

Máster Profesional Diseño Gráfico





Máster Profesional Diseño Gráfico

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/artes-graficas/master-profesional/master-profesional-diseno-grafico

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer
al finalizar el Máster
Profesional?

pág. 10

05

Plan de formación

pág. 14

06

Metodología

pág. 28

07

Titulación

pág. 32

01

Presentación

Las redes sociales son el gran escaparate del siglo XXI. Por ello, las compañías cuidan el diseño gráfico de sus publicaciones con ahínco. Así, una composición llamativa generará numerosas interacciones, lo que desembocará en un aumento de seguidores y una mayor repercusión para la empresa. De este modo, optan por contratar a los profesionales capaces de optimizar su diseño gráfico. Con el objetivo de potenciar tus posibilidades de acceso a estas corporaciones, TECH pone en marcha esta titulación. A lo largo del itinerario académico adquirirás las técnicas digitales más actualizadas en cuanto a Diseño Gráfico y las habilidades necesarias para aplicar una correcta metodología del diseño. Además, la modalidad de impartición del programa es 100% online, por lo que podrás incrementar tu dominio de aptitudes en cualquier momento y lugar.

“

Gracias a este Máster Profesional adquirirás la habilidad de implementar una metodología actualizada en tus composiciones de Diseño Gráfico”





El Diseño Gráfico es una disciplina que ha calado en todos los ámbitos de la sociedad. Así, los clubes de fútbol anuncian sus fichajes con espectaculares fotomontajes que parecen reales. Del mismo modo, las empresas de refrescos o bebidas alcohólicas poseen excelentes carteles publicitarios. Esto es debido a que el público presta una especial atención a los diseños que impactan, lo que provoca un incremento de sus ventas o de popularidad de marca. Por ello, las compañías cuentan con amplios equipos de trabajo encargados de sus diseños gráficos.

Con la finalidad de facilitar tu entrada en este mercado laboral, TECH ha impulsado el Máster Profesional en Diseño Gráfico. En esta titulación aprenderás a manejar *softwares* de creación de imágenes y adquirirás las destrezas necesarias para diseñar imágenes corporativas que representen adecuadamente la identidad de la empresa. Además, aplicarás las propuestas metodológicas más actualizadas del sector.

Este programa cuenta con una modalidad de impartición 100% en línea, lo que te permite adaptar tu horario de estudio a tus necesidades, con la finalidad de optimizar tu adquisición de habilidades. Además, posee un amplio material didáctico en distintos formatos tales como el vídeo, las lecturas complementarias o los resúmenes interactivos.

“

El Máster Profesional en Diseño Gráfico te brindará los conocimientos necesarios para que realices tus propios diseños en softwares como Adobe Photoshop”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te permite acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”



Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

03

Salidas profesionales

El proceso de digitalización tecnológica ha propiciado que las compañías potencien su diseño gráfico en sus páginas web o redes sociales. Así, cuentan cada vez con más profesionales encargados de cuidar y diseñar sus imágenes, por lo que las oportunidades de trabajo en este sector son altas. Por ello, TECH ha diseñado una titulación que te permitirá ampliar tus capacidades en Diseño Gráfico e introducirte en el mundo laboral.

“

Este Máster Profesional te orientará hacia el objetivo de ejercer como diseñador gráfico para empresas de sectores tan dispares como la creación de productos electrónicos o clubes profesionales de fútbol”



Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ♦ Diseñador gráfico
- ♦ Técnico en preimpresión
- ♦ Técnico en impresión
- ♦ Técnico de encuadernación industrial
- ♦ Técnico en procesos de transformados de papel, cartón y otros soportes gráficos
- ♦ Verificador de productos acabados de papel y cartón
- ♦ Técnico en gestión de color en industrias gráficas
- ♦ Ayudante de producción en industrias gráficas
- ♦ Presupuestador de industrias gráficas
- ♦ Técnico de oficina técnica en industrias gráficas
- ♦ Comercial de productos de diseño gráfico
- ♦ Técnico en tratamiento de textos
- ♦ Técnico en tratamiento de imágenes
- ♦ Maquetador-compaginador de materiales gráficos



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Una vez finalizado este Máster Profesional, estarás capacitado para aplicar las novedosas técnicas del diseño gráfico digital a tus composiciones artísticas. Así, dominarás cómo emplear los colores con el objetivo de crear un pensamiento o una emoción concreta en el espectador, así como el manejo de la teoría del color de Newton en tu actividad.

