

## **Guía Docente**

***MÓDULO I: BASES PARA LA COMUNICACIÓN VISUAL***

***TRIMESTRE: PRIMERO Y TERCERO***

***MÁSTER UNIVERSITARIO EN DISEÑO GRÁFICO DE LA  
COMUNICACIÓN***

***MODALIDAD: PRESENCIAL***

***CURSO 2016/2017***

***FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN***

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

### 1.- MÓDULO:

Nombre: BASES PARA LA COMUNICACIÓN VISUAL		
Código: FG11		
Máster en que se imparte el módulo: MÁSTER UNIVERSITARIO EN DISEÑO GRÁFICO DE LA COMUNICACIÓN	Semestre(s) en el que se imparte: Primero y Tercero	
Carácter: Obligatorio	ECTS: 12	Horas ECTS: 300 h.
Idioma: Castellano	Modalidad: Presencial	
Facultad en la que se imparte la titulación: FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN		

### 2.- ORGANIZACIÓN DEL MÓDULO:

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad
Área de conocimiento: Ciencias sociales y jurídicas

## 2. PROFESORADO DEL MÓDULO

### 1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

Responsable de Módulo	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. Ángel Bartolomé Muñoz de Luna
Tlfno (ext):	911310100
Email:	abartolome@ceu.es
Despacho:	Despacho 4, 3º planta
Perfil Docente e Investigador	Doctor por la Universidad San Pablo CEU
Líneas de Investigación:	Creative problema solving. Creatividad. Diseño Gráfico. Diseño de Marca.

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. Gabriel Galdón López
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	galdonlo@ceu.es

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. Luis Conde

Tlfn (ext):	911 310 100
Email:	lconde.profesor@tracor.es

<b>Profesores</b>	<b>DATOS DE CONTACTO</b>
Nombre:	Dr. Fernando Rey
Tlfn (ext):	911 310 100
Email:	frey.profesor@tracor.es

<b>Profesores</b>	<b>DATOS DE CONTACTO</b>
Nombre:	Dña. Laura Reyero
Tlfn (ext):	911 310 100
Email:	lreyero.profesor@tracor.es

## 2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas a la asignatura, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail, del teléfono y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno.

## 3. DESCRIPCIÓN DEL MÓDULO

El primer módulo, "Bases para la Comunicación Visual", persigue dotar al alumno con las bases de conocimiento que le permitan comprender y analizar de forma crítica el papel del diseño gráfico y de la comunicación visual: su evolución e historia, bases y fundamentos, su integración dentro de las estructuras sociales, económicas y culturales en las que se mueven las empresas, con capacidad para cuestionarse los diferentes asuntos éticos relacionados con la comunicación.

## 4. COMPETENCIAS

### 1.- COMPETENCIAS:

Código	Competencias Básicas y Generales
A	Capacidad para conceptualizar y comunicar visualmente la información.
B	Capacidad de análisis y de síntesis.
C	Capacidad de organización y planificación.
D	Capacidad para resolver problemas aplicados a la resolución de proyectos.
E	Comunicación oral y escrita.
F	Conocimientos básicos de informática relacionados con el diseño gráfico.
H	Capacidad para trabajar en equipo.

I	Capacidad crítica y autocrítica.
J	Capacidad para aprender de forma autónoma.
K	Capacidad para comunicar y defender proyectos.
L	Sensibilidad estética.
M	Compromiso ético.
N	Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones
O	Compromiso con la calidad y el cuidado por el detalle
P	Capacidad para desarrollar la creatividad.
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7	Capacidad para entender la ética de la comunicación como un marco de acción para el buen ejercicio profesional. Capacidad para analizar con conciencia crítica y poner en práctica responsablemente los principios, valores y normas de conducta que caracterizan el ejercicio humano y profesional de la comunicación visual.
CB8	Capacidad para comprender la evolución del diseño gráfico en relación con las Artes Visuales contemporáneas. Capacidad para el autoaprendizaje mediante el fomento de la lectura especializada con el fin de entender las distintas formas y corrientes de la comunicación visual. Desarrollar el interés del alumno por la cultura visual a través de la generación de criterio como capacidad crítica.
CB9	Capacidad para conocer y desarrollar habilidades para incorporar y canalizar de manera sistemática el pensamiento creativo relacionado con la comunicación visual.
CB10	Capacidad para poder abordar procesos de creación gráfica mediante la comprensión de los elementos básicos del diseño gráfico y la comunicación visual, que se fragmentan en conocimientos específicos sobre forma, tipografía, color, composición e imagen.

