

Guía Docente

MÓDULO III: APLICACIONES DEL DISEÑO GRÁFICO Y VISUAL

TRIMESTRE: SEGUNDO 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: APLICACIONES DEL DISEÑO GRÁFICO Y VISUAL		
Código: FL11		
Máster en que se imparte el módulo: MÁSTER UNIVERSITARIO EN DISEÑO GRÁFICO DE LA COMUNICACIÓN	Trimestre(s) en el que se imparte: Segundo y Tercero	
Carácter: Obligatorio	ECTS: 12,5	Horas ECTS: 312,5 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. Sergio Ríos
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	srios.profesor@tracor.es
Perfil Docente e Investigador	Doctor por la Universidad de Granada. Acreditado por la ANECA.
Líneas de Investigación:	Desarrollo de soluciones y servicios móviles avanzados en Internet. Diseño de la Experiencia de Usuario (UX).

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. Ángel Bartolomé Muñoz de Luna
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	abartolome@ceu.es

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dña. Mónica Yuan
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	myuan.profesor@tracor.es

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dra. Ana Jiménez Revuelta
Tlfn (ext):	911 310 111
Email:	ajrevuelta@tracor.es

2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas al módulo, 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. OBJETIVOS DEL MÓDULO

El tercer módulo, Aplicaciones del Diseño Gráfico y Visual, tiene como objetivo conocer las distintas disciplinas y vertientes profesionales que abarca el campo de la comunicación visual. En ellas el alumno podrá conocer, trabajar y aplicar sus conocimientos tanto teóricos como prácticos a las distintas especialidades existentes en el mercado.

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.
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
CE8	Destreza en el manejo de una herramienta de diseño gráfico para la generación de ilustraciones e imágenes vectoriales.
CE9	Destreza en el manejo de una herramienta de diseño gráfico para el tratamiento de imágenes digitales.
CE10	Destreza en el manejo de una herramienta de diseño gráfico para componer y maquetar publicaciones electrónicas que aseguren una impresión sin problemas de alta calidad.
CE15	Capacidad para interpretar las necesidades de comunicación de la empresa y traducirlas a soluciones gráficas visuales persuasivas.
CE16	Capacidad para la elaboración de programas de identidad visual corporativa y el diseño de la imagen corporativa.
CE17	Capacidad para abordar procesos de creación gráfica para la maquetación y composición

	de publicaciones tales como revistas, periódicos o libros.
CE18	Capacidad para desarrollar habilidades para el diseño de envases y etiquetas. Capacidad para comprender el packaging como una parte de la estrategia de comunicación y de producto que la empresa utiliza para difundir su imagen y vender.
CE19	Capacidad para entender las características propias del medio interactivo y sus implicaciones en el proceso del diseño.
CE20	Capacidad para entender y llevar a la práctica los códigos del lenguaje audiovisual en los medios.
CE21	Capacidad para entender los fundamentos básicos de la publicidad interactiva en la Web.
CE22	Capacidad para comprender los fundamentos básicos de tecnología y programación aplicada a la Web con el fin de entender la separación de las diferentes responsabilidades entre los distintos actores que intervienen en un proyecto Web para poder incorporarse a equipos multidisciplinares.
CE23	Capacidad para afrontar la planificación y gestión de un proyecto completo de comunicación gráfica, visual o multimedia y/o con la característica de la interactividad.
CE24	Capacidad para comprender el proceso desde la creación de una pieza gráfica original hasta su producción final.

