

**El máster en diseño
gráfico con más
historia de España**

Especialistas en Diseño Gráfico y Tipografía



**UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA**



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g

*máster en
diseño gráfico
y tipografía*

Estudia en la Mejor Universidad de España

¿Quiénes somos y qué nos hace únicos?

El MAG es un Título Propio de la Universitat Politècnica de València. Es una titulación que profesionaliza a los estudiantes de diseño, con una componente más práctica.

Este Máster te abre las puertas al mundo laboral dentro del diseño gráfico.

Llevamos 33 ediciones lanzando profesionales creativos con ganas de comerse el mundo... como tú.

Nuestros alumnos salen preparados para: montar su propio estudio de diseño, dirigir proyectos, diseñar una tipografía, crear y desarrollar identidades corporativas, diseñar y maquetar una publicación...

¿A quién nos dirigimos?

Nos dirigimos a estudiantes, titulados universitarios y a profesionales creativos que quieren crecer y desarrollarse en el mundo del diseño, la tipografía y la comunicación visual.

¿Qué voy a aprender?

Aprenderás a manejar las principales herramientas de diseño gráfico que se utilizan hoy en día en estudios y agencias.

También saldrás con una base sólida sobre los principios de la cultura visual, las artes gráficas y la producción en la industria gráfica.

Apreciarás la sutileza de la tipografía y su papel en el diseño gráfico y la trabajarás desde una perspectiva, tanto formal como experimental.

¿Cuánto dura el Máster?

El curso dura desde octubre hasta junio. Las clases son de lunes a jueves de 16 a 21 hrs.

Aprendizaje a medida

En el MAG, te queremos exponer al mundo diverso del diseño gráfico, tanto en su lado creativo como práctico.

También queremos adaptar tu aprendizaje a tus inquietudes y al tiempo del que dispones.

Puedes elegir los módulos que más te inspiran. Puedes realizar todos los módulos del máster en un curso académico. O puedes elegir los módulos que más te convengan en ese momento.

¿Cuando acabe qué título obtendré?

Terminarás el MAG con un perfil profesional capacitado para salir al mundo laboral.

En función del pack que elijas, las asignaturas y créditos que realices, puedes obtener alguno de los siguientes títulos:

La enseñanza de diseño para mentes curiosas

Nuestro profesorado



Diego Vainesman

Dirige su propio estudio de diseño, 40N47 Design, Inc., con sede en Nueva York. Ha enseñado en el máster de Narrativa Visual de la School of Visual Arts y fue profesor de diseño en la Parsons School of Design y el Pratt Institute. Imparte talleres sobre diseño y branding en Europa, el Caribe, América Latina y Asia.



José Luis Martín

Licenciado en Filosofía por la Universitat de València y Doctor por la Universitat Politècnica de València. Miembro fundador de la Editorial Campgràfic, referente en el ámbito de la tipografía, con más de 40 libros editados especializados en este campo.



Ana Gea

Directora Ejecutiva de PalauGea y Directora de Comunicación de Gràffica. Asesora y elabora estrategias de comunicación y dirección de arte en diferentes proyectos propios y para marcas a nivel nacional: Fedrigoni, Red Bull, Ministerio de Ciencia e Innovación, etc. Ha sido jurado en los premios Laus, Gràffica, Motiva, Dica, ...



Begoña Jordá

Doctora por la Universitat Politècnica de València y licenciada en Bellas Artes. Catedrática de la UPV y diseñadora gráfica. Premio Nacional de Pintura. Premios ANUARIA y Premios CLAP. Selección en PROHIBIT FIXAR CARTELLS. REA. Cartells Valencians 2000-2020. Seleccionada en la 8a BID. Miembro del Comité Técnico 54 de Artes Gráficas de Aenor.



Boke Bazán

Licenciado en Bellas Artes (UPV y Middlesex University de Londres). Desde 1991 ha sido diseñador gráfico, ilustrador, director de arte y director creativo de varios estudios y agencias de publicidad. En 2014 fundó la agencia de creatividad Nociones Unidas. Desde su primera exposición en 1984 ha participado en más de un centenar de muestras, festivales y certámenes de arte y diseño.



Quique Casp

Quique se formó en Diseño gráfico por la EASD, Tipografía (EINA) y Gestión cultural (CEU). Diseñador gráfico desde el año 2006 en su propio estudio como freelance. De 2011 a 2014 estuvo unido al de diseño gráfico ESTABLIMENT (con Ángel Álvarez y Antonio Ballesteros). Es también el creador de Romboide, plataforma editorial basada en la colaboración.



Joan Quirós

Diseñador gráfico especializado en lettering. Comenzó dibujando cartas y tocó el graffiti y la caligrafía urbana. Sus creaciones son dualidades pasado/presente, trabajando con herramientas y técnicas tradicionales desde una perspectiva contemporánea. Ha trabajado en España, Canadá, Estados Unidos, Reino Unido y América del Sur.



Raül Climent i Rojano

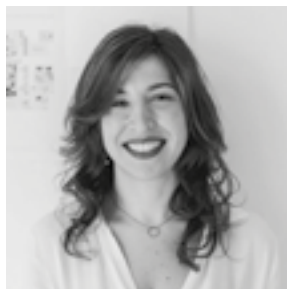
Estudió Diseño en la EASD de Alcoi y Bellas Artes en la UPV. Socio fundador de Estudio Menta, referente del diseño valenciano. European Awards Design, Festival La Lluna, premios ADCV, y premios Anuario en el campo del diseño editorial, publicaciones, gráfica audiovisual, dirección de arte, poster y display.

100% Cualificados 100% Profesionales



Dionisio González Boza

Licenciado en Bellas Artes. Director creativo y diseñador gráfico en el estudio de diseño Grafital. Con más de 15 años de experiencia docente impartiendo cursos de formación posgrado sobre herramientas de diseño gráfico en medios digitales.



Marina Rodrigo

Periodista de formación y diseñadora web por vocación. Desde hace más de 8 años ayuda a marcas y profesionales a crear su casa en internet desde el punto de vista de la utilidad, usabilidad y la estética. Puedes encontrarla en marinarodrigo.com.



Antonio Ballesteros

Licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Valencia donde también realizó los cursos de doctorado. Entre 2000 y 2002 colabora como ilustrador con El País Semanal y desde 2002 a 2013 con el Magazine de La Vanguardia. En 2012 crea el estudio FORMO.



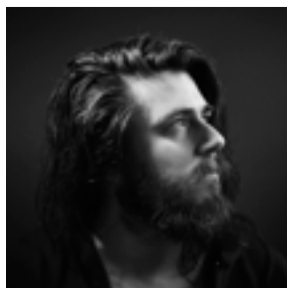
Carlos Planes

Graduado en Diseño Gráfico y Máster en Aplicaciones Multimedia. Trabaja bajo la marca Hideki Studio como diseñador gráfico, diseñador de motion graphics y contenidos digitales. Desarrolla videojuegos como artista y diseñador con Gurafik.



Nereida Tarazona

Ingeniera Técnica en Diseño Industrial y Doctora por la UPV. Trabajó en China durante 3 años en proyectos con empresas como la editorial Ara, Sandu Cultural Media y la Cámara de Comercio de España en China. Ha diseñado identidades visuales a nivel internacional durante sus más de 12 años como freelance.



Jandro Revert

Fotógrafo profesional. Fundador de Los Chicos de las Bodas, cuenta con un canal de YouTube. Así mismo ha trabajado para diferentes agencias y marcas como Carolina Herrera, Hugo Boss, Grefusa, Netflix, Amnistía Internacional, Caixa Popular, Palomo Spain, Jotatteam, Diesel Eyewear, Heineken y Paco Rabanne entre otros.



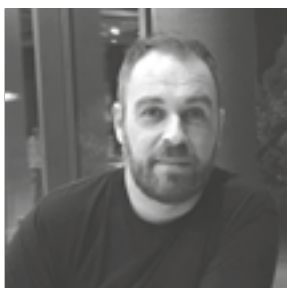
Raül Hurtado Vendrell

Diseñador industrial y licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. Co-fundador y director de proyectos de SUC estudio, donde ha desarrollado campañas para Save The Children, Cruz Roja, Fira del Llibre de València... Finalista en los PremiosADCV.



Jose Ibáñez Soria

Diseñador Industrial, Máster de Artes Gráficas, MBA (thePowerMBA) y Máster en Innovación y Tecnología Creativa (Hoala). Co-fundador y Director Creativo de SUC estudio. Ha desarrollado proyectos para Air Nostrum, Maratón Valencia, Miarco o Fartons Polo... Finalista en los PremiosADCV.



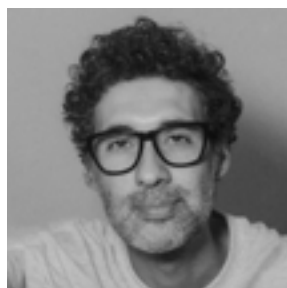
Jose Armijo

Ingeniero Técnico en Diseño Industrial. Más de 15 años como docente en el MAG y Máster en Aplicaciones Multimedia para Internet. Profesor asociado en el Dpto. de Ingeniería Gráfica, imparte clases sobre tipografía en el Máster en Ingeniería del Diseño. Asesor del Rector en el Gabinete de Protocolo y Comunicación de la UPV durante más de 10 años.



Jimena González-del Río

Licenciada en Bellas Artes por la UC de Perú, en la especialidad de diseño gráfico y doctora en Bellas Artes por la UPV. Compagina la docencia de diseño como profesora contratada doctor en la ETSIADI, con proyectos de diseño gráfico. Coordinadora del MAG desde 2004. Premio a la Excelencia Docente del Consejo Social de la UPV.



John Posada

Creativo gráfico con 15 años de experiencia como diseñador gráfico y líder de equipo en una empresa colombiana encargada de las campañas de comunicación y diseño de catálogos de moda para empresas como Carmel, Yerbabuena y Loguin. Técnico en publicidad y en diseño gráfico y Máster en Artes Gráficas por la Universitat Politècnica de València.



01

Cultura Visual

Descripción general de la asignatura

En esta asignatura reflexionarás acerca de la importancia y el valor de la cultura visual en el campo del diseño gráfico, así como de otras disciplinas que aportan conocimientos básicos y a la vez son de gran importancia para tu futuro desarrollo profesional.

Objetivos

Conocer y desenvolverse en el mundo visual, creativo y artístico.

Estudiar las tendencias, disciplinas y casos de éxito.

Conocer las herramientas y repositorios de dónde extraer la información.

Competencias a trabajar

Actuar con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos.

Unidades didácticas

Ud. 1. Definición y visión de la cultura visual.

Ud. 2. Actualidad de la cultura visual.

Ud. 3. Análisis de la comunicación gráfica.

Ud. 4. Tendencias y medios de representación.

Ud. 5. Sistemas y técnicas de representación visual.

Ud. 6. Principales fuentes de cultura visual.

Distribución

Sesión 1. Introducción y antecedentes.

En esta primera sesión se sentarán las bases de referencia y se trabajará a partir de la consulta bibliográfica y del análisis documental.

Ud 1. Definición y visión de la cultura visual.

- ¿Qué es cultura visual?
- ¿Qué persigue la cultura visual?
- La importancia de la cultura visual.
- Arte, diseño y sociedad.

1
ECTS

16:00
21:00

Quique
Casp

Aplicar a la práctica los conocimientos adquiridos de forma profesional demostrando poseer las competencias por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas.

Aplicar adecuadamente los fundamentos, principios y terminología propias del diseño gráfico.

Resultados de aprendizaje

- Aplicar de manera efectiva técnicas relacionadas con la búsqueda bibliográfica y el uso de fuentes de datos fiables u otros sistemas de información.
- Evaluar, de manera crítica y constructiva, las ventajas y las oportunidades de diferentes soluciones a un mismo problema.
- Emitir juicios informados considerando el impacto de las soluciones, en el ámbito de la disciplina.

Conocimientos recomendados

Para cursar esta asignatura no es necesario poseer conocimientos previos relacionados con la materia. ■

Ud 2. Actualidad de la cultura visual.

- La comunicación visual.
- Tipos de comunicación visual.
- El mensaje en la comunicación visual.

Ud 3. Análisis de la comunicación gráfica.

- La imagen como documento de la historia cultural.
- Análisis e interpretación de la imagen (a partir de piezas gráficas referentes en el ámbito del diseño).

Sesión 2. Recursos visuales.

A partir de la necesidad de búsqueda de referentes visuales, se abordarán las tendencias así como las distintas técnicas y medios en los que son representadas.

Ud 4. Tendencias y medios de representación.

- ¿Qué son las tendencias?
- Estudio de tendencias.
- Medios de representación.

Ud 5. Sistemas y técnicas de representación visual.

- Relación imagen-concepto.
- Principales técnicas de representación visual.

Ud 6. Principales fuentes de cultura visual.

- Libros y revistas de culto.
- La web y las redes sociales.
- La ciudad.
- Herramientas de búsqueda y repositorios.

Evaluación

Trabajo académico (100%).

Desarrollo de una presentación a partir de una investigación teniendo en cuenta los principales conceptos aprendidos a partir del análisis de los referentes visuales estudiados.

bibliografía

- Cure, S.** (2019). *Diseño gráfico y pensamiento visual: cuaderno de actividades*. Barcelona; Naucalpan, México: Gustavo Gili.
- Jardí, E.** (2012). *Pensar con imágenes*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Aguza, L. M. A. (2022). La cultura visual y la publicidad como herramientas para enseñar las figuras retóricas en el aula de español para extranjeros. *Kepes*, 19(25), 565-597.
- Aguirre, I., Olaiz, I., Marcellán, I., Arriaga, A., & Vidador, M. (2021). Estudios sobre jóvenes productores de cultura visual: un estado de la cuestión. In Congreso Iberoamericano de Educación. METAS (pp. 1-26).
- Di Bella, D. V. (2025). *Diseño, Cultura Visual y Género*. Prólogo Cuaderno 251. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, (251).



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

02

Diseño Gráfico

Descripción general de la asignatura

Esta asignatura te proporcionará una base conceptual y práctica sobre el dibujo vectorial así como la adquisición de destrezas que te permitan resolver los principales proyectos gráficos que se plantean en un entorno profesional. El trabajo se realiza con la aplicación número uno en creación y edición de objetos vectoriales: Adobe Illustrator.

Objetivos

A través de ejercicios prácticos tutorizados explorarás las posibilidades de la herramienta Illustrator: pictogramas, logotipos, papelería corporativa, cartelería y diseño para web, entre otras. Experimentarás todo el desarrollo de creación desde el planteamiento inicial hasta el acabado y optimización del archivo final, bien sea para distribución online o para impresión offset o digital.

