tipografía?
 - 10.1.2. El papel de la tipografía en el Diseño Gráfico
 - 10.1.3. Secuencia, contraste, forma y contraforma
 - 10.1.4. Relación y diferencias entre tipografía, caligrafía y lettering
- 10.2. El origen múltiple de la escritura
 - 10.2.1. La escritura ideográfica
 - 10.2.2. El alfabeto fenicio
 - 10.2.3. El alfabeto romano
 - 10.2.4. La reforma carolingia
 - 10.2.5. El alfabeto latino moderno
- 10.3. Inicios de la tipografía
 - 10.3.1. La imprenta, una nueva era. Primeros tipógrafos
 - 10.3.2. La Revolución Industrial: la litografía
 - 10.3.3. El modernismo: los inicios de la tipografía comercial
 - 10.3.4. Las vanguardias
 - 10.3.5. Período de entreguerras
- 10.4. El papel de las escuelas de diseño en la tipografía
 - 10.4.1. La Bauhaus
 - 10.4.2. Herbert Bayer
 - 10.4.3. Psicología de la Gestalt
 - 10.4.4. La Escuela Suiza
- 10.5. Tipografía actual
 - 10.5.1. 1960-1970, precursores de la revuelta
 - 10.5.2. Postmodernidad, deconstructivismo y tecnología
 - 10.5.3. ¿Hacia dónde va la tipografía?
 - 10.5.4. Tipografías que marcan tendencia
- 10.6. La forma tipográfica I
 - 10.6.1. Anatomía de la letra
 - 10.6.2. Medidas y atributos del tipo
 - 10.6.3. Las familias tipográficas
 - 10.6.4. Caja alta, caja baja y versalitas
 - 10.6.5. Diferencia entre tipografía, fuente y familia tipográfica
 - 10.6.6. Filetes, líneas y elementos geométricos
- 10.7. La forma tipográfica II
 - 10.7.1. La combinación tipográfica
 - 10.7.2. Formatos de fuentes tipográficos (*PostScript-TrueType-OpenType*)
 - 10.7.3. Licencias tipográficas
 - 10.7.4. ¿Quién debe comprar la licencia, cliente o diseñador?
- 10.8. La corrección tipográfica. Composición de textos
 - 10.8.1. El espaciado entre letras. *Tracking y Kerning*
 - 10.8.2. El espacio entre palabras. El cuadratín
 - 10.8.3. El interlineado
 - 10.8.4. El cuerpo de letra
 - 10.8.5. Atributos del texto
- 10.9. El dibujo de las letras
 - 10.9.1. El proceso creativo
 - 10.9.2. Materiales tradicionales y digitales
 - 10.9.3. El uso de la tableta gráfica y del ipad
 - 10.9.4. Tipografía digital: contornos y mapas de bits
- 10.10. Carteles tipográficos
 - 10.10.1. La caligrafía como base para el dibujo de las letras
 - 10.10.2. ¿Cómo realizar una composición tipográfica que impacte?
 - 10.10.3. Referencias visuales
 - 10.10.4. La fase del bocetado
 - 10.10.5. Proyecto

06 Prácticas

Tras superar el período de aprendizaje online, el programa contempla una fase de prácticas en un centro creativo de referencia en el área del Diseño Gráfico, donde el profesional aprenderá a trasladar los conocimientos teóricos adquiridos a un entorno de trabajo real, junto a los mejores expertos en este campo.





“

Tener acceso no solo a la mejor capacitación online, sino también a unas prácticas en un centro de prestigio donde podrás relacionarte con reputados profesionales del diseño, es solo posible gracias a TECH”

La fase práctica de esta titulación está conformada por una intensa jornada de aprendizaje de 3 semanas de duración en un centro especializado en Diseño Gráfico. La estancia se realizará en horario de lunes a viernes, 8 horas continuas. De este modo, se garantiza que el profesional pueda adquirir y reforzar sus conocimientos sin interrupciones, de forma fluida.

En esta propuesta de capacitación, de carácter completamente práctico, las actividades están dirigidas al desarrollo y perfeccionamiento de las competencias necesarias para el desarrollo de las últimas técnicas en Diseño Gráfico ajustado a las tendencias del mercado y de acuerdo a los diferentes sectores, y que están orientadas a la capacitación específica para el ejercicio de la actividad.

Es sin duda una gran oportunidad para aprender trabajando, poniendo en práctica conocimientos y habilidades con la posibilidad de ver en primera fila los procedimientos utilizados en centros profesionales destinados al Diseño Gráfico, por medio de un equipamiento de vanguardia y el mejor personal especializado.