01

Aplicar los fundamentos psicológicos y semióticos del color en el diseño

02

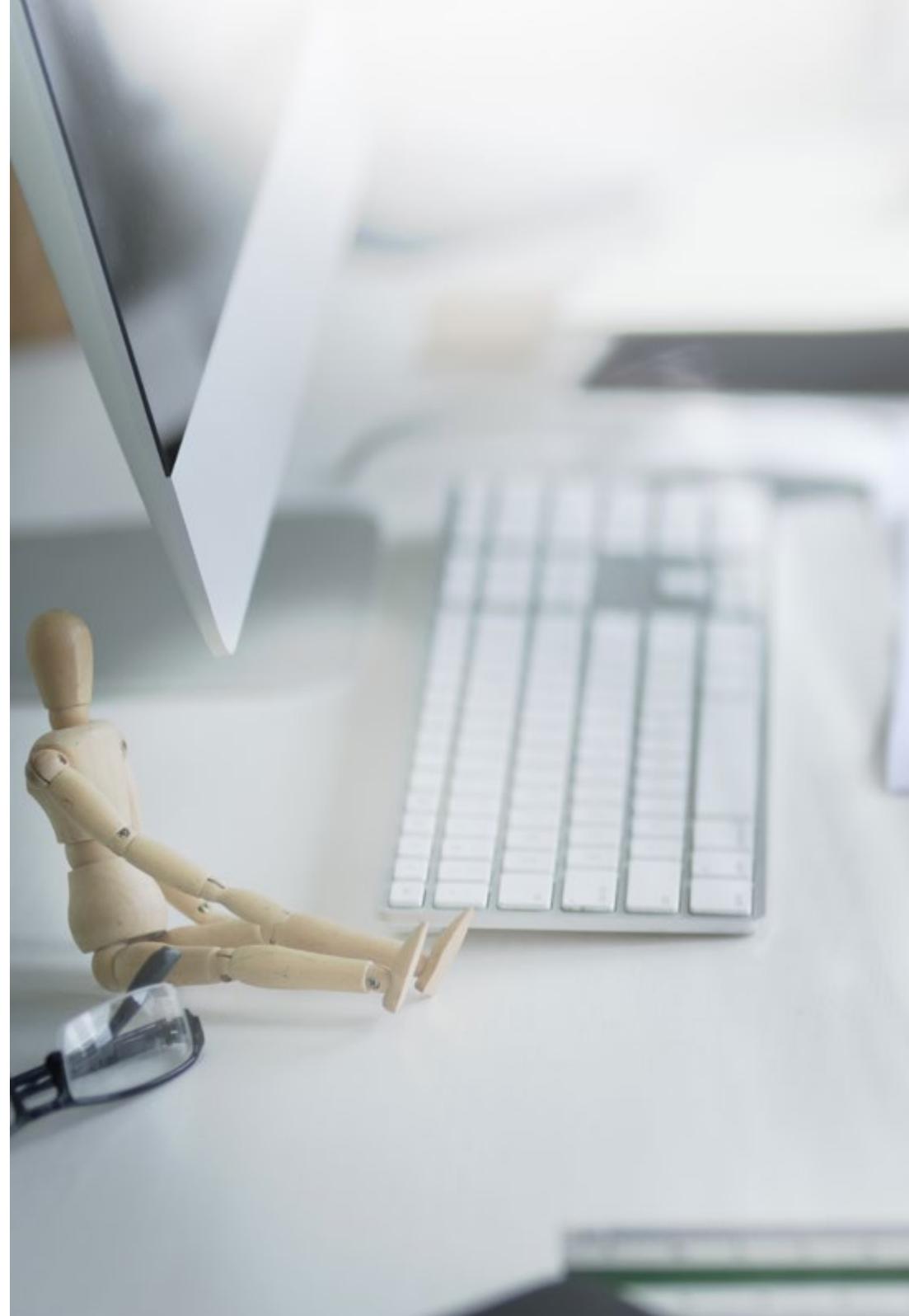
Usar transformaciones y efectos espacio-temporales con intenciones narrativas para proyectar y realizar comunicaciones visuales con un propósito claro y específico