Competencias que se trabajan

Comunicarse de manera efectiva adaptándose a las características de la situación y de la audiencia.

Actuar con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos.

Utilizar las técnicas, habilidades y herramientas necesarias

para la práctica de la profesión en el entorno del diseño gráfico.

Utilizar adecuadamente en la praxis, las herramientas y medios informáticos empleados y desarrollados para trabajar proyectos de diseño, ilustración, animación o medios interactivos y audiovisuales.

Resultados de aprendizaje

- Identificar, formular y resolver problemas complejos, de manera autónoma, aplicando los principios de la disciplina.
- Desarrollar y realizar trabajos e investigaciones, prácticas o experimentales, interpretando datos y extrayendo conclusiones fundamentadas en los principios de la disciplina.
- Adquirir y aplicar nuevos conocimientos según sea necesario, utilizando estrategias de aprendizaje y de gestión del tiempo apropiadas.
- Evaluar, de manera crítica y constructiva, las ventajas y las oportunidades de diferentes soluciones a un mismo problema.

Conocimientos recomendados

No se requieren conocimientos previos para cursar esta asignatura. ■

Unidades didácticas

- Ud.1. Conceptos y términos de dibujo vectorial.
- Ud.2. Introducción a Illustrator
- Ud.3. Organización y transformación de objetos
- Ud.4. Herramientas de dibujo y edición de trazados
- Ud.5. Creación y aplicación del color
- Ud.6. Manipulación creativa del texto
- Ud.7. Arte final y producción impresa
- Ud.8. Gestión y tratamiento de imágenes
- Ud.9. Estilos gráficos y símbolos
- Ud.10. Aplicaciones gráficas e ilustración

Distribución

Sesión 1. Conceptos básicos

Ud 1. Conceptos y términos de dibujo vectorial

- Acerca de los objetos vectoriales
- Principales formatos de archivo
- Configuración de documentos según el propósito
- Acerca del color y su uso en gráficos vectoriales

Sesión 1. Introducción

Ud 2. Introducción a Illustrator

- La interfaz de Illustrator
- Paneles y espacios de trabajo

- El archivo de preferencias
- Configuración de documentos para impresión
- Gestión de las mesas de trabajo
- Modos de previsualización y vistas personalizadas
- Uso práctico de reglas, guías y cuadrícula
- Revisión de la ayuda en línea

Sesión 3. Dibujar y organizar objetos

Ud 3. Organización y transformación de objetos

- Modos de dibujo
- Creación de formas básicas
- Métodos de selección y duplicación de objetos
- Apilado, alineación y distribución de objetos
- Agrupación de objetos y modo de aislamiento
- Transformación de objetos
- Organización de elementos en capas

Sesión 4. Dibujar trazados

Ud 4. Herramientas de dibujo y edición de trazados

- Combinación de formas
- Uso del creador de formas
- Edición de trazados
- Propiedades de trazo
- Contornear y expandir trazados
- Desplazamiento del trazado
- Dibujo con la herramienta pluma
- El lápiz como dibujo de trazado libre
- Herramienta unir
- Uso del pincel de manchas

Sesión 5. Color y muestras

Ud 5. Creación y aplicación del color

- Conceptos sobre la teoría del color
- Aplicación de rellenos sólidos
- Gestión de muestras de color
- El panel color y el selector de colores
- Creación de matices de color
- Muestras de color RGB/CMYK
- Agrupación de muestras
- Importación de muestras de otro documento
- Bibliotecas de color
- Compartir muestras entre aplicaciones
- Creación de degradados
- Bibliotecas de degradado
- Creación de patrones de motivos

Sesión 6. Texto y párrafo

Ud 6. Manipulación creativa del texto

- Acerca de las fuentes
- Gestión de fuentes no disponibles
- Conversión de texto en trazado
- Métodos de creación de texto
- Transformación del área de texto
- Formato de texto y estilos de texto
- Uso de la herramienta retocar texto
- El panel glifos y los caracteres especiales
- Ceñido de texto alrededor de un objeto
- Creación de texto sobre trazados

Sesión 7. Tratamiento de imágenes

Ud 8. Gestión y tratamiento de imágenes rasterizadas

- Importación de imágenes
- Vinculación e incrustación de imágenes
- Enmascarado de imágenes

- Vectorización de imágenes
- Efectos sobre imágenes

Sesión 8. Estilos gráficos

Ud 9. Estilos gráficos y símbolos

- Uso del panel apariencia
- Aplicación de múltiples rellenos y trazos
- Aplicación de efectos
- Creación y aplicación de estilos gráficos
- Optimización del trabajo con símbolos
- Manejo práctico de conjuntos de símbolos

Sesión 9. Aplicaciones gráficas

Ud 10. Aplicaciones gráficas e ilustración

- Aplicación creativa de pinceles
- Uso de la herramienta pintura interactiva
- Exploración de efectos líquidos
- Distorsión de objetos mediante envolventes
- Fusión de formas y colores
- Efectos 3d
- Fundamentos de las mallas de degradado

Sesión 10. Aplicaciones gráficas

Ud 7. Arte final y producción impresa

- Acerca de la impresión comercial
- Imprimir desde Illustrator
- Aplicación práctica de la Sobreimpresión
- Tintas planas y tintas de proceso
- Conversión de tintas planas en tintas de proceso
- Creación de degradados con tintas planas
- Especificación de barnices y troqueles
- Creación de archivos PDF para impresión

Evaluación

Observación 100%

El alumno realizará una serie de ejercicios prácticos siguiendo un *briefing*.

bibliografía

Cullen, K. (2019). Composición y creatividad: la guía del diseño gráfico. Madrid, Anaya Multimedia.

Mazier, D. (2020). Illustrator CC para PC-Mac. Barcelona, ENI.

Poulin, R. (2012). El lenguaje del diseño gráfico: conocimiento y aplicación práctica de los principios fundamentales del diseño. Barcelona: Promopress

Wood, B. (2020). Adobe Illustrator Classroom in a book: the official training workbook from Adobe. San Jose, California: Adobe. 1st edition.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

03

Introducción a la Tipografía

Descripción general de la asignatura

Te sumergirás en el mundo de la tipografía tratando temas básicos como la anatomía del tipo, las familias de tipos, tipometría, composición y estética tipográfica.

Objetivos

Adquirirás los conocimientos fundamentales para ser capaz de abordar con rigor la composición tipográfica de un texto, a través del conocimiento a nivel profesional de los principios y los procedimientos más importantes tanto a nivel general como de detalle.

Competencias que se trabajan

Comunicarse de manera efectiva, tanto de forma oral como escrita, adaptándose a las características de la situación y de la audiencia.

Actuar con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos.

Unidades didácticas

- Ud.1. Introducción a la tipografía
- Ud. 2. Concepto clave de la comunicación visual
- Ud. 3. Los distintos usos de la tipografía
- Ud. 4. Legibilidad y lecturabilidad
- Ud. 5. Tipometría
- Ud. 6. Composición del texto
- Ud. 7. Fenomenología del texto
- Ud. 8. Primeras expresiones del alfabeto
- Ud 9. Clasificación
- Ud 10. Ortotipografía

Distribución

Sesión 1. Presentación e introducción a la tipografía.

Ud 1. Introducción a la tipografía.

- Definición de tipografía
- Escritura, lettering y tipografía

Ud 2. Concepto clave de la comunicación visual

Resultados de aprendizaje

- Desarrollar y realizar trabajos e investigaciones, prácticas o experimentales, interpretando datos y extrayendo conclusiones fundamentadas en los principios de la disciplina.
- Aplicar de manera efectiva técnicas relacionadas con la búsqueda bibliográfica y el uso de fuentes de datos fiables u otros sistemas de información.

Conocimientos recomendados

No se requieren conocimientos previos para cursar esta asignatura. ■

- Autoedición
- Tipografía de pantalla
- Títulos de crédito en el cine
- Motion graphics

Ud 3. Los distintos usos de la tipografía Tipografía de edición.

- Tipografía de edición
- Tipografía creativa
- Tipografía gráfica

Ud 4. Legibilidad y lecturabilidad.

- Formas de las letras
- Disposición tipográfica
- Color tipográfico

Ud 5. Tipometría.

- Tipografía digital
- Tecnología de las fuentes

Ud 6. Composición del texto.

- Líneas de referencia
- Ojo medio
- Medida de línea Interlínea
- Modos de composición
- Parámetros de justificación
- Ajuste de blancos: track y kern

Ud 7. Fenomenología del texto.

- Polimorfismo gráfico
- Formulación del texto
- Jerarquía informativa

Ud 8. Primeras expresiones del alfabeto.

- El tipo como signo
- Evolución morfológica
- Estandarización estilística y tipográfica
- Morfología tipográfica
- Líneas de referencia
- Variaciones estructurales
- Modulación y grosor
- Elementos o partes

Ud 9. Clasificación.

- Principales tipologías. Clasificaciones estandarizadas
- Clasificación propia

Ud 10. Ortotipografía.

- La necesidad de una correcta comunicación. Lengua y habla
- El corrector intermediario
- Manuales y diccionarios

Evaluación

Observación

bibliografía

- Aicher, O.; Rommen, J. (2004). Tipografía. Valencia: Campgràfic. 2ª ed.
- Baines, P.; Haslan, A. (2002). Tipografía: función, forma y diseño. México: Gustavo Gili.
- Cafilisch, M. (2012). Análisis tipográficos: estudios sobre la historia de la tipografía. Valencia : Campgràfic.
- Catopodis, M.; Fontana, R. (2014). Tipometría: las medidas en diseño gráfico. València: Campgràfic.
- Dopico Castro, M. (2011). La evolución de los caracteres de palo seco : arqueología tipográfica. Valencia: Campgràfic.
- González-Miranda, E.; Quindós, T. (2015). Diseño de iconos y pictogramas. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Highsmith, C. (2015). Entre párrafos: fundamentos de tipografía. València: Campgràfic.
- Kane, J. (2012). Manual de tipografía. Barcelona: Gustavo Gili. 2ª ed., amp. y rev.
- Kinross, R. (2008). Tipografía moderna: un ensayo histórico crítico. València: Campgràfic.
- Luidl, P. (2004). Tipografía básica. Valencia: Campgràfic.
- Martín Montesinos, J.L.; Mas Hurtuna, M. (2001). Manual de tipografía: del plomo a la era digital. Valencia: Campgràfic. 1ª-8ª ed.
- Martínez, C. (2014). Manual de recursos tipográficos: una guía para experimentar con tipografía. Valencia: Campgràfic.
- Pape, I. (1992). Cómo combinar y elegir tipografía para el diseño gráfico. Barcelona: Gustavo Gili.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

04 Tratamiento de la Imagen

Descripción general de la asignatura

Aprenderás el uso de las herramientas y procesos que existen en Adobe Photoshop para poder crear y editar imágenes digitales, adquiriendo así los conocimientos necesarios para que puedas desarrollar tus proyectos creativos sin estar limitado por la parte técnica. A través de ejercicios prácticos afianzarás los contenidos teóricos y técnicas de las herramientas, además de tus capacidades creativas.

Objetivos

Aprender las herramientas y procesos de manejo de imágenes digitales mediante Adobe Photoshop, y adquirir una base técnica que te permita llevar a cabo proyectos de diseño.

Unidades didácticas

BLOQUE 1_Los básicos

Ud.01. Interfaz

- Creación de documentos
- Perfiles de color
- Lienzo
- Panel de herramientas
- Paneles
- Menús
- Espacios de trabajo. Personalización

Ud.02. Manejo de capas

- Lienzo de trabajo y capas
- Organizar capas. Alineación, grupos
- Duplicar y combinar capas
- Transformación de capas
- Máscara de recorte
- Modos de fusión de capas

Ud.03. Selecciones 1

- Básicos de las selecciones. Añadir, restar, menú

Competencias que se trabajan

Utilizar las técnicas, habilidades y herramientas necesarias para la práctica de la profesión en el entorno de las disciplinas relacionadas con el diseño gráfico.

Utilizar recursos gráficos y plásticos para dar soluciones estéticas de calidad a problemas de comunicación.

Utilizar adecuadamente en la praxis, las herramientas y medios informáticos empleados y desarrollados para trabajar proyectos de diseño.

Resultados de aprendizaje

Los alumnos serán capaces de integrar y manipular imágenes digitales en diversos campos, desde el retoque fotográfico hasta el fotomontaje o la creación y uso de texturas y efectos.

Conocimientos recomendados

No es necesario ningún conocimiento previo. ■

Selección/Perfeccionar

- Selecciones manuales geométricas. Rectangular, elipse, lazo poligonal.
- Selecciones manuales precisas. Lazo, pluma.
- Selecciones automáticas. Varita mágica, selección por IA.
- Máscara de capa.

Ud.04. Ajustes

- Ajustes básicos. Niveles, Curvas, Tono/Saturación, Equilibrio de color
- Ajustes vs Capa de Ajuste
- Corrección vs Look

Ud.05. Filtros y efectos 1

- Degradado y Mapa de Degradado.
 - Filtros básicos. Ruido, Desenfoques.
 - Galería de filtros. Duotono, Vidrio, Relieve...
 - Creación y aplicación de texturas. Papel, Cuatricromía, Fotocopia...
 - Ejercicio
- Proyecto final de bloque 01: Collage digital.*

- Inspiración y referencias
- Tema
- Planteamiento del boceto
- Búsqueda de recursos. Recursos externos. Recursos propios
- Selecciones y máscaras
- Ajustes
- Efectos e integración
- Presentación final

BLOQUE 2_Retoque y restauración

Ud.06. Selecciones 2

- Selecciones complejas mediante "Aplicar"
- Selecciones asistidas mediante capas de Ajuste

Ud.07. Pinceles y pintura

- Uso y gestión de pinceles
- Herramientas de pintura
- Creación de pinceles

Ud.08. Retoque y restauración

- Herramientas de restauración
- Masterclass Proceso de retoque de piel completo
Proyecto final de bloque 02: Retoque piel completo

BLOQUE 3_Integración y fotocomposición

Ud.09. Integración y fotocomposición básica

- Integración con capas de Ajuste. Color, contraste
- Integración en máscara con pinceles
- Integración de perspectiva aérea, iluminación, proyección de sombras, temperatura de la luz
- Fotocomposición de arquitectura

Ud.10. Objetos inteligentes

- Definición y uso básico de Objetos Inteligentes
- Aplicación en *Mockups*

Ud.11. Filtros y efectos 2

- Filtros inteligentes
- Distorsión y desplazamiento
- Creación de texturas inteligentes
- Creación de gráficos aleatorios mediante iteraciones

Evaluación

Proyecto (100%). 2 actos.