Código	Competencias Específicas
CE1	Capacidad para entender los conceptos básicos de informática gráfica que afectan al diseño y la comunicación visual.
CE2	Capacidad para entender la ética de la comunicación como un marco de acción para el buen ejercicio profesional. Capacidad para analizar con conciencia crítica y poner en práctica responsablemente los principios, valores y normas de conducta que caracterizan el ejercicio humano y profesional de la comunicación visual.
CE3	Capacidad para comprender la evolución del diseño gráfico en relación con las Artes Visuales contemporáneas. Capacidad para el autoaprendizaje mediante el fomento de la lectura especializada con el fin de entender las distintas formas y corrientes de la comunicación visual. Desarrollar el interés del alumno por la cultura visual a través de la generación de criterio como capacidad crítica.
CE4	Capacidad para conocer y desarrollar habilidades para incorporar y canalizar de manera sistemática el pensamiento creativo relacionado con la comunicación visual.
CE5	Capacidad para poder abordar procesos de creación gráfica mediante la comprensión de los elementos básicos del diseño gráfico y la comunicación visual, que se fragmentan en conocimientos específicos sobre forma, tipografía, color, composición e imagen.
CE6	Capacidad para comprender las nuevas estrategias de comunicación basadas en la red colaborativa y participativa.
CE7	Capacidad para comprender y entender el posicionamiento estratégico de la empresa e

	instituciones; los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que condicionan su entorno; su filosofía y valores de marca; el perfil y características de su público objetivo, etc. Capacidad para integrar de manera consistente esos conocimientos con el mensaje visual producto de su trabajo.
--	---

## 2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Código	Resultados de Aprendizaje
RE1	Conocimiento básico de tecnologías específicas de hardware y software necesarias para el diseño por ordenador. Conocimiento básico sobre sistemas operativos. Conocimiento sobre la imagen digital y su procesamiento interno por el ordenador. Conocimiento de los formatos de almacenamiento de imágenes y los distintos tipos de ficheros gráficos así como sus requerimientos para el óptimo funcionamiento del sistema. Conocimiento básico de comunicaciones entre ordenadores y redes locales e Internet.
RE2	Conocimientos de códigos deontológicos de la profesión. Diferenciar valores inmersos en los mensajes e imágenes comunicativos para aprender a transmitirlos en el ejercicio profesional. Adquirir los elementos necesarios que permitan delimitar las acciones éticamente en el ámbito de la comunicación.
RE3	Conocimiento de las distintas corrientes teóricas del diseño visual contemporáneo
RE4	Conocimiento de las técnicas y procesos de generación de ideas.
RE5	Conocimiento de los principios y elementos del diseño. Conocimiento de la forma y sus elementos básicos. Conocimiento sobre la naturaleza del color, significación en el diseño y sus códigos cromáticos. Conocimiento de los elementos de la tipografía, su evolución en la historia, su simbología asociada y las familias tipográficas. Conocimiento de la imagen y fotografía como parte del conjunto de elementos comunicacionales que intervienen en el diseño; conocimiento de tipologías de imágenes.
RE6	Creación de un blog. Conocimientos sobre distintos servicios de la llamada "Web 2.0". Desarrollo de una estrategia sencilla de comunicación online apoyándose en nuevos servicios de Internet.
RE7	Conocimiento de herramientas para el análisis externo e interno de la empresa. Conocimiento de herramientas de análisis competitivo. Conocimiento sobre análisis y segmentación de públicos objetivos. Conocimientos sobre la estrategia competitiva, valores y filosofía de empresa y los atributos de una marca. Conocimiento del proceso y elementos del plan de Marketing.

## 5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

### 1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas del Módulo	300 h.
------------------------	--------

  

Código	Nombre	Horas Presenciales
AF1	Sesiones teóricas	65 h.
AF2	Sesiones prácticas	55 h.
AF3	Presentaciones y tutorías	30 h.
TOTAL Horas Presenciales		150 h.

Código	Nombre	Horas No Presenciales
AF4	Trabajo individual	60 h.
AF5	Trabajo grupal	90 h.
TOTAL Trabajo Autónomo del Estudiante		150 h.