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



*Este Máster Semipresencial en
Diseño Gráfico, te capacitará para
crear proyectos gráficos completos
en cualquier contexto comunicativo”*

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

Módulo	Actividad Práctica
Introducción al color	Crear distintas piezas gráficas, utilizando diferentes colores en base a las emociones que desde transmitir cada una
	Diseñar piezas gráficas, aplicando en cada una de ellas las diferentes teorías del color
Diseño editorial	Generar un trabajo gráfico orientado a medios editoriales impresos
	Crear una composición gráfica destinada a medios editoriales digitales
	Elaborar un proyecto editorial desde 0 con InDesign
Metodología de diseño	Crear una propia metodología de trabajo, fundamentada en una serie de objetivos que se desean cumplir
	Resolver los problemas que puedan surgir en la metodología de trabajo, estableciendo para ello un análisis de necesidades
	Realizar y preparar un <i>briefing</i> de diseño
Diseño Gráfico	Acometer trabajos de Diseño Gráfico orientados a distintos sectores de la actividad
	Crear un estilo propio de Diseño Gráfico
	Utilizar las herramientas de Diseño Gráfico más populares tales como Adobe Lightroom o Adobe Photoshop
Imagen corporativa	Crear y modificar los bocetos del diseño de la imagen corporativa de una empresa
	Diseñar la imagen corporativa final de una compañía, atendiendo al mensaje y la percepción que desea transmitir
	Manejar el manual de identidad corporativa, detectando las normas de construcción y los elementos gráficos relevantes

Seguro de responsabilidad civil

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

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

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



Condiciones generales de la capacitación práctica

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

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

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

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

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

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

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

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

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

07

¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

En el marco de brindar una educación de élite para todos sus alumnos, este Máster Semipresencial contempla una estancia práctica de 3 semanas en un centro creativo de prestigio. Gracias al proceso exhaustivo de selección de TECH, el estudiante aplicará sus conocimientos en la práctica con casos reales y de la mano de profesionales expertos.



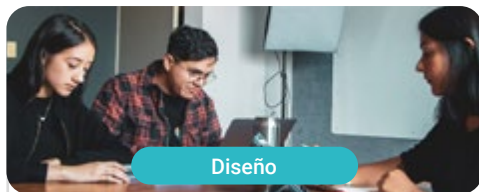


“

Durante 3 semanas, convivirás laboralmente con expertos en la materia del Diseño Gráfico y vivirás una experiencia intensa de aprendizaje y puesta en práctica”



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



Diseño

Goose & Hopper México

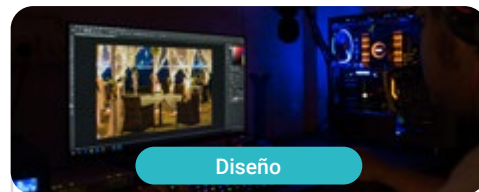
País Ciudad
México Michoacán de Ocampo

Dirección: Avenida Solidaridad Col. Nueva Chapultepec Morelia, Michoacan

Agencia de publicidad, diseño, tecnología y creatividad

Capacitaciones prácticas relacionadas:

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



Diseño

Happy Studio Creativo

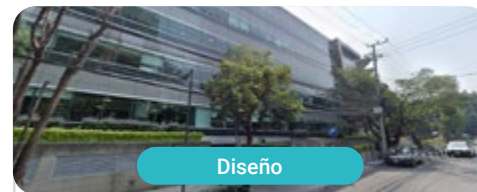
País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Limantitla 6A Santa Úrsula Xitla Tlalpan 14420 CDMX

Empresa creativa dedicada al mundo audiovisual y a la comunicación

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Marketing Digital
- Guion Audiovisual



Diseño

Break Point Marketing

País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Calle Montes Urales 424 4to piso lomas-Virreyes, Lomas de Chapultepec, Miguel Hidalgo C.P 11000 CDMX

Empresa creativa especializada en Marketing Digital y comunicación

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Marketing Digital
- Diseño Gráfico



Diseño

Tribalo

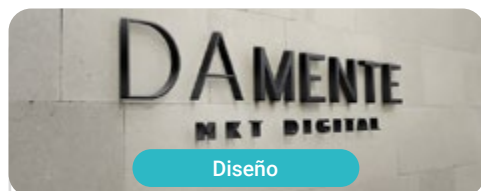
País Ciudad
México Querétaro de Arteaga

Dirección: Ignacio Pérez Sur N°49 El Carrizal Querétaro

Agencia de publicidad y Marketing Digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Marketing Digital
- Comunicación Publicitaria