Es una estrategia didáctica en la que los estudiantes desarrollan un producto nuevo y único mediante la realización de una serie de tareas y el uso efectivo de recursos.

Proyecto final de bloque 01: Collage digital. Peso 50%
Proyecto final de bloque 02: Retoque piel completo. Peso 50%

bibliografía

Álvarez Mena, N. (2020). *Aprender Photoshop CC 2020: con 100 ejercicios prácticos*. Marcombo.

Armentia, J. L. (2020). *Photoshop y fotografía digital: principios conceptuales*. Ra-ma, 2020.

Arranz Molinero, D. (2025). *Domina el retoque y la inteligencia artificial con photoshop*. JdeJ Editores

Bañuelos, J. (2008). *Fotomontaje*. Cátedra.

Dewis, G. (2021). *Photoshop Layers and Selections Workshop*. San Rafael, CA: Rocky Nook.

Laskevitch, S. (2023). *Adobe Photoshop: A Complete Course and Compendium of Features*. Second edition., Rocky Nook Inc.

Mazier, D., y ENI Biblioteca Online (2021). *Photoshop 2021* [Recurso electrónico-En línea] para PC/Mac. ENI.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

05

Taller Diseño de Logotipo

Descripción general de la asignatura

Ya conoces la importancia del branding y su mensaje emocional. Este mensaje depende totalmente de un ecosistema visual que lo comunique con precisión. En el centro de este ecosistema está el logo, desde donde irradian todos los elementos gráficos que materializan la esencia de su marca. Esta clase te invita a desarrollar el centro del ecosistema visual y su aplicación en los distintos elementos.

En cuatro sesiones intensivas, aprenderás instrumentos conceptuales para crear logotipos efectivos, con tareas previas para estimular y desafiar tu pensamiento creativo. El taller enfatiza la participación activa y desarrolla tu capacidad para responder ágilmente a las demandas del mercado actual, priorizando la creatividad sin dejar de lado la teoría.

Objetivos

- Dominar los principios fundamentales del diseño de logotipos y su papel en el Ecosistema Visual.
- Desarrollar capacidad crítica y analítica en la evaluación de identidades visuales.
- Comprender el proceso completo de creación de un logotipo, desde la conceptualización hasta la implementación.
- Aprender a desarrollar sistemas de identidad visual coherentes y versátiles dentro del Ecosistema Visual de una marca.

Unidades Didácticas

- Ud. 1. Desarrollo Práctico
- Ud. 2. El diseño olímpico: Reflejo de Cambios Globales
- Ud. 3. Clasificación de Logos
- Ud. 4. Principios Fundamentales del Diseño de Logos
- Ud. 5. Fundamentos de la Digitalización
- Ud. 6. Ecosistema Visual Adaptativo
- Ud. 6. Tipografía en el Diseño

Competencias que se trabajan

Utilizar adecuadamente en la praxis, las herramientas y medios informáticos empleados y desarrollados para trabajar proyectos de diseño (dominio de software de diseño vectorial Adobe Illustrator).

Capacidad de digitalización y vectorización de conceptos.

Aplicar adecuadamente los fundamentos, principios y terminología propias del diseño (manejo de tipografía y teoría del color).

Desarrollo de sistemas de identidad visual.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, serás capaz de:

- Crear logotipos profesionales que cumplan objetivos específicos de comunicación.
- Desarrollar su Ecosistema Visual completo y coherente.
- Presentar y defender propuestas de diseño de manera profesional.
- Aplicar metodologías profesionales en el proceso de diseño de logos.

Conocimientos recomendados

Se recomienda tener fundamentos básicos de diseño gráfico. Estar familiarizado con herramientas digitales de diseño. Tener nociones básicas de tipografía y conocimientos elementales de teoría del color. ■

- Ud. 7. Desarrollo Práctico
- Ud. 9. Teoría del Color
- Ud. 10. Aplicaciones en el Ecosistema Visual
- Ud. 11. Desarrollo Práctico
- Ud. 12. Diseño de elementos del Ecosistema Visual
- Ud. 13. Desarrollo Práctico
- Ud. 14. Presentación y Documentación

Distribución

Sesión 1. Conceptualización y Bocetaje

Ud 1. Desarrollo Práctico.

- Elaboración de bocetos preliminares con técnicas de dibujo a mano alzada
- Generación y diversificación de propuestas creativas iniciales
- Desarrollo iterativo y perfeccionamiento de los conceptos más prometedores
- Evaluación crítica y selección de las propuestas con mayor potencial para avanzar

Ud 2. El Diseño Olímpico: Reflejo de Cambios Globales.

- Evolución histórica del Ecosistema Visual
- Símbolos que marcaron época
- Cultura y contexto histórico
- Casos emblemáticos

Ud 3. Clasificación de Logos.

- Imagotipo
- Isotipo
- Logotipo
- Isologotipo

Ud 4. Principios Fundamentales del Diseño de Logos.

- Simplicidad
- Relevancia
- Enfoque
- Distinción
- Memorabilidad

Ud 5. Fundamentos de la Digitalización.

- Técnicas de vectorización y herramientas digitales
- Ventajas prácticas

Ud 6. Ecosistema Visual Adaptativo.

- Diseño responsivo y cronología visual
- Desarrollo de identidad visual multicultural

Ud 7. Tipografía en el Diseño.

- Clasificación tipográfica
- Selección de fuentes apropiadas
- Modificación y personalización tipográfica
- Integración de tipografía y símbolo

Sesión 2. Del Vector a la Letra

Ud 8. Desarrollo Práctico.

- Implementación de las ideas en Adobe Illustrator
- Investigación de variantes y alternativas utilizando herramientas digitales
- Ajuste y optimización de los elementos conceptuales seleccionados
- Análisis comparativo para determinar las propuestas finales a desarrollar

Ud 9. Teoría del Color.

- Psicología del color
- Paletas cromáticas
- Implementación del color

Ud 10. Aplicaciones en el Ecosistema Visual.

- Identidad visual extendida
- Señalética y wayfinding
- Material promocional y merchandising
- Comunicación digital y transmedia

Sesión 3. Color como Elemento de Comunicación

Ud 11. Desarrollo Práctico.

- Incorporación de paletas de color a los diseños digitales previamente elaborados
- Experimentación con distintas combinaciones y esquemas cromáticos
- Perfeccionamiento de la armonía visual y balance de los elementos coloreados
- Curaduría y elección de las composiciones finales con tratamiento cromático óptimo
- El Ecosistema Visual, la implementación de sus ideas

Ud 12. Diseño de elementos del Ecosistema Visual.

- Identificación y acceso: Credenciales y tickets, señalética y pictogramas
- Elementos ceremoniales y premiación: Medallas, podio y pebetero/antorcha
- Indumentaria: Uniformes de atletas
- Elementos de comunicación visual y promoción: Banner, cartel, merchandising, banderas y pendones

Sesión 4. Ecosistema Visual:

La integración Total del Diseño

Ud 13. Desarrollo Práctico.

- Materialización definitiva de los elementos seleccionados en un sistema visual coherente
- Exploración de aplicaciones contextuales y extensiones del sistema diseñado
- Refinamiento holístico y armonización de todos los componentes del ecosistema visual
- Evaluación final y selección de las propuestas más exitosas para presentación del proyecto

Ud 14. Presentación y Documentación.

- Presentación final del proyecto

Evaluación

Proyecto 100%

- Originalidad, creatividad y concepto: 30%
- Ejecución del Proyecto final: 70%

La evaluación se realizará considerando:

- La participación activa en clase
- Los ejercicios durante el transcurso del taller
- El proyecto final

bibliografía

AA.VV. (2007). *Logology*. Barcelona: Index Book.

Bokhua, G. (2022). *Principles of Logo Design: A Practical Guide to Creating Effective Signs, Symbols, and Icons*. Minneapolis: Quarto Publishing Group.

Carter, D.E.; D'Tallè, J. (1998). *LogoPower. Creating world-class logos and effective identifies*. New York: Hearst Books International.

Evamy, M. (2007). *Logo*. London: Laurence King.

Nagasawa, H. (2007). *Logo mondo*. Barcelona: Index Book.

Wiedemann, J. (2015). *Logo design*. Köln: Taschen.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g

máster
en artes
gráficas

06

Gestión de Trabajos de Diseño

Descripción general de la asignatura

Desarrollarás habilidades para llevar a cabo el control y gestión de la calidad en un proyecto gráfico real para el montaje de una exposición. Trabajarás en equipo durante todo el módulo para conseguir de forma grupal los objetivos fijados.

Objetivos

Aprenderás a trabajar en equipo mediante la asignación de roles como si se tratara de un estudio de diseño. El objetivo final es llegar a montar una exposición en un espacio expositivo de prestigio, desde la concepción de la idea hasta la producción gráfica de todos los soportes necesarios: montaje, catalogación de obras, diseño y maquetación de catálogo y comunicación y publicidad.

Competencias que se trabajan

Comunicación efectiva. Comunicarse de manera efectiva, tanto de forma oral como escrita, adaptándose a las características de la situación y de la audiencia.

Responsabilidad y toma de decisiones. Actuar con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos, emitiendo juicios en base a la experimentación y el análisis y transfiriendo el conocimiento a nuevas situaciones.

Unidades didácticas

- Ud.1. El diseño como profesión.
- Ud. 2. Briefing
- Ud. 3. Planificación de desarrollo del trabajo de diseño.
- Ud. 4. Presupuestos/Contratos.
- Ud. 5. Costes y rentabilidad de proyectos.
- Ud. 6. Comercialización vs promoción trabajos de diseño.
- Ud. 7. Resolución de conflictos en el proceso del encargo.

Distribución

Sesión 1. La gestión del diseño.

Resultados de aprendizaje

- Comunicar y argumentar eficazmente, adaptando la organización de contenidos y el uso del lenguaje, verbal y no verbal, a diversas situaciones y/o ante diversas audiencias.
- Valorar las consecuencias éticas de las decisiones a tomar en una situación concreta, considerando el impacto en la sociedad y la responsabilidad en la práctica profesional.
- Colaborar de manera proactiva en el desarrollo del trabajo, estableciendo metas y cumpliendo objetivos.
- Contribuir a la búsqueda de soluciones a retos o proyectos, demostrando empatía y asertividad a la hora de compartir ideas, reflexiones y argumentos en el seno del trabajo colaborativo.

Conocimientos recomendados

No se requieren conocimientos previos para cursar esta asignatura. ■

1,5
ECTS

16:00
21:00

Ana
Gea

Ud 1. El diseño como profesión.

Ud 2. Briefing

Ud 3. Planificación de desarrollo del trabajo de diseño.

Sesión 2. Cálculo de la rentabilidad de un encargo.

Ud 4. Presupuestos/Contratos.

Ud 5. Costes y rentabilidad de proyectos.

Sesión 3. La relación profesional y cliente.

Ud 6. Comercialización vs promoción trabajos de diseño.

Ud 7. Resolución de conflictos en el proceso del encargo.

Evaluación

Trabajo académico (100%).

Desarrollarás en grupo un proyecto de emprendimiento breve y sencillo, en el que tendrás que aplicar todas las competencias adquiridas en la asignatura.

bibliografía

Gea, A. (2021). *Vivir del diseño: instrucciones para gestionar tu negocio creativo (si quieres)*. Valencia: PalauGea Comunicación S.L.

Kleon, A. (2016). *Aprende a promocionar tu trabajo: 10 recursos para artistas, diseñadores y creativos*. Barcelona: Gustavo Gili.

Shapiro, E. (2009). *Guía de clientes para el diseñador gráfico: cómo hacer felices a los clientes mientras se realiza un gran trabajo*. México D.F.: Divine Egg.

Williams, T.S. (2008). *La guía del diseñador gráfico sobre tarifas, estimaciones y presupuestos*. Barcelona: Divine Egg.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

07

Maquetación

Descripción general de la asignatura

En esta asignatura aprenderás a trabajar en InDesign como herramienta de maquetación editorial, manejo y propiedades de sus herramientas y diversas técnicas y consejos de maquetación para abordar un proyecto editorial desde la fase inicial hasta el empaquetado para imprenta y su versión para publicación digital.

Objetivos

Adquirirás una base conceptual y práctica sobre maquetación editorial, los conocimientos necesarios para diagramar un documento extenso como un libro o una revista, añadir funciones interactivas para publicación electrónica y realizar los ajustes precisos que garanticen una correcta impresión offset o digital.

Competencias que se trabajan

Responsabilidad y toma de decisiones actuando con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos, emitiendo juicios en base a la experimentación y el análisis y transfiriendo el conocimiento a nuevas situaciones.

Unidades didácticas

- Ud.1. Introducción a InDesign
- Ud.2. Estructura del documento
- Ud.3. Organización de los elementos de la página
- Ud.4. Páginas de maquetación y páginas maestras
- Ud.5. Edición de texto
- Ud.6. Creación y gestión de estilos
- Ud.7. Trabajo con tablas
- Ud.8. Color y transparencia
- Ud.9. Preparar la impresión
- Ud.10. Dibujo y trazados
- Ud.11. Gráficos, imágenes y efectos
- Ud.12. Trabajando con documentos largos
- Ud.13. Creación de formularios pdf
- Ud.14. Documentos pdf interactivos

4 ECTS 16:30 - 20:30 Dioni González

Utilizar recursos gráficos y plásticos para dar soluciones estéticas de calidad a problemas de comunicación.

Utilizar adecuadamente en la praxis, las herramientas y medios informáticos empleados y desarrollados para trabajar proyectos de diseño, ilustración, animación o medios interactivos y audiovisuales.

Resultados de aprendizaje

- Dominar con destreza la herramienta de maquetación InDesign.
- Desarrollar y realizar proyectos, estructurando de manera jerárquica su contenido.
- Adquirir y aplicar nuevos conocimientos según sea necesario, utilizando estrategias de aprendizaje y de gestión del tiempo apropiadas.