## 2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
<b>AF1</b> <b>Sesiones teóricas</b>	Sesiones teóricas (clases magistrales y seminarios).
<b>AF2</b> <b>Sesiones Prácticas</b>	Sesiones prácticas (actividades en grupo relativas a prácticas de análisis y debates de casos prácticos, a través de textos, libros o casos ya escritos).
<b>AF3</b> <b>Presentaciones y tutorías</b>	Presentaciones, pruebas y tutorías (presentación y defensa de trabajos realizados ante resto de compañeros, pruebas de evaluación y tutorías individuales o grupales)..
<b>AF4</b> <b>Trabajo individual</b>	Trabajo individual del alumno. Búsqueda de documentación, lecturas, desarrollo de piezas gráficas por ordenador, desarrollo de su portfolio)
<b>AF5</b> <b>Trabajo grupal</b>	Trabajos a realizar en grupo (equipos de trabajo).

## 6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### 1.- ASISTENCIA A CLASE:

- La asistencia a clase es obligatoria

### 2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

CONVOCATORIA ORDINARIA (Evaluación Continua)		
Código	Nombre	Peso
SE1	Participación	20%
SE2	Trabajos teórico-prácticos	30%
SE3	Trabajo o Prueba final	50%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Código	Nombre	Peso
SE3	Trabajo o Prueba final	100%

### 3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Sistemas de Evaluación	Definición
<b>SE1 Participación</b>	Participación cualitativa del alumno en clase.
<b>SE2 Trabajos teórico-prácticos</b>	Trabajos teórico-prácticos presentados, tanto individuales como en equipo, durante el desarrollo de la materia
<b>SE3 Trabajo o prueba final</b>	Trabajo o Prueba final de evaluación.

## 7. MATERIAS DEL MÓDULO

### 1.- PROGRAMA DEL MÓDULO:

#### **BASES DE INFORMÁTICA GRÁFICA**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- Los fundamentos de comunicación y las plataformas para Informática Gráfica.
- Las plataformas y dispositivos de hardware orientados al procesamiento de imágenes.
- Los Fundamentos de Imágenes Digitales: conceptos de imágenes digitales, cuantificación de volumen de información y sus implicaciones y formatos de imágenes y su transformación: JPEG, TIFF, GIF, PSD, PNG,...

##### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- Prácticas con diversos sistemas operativos (MAC OS, Windows...).
- Transformación de formatos de imágenes gráficas para diferentes aplicaciones (Web, móvil, impresión...).
- Práctica con redes locales (funcionamientos, comunicación...).
- Análisis de diferentes tipos de hardware.
- Transformación de formatos de imágenes gráficas para diferentes aplicaciones (Web, móvil, impresión...).

#### **ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

Como "el obrar sigue al ser", lo primero es aclararse con lo que es y no es la ética para, a renglón seguido, dilucidar la naturaleza ética de la comunicación y qué exigencias conlleva esa naturaleza en el quehacer de los comunicadores y, en tercer lugar, analizar las consecuencias que el obrar o no de acuerdo con un sentido ético en la comunicación tiene en el propio comunicador visual, en la empresa donde trabaja y en la sociedad. Se pretende conseguir que el alumno retome el hábito de la reflexión prudencial a la hora del planteamiento personal y comunicacional general, y de la realización de cada acto comunicativo.

#### **PROGRAMA DE PRACTIVAS:**

- Reflexión entorno a los principios éticos fundamentales que hay que tener en cuenta a la hora de realizar cualquier comunicación informativa.
- Decálogo final entorno a los aspectos éticos fundamentales aplicados al diseño gráfico de la comunicación.

#### **HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

El objetivo de esta materia es comprender el significado del diseño gráfico actual en la perspectiva de la historia del diseño. Mediante un repaso básico de la historia del diseño gráfico se pretende despertar en los alumnos el interés por la lectura y búsqueda de los antecedentes y sustento del diseño visual actual.

##### **PROGRAMA DE PRACTIVAS:**

- Diseño de identidad corporativa entorno a los conocimientos históricos del diseño impartidos.
- Análisis crítico de marcas e infografías sobre la expansión del diseño gráfico en el mundo contemporáneo.