03

Utilizar Adobe InDesign y conocer los elementos de los que dispone el programa adecuadamente para proyectar ideas gráficas propias

04

Emplear los procesos básicos de la metodología científica en la historia del diseño: estados de la cuestión, análisis integral de la obra de diseño, replanteamiento de problemas, búsqueda de información inédita, planteamiento de hipótesis, procesos críticos de síntesis, formulación ordenada de conclusiones





05

Adquirir los fundamentos del Diseño Gráfico, así como su interrelación con otras áreas: Diseño Gráfico publicitario; diseño editorial; diseño de identidad corporativa; diseño web; diseño de envase; diseño tipográfico, cartelería, señalética; diseño multimedia; diseño de nuevos medios, etc

06

Identificar los elementos más significativos de la empresa-cliente, así como sus necesidades para la creación de estrategias y mensajes comunicativos

07

Reconocer, estudiar y aplicar de forma coherente la tipografía a procesos gráficos

08

Manejar las herramientas digitales más populares en el ámbito del diseño gráfico

09

Desarrollar el espíritu evaluador y crítico para dotarse de capacidad de análisis y de síntesis, en la práctica y ejecución de las funciones de un diseñador

10

Integrar la tecnología y arte, ideas y fines, cultura y diseño

11

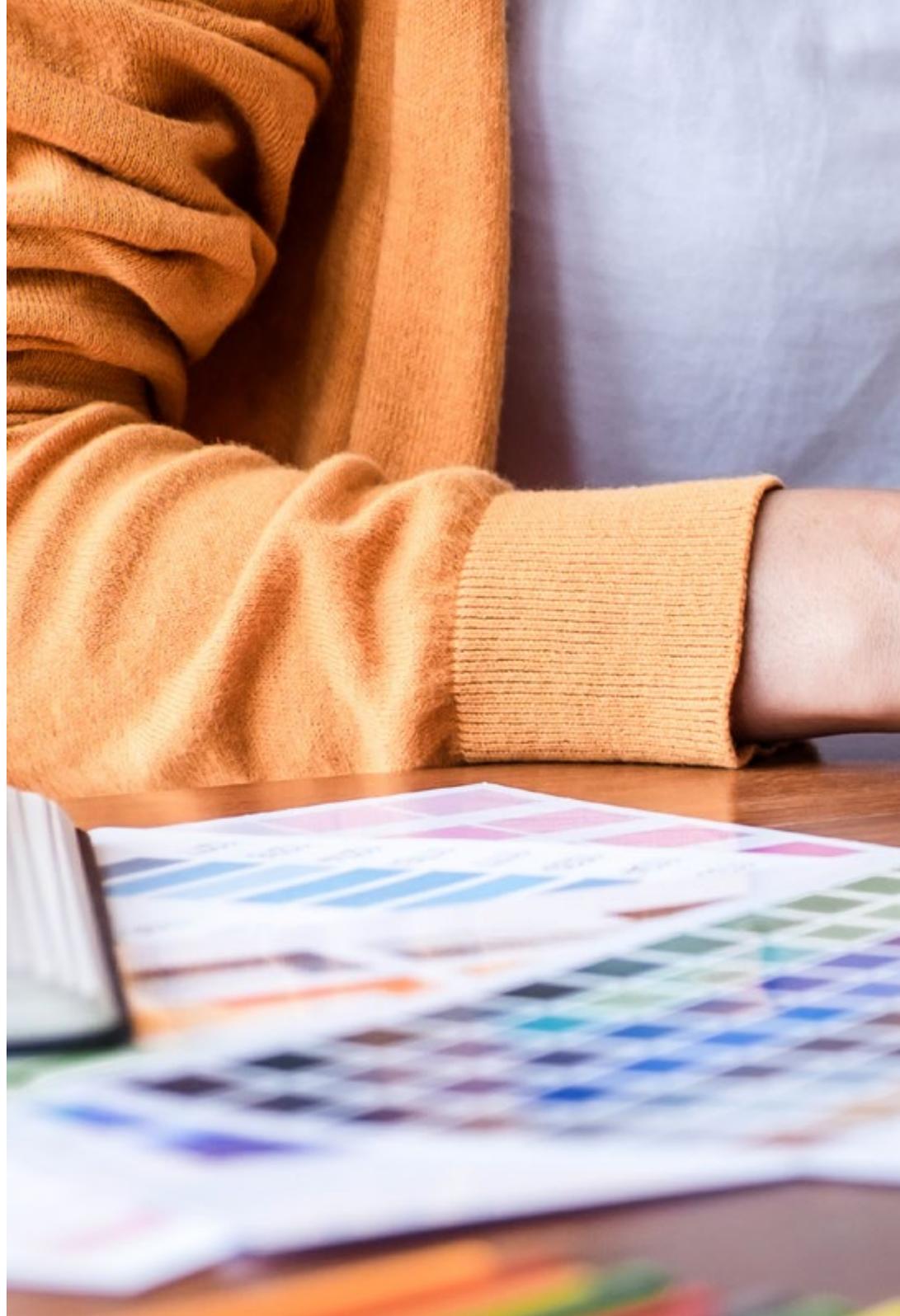
Capturar, manipular y preparar el color para su uso en soportes físicos y virtuales