Conocimientos recomendados

Es recomendable que conozcas los términos y el vocabulario propios de la construcción y arquitectura tipográfica. ■

Distribución

Sesión 1. Introducción

Ud 1. Introducción a InDesign

- Fundamentos de autoedición
 - La interfaz de InDesign
 - Navegación por el documento
 - Elementos auxiliares no imprimibles
 - Modos de visualización
 - Personalización de atajos de teclado
 - Herramientas de selección
 - El archivo de Preferencias

Ud 2. Estructura del documento

- Configuración de un documento para impresión - Ajuste de márgenes y columnas

- Creación e importación de texto
- Opciones del marco de texto
- Composición de marcos en cuadrícula
- Importación de imágenes y gráficos
- Métodos de encajar marco e imagen
- Pies de ilustración estáticos y dinámicos
- Inserción de metadatos en las imágenes
- Creación de una hoja de contacto
- Ceñido de texto alrededor de objetos

Sesión 2. Configuración y organización de páginas

Ud 3. Organización de los elementos de la página

- Cambiar el orden de apilamiento
- Utilización de capas para organizar contenidos
- Agrupación de objetos
- Bloqueo de objetos
- Uso práctico de la Herramienta Hueco
- Escalado y transformación de objetos
- Métodos de duplicación de objetos

Sesión 3. Fundamentos de maquetación

Ud 4. Páginas de maquetación y páginas maestras

- Añadir, mover y eliminar páginas
- Duplicar páginas y pliegos
- Crear pliegos de varias páginas
- Combinar diferentes tamaños de página
- Creación de páginas maestras primarias y secundarias
- Desvinculación de elementos maestros
- Bloqueo y ocultación de elementos maestros
- Cambio de numeración de páginas mediante secciones
- Diseños de numeración de páginas

Sesión 4. Texto

Ud 5. Edición de texto

- Fuentes y vínculos no disponibles
- Métodos de selección de texto
- Conversión de texto en contornos
- Formato de caracteres y atributos
- Uso de Kerning y Tracking
- Inserción de caracteres especiales
- El panel Pictogramas
- El editor de artículos
- Revisión de ortografía
- Buscar y cambiar texto
- Trabajo con tabuladores
- Variaciones con capitulares
- Uso creativo de filetes de párrafo
- Listas con viñetas, numeradas y multinivel
- Listas con jerarquía numérica
- Definición de listas

Sesión 5. Estilos

Ud 6. Creación y gestión de estilos

- Acerca de los estilos
- Estilos de carácter y estilos de párrafo
- Importación de estilos
- Borrar modificaciones de estilos
- Desvincular texto y estilo
- Aplicación de estilos secuenciales
- Uso de la cuadrícula base
- Control de viudas y huérfanas
- Expandir un párrafo por múltiples columnas
- Creación de estilos anidados
- Creación de estilos GREP

Sesión 6. Tablas

Ud 7. Trabajo con tablas

- Creación de tablas
- Convertir texto a tabla y viceversa
- Vinculación de tablas creadas en otras aplicaciones
- Estilos de tabla y estilos de celda

Sesión 7. Fundamentos del color

Ud 8. Color y transparencia

- Acerca del color
- Creación y gestión de muestras de color
- Aplicación de matices de color
- Creación y edición de degradados
- Aplicación de degradados al texto
- Añadir efectos de transparencia

Ud 9. Preparar la impresión

- Cuatricromía y tintas especiales
- Sobreimpresión de tintas
- Mezcla de tintas planas y tintas de proceso
- Marcas de impresora y sangrados
- Comprobación preliminar
- Previsualización de separaciones
- Exportar a PDF para impresión

Sesión 8. Herramientas de dibujo

Ud 10. Dibujo y trazados

- Herramientas de formas y líneas
- Dibujando con la Pluma y el Lápiz
- Edición de trazados
- Creación de trazados compuestos
- Creación de formas compuestas
- Cambiar el aspecto de los vértices

Ud 11. Gráficos, imágenes y efectos

- Anclaje de objetos
- Administración de vínculos gráficos
- Importación de gráficos
- Trabajo con trazados de recorte
- Creación de efectos
- Creación de bibliotecas de objetos

Sesión 9. Documentos largos y libro

Ud 12. Trabajando con documentos largos

- Creación de una tabla de contenidos
- Actualización de una TDC
- Importación de estilos TDC
- Creación de plantillas
- Creación de un archivo de libro
- Sincronización de estilos
- Exportar e imprimir un archivo de libro

Sesión 10. Documentos PDF

Ud 13. Creación de formularios pdf

- Formulario impreso y formulario electrónico
- Creación de estilos de objeto
- Creación de elementos básicos de formulario
- Personalizar casillas de verificación y botones de opción
- Especificación del orden de tabulación
- Importar datos a un cuadro combinado y un cuadro de lista
- Mostrar y ocultar campos mediante acciones
- Añadir botones Imprimir y Enviar formulario

Ud 14. Documentos pdf interactivos

- Qué es un PDF Interactivo

- Añadir hipervínculos
- Creación de una barra de navegación
- Creación de un pase de diapositivas
- Inserción de películas y sonido
- Transiciones de páginas

Evaluación

Observación (100%).

Estrategia basada en la recogida sistemática de datos en el propio contexto de aprendizaje: ejecución de tareas, prácticas.... Realizarás 4 tareas con un peso cada una del 25%.

bibliografía

- Acosta García, M.J.** (2019). *Diseño y maquetación con Adobe Indesign: ARGN002PO*. Antequera, Málaga: IC editorial.
- Ambrose, G. & Harris, P.** (2008). *Retículas: estructura o patrón de líneas que se utiliza como guía para situar los elementos de un diseño*. Barcelona, Parramón.
- Castro Tirado, M.A.** (2014). *Maquetación de productos editoriales (UF1461)*. Málaga: IC Editorial. 1st ed.
- Caldwell, C., & Zappaterra, Y.** (2016). *Diseño editorial: Periódicos y revistas. Medios impresos y digitales*. Editorial GG.
- Farratell Castro, L.** (2013). *Maquetación y compaginación de productos gráficos complejos (UF1374)*. Antequera, Málaga: IC Editorial. 1st ed.
- Fawcett-Tang, R.** (2007) *Acabados de impresión y edición de folletos y catálogos*. Barcelona, Promopress.
- Gamero Durán, F.J.** (2013). *Tratamiento de textos para la maquetación (MF0929_2)*. Antequera, Málaga: IC Editorial. 1st ed. **Weber, M.** (2010). *Nuevas tendencias en maquetación y diseño editorial*. Barcelona, Maomao.
- Godfrey, J.** (2008). *Diseño de catálogos y folletos 5*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Landa, R.** (2018). *El diseño en la publicidad : generar ideas creativas*. Madrid, Anaya Multimedia.
- Samara, T.** (2004, 2007). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Torta, S.** (2024). *Adobe InDesign*. Dulles, VA: Mercury Learning and Information. 1st ed.
- Landa, R.** (2018). *El diseño en la publicidad : generar ideas creativas*. Madrid, Anaya Multimedia.
- Wang, S.** (2019). *Page design: new layout and editorial design*. Barcelona, Promopress.
- Wang, S.** (2022). *Nuevo diseño editorial: libros, revistas, y otros formatos*. Barcelona, Hoaki.
- Weber, M.** (2007). *The layout look book: guía visual de diseño y maquetación*. Sant Adrià de Besòs, Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones.
- Yates, D. & Price, J.** (2016). *De la publicidad al diseño de comunicación: la revolución creativa que está cambiando el mundo*. Barcelona, Promopress.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g

máster
en artes
gráficas

08

Taller de Lettering

Descripción general de la asignatura

El *lettering* es una herramienta clave en el diseño cuando la tipografía por sí sola no es suficiente para transmitir una idea o concepto de forma efectiva.

Esta asignatura te introduce en la comunicación visual a través del dibujo de letras, proporcionándote las herramientas y pautas necesarias para desarrollar tus propios proyectos y sumarlo a tu repertorio de recursos de diseño.

A lo largo del curso, conocerás los procesos de creación y aplicación del *lettering* en el contexto profesional, explorando sus usos en distintos medios.

Objetivos

Introducir a los estudiantes en el mundo del *lettering* y sus diferencias con la caligrafía y la tipografía.

Desarrollar habilidades para la construcción y composición de letras dibujadas.

Aplicar el *lettering* como herramienta de comunicación en proyectos de diseño.

Competencias que se trabajan

- Competencias técnicas
Dibujo de letras: construcción de caracteres con proporciones, ritmo y contraste adecuados.
Composición y jerarquía: organización de palabras y letras en un espacio equilibrado.
Uso de herramientas: dominio de lápices, rotuladores, pinceles y herramientas digitales si aplica.
- Competencias conceptuales y creativas
Investigación y referencia: capacidad para analizar estilos y aplicar influencias de manera original.
Expresión visual: representación de ideas y conceptos a través del diseño de letras.
- Competencias transversales
Paciencia y perseverancia: desarrollo de habilidades a través de la práctica constante.
Pensamiento crítico: evaluación del propio trabajo y el de otros para mejorar la calidad del diseño.
Gestión del tiempo: planificación del proceso de trabajo según los objetivos del proyecto.

Resultados de aprendizaje

- Diferenciar *lettering*, caligrafía y tipografía.
- Dominar las bases del dibujo de letras.
- Aplicar normas básicas de proporción, espaciado, ritmo y contraste.
- Explorar distintos estilos de *lettering* y su relación con el significado del mensaje.
- Desarrollar un proceso creativo sólido.
- Diseñar una composición equilibrada con una jerarquía visual clara.
- Evaluar y mejorar el trabajo:
- Identificar errores comunes y corregirlos.
- Presentar y justificar las decisiones de diseño.

Conocimientos recomendados

Dominio de la nomenclatura básica de tipografía y diseño, junto con un manejo preciso de las herramientas de dibujo tradicionales (lápiz y papel) y de las herramientas de dibujo vectorial, además de una cultura visual sólida y enriquecida. ■

Unidades didácticas

- Ud.1. Introducción
- Ud. 2. Pautas básicas para el dibujo de letras
- Ud. 3. Análisis de casos de estudio
- Ud. 4. Elaboración de Moodboard
- Ud. 5. Bocetaje
- Ud. 6. Elaboración de *lettering* definitivo

Distribución

Sesión 1. Presentación del curso. Introducción al *lettering*, diferencias con la caligrafía y la tipografía, y explicación de las pautas básicas para el dibujo de letras. Asignación de *briefings*.

Ud 1. Introducción

Ud 2. Pautas básicas para el dibujo de letras

Sesión 2. Análisis de casos de estudio de proyectos reales y revisión de *moodboards*. Inicio de la fase de bocetaje y desarrollo de primeras propuestas.

Ud 3. Análisis de casos de estudio

Ud 4. Elaboración de *Moodboard*

Ud 5. Bocetaje

Sesión 3. Revisión de bocetos, selección de la propuesta a desarrollar y definición de detalles.

Sesión 4. Refinado del *lettering* definitivo y ajuste final.

Ud. 6 Elaboración de *lettering* definitivo

Evaluación

Proyecto (100%).

El sistema de evaluación se centra tanto en el proceso como en el resultado final. Se hará un seguimiento del proyecto durante las sesiones de clase y, al final del curso, se evaluará el *lettering* presentado según los criterios establecidos.

bibliografía

- Barber, K. (2020) *Lettering Manual*. Watson-Guptill.
- Bringhurst, R. (2019) *The Elements of Typographic Style*. H&M Publishers.
- Castro, I. (2017) *El ABC del Lettering*. Campgràfic Editors.
- Castro, I. (2017) *Lettering a Tope*. Larousse. Highsmith, C. (2015) *Entre Párrafos: Fundamentos de Tipografía*. Campgràfic Editors.
- Clayton, E. (2015) *La Historia de la Escritura*. Siruela.
- Henestrosa, C., Meseguer, L., Scaglione, J. (2015) *Cómo Crear Tipografías*. Tipo E.
- House (2017) *The Process Is The Inspiration*. Watson-Guptill.
- Martín, J. L., Mas, M. (2001) *Manual de Tipografía*. Campgràfic Editors.
- Meier, H. E. (2011) *La Evolución de la Letra*. Campgràfic Editors.
- Noordzij, G. (2009) *El Trazo. Teoría de la Escritura*. Campgràfic Editors.
- Young, D. (2008) *Dangerous Curves: Mastering Logotype Design*. Delphi Press.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

09

Taller de Diseño Gráfico

Descripción general de la asignatura

En este taller es de carácter práctico desarrollarás una serie de proyectos donde propondrás tus diseños a los soportes marcados (un cartel, el diseño de la ilustración para una camiseta...), ajustándote a las condiciones específicas de cada encargo. Los presentarás tanto impresos como preparados para su reproducción en imprenta.

Objetivos

Aprenderás a plantear y construir esquemas formales que permitan la ubicación y jerarquización eficaz de los elementos que componen un diseño gráfico.

Competencias que se trabajan

Utilizar recursos gráficos y plásticos para dar soluciones estéticas de calidad a problemas de comunicación.

Unidades didácticas

- Ud.1. El cartel y su lenguaje gráfico
- Ud.2. Soportes gráficos promocionales

Distribución

Sesión 1. Principios de composición

Guiados a través del cartel como soporte de comunicación visual, verás los principios compositivos más importantes con los que se diseña un proyecto gráfico.

La primera toma de contacto con este soporte y el diseño que deberás proponer, la harás únicamente con el elemento tipográfico como principal medio de expresión y de comunicación.

Ud 1. El cartel y su lenguaje gráfico

- Ejercicio gráfico cartel solo tipográfico monocromático

Aplicar metodologías propias de la creación visual desde su ideación hasta su desarrollo final, utilizando el pensamiento creativo.

Aplicar adecuadamente los fundamentos, principios y terminología propias del diseño gráfico.

Resultados de aprendizaje

- Proponer soluciones creativas para responder satisfactoriamente a necesidades y problemas reales.
- Evaluar, de manera crítica y constructiva, las ventajas y las oportunidades de diferentes soluciones a un mismo problema.
- Demostrar una actitud emprendedora en el diseño, desarrollo y ejecución de soluciones que supongan una novedad o avance en el ámbito de la disciplina.

Conocimientos recomendados

Se recomienda tener nociones básicas de Adobe Illustrator y Photoshop. ■

- Ejercicio gráfico cartel solo tipográfico a color

Sesión 2. Principios de composición

El cartel sigue siendo el eje conductor de tu aprendizaje. En esta sesión trabajarás con la imagen y la tipografía como elementos principales de comunicación.

Ud 1. El cartel y su lenguaje gráfico

- Ejercicio gráfico cartel con imagen y texto

Sesión 3. Principios de composición

El color es clave en un cartel, reducir su número es un reto que como diseñador deberás afrontar al diseñarlo.

