UNIVERSIDAD DE DISEÑO, INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Máster Universitario Oficial

DISEÑO GRÁFICO

Documento detallado con las asignaturas

✦ Asignaturas del Máster

Cultura Contextual y Conceptual

Desde esta asignatura se contextualiza el Diseño Gráfico en su historia, identificando tendencias y el impacto futuro de factores como la Inteligencia Artificial. Se exploran el proceso y el pensamiento de diseño, técnicas para estimular la creatividad, mejorar la narrativa del discurso de diseño y las habilidades de presentación. Aborda el contexto histórico del diseño gráfico, desde la escritura hasta la era de la información, visiones locales y globales, el compromiso con el entorno y la desmaterialización del diseño por la revolución digital.

Cultura Visual

Se trabajan los elementos de la imagen, los códigos visuales (su fragmentación, iconos, símbolos y retórica) y la antropología del diseño y cultura visual. Se analiza la imagen como elemento icónico, simbólico y retórico, los sistemas compositivos y la retórica visual aplicada a la representación, persuasión y transmisión de contenidos audiovisuales capaces de expresar emociones y conectar con los receptores.

Tipografía Avanzada

Se trabajan los conocimientos tipográficos como el elemento diferencial, cubriendo la clasificación de tipos y familias, la ortotipografía, tipometría, legibilidad y el uso tipográfico multiplataforma. Se busca que el estudiante conozca la historia y arquitectura de las tipografías, experimente y trabaje profesionalmente con ellas, las combine coherentemente en entornos multiplataforma y las maneje como recurso gráfico.

Gestión del Diseño

Se trabajan aspectos operativos de la gestión empresarial, incluyendo la gestión económico-financiera, gestión de la propiedad industrial e intelectual, el Triple Balance y la elaboración de un plan de empresa. Permite establecer la viabilidad económica, social, medioambiental y legal de un proyecto, proteger el trabajo y manejar nociones de propiedad intelectual y derechos de autor.

Taller I: Branding

Se trabajan el diseño, la estrategia y la programación de marcas en el ámbito corporativo e institucional, así como el packaging como soporte y punto de contacto de las marcas de consumo. Este taller integra herramientas vectoriales, de tratamiento digital de imágenes y de presentación7. Los contenidos incluyen elementos de marcas, estrategia y arquitectura de marca, naming, tipos de marca, el valor de una marca, aspectos técnicos y teóricos del packaging, briefing, investigación, proceso de diseño, comunicación, vinculación al branding y el packaging y el medioambiente.

Taller II: Gráfico Editorial

Se centra en el diseño y control de producción de proyectos editoriales y gráfica aplicada. Se enfatiza el uso de herramientas de proceso de textos y tratamiento tipográfico (especialmente Adobe Indesign) y se presta atención a la producción gráfica offline (técnicas, materiales, procesos) y su convivencia con el entorno online.

Se cubren tipologías de diseño editorial, procesos de producción, herramientas, procesos y técnicas de impresión (y su impacto ambiental), preparación de artes finales, publicaciones digitales (interactivas, epub), retículas y jerarquías.

Taller III: Gráfico Audiovisual

Se trabaja el diseño de proyectos audiovisuales y motion graphics. Se profundiza en la narrativa audiovisual, los procesos de producción y postproducción, y las herramientas de edición de vídeo y audio (Adobe Premiere Pro, After Effects, Photoshop). Incluye lenguaje y contexto audiovisual, estructuras narrativas, géneros, arquetipos, tropos, narrativa transmedia, etapas de creación audiovisual, postproducción (edición, corrección de color, VFX, motion graphics), formatos, códecs y flujos de trabajo.

Taller IV: Gráfico Digital

Orientado al desarrollo de proyectos de diseño interactivo con diseño de experiencia de usuario (UX). Se abordan la investigación (cuantitativa, cualitativa), modelado de usuarios, recorridos, escenarios, flujos, arquitectura de la información (site maps), prototipado, y diseño visual (UI). También incluye moodboards, desarrollo de línea gráfica y de navegación, interacciones, control de procesos, testing de usabilidad, evaluación y documentación, utilizando herramientas de diseño y análisis UX, prototipado (Sketch, Adobe XD) y visualización (Marvel, Invision).

Taller V: Packaging

Se desarrollan las diferentes partes de un proyecto de packaging. Incluye los fundamentos, la perspectiva circular, materiales y recursos, tendencias futuras, prototipado (digital y analógico), técnicas de presentación, realización de artes finales y preimpresión, y técnicas de impresión enfocadas al packaging.

Prácticas Académicas Externas

Permiten aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos en un entorno profesional real. Se desarrollan en empresas del sector del diseño audiovisual y la ilustración, fomentando habilidades personales, gestión de emociones, trabajo en equipo multidisciplinar, planificación y gestión de proyectos y presupuestos, cumplimiento de objetivos, calidad del producto final, elaboración de informes y habilidades de comunicación.

Trabajo Fin de Máster

Consiste en un trabajo original e individual que integra y refleja los conocimientos y competencias adquiridas en el máster. El tema es libre pero consensuado con los tutores. Implica la organización de una investigación o el desarrollo de una actividad artística vinculada a un proyecto de diseño gráfico1. Cubre la estructura y organización de la memoria, aspectos técnicos, diseño editorial y dirección de arte aplicada, metodología, documentación, citas, bibliografía, Design Thinking y cómo superar obstáculos comunes. Se debe defender públicamente ante un tribunal.