12

Diseñar publicaciones editoriales teniendo en cuenta el conjunto gráfico y sus elementos

13

Implementar Adobe InDesign y conocer los elementos de los que dispone el programa adecuadamente para proyectar ideas gráficas propias





14

Seleccionar correctamente un método de organización de información y comunicación para el buen uso de una marca

15

Abordar técnicas, métodos, herramientas y redes para promocionar el trabajo personal

16

Ejecutar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

17

Realizar trabajos profesionales partiendo de la composición tipográfica

18

Resolver con anticipación qué hay que hacer, quién tiene que hacerlo y cómo deberá hacerse

05

Plan de formación

Este Máster Profesional cuenta con 10 amplios módulos con los que profundizarás en todos los componentes que conforman y garantizan un buen desarrollo del diseño gráfico. Entre otras cosas, adquirirás habilidades sobre los correctos usos de la tipología de letra dependiendo del sector empresarial para el que estés trabajando. El programa cuenta con un extenso material didáctico que puede ser estudiado en formato vídeo, resumen interactivo o mediante clases magistrales.

“

La metodología de este Máster Profesional en Diseño Gráfico es 100% online, por lo que gestionarás tus propios horarios como desees para incrementar óptimamente tus habilidades”





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 *Briefing*, ¿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 *Briefing*
 - 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 *Briefing*
 - 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. *Briefing*, plantilla
 - 7.6.3. Definir estrategia y personalidad de marca. Los valores
 - 7.6.4. Público objetivo
- 7.7. El cliente
 - 7.7.1. Intuir cómo es el cliente
 - 7.7.2. Tipologías de clientes
 - 7.7.3. El proceso de reunión
 - 7.7.4. La importancia de conocer al cliente
 - 7.7.5. Establecer presupuesto
- 7.8. Manual de identidad corporativa
 - 7.8.1. Normas de construcción y aplicación de la marca
 - 7.8.2. La tipografía corporativa
 - 7.8.3. Colores corporativos
 - 7.8.4. Otros elementos gráficos
 - 7.8.5. Ejemplos de manuales corporativos
- 7.9. Rediseño de identidades
 - 7.9.1. Razones para optar por el rediseño de una identidad
 - 7.9.2. Gestión de un cambio en la identidad corporativa
 - 7.9.3. Buena praxis. Referentes visuales
 - 7.9.4. Mala praxis. Referentes visuales