Ud 1. El cartel y su lenguaje gráfico

- Ejercicio gráfico cartel a 1 tinta
- Ejercicio gráfico cartel a 2 tintas

Sesión 4. Productos gráficos

Afianzados los conocimientos de composición, color, tipografía, imagen y forma, diseñarás una serie de

ilustraciones siguiendo un briefing. Aplicarás estas ilustraciones a diversos productos gráficos.

Ud 2. Soportes gráficos promocionales
· Ejercicio gráfico ilustración sobre vinilo

Sesión 5. Productos gráficos

Ud 2. Soportes gráficos promocionales
· Ejercicio gráfico ilustración aplicada a cerámica

Sesión 6. Productos gráficos

Ud 2. Soportes gráficos promocionales
· Ejercicio gráfico ilustración aplicada a textil

Evaluación

Proyecto 100%

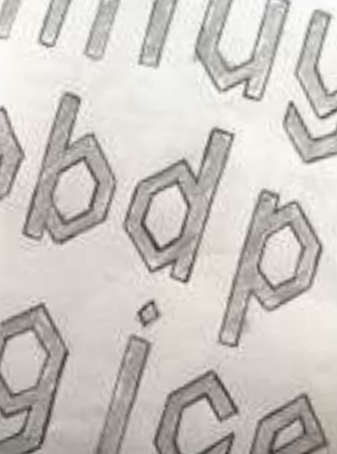
Desarrollo de 4 ejercicios prácticos cada uno con un peso del 25% que conforman el 100% del sistema de evaluación de la asignatura.

bibliografía

Ambrose, G. (2009). *Fundamentos del diseño gráfico*. Barcelona, Parramón.

Cullen, K. (2019) *Composición y creatividad: la guía del diseño gráfico*. Madrid, Anaya Multimedia.

Millman, D. (2009). *Los principios básicos del diseño gráfico*. Barcelona, Blume.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

10

Taller 2: Diseño Tipográfico

Descripción general de la asignatura

En esta asignatura vas a estudiar las diferentes características que posee cada carácter o letra de una misma tipografía. Posteriormente trabajarás el diseño y desarrollo de una tipografía utilizando Adobe Illustrator y Glyphs.

Objetivos

Adquirirás los conocimientos y las aptitudes básicas e imprescindibles para abordar el diseño de una tipografía, tanto de tipo teórico (normas y principios de la morfología tipográfica, conocimiento estilístico, etc.), como prácticos (preliminares, layout, desarrollo, etc.), y de digitalización (interface de trabajo, herramientas, procedimientos, etc.).

Competencias que se trabajan

Innovar y ser creativo en las propuestas de diseño como solución a situaciones o problemas complejos, y dar respuesta a las diversas necesidades profesionales y sociales dentro del ámbito del diseño y la tipografía.

Diseñar, dirigir y evaluar una idea de manera eficaz hasta concretarla en un proyecto.

Unidades didácticas

- Ud.1. El diseño de tipografías
- Ud.2. La edición de tipografías

Distribución

Sesión 1. Diseñar tipografías

- Ud 1. El diseño de tipografías
- Conceptos morfológicos fundamentales

Sesión 2. Conceptos morfológicos

- Ud 1. El diseño de tipografías
- Conceptos morfológicos fundamentales
- Líneas de referencia
- Ojo medio

Aplicar adecuadamente los fundamentos, principios y terminología propias del diseño y la tipografía.

Resultados de aprendizaje

- Manejar con destreza de una herramienta de edición de tipografía.
- Dominar la metodología y el proceso de diseño de una tipografía, así como el lenguaje tipográfico.
- Identificar nuevos retos, proyectos u oportunidades de mejora en el ámbito del diseño tipográfico alineados con tendencias y avances futuros.

Conocimientos recomendados

Es recomendable que conozcas los términos y el vocabulario propios de la arquitectura tipográfica, y manejes la herramienta de dibujo vectorial Adobe Illustrator o similar. ■

Sesión 3.

Ud 1. El diseño de tipografías

- Definición del marco estilístico y atribuciones tipográficas al bocetado previo

Sesión 4.

Ud 1. El diseño de tipografías

- Dibujo vectorial
- Cálculo de la métrica

Sesión 5.

Ud 1. El diseño de tipografías

- De la letra dibujada a la letra tipográfica
- La fuente digital
- Formatos

- Rastreo y anti-alias
- Hinting

Sesión 6.

Ud 2. La edición de tipografías

- Glyphs
 - Herramientas e interface
 - Importar un glifo
 - Crear un archivo de fuente

Sesión 7.

Ud 2. La edición de tipografías

- Glyphs
 - Traslado de la métrica
 - El espaciado

Sesión 8.

Ud 2. La edición de tipografías

- Glyphs
 - Interpolación: grosores
 - Pruebas de soporte
 - Valoración y corrección

Evaluación

Proyecto (100%).

Diseñarás los rasgos estéticos y la arquitectura de una familia tipográfica y, desarrollarás algunos de sus principales caracteres (vocales, consonantes con ascendentes y con descendentes, alguna mayúscula, algún número y algún signo de puntuación).

bibliografía

Cheng, K., Dávila, M. (2018). *Diseñar tipografía*. Málaga: Jardín de Monos.

Highsmith, C. (2015) *Entre Párrafos: Fundamentos de Tipografía*. Campgràfic Editors.

Jong, C. de, Purvis, A.W. (2010). *Type: a visual history of typefaces and graphic styles*. Volume 2, 1901-1938. Köln: Taschen.

Pepe, E., Beltrán, F. (2021). *Diseño tipográfico: la tipografía más allá de la forma*. Madrid : Experimenta.

Tholenaar, J., Jong, C. de (2009). *Type: a visual history of typefaces and graphic styles*. Volume 1, 1628-1900. Köln; London: Taschen.

Shields, D. (Graphic artist) (2022). *The Rob Roy Kelly American Wood Type Collection: a history and catalog*. Austin, TX: University of Texas Press, 1st ed.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g

máster
en artes
gráficas

11

Motion Graphics

Descripción general de la asignatura

En esta asignatura realizarás animaciones o motion graphics con Adobe After Effects, desde el flujo de trabajo hasta composiciones, línea de tiempo y animación.

Objetivos

Aprender a animar logotipos, texto. Crearás diseños en movimiento, con un enfoque creativo y utilizando como base del diseño gráfico.

Competencias que se trabajan

Innovación y creatividad para proponer soluciones a situaciones o problemas complejos, propios del ámbito del diseño.

Transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

3
ECTS

16:30
20:30

Carlos
Planes

Utilizar adecuadamente las herramientas y medios informáticos empleados y desarrollados para trabajar proyectos de diseño, animación, medios interactivos y audiovisuales.

Resultados de aprendizaje

- Demostrar destreza en la comunicación digital utilizando medios de apoyo variados y adaptados a la situación y a la audiencia
- Proponer soluciones creativas para responder satisfactoriamente a necesidades y problemas reales de la sociedad.

Conocimientos recomendados

No se requieren conocimientos previos para cursar esta asignatura. ■

Unidades didácticas

- Ud.1. Introducción a After Effects y los motion graphics
- Ud.2. Espacio de trabajo
- Ud.3. Flujo de trabajo e importación
- Ud.4. Composiciones y precomposiciones
- Ud.5. Línea de tiempo. Parámetros y keying
- Ud.6. Capas de forma
- Ud.7. Animación de un logotipo y un icono
- Ud.8. Máscaras
- Ud.9. Animación de texto
- Ud.10. Audio
- Ud.11. Formatos de video y exportación

Distribución

Sesión 1. Introducción

- Ud 1. Introducción a After Effects y los motion graphics
- Conceptos básicos

Ud 2. Espacio de trabajo

- Planteamiento del proyecto

Sesión 2. Desarrollo del proyecto

Ud 3. Flujo de trabajo e importación

Sesión 3. Composición

Ud 4. Composiciones y precomposiciones

Sesión 4. Parámetros

Ud 5. Línea de tiempo. Parámetros y keying

Ud 6. Capas de forma

Sesión 5. Animación de símbolos

Ud 7. Animación de un logotipo y un icono

Ud 8. Máscaras

Sesión 6. Animación de textos

Ud 9. Animación de texto

Ud 10. Audio

Sesión 7. Parámetros

Ud 11. Formatos de video y exportación

· Entrega del proyecto

Evaluación

Proyecto 100%

bibliografía

Chavez, C. & Dockery, J. (2019). *Learn Adobe After Effects CC for Visual Effects and Motion Graphics, First Edition*. Peachpit Press. 1st edition.

Dodds, D. (2019). *Hands-on motion graphics with adobe after effects CC: develop your skills as a visual effects and motion graphics artist*. Birmingham; Mumbai: Packt Publishing Ltd. 1st edition.

Gallagher, R. & Paldy, A.M. (2007). *Exploring motion graphics*. Clifton Park, NY: Thomson/Delmar Learning.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g

máster
en artes
gráficas

12 Proyecto de Diseño Editorial

Descripción general de la asignatura

El ámbito del diseño editorial se ha ido tornando cada vez más complejo con la incorporación de los soportes digitales y la vida en red. En esta asignatura pretendemos demostrar que, pese a este contexto de hiperestimulación visual y saturación informativa, el libro es el soporte perfecto para desarrollar aquello que constituye la base del diseño (editorial): organizar y componer textos e imágenes en un espacio limitado. A partir de ahí, todas las **decisiones significan** y es la combinatoria de las mismas la que posibilita conformar libros con sentido e identidad propia. Por eso es importante conocer las herramientas que posibilitan que dichas decisiones sean el resultado de una verdadera reflexión conceptual y estética.

Objetivos

Conocer las diferentes etapas por las que transcurre el diseño y producción de una publicación desde el momento del encargo hasta la supervisión de la misma durante el proceso de impresión.

Se pondrá especial énfasis en el análisis de los contenidos, conceptualización y creación de una identidad gráfica coherente y unificada a través del conocimiento práctico de las herramientas del diseño editorial.

Adquirir una visión panorámica de tendencias, estudios y propuestas gráficas actuales así como el contexto que les da cabida.

Entender el diseño editorial como un trabajo en equipo donde es necesario coordinar diferentes talentos.

Unidades didácticas

Ud.1. Evaluación, análisis y organización de los contenidos

Objetivos. Antes de empezar una publicación se debe obtener una correcta recepción y análisis de los contenidos que permita un planteamiento gráfico que solucione eficaz y creativamente las necesidades del encargo.

Competencias que se trabajan

Análisis crítico a través de la evaluación y organización de los contenidos.

Capacidad de conceptualizar y argumentar soluciones gráficas.

Amplitud de miras y capacidad creativa.

Juicio crítico tanto para con uno mismo como para con los demás.

Trabajo en equipo.

Planificación del tiempo de trabajo en base a objetivos.

Resultados de aprendizaje

- Capacidad para conceptualizar y resolver el diseño del libro durante cada una de sus etapas.
- Análisis crítico de contenidos que conforman la publicación.
- Correcto manejo de herramientas de diseño editorial.
- Conocimiento tipográfico y de los distintos componentes del libro.
- Adecuado planteamiento del estilo gráfico y el razonamiento del mismo.

Conocimientos recomendados

Se recomienda tener conocimientos básicos sobre tipografía (clasificación, anatomía de la letra, interletrado, interlineado, tipos de párrafo, etc.), así como, dominar los programas de diseño gráfico: Indesign y Photoshop. ■

Contenidos.

- Adecuada comprensión del planteamiento del encargo y sus necesidades.
- Clasificación y evaluación de los materiales recibidos (textos, imágenes, gráficos, etc.).
- Identificación de posibles ajustes, carencias o adaptaciones (calidad de las imágenes, corrección

ortotipográfica de los textos —si fuera pertinente—, posibles incoherencias conceptuales en el planteamiento del encargo, etc.).

- Elaboración de una estructura a partir de la jerarquización de los contenidos en apartados y subapartados.
- Planificar la coordinación con el equipo profesional que va a llevar a cabo la producción del proyecto a partir de un calendario de ejecución coordinado.

Metodología. Se trabajará a partir de encargos reales, con materiales reales. Esto supondrá el primer paso en el planteamiento de una publicación que se deberá realizar.

Ud.2. Conceptualización, exploración y estilo gráfico

Objetivos. Definir a partir del análisis de los contenidos el planteamiento conceptual de la publicación. Realizar ejercicios de adjetivación que nos ayuden a generar una narrativa que argumente el conjunto de soluciones gráficas que se van a llevar a la práctica. Todo ello conforma la identidad de la publicación, aquello que la hace diferente y le da sentido propio.

Contenidos.

- Definir la lógica conceptual que sustente la publicación.
- Explorar referentes gráficos afines a la publicación y al concepto gráfico que estamos elaborando.

Metodología. Intercambiaremos opiniones y criterios hasta consensuar un enfoque razonado a partir del cual empecemos el diseño de la publicación. Empezaremos a definir el estilo gráfico y nos cuestionaremos las necesidades y los recursos técnicos que deben ponerse en práctica. Veremos ejemplos que nos ayudarán a comprender diferentes planteamientos conceptuales en función de la temática de la publicación.

Ud.3. Paleta de recursos gráficos y tipográficos (desde lo macro a lo micro)

Objetivos. Se definen todos los recursos gráficos que conforman la publicación. Conoceremos los diferentes formatos, tipos de encuadernación, de papel y las interacciones que se producen entre los mismos. Pondremos especial énfasis en la elección tipográfica y sus implicaciones, así como en la definición de la estructura y jerarquía interna de los diferentes elementos de página (encabezados, pie de página, cuerpo de texto).

Contenidos.

- Conocimiento de los estándares en formatos y tamaños de publicación.
- Manejo de los catálogos de papeles y selección de los mismos en función de su tipología, gramaje y composición.
- Tipos de impresión, tirada y presupuesto. Adecuación de los recursos gráficos al tipo de impresión y el presupuesto.
- Clasificación tipográfica. Valorar las implicaciones conceptuales de cada una de ellas. Selección tipográfica.
- Comportamiento tipográfico en página a partir de la definición de una retícula y de las “páginas tipo”.
- Considerar la “narrativa visual” de la publicación a lo largo de sus páginas. Definiendo los ritmos internos y la coherencia armónica del conjunto de soluciones gráficas. El libro como una “máquina engrasada” donde

todos sus componentes cumplen una función.