2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Código	Resultados de Aprendizaje
RE15	Conocimiento de fases para la elaboración de un proyecto gráfico publicitario. Conocimiento de los elementos del lenguaje publicitario. Creación de una campaña gráfica publicitaria para un producto de consumo.
RE16	Creación de un manual de identidad corporativa con todos sus elementos
RE17	Elaboración de un proyecto gráfico editorial.
RE18	Desarrollo del diseño para un envase.
RE19	Conocimiento de tipologías de proyectos Web. Conocimiento de composición aplicada a la Web. Conocimientos sobre usabilidad, accesibilidad e interactividad. Diseño de interfaz para una Web.
RE20	Conocimiento del tiempo y espacio en el lenguaje audiovisual. Conocimientos de los tipos de plano, composición y peso visual de la imagen. Conocimiento de herramientas narrativas. Conocimientos básicos de montaje.
RE21	Conocimiento de las reglas para conceptualizar y desarrollar una campaña interactiva.
RE22	Conocimiento de terminología básica usada en el desarrollo de una aplicación Web. Instalación básica de un servidor Web, una base de datos y un lenguaje de "scripting" en el lado servidor.
RE23	Conocimiento de metodologías de trabajo en gestión de proyectos. Elaboración de un plan de proyecto.
RE24	Conocimiento de sistemas y métodos de impresión. Conocimientos de las fases del proceso de producción y sus costes.

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas del Módulo	312,5 h.
------------------------	----------

Código	Nombre	Horas Presenciales
AF1	Sesiones teóricas	72,5 h.
AF2	Sesiones prácticas	72,5 h.
AF3	Presentaciones y tutorías	35 h.
TOTAL Horas Presenciales		180 h.

Código	Nombre	Horas No Presenciales
AF4	Trabajo individual	62,5 h.
AF5	Trabajo grupal	70 h.
TOTAL Trabajo Autónomo del Estudiante		132,5 h.

2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
AF1 Sesiones teóricas	Sesiones teóricas (clases magistrales y seminarios)
AF2 Sesiones Prácticas	Sesiones prácticas (actividades en grupo relativas a prácticas de análisis y debates de casos prácticos, a través de textos, libros o casos ya escritos).
AF3 Presentaciones y tutorías	Presentaciones, pruebas y tutorías (presentación y defensa de trabajos realizados ante resto de compañeros, pruebas de evaluación y tutorías individuales o grupales)..
AF4 Trabajo individual	Trabajo individual del alumno. Búsqueda de documentación, lecturas, desarrollo de piezas gráficas por ordenador, desarrollo de su portfolio.
AF5 Trabajo grupal	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
SE1 Participación	Participación cualitativa del alumno en clase
SE2 Trabajos teórico-prácticos	Trabajos teórico-prácticos presentados, tanto individuales como en equipo, durante el desarrollo de la materia
SE3 Trabajo o prueba final	Trabajo o Prueba final de evaluación

7. MATERIAS DEL MÓDULO

1.- PROGRAMA DEL MÓDULO:

DISEÑO PUBLICITARIO

PROGRAMA TEÓRICO:

- Introducción al Diseño Publicitario.
- Fases para la elaboración de un proyecto gráfico publicitario.
- Tipos de campañas.
- Diseño Publicitario adaptado al eje de campaña.
- Fundamentos básicos para analizar la sintaxis publicitaria.
- Conocimiento de los elementos del lenguaje publicitario.
- Tipos de formatos publicitarios según el canal de difusión.
- Realización de una campaña publicitaria.

PROGRAMA PRÁCTICAS

- Conceptualización, creación y ejecución de una campaña publicitaria para un producto de consumo.
- Elaboración de una pieza publicitaria.
- Elaboración de elementos de diseño necesarios en una campaña publicitaria para un producto de consumo.

DISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

PROGRAMA TEÓRICO:

- La Imagen Corporativa: que es y cual es su función.
- La Identidad corporativa, la identidad visual y sus valores diferenciales.
- Metodología del desarrollo de una identidad corporativa. *Naming*: que es, metodologías creativas y asociativas, protección de la marca, etc.
- Estrategia de identidad: escenarios, topologías y ejemplos.
- Definición de la marca de identidad.
- Tipología de marcas.
- Marcas tecnológicas, marcas financieras y marcas seductoras.
- La seducción mediante la marca y la marca como un proceso de comunicación.
- Diseño y técnicas creativas.
- Forma, color y tipografía.
- Arquitectura de marcas.
- El manual para grandes corporaciones y para pequeñas.