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

Módulo 8. Creación del portafolio

- 8.1. El portafolio
 - 8.1.1. El portafolio como tu carta de presentación
 - 8.1.2. La importancia de un buen portafolio
 - 8.1.3. Orientación y motivación
 - 8.1.4. Consejos prácticos
- 8.2. Características y elementos
 - 8.2.1. El formato físico
 - 8.2.2. El formato digital
 - 8.2.3. El uso de mockups
 - 8.2.4. Errores comunes
- 8.3. Plataformas digitales
 - 8.3.1. Comunidades de aprendizaje continuo
 - 8.3.2. Redes Sociales: Twitter, Facebook, Instagram
 - 8.3.3. Redes Profesionales: LinkedIn, InfoJobs
 - 8.3.4. Porfolios en la nube: Behance
- 8.4. El diseñador en el esquema laboral
 - 8.4.1. Salidas laborales de un diseñador
 - 8.4.2. Las agencias de diseño
 - 8.4.3. Diseño Gráfico empresarial
 - 8.4.4. Casos de éxito
- 8.5. ¿Cómo me muestro profesionalmente?
 - 8.5.1. Mantenerse actualizado, y en constante reciclaje
 - 8.5.2. El currículum vitae y su importancia
 - 8.5.3. Errores comunes en un currículum vitae
 - 8.5.4. ¿Cómo crear un buen currículum vitae?
- 8.6. Los nuevos consumidores
 - 8.6.1. La percepción del valor
 - 8.6.2. Definición de tu público objetivo
 - 8.6.3. Mapa de empatía
 - 8.6.4. Las relaciones personales
- 8.7. Mi marca personal
 - 8.7.1. Emprender: la búsqueda de un sentido
 - 8.7.2. Convierte tu pasión en un trabajo
 - 8.7.3. El ecosistema alrededor de tu actividad
 - 8.7.4. El modelo Canvas
- 8.8. La Identidad visual
 - 8.8.1. El *Naming*
 - 8.8.2. Los valores de una marca
 - 8.8.3. Los grandes temas
 - 8.8.4. 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