Metodología. Desgranaremos los conocimientos técnicos necesarios para un adecuado diseño gráfico de la publicación. Acompañaremos a la teoría con un buen número de ejemplos visuales de publicaciones que nos ayudarán a entender la implicación de las diferentes decisiones gráficas que se adopten. Valoraremos y reflexionaremos conjuntamente sobre cada una de ellas. Realización de Mockups que ayuden a visualizar la objetualidad y apariencia final de la publicación.

Ud.4. Maquetación, artes finales e impresión

Objetivos. Desarrollo de la publicación a partir de las páginas maqueta y de las diferentes paletas de estilo. Control de la correlación entre cada una de las partes del libro (índice, capítulos, distribución de pliegos en función de los tipos de papel y tintas, etc.). Realización de artes finales y supervisión de pruebas de impresión.

Contenidos.

- Aplicación de las páginas maqueta y de las paletas de estilo en la maquetación.
- Conocimiento de los requisitos para la entrega de un documento arte final a imprenta (formatos del documento, control de tintas, pliegos, sangrías, resolución de imágenes, acabados especiales, etc.).
- Aprender a supervisar las pruebas de color de imprenta.
- Seguimiento del proceso de impresión y “salida de máquinas”.

Metodología. Maquetaremos la publicación a partir del estilo gráfico definido previamente. Conoceremos las claves para la correcta entrega de un documento arte final en imprenta. Repasaremos todo aquello que conviene tener en cuenta durante el proceso de impresión.

Distribución del temario por clases

Sesión 1. Presentación

Planteamiento del proyecto a realizar a partir de tres opciones diferentes de publicación entre las que deberán elegir (individualmente o por grupos). Entrega de los materiales en función de la publicación elegida.

Sesión 2. Fundamentación teórica

Ud 1. Evaluación, análisis y organización de los contenidos

Se verán ejemplos prácticos que ilustren los contenidos teóricos. Se razonará conjuntamente sobre los mismos.

- Aplicación práctica de los contenidos de la Unidad 1. Seguimiento y resolución de dudas.

Sesiones 3 y 4. Concepto y estilo gráfico

Ud 2. Conceptualización, exploración y estilo gráfico

- Contenidos teóricos relativos a la Unidad 2 (Conceptualización, exploración y estilo gráfico). Veremos ejemplos prácticos que ilustren los contenidos teóricos. Se razonará conjuntamente sobre los mismos.
- Aplicación práctica de los contenidos de la Unidad 2. Seguimiento y resolución de dudas.

Sesiones 5 y 6. Recursos

Ud 3. Paleta de recursos gráficos y tipográficos (desde lo macro a lo micro)

- Contenidos teóricos relativos a la Unidad 3 (Paleta de

recursos gráficos y tipográficos). Se verán ejemplos prácticos que ilustren los contenidos teóricos. Se razonará conjuntamente sobre los mismos.

- Aplicación práctica de los contenidos de la Unidad 3. Seguimiento y resolución de dudas.

Sesiones 7 y 8. Optimización

Ud 4. Maquetación, artes finales e impresión

- Contenidos teóricos relativos a la Unidad 4. Se analizarán ejemplos prácticos que ilustren los contenidos teóricos. Se razonará conjuntamente sobre los mismos.
- Aplicación práctica de los contenidos de la Unidad 4. Seguimiento y resolución de dudas.

Sesión 9. Presentación de proyectos

Se expondrá al conjunto de la clase cada uno de los proyectos de publicación realizados.

Evaluación

Proyecto 100%

Se evaluará en función de los siguientes criterios:

- Seguimiento y participación en clase.
- Ejercicio práctico (desarrollo de la publicación).

Se tendrá muy en cuenta la actitud creativa y los planteamientos innovadores.

bibliografía

Haslan, H. (2007). *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona, Blume.

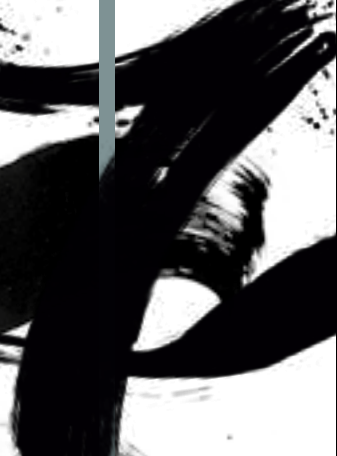
Hochuli, J.; Kinross, R. (2005). *El diseño de libros: práctica y teoría*. Camgrafic. 168 p.

Jardí, E. (2007). *Veintidós consejos sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán)*. Barcelona, Actar. 101 p.

Kane, J. (2012). *Manual de tipografía*. Barcelona, Gustavo Gili. 2ª ed.

Meseguer, L. (2010). *TypoMag : tipografía en las revistas*. Barcelona, Index Book. 191 p.

Müller-Brockmann, J. (2012). *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona, Gustavo Gili. 3ª ed. 184 p.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

13

Taller de Experimentación Gráfica

3
ECTS

16:30
20:30

Begoña Jordá
John Posada

Descripción general de la asignatura

Taller de desarrollo visual y creativo en el que te enfrentarás a la resolución de un proyecto integral de diseño gráfico bajo la supervisión y dirección del profesor. Desarrollarás desde el briefing para un proyecto gráfico original, a partir del cuál se hará el planteamiento de diseño, el desarrollo y producción o implementación del mismo. Profundizarás en los conceptos y metodologías desarrollados en el Taller de diseño gráfico 1.

Objetivos

Plantear y desarrollar un proyecto de comunicación gráfica de carácter inédito y original.

Competencias que se trabajan

Innovación y creatividad para proponer soluciones a situaciones o problemas complejos, propios del ámbito de conocimiento y dar respuesta a las diversas necesidades profesionales y sociales.

Diseñar, dirigir y evaluar una idea de manera eficaz hasta concretarla en un proyecto dentro del ámbito del diseño.

Utilizar las técnicas, habilidades y herramientas necesarias para la práctica de la profesión en el entorno de las disciplinas relacionadas con el diseño y la creatividad.

Aplicar metodologías propias de la creación visual desde su ideación hasta su desarrollo final, utilizando el pensamiento creativo.

Resultados de aprendizaje

- Identificar, formular y resolver problemas complejos, de manera autónoma, aplicando los principios de la disciplina.
- Desarrollar y realizar trabajos e investigaciones, prácticas o experimentales, interpretando datos y extrayendo conclusiones fundamentadas en los principios de la disciplina.
- Proponer soluciones creativas para responder satisfactoriamente a necesidades y problemas reales de la sociedad.
- Evaluar, de manera crítica y constructiva, las ventajas y las oportunidades de diferentes soluciones a un mismo problema.

Conocimientos recomendados

No se requieren conocimientos previos para cursar esta asignatura. ■

Unidades didácticas

- Ud.1. El proceso de experimentación
- Ud.2. Las técnicas de experimentación
- Ud.3. La obra gráfica

Distribución

Sesión 1. Introducción

- Ud 1.** El proceso de experimentación
 - Definición y conceptualización
 - Evaluación de propuestas

Sesión 2. Herramientas de experimentación

- Ud 1.** El proceso de experimentación

- Soportes
- Materiales
- Herramientas

Sesión 3. Técnicas artísticas: los procesos

Ud 2. Las técnicas de experimentación

- Transferencia de imágenes
- Plantillas y aerosol
- Linóleo
- Serigrafía

Sesión 4. Técnicas artísticas: experimentación

Ud 2. Las técnicas de experimentación

- Generación de recursos

Sesión 5. Técnicas artísticas: experimentación

Ud 2. Las técnicas de experimentación

- Ritmos
- Motivos
- Texturas

Sesión 6. Digitalización

Ud 3. La obra gráfica

- Definición
- Digitalización de los recursos generados
- Planteamiento de la composición

Sesión 7. Composición y fotomontaje

Ud 3. La obra gráfica

- Propuestas
- Elección de propuestas

Sesión 8. Digitalización

Ud 3. La obra gráfica

- Optimización para su implementación
- Presentación y entrega

Evaluación

Proyecto 100%

Desarrollo de un proyecto de experimentación plástica en el que el alumno aplicará las técnicas aprendidas para obtener como resultado una obra original, única y creativa.

bibliografía

Amell, C. (2016). *Handmade graphics*. Sant Adrià de Besòs, Barcelona, Instituto Monsa de Ediciones.

Cossu, M. & Dalquí, C. (2015). *La serigrafía : un completo manual de herramientas, técnicas y ejemplos de artistas internacionales*. Barcelona, Gustavo Gili.

Gamonal Arroyo, R. (2005). "Tipo/retórica. Una aproximación a la retórica tipográfica". *Icono 14*, 14.

Lauren, A. (2017). *Block printing: todo lo que necesitas saber para estampar con linóleo, goma, espuma y sellos*. Barcelona; Naucalpan, México, Gustavo Gili.

Martínez, C. (2014). *Manual de recursos tipográficos. Una guía para experimentar con tipografía*. València: Campgràfic.

Redondo Diéguez, M.M. (2013) *Impresión en serigrafía (UF1524)*. Antequera, Málaga, IC Editorial. 1st ed.

Rovira, A. (1981). *Grabado en linóleo*. Madrid, Daimon.

Warde, B. (2006). *La copa de cristal*. La tipografía debería ser invisible. Campgràfic.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

14

Comunicación Gráfica y Social media

Descripción general de la asignatura

En este módulo vas a trabajar utilizando la herramienta de diseño online Canva, aplicando los conceptos fundamentales del diseño gráfico y editorial.

Objetivos

Diseñarás desde tarjetas de visita, flyers y trípticos, hasta publicaciones de Instagram y animaciones cortas. Verás la capacidad de las opciones de Inteligencia Artificial que Canva ofrece, siempre desde un punto de vista ético y respetuoso con los artistas y profesionales del diseño.

Competencias que se trabajan

Innovación y creatividad para proponer soluciones a situaciones o problemas complejos, propios del ámbito de conocimiento y dar respuesta a las diversas necesidades profesionales y sociales.

Comunicar de manera efectiva, información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Unidades didácticas

- Ud.1. Introducción a Canva
- Ud.2. Espacio de trabajo
- Ud.3. Crear un documento sencillo
- Ud.4. Uso de texto. Tipografía, estilos y familias
- Ud.5. Insertar elementos (imágenes, gráficos vectoriales, fotografías)
- Ud.6. Crear una guía de estilo
- Ud.7. Principios básicos del diseño gráfico: tamaño, jerarquía, alineación
- Ud.8. Tipos de documentos impresos y su diseño: tarjeta de visita, flyer, tríptico
- Ud.9. Exportar y compartir un documento
- Ud.10. Canva para redes sociales: Instagram

1,5
ECTS

16:00
21:00

Carlos
Planes

Diseñar, dirigir y evaluar una idea de manera eficaz hasta concretarla en un proyecto dentro del ámbito del diseño. Utilizar recursos gráficos y plásticos para dar soluciones estéticas de calidad a problemas de comunicación.

Resultados de aprendizaje

- Comunicar y argumentar eficazmente, adaptando la organización de contenidos y el uso del lenguaje, verbal y no verbal, a diversas situaciones y/o ante diversas audiencias.
- Demostrar destreza en la comunicación digital utilizando medios de apoyo variados y adaptados a la situación y a la audiencia

Conocimientos recomendados

No se requieren conocimientos previos para cursar esta asignatura. ■

- Ud.11. Inteligencia Artificial en Canva
- Ud.12. Creación de infografías en Canva

Distribución

Sesión 1. Introducción y conceptos clave

Ud 1. Introducción a Canva

Ud 2. Espacio de trabajo

Ud 3. Crear un documento sencillo

Ud 4. Uso de texto. Tipografía, estilos y familias

Sesión 2. Trabajar con los elementos

Ud 5. Insertar elementos (imágenes, gráficos vectoriales, fotografías)

Ud 6. Crear una guía de estilo

Ud 7. Principios básicos del diseño gráfico: tamaño, jerarquía, alineación

Ud 8. Tipos de documentos impresos y su diseño: tarjeta de visita, flyer, tríptico

Sesión 3. Optimización, exportación y formatos.

Ud 9. Exportar y compartir un documento

Ud 10. Canva para redes sociales: Instagram

Ud 11. Inteligencia Artificial en Canva

Ud 12. Creación de infografías en Canva

Evaluación

Observación 100%

Desarrollarás 4 ejercicios o tareas prácticas:

- Guía de estilo (25%)
- Documentos impresos: tarjeta, flyer, tríptico (25%)
- Publicaciones para Instagram (25%)
- Infografía (25%)

bibliografía

Casas-Alatriste, R. (2023) *Tu Atención, Por Favor: Claves para Captar la Atención y Generar Contenidos Sostenibles*. Madrid, Lid Editorial Empresarial S.L. 1st ed.

Dyer, H.T. (2020). *Designing the Social: Unpacking Social Media Design and Identity*. Singapore, Springer Singapore: Imprint, Springer. 1st ed.

Gómez, Ch. (2024). *Canva. Curso completo*. Amazon

Helen, L. (2024). *Arrancamos de cero a Diseñar con CANVA: Guía para principiantes en el mundo del diseño con la herramienta CANVA*. Amazon.

LaFontaine, D. (2014). *Social Media Design For Dummies*. Hoboken, Wiley. 1st ed.

Lupton, E. (2019). *El diseño como storytelling*. Barcelona, Gustavo Gili.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

15

Libro Digital

Descripción general de la asignatura

A través de esta asignatura aprenderás una nueva forma de entender el diseño editorial, gracias a las posibilidades que ofrecen las publicaciones digitales: nuevos formatos digitales, nuevas técnicas (interactividad, multimedia o texto ajustable) y maquetar para pantalla, todo ello dentro de Adobe InDesign.

Objetivos

Introducir nuevos formatos digitales. Entender y crear nuevas maquetas orientadas a pantalla. Aprender a aplicar las nuevas posibilidades que ofrece el libro digital, como interactividad y la integración de elementos multimedia. Aprender a crear publicaciones digitales interactivas con InDesign.

Competencias que se trabajan

Actuar con autonomía tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos.

Transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Unidades didácticas

- Ud.1. Introducción al libro digital.
- Ud.2. Del papel a la pantalla: caso real
- Ud.3. Tipos de ePUB
- Ud.4. La maqueta digital
- Ud.5. Creación de un ePUB: consideraciones previas
- Ud.6. Creación de un ePUB interactivo de maqueta fija
- Ud.7. Creación de un ePUB de maqueta ajustable

Distribución

Sesión 1. Introducción

Ud 1. Introducción al libro digital

- Importancia del libro digital
- Situación del libro digital en España
- Autoedición

Diseñar, dirigir y evaluar una idea de manera eficaz hasta concretarla en un proyecto dentro del ámbito del diseño gráfico y editorial.