#### **FUNDAMENTOS DE LA CREATIVIDAD**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- Funcionalidad de la Creatividad.
- El concepto, definición y connotaciones de la creatividad.
- El sujeto creativo, el proceso creativo y el producto creativo.
- La creatividad como actividad comunicativa: teorías sobre la creatividad.
- Creatividad, ventaja competitiva.
- Las diferentes técnicas de creatividad.
- Pensamiento lateral.
- El mindmapping aplicado a la vida profesional y a la personal.
- Visual Thinking: El boceto como herramienta principal de la visualización perceptual, mental y gráfica. Fluidez de ideas.

##### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- Creación de un nuevo producto, utilizando las técnicas creativas estudiadas en la clase.
- Creación de una mini-campaña de publicidad para un producto.

#### **FUNDAMENTOS DE DISEÑO GRÁFICO Y ELEMENTOS DE LAS ARTES VISUALES**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- Principios y Elementos del diseño.
- La forma y sus elementos básicos.
- La imagen. Antecedentes. La percepción visual.
- La naturaleza del color. Significados y Códigos cromáticos.
- La naturaleza del color. Significados y Códigos cromáticos.
- La composición. La proporción áurea.
- La Composición y la sintaxis de los elementos gráficos.
- Introducción a la Tipografía.
- El encuadre.
- Tipografía y lenguaje.
- Tipoiconografía.
- Composición Tipográfica.

### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- Ejercicio de creación y modificación de una tipografía.
- Ejercicio sobre forma y composición.
- Ejercicios de aplicación de los recursos formales planteados en la teoría.
- Ejercicio sobre la utilización del color en diseño y sus interacciones (malos usos, aplicaciones correctas...).
- Ejercicio práctico que refuerce los conceptos de collage, fotomontaje, junto con brillo, contraste, tono y saturación.
- Ejercicios de tipoiconografía, tipografía,
- Reordenación de imágenes y composición: retícula.

### **FUNDAMENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN**

#### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- Introducción al concepto de marketing: marketing operativo y marketing estratégico. Marketing Mix. Aplicaciones del marketing.
- Inteligencia de Marketing. Investigación de mercados.
- La Marca, creación, desarrollo y actualización. Estrategia de marca
- Estrategia y política de producto. Estrategia y política de precio
- Estrategia y política de comunicación.
- Análisis externo e interno. La ventaja competitiva y sistemas de evaluación.
- Las 4 P's: Producto, Precio, Distribución y Comunicación.
- Las 3 P's de servicios: People, Process, Physical Evidence.
- Plan de marketing. Plan de Comunicación.

#### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- Marketing Mix
- Investigación de mercados.
- Creación de marca.
- Plan de marketing y estrategia de comunicación de una empresa a seleccionar.

### **COMUNICACIÓN CON LOS NUEVOS MEDIOS**

#### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- Conceptos básicos de la Web 2.0: estructurar y conocer los principales servicios de comunicación en Internet, y debatir casos de éxito conocidos.
- Los posibles objetivos de uso, ventajas y amenazas.
- El arsenal 2.0: Web 2.0,
- Blogs y microblogs, redes sociales, comunidades verticales, Networking, plataformas de video y audio. Perfiles implicados en la comunicación 2.0.
- El Social Media Plan: planificación general de una acción 2.0/social/digital.

#### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- Ejercicios de inmersión posterior en la Web 2.0.: su análisis y desarrollo de una estrategia sencilla de comunicación online.
- Integración de una marca en el entorno social media y 2.0 en el que se mueve nuestro target.
- Creación de blog.
- Presentación y defensa de ejercicios y trabajos realizados ante el resto de compañeros, pruebas de evaluación y tutorías grupales.

## **8. BIBLIOGRAFÍA DEL MÓDULO**

### **1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

#### BASES DE INFORMÁTICA GRÁFICA

Plasencia López, Z.: *Introducción a la Informática*, Guías Prácticas ANAYA MULTIMEDIA, 2010. Silberchatz A.; Gagne G.; Galin P.: *Fundamentos de Sistemas Operativos*, Editorial McGraw Hill, 2009.

#### ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Gabriel G.: *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*, Pamplona, EUNSA, 2006.  
Lucienne, R.: *Good: Ética en el Diseño Gráfico*, Index Book, 2009.

#### HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL

Pevsner, Nikolaus: *Los orígenes de la arquitectura y el diseño modernos*, Barcelona, Ediciones Destino / Thames and Hudson, 1992.

Pelta, R.: *Diseñar hoy*, Barcelona, Paidós, 2004

Smutzler, R.: *El Modernismo*, Madrid, Alianza Editorial, 1985

Aicher, O.: *El mundo como proyecto*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994.

#### FUNDAMENTOS DE LA CREATIVIDAD

Arroyo Alamraz, I: *La profesión de crear. Creatividad e investigación publicitarias*, Madrid, Laberinto Comunicación, 2006.

Navarro Gutiérrez, C.: *Creatividad Publicitaria Eficaz*, Madrid, Esic, 2006.

De Bono, E.: *Pensamiento Lateral. Manual de Creatividad*, Buenos Aires, Paidós, 1986.

#### FUNDAMENTOS DE DISEÑO GRÁFICO Y ELEMENTOS DE LAS ARTES VISUALES

Bierut, M.; Heller, S.; Poynor, R.: *Fundamentos de Diseño Gráfico*, Infinito, 2009.

Meyer, S.: *Tratamiento del color. Guía para diseñadores gráficos*. Ed.GG, 2009.

Simmons, J.: *Manual del diseñador*, Index Book, 2009.

Newark, Q.: *Que es el diseño gráfico*, Gustavo Gili, 2005

Samara, T.: *Los Elementos del Diseño*, Gustavo Gili, 2008

Ambrose, H.: *Fundamentos del Diseño*, Parramón, 2009

Arnheim, R.: *Arte y Percepción Visual*, Alianza Forma, 1995.

#### FUNDAMENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Osterwalder, A., Pigneur, Y.: *Generación de modelos de negocio*, Deusto, 2010.

Kotler, P.: *Dirección de Marketing*, Prentice-Hall, 1993.

Kotler, Philip: *Marketing Management*, Prentice Hall, 1990.

Lambin, J.J.: *Marketing Estratégico*, McGraw-Hill, Madrid, 2003

#### COMUNICACIÓN EN LOS NUEVOS MEDIOS

Bono, E.: *El pensamiento creativo*, Paidós.

Kaushik, A.: *Analítica web 2.0*, Gestión, 2000.

## 2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

#### BASES DE INFORMÁTICA GRÁFICA

Hrair Aldermeshian, Thomas B. London: *Redes locales y Seguridad Digital*, London, ANAYA MULTIMEDIA  
Raya Cabrera, José Luis: *Implantación de Sistemas Operativos*, Editorial Ra-Ma, 2010.  
Mehan, Lee: *Edición Digital de la imagen fotográfica*, Primera edición, Libros BLUME, 2009.

#### ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Agejas, J. A. y Serrano, J. F.: *Ética de la comunicación y de la información*, Barcelona, Ariel, 2003.

Aznar, H.: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*, Barcelona, Ariel, 2005.

Brajnovic, L.: *Deontología periodística*, Pamplona, EUNSA, 1998.

#### HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL

"Dormer, P.: *Diseñadores del siglo XX*, Barcelona, Biblioteca CRAC (diseño ), 1993.

Droste, Magdalena: *Bauhaus: 1919-1933*, Berlín, Benedikt Taschen Verlag, 1990.

Satué, E.: *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*, Madrid, Alianza Editorial, 1992.

#### FUNDAMENTOS DE LA CREATIVIDAD

Fernández Romero, A.: *Creatividad e innovación en empresas y organizaciones. Técnicas para la resolución de problemas*, Madrid, Díaz de Santos, 2005.

Baños, M.: *Creatividad y publicidad*, Madrid, Laberinto, 2001.

Romero, M. V.: *Lenguaje Publicitario*, Barcelona, Ariel Comunicación, 2005.

#### FUNDAMENTOS DE DISEÑO GRÁFICO Y ELEMENTOS DE LAS ARTES VISUALES

Albers, J.: *La interacción del color*, Alianza Editorial, 2010.

Satue, E.: *Los años del diseño: la década republicana 1931-1939*, Turner, 2003.

Samara, T.: *Tipografía para diseñadores*, Blume, 2009.

Satué E.: *Arte en la Tipografía y Tipografía en el Arte*, Siruela, 2007.

#### FUNDAMENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Porter, M.E: *Estrategia competitiva*, México, Editorial Patria, 2000.