PROGRAMA PRÁCTICAS:

- Creación de elementos de un manual de identidad corporativa: logo, naming, tarjeta de visita.
- Creación de un nuevo logotipo y una nueva identidad visual para una empresa real.
- Creación de un manual de identidad corporativa.

DISEÑO EDITORIAL

PROGRAMA TEÓRICO:

- Introducción al Diseño Editorial.
- Las 5 W del Diseño Editorial.
- Reglas del diseño Editorial.
- Texto e imágenes, pilares fundamentales del diseño editorial.
- Tratamiento del texto como base fundamental del diseño: capitulares, tipos de párrafo, sangrías. Diseño editorial: Revistas. Revistas, elementos de diseño.
- Especial atención a la retícula, pilar fundamental del diseño editorial.
- Periódicos.
- El blanco como elemento de diseño.
- Optimización de imágenes para el diseño editorial.

PROGRAMA DE PRÁCTICAS

- Análisis de los elementos de un proyecto gráfico editorial.
- Ejercicios de maquetación de páginas de una revista.
- Ejercicios de maquetación de artículos de una revista.
- Creación de hojas de estilo.
- Realización de un reportaje para la revista.
- Realización del diseño de una revista.

PACKAGING

PROGRAMA TEÓRICO:

- Introducción al diseño de envases y al marketing.
- Historia y conceptos básicos.
- Criterios de creación y tipos de envases.
- Formato, color y tipografía.
- El diseño estructural del envase.
- Los posicionamientos en el packaging.
- Los distintos materiales.
- Técnicas de impresión y los envases de papel y cartón.
- El desarrollo de troqueles y sus particularidades y limitaciones.

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

- Análisis del diseño de envases de un sector industrial, incluyendo las características cromáticas, tipográficas, etc. Propuesta de color, tipografía, formato, etc. para un nuevo envase
- Ejercicio de optimización del material en piezas troqueladas para la fabricación de envases de cartón.
- Creación del troquel en 3D para un envase de un producto determinado, cumpliendo los requisitos técnicos para su impresión y troquelado.
- Cada alumno desarrollará un envase optimizando el aprovechamiento del material y la manipulación, así como de un troquel para un pack de seis bebidas.
- Ejercicios de diseño estructural.
- Packaging de un menú portable.

DISEÑO DE PÁGINAS WEB

PROGRAMA TEÓRICO:

- La evolución del diseño web.
- Principales elementos: color, tipografía, niveles de iconicidad, fotografía, imagen digital, ilustración e infografía).
- La arquitectura de contenidos, el wireframe y la retícula como parte del proceso de diseño.
- Los alumnos fundamentos sobre accesibilidad, usabilidad, diseño de interfaces y estándares Web. Planificación de diseño web.
- Diseño de la interacción: usabilidad (UX) y prototipados.
- Conocimientos básicos sobre SEO y accesibilidad web.

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

- Diseño de interfaz para una Web.
- Cada alumno definirá un proyecto editorial, portal, revista o diario siguiendo los siguientes pasos:
- Definición de target.
- Funcionalidades básicas.
- Definición de contenidos.
- Árbol de navegación.
- Definición de wireframe.
- En grupo realizarán el análisis de la composición en diversas webs, así como la usabilidad, accesibilidad e interactividad de webs seleccionadas.

LENGUAJE Y NARRATIVA AUDIOVISUAL

PROGRAMA TEÓRICO:

- Introducción al lenguaje audiovisual.
- Los elementos que componen el lenguaje audiovisual.
- Teoría del Montaje, tipología del montaje, raccord, el sonido en el montaje.
- Diseño gráfico y elementos de Continuidad e Identidad visual corporativa en el audiovisual

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

- Análisis de diferentes piezas audiovisuales en función del montaje y el mensaje. (Videoclip, Spot, autopromoción...)
- Cada alumno analizará un Spot y la cabecera de un programa de TV.
- En grupo realizarán el análisis de cabeceras, continuidades e identificadores de diferentes cadenas de TV y programas.