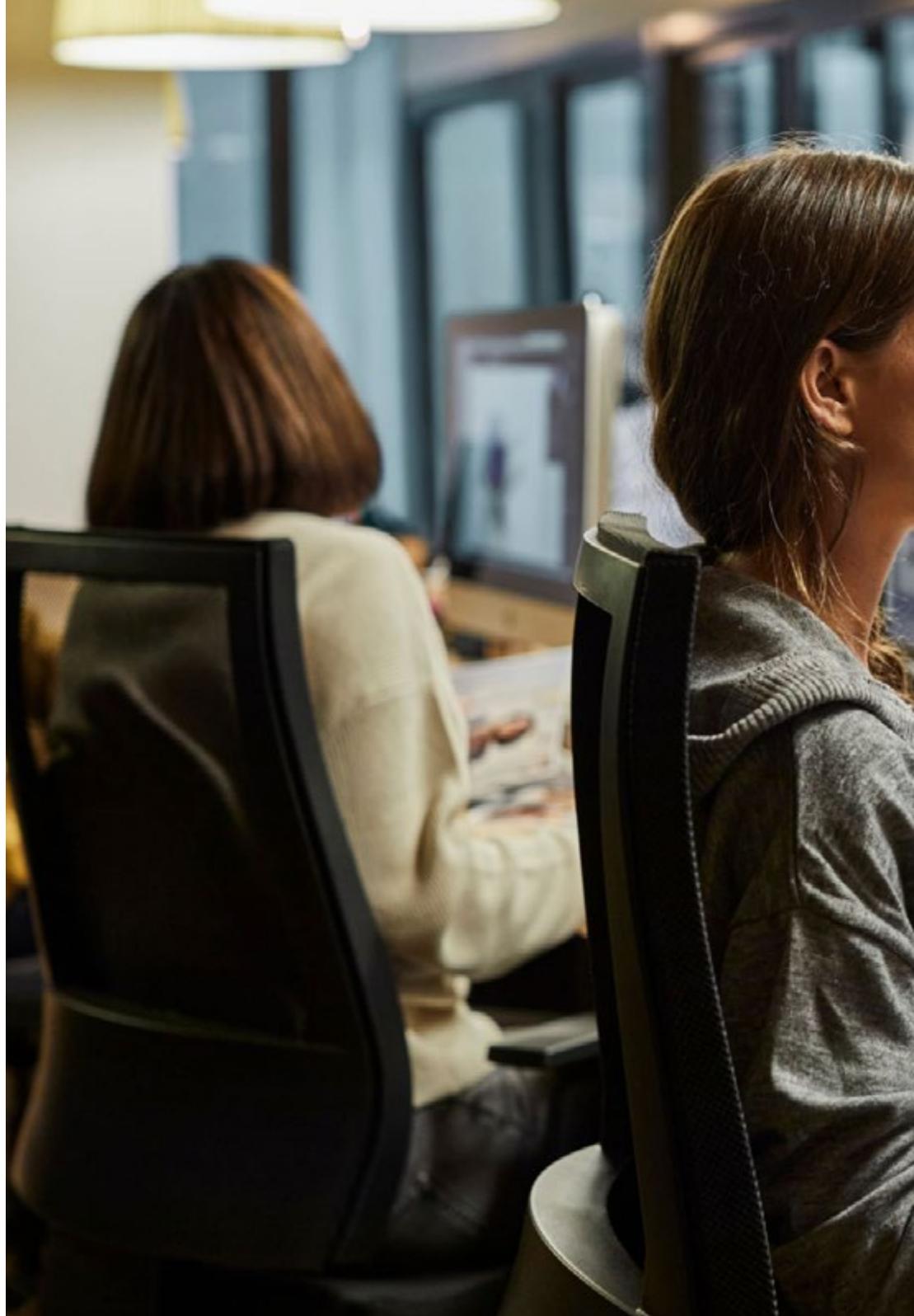
- 9.1. La ética, la moral, el derecho y la deontología profesional
 - 9.1.1. Cuestiones básicas sobre ética. Algunos dilemas morales
 - 9.1.2. Análisis conceptual y origen etimológico
 - 9.1.3. Diferencias entre moral y ética
 - 9.1.4. La conexión entre ética, moral, derecho y deontología
- 9.2. La propiedad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



Esta titulación posee los materiales de estudio más completos en diversos soportes como el vídeo, el resumen interactivo o las clases magistrales, con el objetivo de adecuarse a tus necesidades”

06

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

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

Nuestra institución 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 del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. 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.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



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.



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.