Porter, M.E: *Ventaja competitiva*, Madrid, Pirámide, 2009.

Santesmases, M: *Fundamentos de Marketing*, Pirámide, 2009.

Santesmases, M: *Marketing, conceptos y estrategias*, Pirámide, 2004.

#### COMUNICACIÓN EN LOS NUEVOS MEDIOS

Schawbel, D.: *Yo 2.0, Conecta*

#### 4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

##### BASES DE INFORMÁTICA GRÁFICA

Distintos tipos de formatos para las imágenes de la web:

<http://www.desarrolloweb.com/articulos/1974.php>

Conceptos básicos de Internet y Seguridad:

<http://cert.inteco.es/Formacion/Amenazas/>

##### HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL

[www.aiga.org/](http://www.aiga.org/)

[www.designhistory.org/](http://www.designhistory.org/)

<http://designobserver.com/>

[www.eyemagazine.com/](http://www.eyemagazine.com/)

<http://ilovetypography.com/>

[www.monografica.org](http://www.monografica.org)

<http://www.monografias.com/trabajos13/hisdisgr/hisdisgr.shtml> (historia de diseño gráfico)

<http://www.arteguias.com/codices.htm> (ejemplos de manuscritos iluminados)

<http://www.akropola.org/galerije/slika.aspx?alb=28&Page=16> (ejemplos de Alfonse Mucha, art nouveau)

<http://lasalitateestar.wordpress.com/2011/03/11/la-imagen-exposicion-universal/> (cartelismo sobre las XIX exposiciones universales)

##### FUNDAMENTOS DE LA CREATIVIDAD

[www.anuncios.com](http://www.anuncios.com)

[www.ipmark.com](http://www.ipmark.com)

[www.adcritic.com](http://www.adcritic.com)

[www.publircidad.com](http://www.publircidad.com)

[www.xtreme.com](http://www.xtreme.com)

[www.dafont.com/es/](http://www.dafont.com/es/)

[www.brainpickings.org/](http://www.brainpickings.org/)

##### FUNDAMENTOS DE DISEÑO GRÁFICO Y ELEMENTOS DE LAS ARTES VISUALES

<http://spirits-works.blogspot.com/2011/04/tipografia-descargas.html> (tipografía)

<http://tiposformales.wordpress.com/category/formacion/a-consideraciones-basicas/> (tipografías)

<http://www.foto3.es/web/historia/historia.htm> (historia de la fotografía, mas aun)  
[http://www.difo.uah.es/curso/historia\\_de\\_la\\_fotografia.html](http://www.difo.uah.es/curso/historia_de_la_fotografia.html) (técnicas y procesos creativos x pasos)  
<http://www.ediciona.com/ilustracion-dir-c17.htm> (guía de ilustradores de España)  
<http://www.graficaconstructiva.com>  
<http://www.asociaciondelcolor.cl/>

#### FUNDAMENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

[www.puromarketing.com/](http://www.puromarketing.com/)  
[www.estoemarketing.com/](http://www.estoemarketing.com/)  
[www.marketingprofs.com](http://www.marketingprofs.com)  
[www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com)  
[www.reasonwhy.es](http://www.reasonwhy.es)  
[www.webinknow.com](http://www.webinknow.com)

#### COMUNICACIÓN EN LOS NUEVOS MEDIOS

<http://www.google.com/adplanner/>  
<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>  
<http://www.google.com/insights/search/?hl=es>  
<http://www.socialmediaexaminer.com/>  
<http://www.webdesigndev.com/>

## 9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

### 1.- NORMAS:

Adquieren la condición de alumno de TRACOR y la Universidad CEU San Pablo todas aquellas personas que, habiendo superado el proceso de selección hayan abonado los derechos de matrícula dentro de los plazos y condiciones acordadas.

La condición de alumno se perderá:

1. A la terminación de los estudios y la obtención del título correspondiente.
2. Por la baja voluntaria del alumno.
3. Cuando el alumno cometa las faltas que por su gravedad hayan sido sancionadas con la expulsión, como resultado de la apertura y resolución del correspondiente expediente disciplinario.
4. Por el incumplimiento de las obligaciones económicas del alumno, sin necesidad de apertura de expediente disciplinario. Todo ello sin perjuicio de las acciones legales que pudieran corresponder.