DISEÑO GRÁFICO INTERACTIVO

PROGRAMA TEÓRICO:

Análisis de las últimas tendencias en el diseño gráfico.

La publicidad interactiva en la Web.
El funcionamiento de las agencias interactivas.
Las últimas tendencias y el contexto 2.0. desde la perspectiva del diseñador gráfico.

PROGRAMA DE PRÁCTICAS

- Creación, desarrollo y ejecución de una campaña interactiva.
- Individualmente realizarán el análisis de las últimas tendencias en campañas web.
- Por grupo: análisis de los fundamentos básicos de la publicidad en Internet.

FUNDAMENTOS DE TECNOLOGÍA Y PROGRAMACIÓN PARA DISEÑADORES

PROGRAMA TEÓRICO:

- Los conceptos fundamentales de arquitectura de aplicaciones Web.
- Los fundamentos de tecnologías Web en Servidor.
- La identificación de tecnologías de servidor usadas en una aplicación Web.
- Programación en PHP y herramientas de desarrollo.
- Tipos de datos, variables y constantes.
- Técnicas de validación de contenidos.
- Fundamentos de bases de datos en entornos Web: MySQL, phpMyAdmin, etc. Integración y pruebas de aplicación web.

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

- Instalación, análisis y pruebas de un servidor web.
- Desarrollo de una aplicación PHP de procesamiento de datos de un pedido de una tienda virtual recibidos con un formulario HTML.
- Creación de un flujo de datos transaccional.
- Almacenamiento de los datos en MySQL
- Lectura de material recomendado sobre el lenguaje PHP
- Trabajo individual, en el que se realizará un análisis de servicios de hosting y housing.
- Lectura de información facilitada sobre SQL y sentencias SQL utilizables en PHP para operaciones CRUD
- Trabajo grupal: completar la aplicación de la tienda virtual, integrando mejoras propuestas por el profesor o por los alumnos (y aprobadas por el profesor), y con el objetivo de dotar de una apariencia final profesional a la aplicación Web. A tal efecto, adicionalmente se podrá incluir la interactividad visual que los alumnos consideren oportuna como complemento a la interactividad de datos ya lograda en estas sesiones.

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS

PROGRAMA TEÓRICO:

- Definición de las claves de la gestión: alcance, tiempo y coste.
- Los elementos en un Proyecto Multimedia Interactivo: diseño de la Información, diseño de la interacción y diseño de la presentación.
- El análisis, la planificación y la programación.
- Los perfiles de un Equipo de Proyecto.
- Estimación de costes de un Proyecto y el presupuesto.

PROGRAMA TEÓRICO:

- Desglosar un Proyecto en sus distintas Fases, analizar su incertidumbre y la influencia de los cambios en el coste del mismo.
- Búsqueda en Internet y selección de una aplicación informática de Gestión de Proyectos.
- Identificación de hitos, fases, actividades y tareas para un Proyecto Multimedia.
- Gestión de costes en un Proyecto: estimar los costes y generar un presupuesto para un Proyecto Multimedia.
- Trabajo a realizar por alumno: Definición y justificación de los elementos clave de un Proyecto Multimedia Interactivo.
- Trabajo grupal: Definición de un Proyecto Web Multimedia utilizando metodología de Gestión de Proyectos.

PRODUCCIÓN GRÁFICA E IMPRESIÓN

PROGRAMA TEÓRICO:

- Los diferentes elementos presentes en la traslación de un diseño.
- El soporte físico: el papel, la tinta y los diferentes acabados.
- Los procesos de pre-impresión e impresión.
- Desarrollo de un proceso de impresión.

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

- Elaboración de un arte final para impresión.
- Trabajo por alumno: análisis del proceso de impresión y análisis del sistema de impresión.
- Trabajo en grupo: análisis de las fases y los costes de un proceso de producción.
- Visita a un taller de artes gráficas previa preparación de cuestiones por parte del alumno.