Diseño

Damente Digital

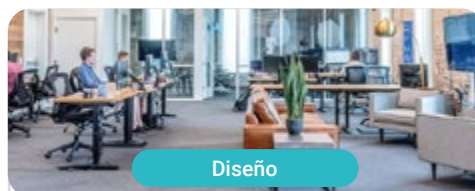
País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Av. Coyoacán 931 Col. Del Valle Centro, Benito Juárez C.P. 03100 CDMX

Agencia de Marketing Digital, comunicación y publicidad

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- MBA en Marketing Digital



Diseño

Estudio 630

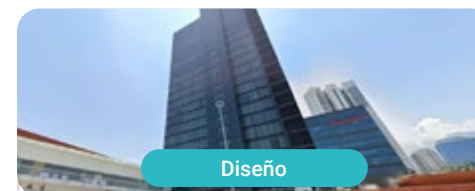
País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Av. Santa Fe 428-Piso 15, Lomas de Santa Fe, Contadero, Cuajimalpa de Morelos, 05300 Ciudad de México, CDMX, México

Empresa creativa para medios digitales

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- Website Management Engineering



Diseño

Futurité

País Ciudad
México Nuevo León

Dirección: Av. José Vasconcelos 345 piso 21 Col. Santa Engracia San Pedro Garza García Monterrey Nuevo León

Empresa de analítica web, diseño gráfico y softwares

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Marketing Digital
- Diseño Gráfico



Diseño

Grupo Neo

País Ciudad
México Querétaro de Arteaga

Dirección: Fernando Soler 118 Col. La Joya Querétaro C.P. 76180

Empresa especializada en Diseño Gráfico y trabajos creativos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Marketing Digital
- Diseño Gráfico



Diseño

The We Company

País Ciudad
México Querétaro de Arteaga

Dirección: Juan N. Frías 19, del Parque, Constituyentes, 76147 Santiago de Querétaro, Qro., México

Agencia de Marketing Digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- MBA Dirección de Redes Sociales y Community Manager



Diseño

Innovación Gráfica

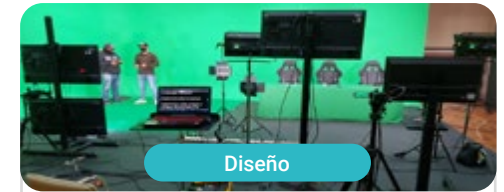
País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Calle Juan de Dios Peza N° 115, Col Obrera, CP. 06800, CDMX

Entidad especializada en marketing y arquitectura comercial

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- MBA en Marketing Digital



Diseño

Gaming Partners

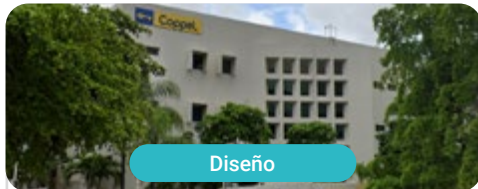
País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Poniente 75 Col. 16 de septiembre Alcaldía Miguel Hidalgo

Empresa especializada en marketing gaming y desarrollo de videojuegos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Administración de Personas
- MBA en Dirección Comercial y Ventas



Diseño

Coppel

País Ciudad
México Sinaloa

Dirección: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Empresa especializada en los servicios financieros y asesores

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Marketing Digital
- Diseño Gráfico



Diseño

Grupo Fórmula

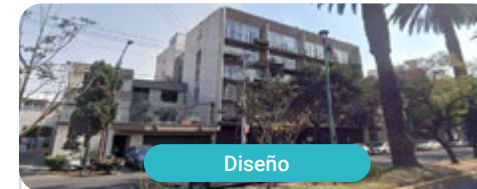
País Ciudad
México Ciudad de México

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

Empresa líder en comunicación multimedia y generación de contenidos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- Administración de Personas



Diseño

Amperson

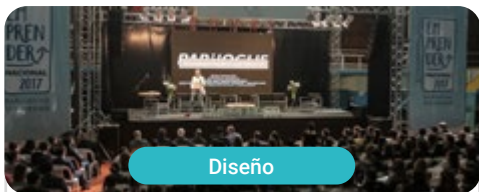
País Ciudad
México Ciudad de México

Dirección: Dr. Vertiz 652, int 302, Narvarte Poniente, Benito Juárez, 03023, Ciudad de México