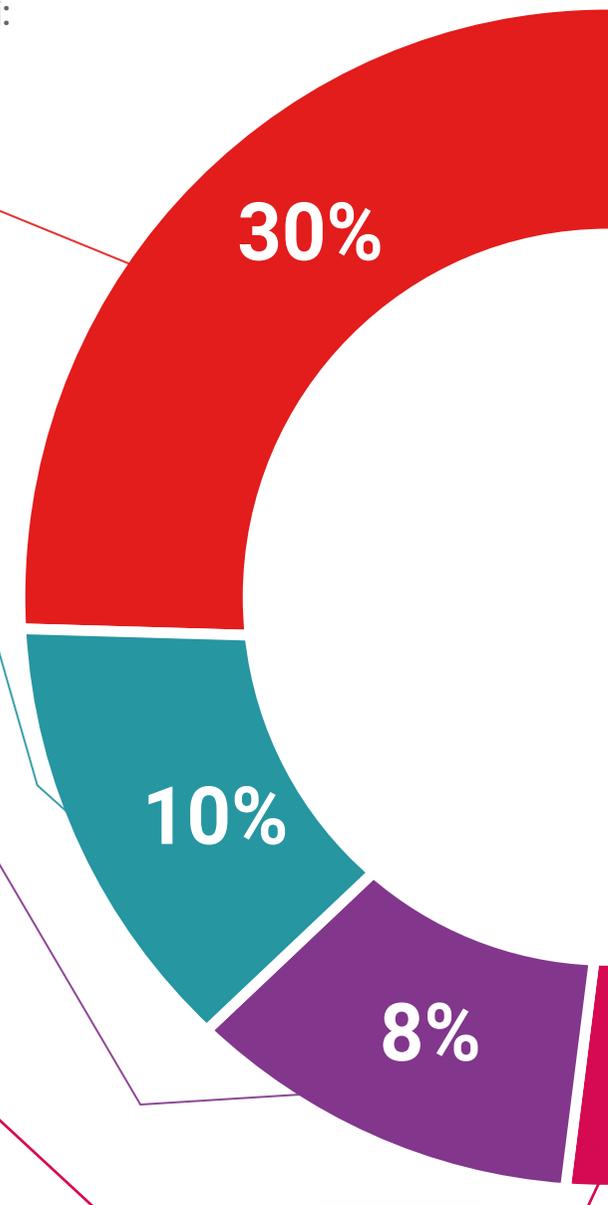
Prácticas de habilidades y competencias

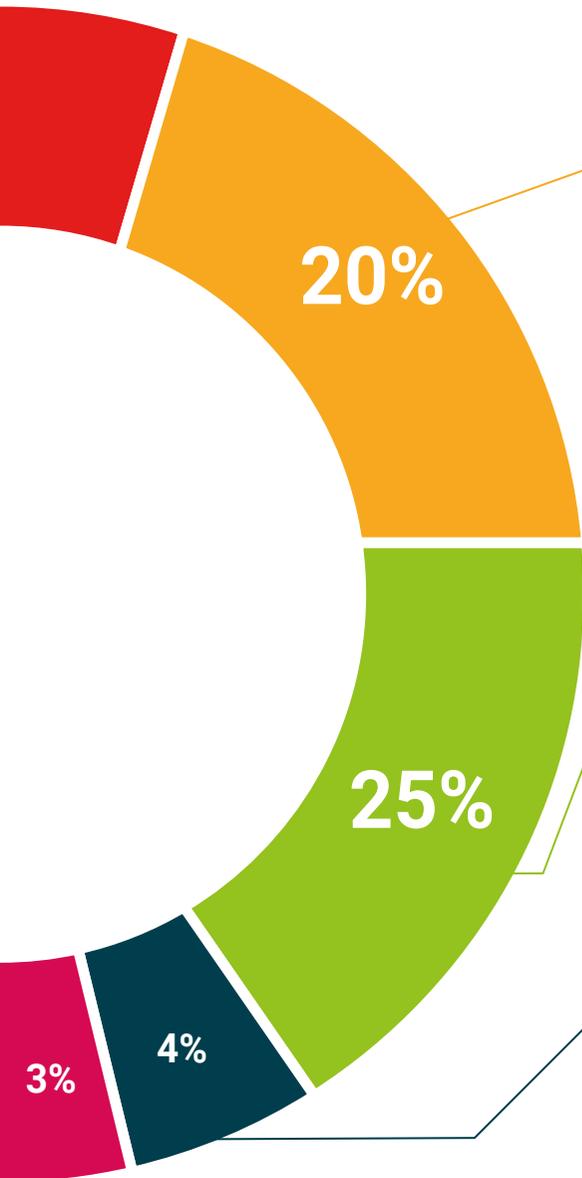
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



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.



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".



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.



07

Titulación

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

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

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

Título: **Máster Profesional en Diseño Gráfico**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**



salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente
desarrollo web formación
aula virtual idiomas instituciones

tech formación profesional

Máster Profesional Diseño Gráfico

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Máster Profesional Diseño Gráfico