Resultados de aprendizaje

- Identificar, formular y resolver problemas complejos, de manera autónoma, aplicando los principios de la disciplina.
- Evaluar, de manera crítica y constructiva, las ventajas y las oportunidades de diferentes soluciones a un mismo problema.
- Proponer soluciones creativas para responder satisfactoriamente a necesidades y problemas reales de la sociedad.

Conocimientos recomendados

Se recomienda tener conocimientos previos de Adobe InDesign, así como dominar el lenguaje y terminología propios del diseño editorial y la tipografía. ■

- Dispositivos de lectura
- Formatos digitales

Sesión 2. De lo analógico a lo digital

Ud 2. Del papel a la pantalla: caso real

- 2.1 Diferencias entre la versión impresa y la versión digital
- 3. Tipos de ePUB
- 3.1 ePUB ajustable
- 3.2 ePUB de maqueta fija

Sesión 3. El medio digital

Ud 4. La maqueta digital

- 4.1 Unidades de medida
- 4.2 Tipografía para pantalla
- 4.3 Uso de estilos
- 4.4 Espacio de color

- 4.5 Color de fondo
- 4.6 Maqueta digital: página única, márgenes, columnas, etc.
- 4.7 Tendencia digital
- 4.8 Usos de la interactividad y elementos multimedia
- 4.9 Navegación e Interfaz de usuario

Sesión 5. El libro electrónico consideraciones previas

Ud 5. Creación de un ePub: consideraciones previas

- 5.1 Programas útiles
- 5.2 Metadatos
- 5.3 Errores comunes
- 5.4 Tratamiento de imágenes
- 5.5 Tabla de contenidos
- 5.6 Preparar una portada

Sesión 6. El libro electrónico de maqueta fija

Ud 6. Creación de un ePub interactivo de maqueta fija

- 6.1 Nuevo documento para pantalla
- 6.2 Interactividad: hipervínculos
- 6.3 Interactividad: animaciones
- 6.4 Interactividad: botones
- 6.5 Interactividad: pop-ups
- 6.6 Interactividad: estados de objeto
- 6.7 Interactividad: multimedia

Sesión 7. El libro electrónico de maqueta ajustable

Ud 7. Creación de un ePub de maqueta ajustable

- 7.1 Controlar el orden de lectura
- 7.2 Espaciando el texto
- 7.3 Dividir documento
- 7.4 Uso de estilos
- 7.5 Listas y viñetas, capitulares y notas al pie
- 7.6 Posicionamiento de imágenes: anclar imágenes
- 7.7 Rasterización de elementos gráficos complejos

Evaluación

Proyecto 100%

Los estudiantes desarrollan un producto editorial de diseño en formato electrónico y único a partir de la realización de una serie de tareas y el uso efectivo de recursos.

bibliografía

Adell Español, F. (2016). *Edición en EPUB*. Editorial UOC.

Caldwell, C. (2018). *Diseño editorial: periódicos y revistas. Medios impresos y digitales*. Barcelona: Gustavo Gili. 2ª ed.

Castro, E. (2012). *Creación de eBooks en formato EPUB para iPad y otros lectores*. Anaya Multimedia.

Garrish, M. (2011). *What Is EPUB 3*. 1st edition, O'Reilly Media.

Garrish, M.; Sawyer, B. (2012). *Accessible EPUB 3*. 1st edition, O'Reilly Media Incorporated.

Lewis, A. (2016). *¿Quieres publicar una revista?: autoedición, diseño, creación y distribución de publicaciones independientes*. Barcelona; Naucalpan, México: Gustavo Gili.

Müller-Brockmann, J. (2012). *Sistemas de retículas: un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona; México: Gustavo Gili. 3ª ed.

Wang, S. (2022). *Nuevo diseño editorial: libros, revistas, y otros formatos*. Barcelona: Hoaki.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

16

Branding

Descripción general de la asignatura

Esta asignatura es una introducción a la estrategia creativa en la comunicación, desarrollando y poniendo en práctica diferentes claves para lograr una creatividad eficaz. En ella se profundiza en las técnicas utilizadas por un director de arte.

Objetivos

Manejar los fundamentos estratégicos de construcción de la imagen de marca. Establecer los criterios de comunicación visual convenientes para contribuir, desde la Dirección de Arte, a configurar el posicionamiento de marca deseado.

A través de la experimentación y el pensamiento creativo, aprenderás a desarrollar soluciones de *branding* sostenibles y originales, preparándote para superar los desafíos del mercado con ideas únicas.

Competencias que se trabajan

Colaborar eficazmente en equipos de trabajo, asumiendo responsabilidades y funciones de liderazgo y contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo.

Unidades didácticas

- Ud.1. Introducción: el *branding*
- Ud.2. Creación de marcas innovadoras
- Ud.3. Experimentación y pensamiento creativo
- Ud.4. *Product Journey*
- Ud.5. *Buyer persona*
- Ud.6. *Naming*
- Ud.7. Bocetos

Distribución

Sesión 1. Presentación de la asignatura y del reto.

Distribución de los grupos.

Ud 1. *Branding*

Ud 2. Creación de marcas innovadoras.

Utilizar las técnicas, habilidades y estrategias creativas para la generación de ideas.

Comunicarse de manera efectiva, tanto de forma oral como escrita, adaptándose a las características de la situación y de la audiencia.

Resultados de aprendizaje

Transmitir información relevante de productos industriales utilizando lenguajes formales, gráficos y simbólicos de forma apropiada.

- Creación de nombre y eslogan:
 - Plantear las características lingüísticas de la marca a partir del análisis del mercado del sector.
 - Diseñar una estrategia de comunicación coherente con los valores de la marca.
 - Comprender los requisitos y condicionantes establecidos en un briefing.
 - Contemplar soluciones de diseño bajo un marco social, cultural y económico concreto.

Conocimientos recomendados

No se requieren conocimientos previos para cursar esta asignatura. ■

- Estudio de tendencias.

Sesión 2. Estrategia.

- Storybrand

Ud 4. Definir: *Product Journey*.

Ud 5. *Buyer persona*.

Sesión 3. Naming

Ud 3. Técnicas creativas.

Ud 6. Estrategias creativas para la generación de nombres y eslóganes.

Sesión 4. Proceso creativo.

- Trabajo en grupo para la definición de la comunicación de marca.

Sesión 5. Bocetado.

Ud 7. Bocetos.

· Presentación.

Evaluación

Proyecto 100%. Se divide en 5 tareas prácticas:

- *Research*
- Estrategia
- *Naming*
- Proceso creativo
- Bocetado

bibliografía

Fog, K., et al. (2010). *Storytelling: Branding in Practice*. 2nd ed., Springer Berlin Heidelberg, <https://doi.org/10.1007/978-3-540-88349-4>. https://polibuscador.upv.es/permalink/34UPV_INST/j09esi/alma998367349703706

Namelix. *Business name generator*. <https://namelix.com/>

OEPM. (2025). <https://consultas2.oepm.es/clinmar/inicio.action>

Ries, E. (2013). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*.

Singh, S. (2025). *Marketing with AI for Dummies*.

First edition., John Wiley & Sons, Inc. https://polibuscador.upv.es/permalink/34UPV_INST/9jc5vs/alma998663993603706



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

17

Identidad Corporativa

Descripción general de la asignatura

Una marca debe comunicar. Durante esta asignatura conocerás los componentes, metodología y fases para el diseño de una marca y el desarrollo de su identidad visual mediante el diseño creativo de una guía de estilo que recoja las normas de la identidad visual corporativa: tamaño, colores, posición, versiones... Esta guía será el instrumento utilizado por todo aquél que deba aplicar posteriormente la marca.

Objetivos

Conocer la metodología para el desarrollo de un proyecto de identidad visual corporativa.

Crear y diseñar una marca y la guía de estilo de su identidad visual corporativa.

Adquirir la capacidad de síntesis visual y presentar la marca de manera creativa.

Competencias que se trabajan

Trabajo en equipo. Colaborar eficazmente en equipos de trabajo, asumiendo responsabilidades y funciones de liderazgo y contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo.

Unidades didácticas

- Ud. 1. Introducción a la identidad corporativa
- Ud. 2. Funciones de la marca
- Ud. 3. Tipos de marca
- Ud. 4. Elementos de la marca
- Ud. 5. Una marca eficaz
- Ud. 6. Claves en el diseño de marca
- Ud. 7. Errores en el diseño de marca
- Ud. 8. El manual de identidad visual corporativa
- Ud. 9. Aplicaciones

Distribución

Sesión 1. Presentación de la asignatura y del proyecto a realizar y, distribución de los grupos.

4
ECTS

16:00
21:00

Nereida
Tarazona

Manejo de herramientas de diseño que permitan una presentación creativa de la identidad visual.

Comunicación efectiva. Comunicar de manera coherente los valores de marca establecidos inicialmente.

Resultados de aprendizaje

- Transmitir información relevante de productos industriales utilizando lenguajes formales, gráficos y simbólicos de forma apropiada.
- Diseñar y desarrollar la identidad visual corporativa, planteando las características gráficas de la marca a partir del análisis del mercado del sector y comunicando sus valores.
- Establecer las normas de uso de la marca en una guía de estilo.
- Aplicar la identidad corporativa a productos de forma coherente.

Conocimientos recomendados

Photoshop, Illustrator e Indesign. Se recomienda haber cursado la asignatura de "Branding". ■

Ud. 1. Introducción a la identidad corporativa.

- Definición.
- Bocetos a mano desarrollados en la asignatura de *Branding*.

Sesión 2. Teoría.

Ud. 2. Funciones de la marca.

Ud. 3. Tipos de marca.

Ud. 4. Elementos de la marca .

Ud. 5. Una marca eficaz.

Ud. 6. Claves en el diseño de marca.

Ud. 7. Errores en el diseño de marca.

- Vectorización de las ideas en Illustrator.

Sesión 3. Teoría.

Ud 8. El manual de identidad visual corporativa.

Práctica:

- Selección de la marca vectorial.
- Desarrollo de la identidad visual
- Versiones de marca
- Tamaños mínimos
- Colores y tipografías
- Textura corporativa

Sesión 4. Continuación del desarrollo de la identidad visual.

Ud 8. El manual de identidad visual corporativa.

Sesión 5. Teoría

Ud 9. Aplicaciones.

Práctica:

- Diseño y desarrollo de aplicaciones:
 - Papelería
 - Iconografía web
 - Plantilla publicaciones RRSS
 - Packaging
 - Otras aplicaciones coherentes con la marca

Sesión 6. Desarrollo de aplicaciones. Pruebas de tamaños, colores y composiciones.

Ud 9. Aplicaciones.

Sesión 7. Desarrollo de aplicaciones. Preparación de los artes finales para su impresión.

Ud 9. Aplicaciones.

Sesión 8. Estudio de ejemplos de guías de estilo. Diseño y desarrollo de la guía de estilo.

Ud 9. Aplicaciones.

Sesión 9. Desarrollo de la guía de estilo.

Ud 8. El manual de identidad visual corporativa.

Sesión 10. Diseño de la presentación final del proceso de diseño de la marca y de la guía de estilo.

Evaluación

Proyecto 100%.

Se divide en 5 tareas prácticas:

- Bocetos a ordenador (Peso 10%). Trabajo Individual
- Marca definitiva (Peso 10%). Trabajo en Grupo
- Desarrollo de las normas básicas de la identidad visual (Peso 30%). Trabajo en Grupo
- Aplicaciones (Peso 30%). Trabajo en Grupo
- Presentación creativa (Peso 20%). Trabajo en Grupo

bibliografía

Airey, D. (2019). *Diseño de logos : la guía definitiva para crear la identidad visual de una marca*. 2a ed., Anaya Multimedia.

Airey, D. (2010). *Logo Design Love : A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. 1st edition, New Riders.

Carter, D. E. & D'Tallè, J. (1998). *LogoPower. Creating World-Class Logos and Effective Identifies*. Hearst Books International.

Evamy, M. (2007). *Logo*. Laurence King.

Hardy, G. (2011). *Smashing Logo Design: The Art of Creating Visual Identities*. 1st edition, Wiley.

Heller, S. & Anderson, G. (2019). *El libro de ideas para el diseño de logotipos: inspiración de la mano de 50 maestros*. Blume.

Logology (2017). Index Book.

Minguet, J.M. & Giménez, M. (2011). *Branding logos: from the first sketch final trademark*. Instituto Monsa de Ediciones.

Minguet, J.M. & Minguet, E. (2012). *Designing corporate identity*. Instituto Monsa de Ediciones.

Mono & Mono (2006). *Identidad corporativa: del brief a la solución final*. Gustavo Gili.

Nagasawa, H. (2007). *Logo Mondo*. Index Book.

UNE 54130-1:2016. *Directrices para la elaboración de un manual de identidad corporativa orientado a la producción gráfica*. Aenor.

Ries, A., Ries, L. (2001) *Las 22 leyes inmutables de la marca : cómo convertir un producto o un servicio en una marca mundial*. McGraw-Hill/Interamericana de España.

Sánchez Herrera, J., Pintado Blanco, T. (2013). *Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial*. 2a ed., rev.act., ESIC.

Soto, D. de. (2020). *Lo que hay que saber sobre el diseño de identidad corporativa: para desenvolverte como los que conocen todos sus entresijos*. Hoaki.

Wang, S. (2019). *Fully Visualized: Branding Stories*. Gingko Press.

Wiedemann, J. (2009). *Brand identity now!* Taschen.

Wheeler, A. (2018). *Diseño de marcas: una guía esencial para todo equipo de creativos de marcas*. 5a ed., Anaya Multimedia.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

18

Diseño Web y Comunicación Online

Descripción general de la asignatura

Esta asignatura te permitirá aprender a diseñar una web desde cero mediante el uso del gestor de contenidos WordPress.

Objetivos

Aprender cuáles son las herramientas y el proceso de trabajo que debemos seguir para crear una web estratégica que cumpla con nuestros objetivos. Entender los roles de los diferentes profesionales que intervienen en el proceso de diseño y desarrollo de una web. Conocer las herramientas disponibles para diseñar una web y saber elegir la más adecuada según el proyecto. Reflexionar sobre la importancia del diseño responsive para que nuestras webs se adapten a la mayor parte de dispositivos. Aprender a integrar diferentes plataformas y herramientas de terceros para potenciar la comunicación online y el alcance de nuestra web.