Agencia de Marketing y Comunicación Digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- Comunicación Publicitaria



Diseño

Piensamarketing

País: Argentina
Ciudad: Río Negro

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

Agencia de marketing y comunicación
social y digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:

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



Diseño

Amplifica

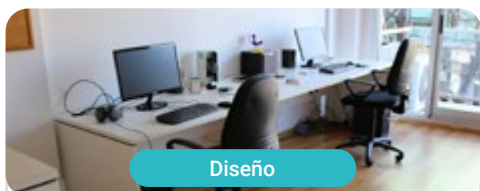
País: Argentina
Ciudad: Ciudad Autónoma
de Buenos Aires

Dirección: Chile 576, C1098AAL CABA

Agencia SEO para la promoción de la
comunicación y el posicionamiento efectivo

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Comunicación Publicitaria
- Diseño Gráfico



Diseño

Buppa

País: Argentina
Ciudad: Ciudad Autónoma
de Buenos Aires

Dirección: Palpa 3088, piso 1 Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Estudio de marketing y comunicación digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- Diseño Multimedia





Goose & Hopper España

País: España
Ciudad: Valencia

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

Agencia de publicidad, diseño, tecnología y creatividad

Capacitaciones prácticas relacionadas:

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



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

08

Metodología

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

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



“

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

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

“

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Clases magistrales

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Lecturas complementarias

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





Case studies

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



Resúmenes interactivos

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

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



Testing & Retesting

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



09

Titulación

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



“

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

Este **Título de Máster Semipresencial en Diseño Gráfico** contiene el programa más completo y actualizado del panorama profesional y académico.

Tras la superación de las pruebas por parte del alumno, este recibirá por correo postal, con acuse de recibo, el correspondiente Certificado de Máster Semipresencial expedido por TECH.

Además del Diploma, podrá obtener un certificado, así como el certificado del contenido del programa. Para ello, deberá ponerse en contacto con su asesor académico, que le brindará toda la información necesaria.

Título: **Máster Semipresencial en Diseño Gráfico**

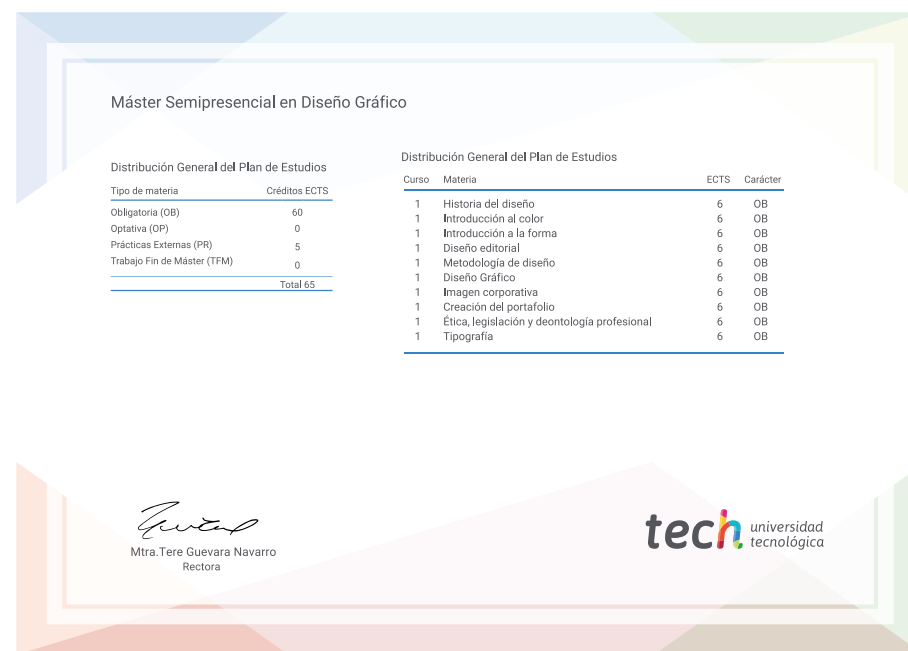
Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Reconocimiento: **60 + 5 créditos ECTS**

Horas lectivas: **1.620 h.**



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



Máster Semipresencial

Diseño Gráfico

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad Tecnológica

60 + 5 créditos ECTS

Horas lectivas: 1.620 h.

Máster Semipresencial

Diseño Gráfico