8. BIBLIOGRAFÍA DEL MÓDULO

1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

DISEÑO PUBLICITARIO

Bassat, Ll.: *El libro rojo de la publicidad*, Debolsillo, 2013

Moles, A., Costa, J.: *Publicidad y Diseño*, Ediciones Infinito, 2005

DISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Chaves N.: *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. GG Diseño (3ª Edición, 2013

Dondis, D.A.: *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, GG Diseño, 2012

DISEÑO EDITORIAL

Mueller-Brockman, J.: *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*, Gustavo Gili, 1982.

West, S.: *Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en maquetación y tipografía*, ACK Publish, 1991.

PACKAGING

Calver, G.: *¿Qué es el packaging?*, Gustavo Gili, 2004.

Stewart, B.: *Packaging. Manual de diseño y producción*, Gustavo Gili, 2008.

DISEÑO DE PÁGINAS WEB

Fernández-Coca, A.: *Producción y Diseño Gráfico para world wide web*, Paidós Iberica, 1998.

James, P., Horton, S.: *Manual de estilo web. Principios de diseño básico para la creación de sitios web*, Gustavo Gili, 2004.

LENGUAJE Y NARRATIVA AUDIOVISUAL

Castillo, J.M.: *Televisión y Lenguaje Audiovisual*. IORTV, Madrid, 2008.

Barroso García, J.: *Realización Audiovisual*, Síntesis, 2008.

DISEÑO GRÁFICO INTERACTIVO

Fernández-Coca, A.: *Producción y Diseño Gráfico para world wide web*, Paidós, 1998.

Horton, S., Lynch, P.: *Manual de estilo web. Principios de diseño básico para la creación de sitios web*, Gustavo Gili, 2004.

FUNDAMENTOS DE TECNOLOGÍA Y PROGRAMACIÓN PARA DISEÑADORES

Welling, L., Thomson, L.: *Php Y Mysql Practico Para Diseñadores Y Programadores Web*, Anaya Multimedia-Anaya Interactiva, 2009.

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS

Strauss, R., Patrick, H.: *Developing Effective Websites: A Project Manager's Guide*, Focal Pr., 2001.

PRODUCCIÓN GRÁFICA E IMPRESIÓN

Bann, D.: *Manual de producción para las artes gráficas*, Tellus, 1988.
Aguado, M.: *Composición gráfica. Del diseño a la impresión*, Edebé, 1991.

2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

DISEÑO PUBLICITARIO

Chaves, N.: *El oficio de diseñar*, Gustavo Gili, 2006
Contreras, F. R., San Nicolás, C.: *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*, Autor-Editor, 2002
Poynor, R.: *No más normas*, Gustavo Gili, 2003

DISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Silver, L.: *Diseño de logotipos: pasos para conseguir el mejor diseño*, Gustavo Gili, 2001.
Lidwell, W., Holden, K. y Butle, J.: *Principios universales de diseño*, Blume. 2005
Diversos Autores : *Nuevos tiempos para la Comunicación Empresarial e Institucional*, ICONO 14 Editorial. 2010.

DISEÑO EDITORIAL

Swann, A.: *Cómo diseñar retículas*, Gustavo Gili, 1993.
Hochuli, J., Kinross, R.: *El diseño de libros*, G. Campgràfic, 2005.

PACKAGING

González, J.: *Identidad Visual Corporativa. La imagen de nuestro tiempo*, Síntesis, 2002.
Cawthray R., Denison E.: *Packaging. Envases y sus Desarrollos*, Index Books, 1999.

DISEÑO DE PÁGINAS WEB

Baron, C.: *Crea y presenta tu portafolio digital*, Anaya Multimedia, 2004.

LENGUAJE Y NARRATIVA AUDIOVISUAL

González Oñate, C.: *Nuevas Estrategias De Televisión. El Desafío Digital*, Ed. De las Ciencias Sociales, 2008
Hervas Ivars, C.: *El Diseño Grafico En Televisión: Técnica, Lenguaje Y Arte*. Cátedra. Madrid, 2001.
Costa, J.: *Identidad Televisiva en 4D*. Ed Costa Punto, 2007.