Competencias que se trabajan

Colaborar eficazmente en equipos de trabajo, asumiendo responsabilidades y funciones de liderazgo y contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo.

Unidades didácticas

- Ud.1. Qué es el diseño web
- Ud.2. Herramientas para crear una web
- Ud.3. Diseño y experiencia de usuario
- Ud.4. Arquitectura de la información y navegación
- Ud.5. Flujo de trabajo en diseño web
- Ud.6. Diseño responsive
- Ud.7. Comunicación online

Distribución

A lo largo de las sesiones de clase se plantearán las diferentes fases del desarrollo del proyecto web

Capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Utilizar adecuadamente en la praxis, las herramientas y medios informáticos empleados y desarrollados para trabajar proyectos de diseño.

Resultados de aprendizaje

- Identificar nuevos retos, proyectos u oportunidades de mejora en el ámbito de la disciplina alineados con tendencias y avances futuros.
- Proponer soluciones creativas para responder satisfactoriamente a necesidades y problemas reales de la sociedad.
- Demostrar destreza en la comunicación digital utilizando medios de apoyo variados y adaptados a la situación y a la audiencia.

Conocimientos recomendados

Se recomienda tener conocimientos de Branding e Identidad Visual Corporativa. ■

corporativo. Se definirán tanto la estructura de navegación como la definición y estructuración de los contenidos.

Sesión 1. Definición y conceptos clave.

Ud 1. Qué es el diseño web.

Ud 2. Herramientas para crear una web.

Sesión 2. La estructura.

Definición de la estructura de navegación de la web corporativa.

Ud 2. Herramientas para crear una web.

Sesión 3. Diseño y usuario.

Ud 3. Diseño y experiencia de usuario.

Sesión 4. Gestión del contenido primera parte.

Ud 4. Arquitectura de la información y navegación.

Sesión 5. Gestión del contenido segunda parte.

Ud 4. Arquitectura de la información y navegación.

Ud 6. Flujo de trabajo en diseño web.

Sesión 6. Adaptabilidad.

Ud 6. Diseño responsive.

Ud 7. Comunicación online.

· Presentación del proyecto web corporativo.

Evaluación

Proyecto 100%

Desarrollan un proyecto web a partir de la personalización de una plantilla mediante el gestor de contenidos.

bibliografía

Apple. (2021). *Human Interface Guidelines*.

Beaird, J. (2010). *The Principles of Beautiful Web Design*. SitePoint.

Frost, B. (2016). *Atomic Design*. CreateSpace Independent Publishing.

Google. (2021). *Material Design Guidelines*.

Humberstone, F. (2016). *How to Style Your Brand*. Copper Beech Press.

Humberstone, F. (2017). *Brand Brilliance*. Copper Beech Press.

Kadavy, D. (2011). *Design for Hackers: Reverse Engineering Beauty*.

Krug, S. (2015). *No me hagas pensar: Una aproximación a la usabilidad en la web*.

Krug, S. (2010). *Haz fácil lo imposible: Una estrategia de sentido común para mejorar la usabilidad de cualquier cosa*.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Guía de principios universales de diseño*.

Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*.

Martínez Rolán, X.; Tellado, F. (2019). *Diseño de páginas web : WordPress para todos los públicos*. Editorial UOC.

Microsoft (2017). *Fluent Design System*.

Norman, D. (2013). *El diseño de los objetos cotidianos*. MIT Press.

Pardo Niebla, M. (2013). *Guía visual de creación y diseño web*. Anaya Multimedia.

Ratnayake, R.N. (2020). *WordPress 5 Cookbook : Actionable Solutions to Common Problems When Building Websites with WordPress*. 1st edition, Packt.

Tellado, F. (2022). *WordPress 6 : creación web gratis*. Anaya Multimedia.

W3C. (2018). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1*.



19

Proyecto Expositivo

Descripción general de la asignatura

Desarrollarás habilidades para llevar a cabo el control y gestión de la calidad en un proyecto gráfico real para el montaje de una exposición. Trabajarás en equipo durante todo el módulo para conseguir de forma grupal los objetivos fijados.

Objetivos

Aprenderás a trabajar en equipo mediante la asignación de roles como si se tratara de un estudio de diseño. El objetivo final es llegar a montar una exposición en un espacio expositivo de prestigio, desde la concepción de la idea hasta la producción gráfica de todos los soportes necesarios: montaje, catalogación de obras, diseño y maquetación de catálogo y comunicación y publicidad.

Competencias que se trabajan

Colaborar eficazmente en equipos de trabajo, asumiendo responsabilidades y funciones de liderazgo y contribuyendo a la mejora y desarrollo colectivo.

Actuar con autonomía en el aprendizaje, tomando decisiones fundamentadas en diferentes contextos, emitiendo juicios en base a la experimentación y el análisis y transfiriendo el conocimiento a nuevas situaciones.

3 ECTS 16:30 - 20:30 Jimena González-del Río
Nereida Tarazona

Innovar para responder satisfactoriamente y de forma original a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales con una actitud emprendedora dentro del ámbito del diseño y las tecnologías creativas.

Elaborar, gestionar e implementar un proyecto asociado a las industrias culturales y creativas tanto individual como colectivo.

Resultados de aprendizaje

- Funcionar eficazmente en un equipo cuyos miembros juntos brinden liderazgo y creen un entorno colaborativo e inclusivo en la organización y coordinación del trabajo.
- Identificar los roles y destrezas para operar en equipos multidisciplinares con diferentes perfiles profesionales.
- Colaborar de manera proactiva en el desarrollo del trabajo, estableciendo metas y cumpliendo objetivos.
- Contribuir a la búsqueda de soluciones a retos o proyectos, demostrando empatía y asertividad a la hora de compartir ideas, reflexiones y argumentos en el seno del trabajo colaborativo.

Conocimientos recomendados

Es necesario manejar herramientas de diseño vectorial, tratamiento de la imagen y maquetación. ■

Unidades didácticas

- Ud.1. Introducción. El proyecto expositivo
- Ud.2. El comisariado
- Ud.3. Definición y redacción del encargo
- Ud.4. La planificación de un proyecto expositivo
- Ud.5. Las obras
- Ud.6. El montaje

Distribución

Sesión 1. Gestión de un proyecto expositivo.

Ud 1. Introducción. El proyecto expositivo

- Definición
- Características
- Objetivos
- Identidad visual del proyecto

Sesión 2. Flujos de trabajo

Ud 2. El comisariado

- Funciones
- Responsabilidades

Sesión 3. El encargo

Ud 3. Definición y redacción del encargo

- *Briefing*
- Condicionantes
- El espacio expositivo

Sesión 4. Planificación y calendario

Ud 4. La planificación de un proyecto expositivo

- Definición de equipos y roles
- Fases y planificación
- Calendario, cronograma y control de tiempos
- Definición de soportes de comunicación

Sesión 5. Realización primera parte

Ud 4. La planificación de un proyecto expositivo

- El catálogo y su contenido

Ud.5. Las obras

- Selección de obras
- Optimización de las obras

Sesión 6. Realización segunda parte

Ud 4. La planificación de un proyecto expositivo

- Aplicación de la identidad visual a los soportes de comunicación

Ud.5. Las obras

- Las obras y el espacio expositivo

Sesión 7. Implementación y montaje

Ud.6. El montaje

- Configuración del espacio expositivo
- La iluminación
- Montaje y distribución
- La inauguración

Evaluación

Proyecto 50%

desarrollo de un proyecto expositivo en grupo mediante la realización de una serie de tareas y el uso efectivo de recursos.

Observación 50%

Ejecución de una serie de tareas coordinadas y asignadas por roles.

bibliografía

- Ampuero-Canellas, O., Tarazona-Belenguer, N., Gonzalez-del-Rio, J., & Jorda-Albiñana, B. (2018). "Merchandising en museos: ¿educación, cultura o simple negocio?". *EME Experimental Illustration, Art & Design*, (6), 92-101.
- Belcher, M. (1997). *Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo*. Gijón, Trea.
- Cano, F. J. C. (2012). Espacios expositivos virtuales: Proyecto UMUSEO, una nueva opción para la difusión artística. *Virtual Archaeology Review*, 3(7), 44-49.
- del Campo Cañizares, E. (2012). "Diseño expositivo y museografía didáctica en los espacios de arte". *ASRI: Arte y sociedad. Revista de investigación*, (1), 24-14.
- Godfrey, J. (2008). *Diseño de catálogos y folletos 5*. Barcelona, Gustavo Gili.
- Locker, P. (2011). *Diseño de exposiciones*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. 1st ed.
- Navarro, V. N., & Jara, M. I. D. V. Y. (2023). "Museos, diseño expositivo y laboratorios artísticos como espacios de comunicación: proyecto menudo punto". *grafica*, 01-13.
- Rico, J.C. (1994). *Museos. Arquitectura. Arte los espacios expositivos*. Madrid, Sílex.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

m | a | g *máster
en artes
gráficas*

00 Trabajo Fin de Máster (TFM)

Descripción

El TFM es un proyecto único y original relacionado con el diseño gráfico, requisito necesario para la obtención del título. En él deberás aplicar los conocimientos y competencias adquiridas en las asignaturas cursadas a lo largo del Máster.

Objetivos

El objetivo final es obtener el título de Máster de Formación Permanente en Artes Gráficas, certificando la adquisición de las competencias y los resultados de aprendizaje.

Competencias que se trabajan

Innovar para responder satisfactoriamente y de forma original a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales con una actitud emprendedora dentro del ámbito del diseño.

Comunicarse de manera efectiva, tanto de forma oral como escrita, adaptándose a las características de la situación y de la audiencia.



Procedimiento

1. Selección del tema del proyecto.

Los trabajos deberán ser originales y estar relacionados con los contenidos de alguna de las asignaturas impartidas durante el curso académico en el MAG de la UPV. Podrán tener un enfoque práctico/profesional o teórico/investigador.

2. Solicitud de aprobación del tema del proyecto a la dirección del máster.

Las temáticas de los TFM deberán someterse a la aprobación previa por parte de la Dirección del Máster, para lo cual el interesado presentará la "Solicitud de aprobación de tema de TFM". En ella, deberá incluir un

Utilizar recursos gráficos y plásticos para dar soluciones estéticas de calidad a problemas de comunicación

Resultados de aprendizaje

- Estructurar el discurso para favorecer la comprensión de los objetivos, acciones y/o resultados de un trabajo propio.
- Comunicar y argumentar eficazmente, adaptando la organización de contenidos y el uso del lenguaje, verbal y no verbal, a diversas situaciones y/o ante diversas audiencias.
- Demostrar destreza en la comunicación digital utilizando medios de apoyo variados y adaptados a la situación y a la audiencia.
- Proponer soluciones creativas para responder satisfactoriamente a necesidades y problemas reales de la sociedad.
- Demostrar una actitud emprendedora en el diseño, desarrollo y ejecución de soluciones que supongan una novedad o avance en el ámbito de la disciplina.

Requisitos

Haber cursado y superado todas las asignaturas obligatorias del Máster en Formación Permanente en Artes Gráficas. ■

breve resumen del trabajo a realizar donde se exponga el objeto del mismo. Lo enviará firmado por correo electrónico a: info@mag.upv.es

3. Realización del proyecto.

(Plazo máximo recomendado: 3 meses).

Tras la finalización del proyecto y una vez superadas las asignaturas del título, el alumno deberá presentar un TFM. El plazo máximo para su presentación es de 3 años a partir de la finalización de las clases.

El alumno enviará el TFM en formato digital (PDF) a info@mag.upv.es. En el caso de tratarse de una publicación impresa, packaging u otro proyecto, cuyas características físicas sean importantes para la evaluación del TFM,

7
ECTS

70
Horas

el alumno deberá entregar también un ejemplar físico (maqueta o prototipo) en la secretaría del MAG.

4. Defensa presencial.

- El alumno contará con 10 minutos para exponer su proyecto.
- Los tribunales calificarán los trabajos de 0 a 10 puntos. En caso de obtener una puntuación inferior a los 5 puntos, el alumno deberá esperar a la siguiente convocatoria del Máster para la presentación de un nuevo trabajo.
- La calificación obtenida será comunicada al alumno en el momento del acto de defensa.

4.1. Propuesta de Tribunal.

El tribunal será designado por la dirección del Máster y se notificará al alumno por correo electrónico junto al teléfono, fecha, lugar y hora de la defensa.

5. Solicitud del TP al Centro de Formación Permanente.

Una vez obtenida una evaluación positiva en la defensa del trabajo, la secretaría del título se encargará de cumplimentar la solicitud del título y presentarla al Centro de Formación Permanente (CFP), responsable de la tramitación de las solicitudes.

6. Entrega del título.

En el momento en que la secretaría del MAG tenga el título en su poder, informará al alumno por correo electrónico para que acuda al despacho de la secretaría del MAG a retirarlo.

Presentación

1. Formato memoria TFM.

El formato de la memoria será máximo A4. A doble cara, texto en un cuerpo no mayor de 11 puntos y una interlinea no mayor del 20% del cuerpo, márgenes no inferiores a 15mm. El diseño y composición de la maqueta es libre.

2. Presentación y defensa oral.

Para la evaluación de la tesina el alumno deberá hacer una defensa oral de su TFM. El documento de presentación del proyecto deberá estar en formato PDF para pantalla (1920x1080 px) y se enviará previamente al día de la defensa, por correo electrónico (info@mag.upv.es) a la secretaría del MAG.

3. Datos obligatorios que deben aparecer en las portadas (del TFM y de la presentación).

En la portada de la memoria (tanto si es digital como si es impresa) deberán incluirse los siguientes datos:

- Trabajo Fin de Master.
- Título.
- Nombre completo del alumno/a.
- Fecha (mes/año).
- Logos de la UPV, MAG y ETSIADI (Se podrán solicitar en formato vectorial a la secretaría del master).

4. Extensión.

La extensión aproximada del TFM será de unos 60 folios. Y la presentación no superará los 15 minutos.

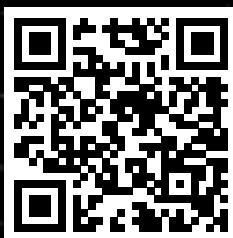
5. Referencias y recursos.

La bibliografía consultada y utilizada para redactar la tesina deberá estar correctamente referenciada (Normas APA). Las imágenes, gráficos, ilustraciones... que se utilicen, deberán estar o libres de derechos, haber sido elaboradas por el propio autor del trabajo o estar correctamente referenciadas.

Evaluación

Proyecto 80%

Presentación oral 20%



mag.upv.es