DISEÑO GRÁFICO INTERACTIVO

Blackwell, L.: *The End of Print*, Index Book, 2001.
Carson, D., McLuhan, E., Kampion, D.: *Trek*, Index Book, 2003.

FUNDAMENTOS DE TECNOLOGÍA Y PROGRAMACIÓN PARA DISEÑADORES

Gutierrez, J.D.: *Desarrollo Web Php 6 Y Mysql 5.1* (Guía Practica), Anaya Multimedia, 2009.

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS

England, E., Finney, A.: *Preparing for the PROJECT MANGEMENT PROFESSIONAL (PMP) Certification Exam*, Addison-Wesley Professional, 1999.
Romero, C.: *Técnicas de Programación y Control de Proyectos*, Ediciones Pirámide, 2007.

PRODUCCIÓN GRÁFICA E IMPRESIÓN

Pipes, A.: *Production for Graphic Designers*, Prentice Hall, 2005.
Sanders, N. y Bevington, W.: *Manual de producción del diseñador gráfico*, Gustavo Gili, 1992.

4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

DISEÑO PUBLICITARIO

www.adsoftheworld.org
www.publity.com
www.lahistoriadelapublicidad.com
www.bluevertigo.com.ar

DISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

<http://www.icograda.org> (Icograda is the world body for professional communication)
<http://www.prophet.com/blog/aakeronbrands> (blog de Aaker, experto en marcas design)
<http://www.myfonts.com> (web sobre fuentes tipográficas)
<http://www.icono14.net> (nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional, 2010)
<http://www.tallerd3.com> (blog sobre comunicación. Categoría diseño)
<http://www.brandchannel.com/home> (web sobre marcas)
<http://ggili.com/es/colecciones/gg-diseno?taxon=34> (colección de libros de diseños conceptuales)
<http://www.oepm.es> (sitio oficial español de patentes y marcas)

DISEÑO EDITORIAL

<http://www.unostiposduros.com>
<http://www.newspagedesigner.com>
<http://www.encajabaja.com>
<http://www.type-o-tones.com>

PACKAGING

<http://www.thedieline.com/http://blog.pentawards.org/http://packagingworld.blogspot.com/http://lovelypackage.com/http://www.criteriondg.info/wordpress/tag/packaging/>

DISEÑO DE PÁGINAS WEB

www.webdesignerdepot.com
<http://ilovetypography.com>
www.iab.es
www.w3c.es
www.designbygrid.com
www.icograda.org/
www.alzado.org
<http://www.icograda.org/>
<http://www.thecssawards.com>
<http://siteinspire.net>
www.fubiz.net
www.bannerblog.com

LENGUAJE Y NARRATIVA AUDIOVISUAL

<http://www.rtve.es>
<http://www.antena3.com>
<http://www.cuatro.com/>
<http://www.plus.es/>
<http://www.telecinco.es/>
<http://www.pangea.org/peremarques/avmulti.htm>
<http://www.lenguajeaudiovisual.com/Inicio.html>

DISEÑO GRÁFICO INTERACTIVO

<http://www.mas54.com/>
www.berepublic.es
www.bannerblog.com.au
www.thefwa.com

FUNDAMENTOS DE TECNOLOGÍA Y PROGRAMACIÓN PARA DISEÑADORES

<http://www.apachefriends.org/es/xampp.html>
<http://geneura.ugr.es/~maribel/php/>
<http://www.webestilo.com/php/>
<http://www.youtube.com/user/marioraja>

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS

www.projectmanagement.com
<http://projectmanagementpl.blogspot.com>

www.ganttproject.biz
<http://sourceforge.net/projects/openproj/>

PRODUCCIÓN GRÁFICA E IMPRESIÓN

www.arjowiggins.com
www.fedrigonicartiere.com
www.ebix.es
www.sappi.com
<http://www.greengraphicdesign.net/downloads.htm>

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.