

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	RECURSOS EDITORIALES
Titulación	Grado en Diseño Gráfico Digital
Escuela/ Facultad	Arquitectura
Curso	2º
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	1er
Curso académico	2025 - 2026
Docente coordinador	Francisco Trujillo García-Ramos
Docente	Estefanía Cano López estefania.cano@universidadeuropea.es

2. PRESENTACIÓN

La asignatura tiene como objetivo dar al estudiante una visión integral de las principales herramientas y estrategias utilizadas en el ámbito editorial, tanto impreso como digital. A través de una metodología práctica, se explora el proceso editorial completo: desde la planificación, redacción y diseño, hasta la corrección y publicación.

El alumnado será introducido al uso profesional de herramientas como Adobe InDesign, Illustrator, Photoshop y otras plataformas editoriales. Aprenderá a desarrollar proyectos editoriales coherentes, creativos y técnicamente rigurosos.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Competencias transversales:

- CT1 - Creatividad. Crear ideas nuevas y conceptos a partir de ideas y conceptos conocidos, llegando a conclusiones o resolviendo problemas, retos y situaciones de una forma original.
- CT2 - Comunicación estratégica. Transmitir mensajes (ideas, conceptos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, alineando de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación.
- CT3 - Competencia digital. Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para la búsqueda y análisis de datos, la investigación, la comunicación y el aprendizaje.

Competencias específicas:

- CE13 - Crear y desarrollar proyectos de diseño aplicados a entornos digitales, multimedia y web.
- CE15 - Aplicar la técnica de la tipografía y sus aplicaciones en el diseño gráfico.
- CE18 - Crear y desarrollar proyectos de packaging y bookbinding desde el diseño gráfico y las nuevas tecnologías.

Resultados de aprendizaje:

- Reconocer audiencias y contextos para los que se definen soluciones de comunicación.
- Identificar los factores humanos físicos, cognitivos, culturales y sociales que configuran las propuestas editoriales.
- Describir las alternativas de publicación existentes en el mercado.
- Planificar las técnicas de representación gráfica aplicadas al diseño editorial.
- Aplicar el diseño gráfico como base de una propuesta de publicación textual.
- Utilizar el diseño tipográfico y gráfico en una propuesta integrada.

4. CONTENIDOS

- Iniciación en las herramientas de diseño editorial y tipográfico.
- Se introducirá al estudiante en el manejo programas del tipo de Adobe Indesign, Fontographer o similares, y se profundizará en el uso de programas del tipo Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, enfocados al desarrollo de proyectos editoriales.
- El alumno será capaz de elaborar y desarrollar proyectos de diseño editorial.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

MODALIDAD PRESENCIAL

- Clase magistral / web conference
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje inverso

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	12
Seminarios de aplicación práctica	18
Exposiciones orales de trabajos	2
Elaboración de informes y escritos	16
Investigaciones y proyectos	24
Trabajo autónomo	56
Debates y coloquios	8
Tutoría académica	12
Pruebas de evaluación presenciales	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación presenciales	40%
Exposiciones orales	10%
Informes y escritos	30%
Investigaciones y proyectos	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. Cada parte (el examen teórico y los trabajos prácticos) deben ser aprobados independientemente con más de un 5,0 para hacer media).

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. Cada parte (el examen teórico y los trabajos prácticos) deben ser aprobados independientemente con más de un 5,0 para hacer media).

En todo caso, será necesario que **obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final**, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 2-5
Actividad 2	Semana 5-8
Actividad 3	Semana 9-18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Ambrose, G. y Harris, P. (2010). *Diccionario visual de preimpresión y producción*. Barcelona: Index Book.
- Ambrose, G. y Harris, P. (2008). *Manual de producción. Guía para diseñadores gráficos*. Barcelona: Parramón Arquitectura y Diseño.
- Bader, S. (2015). *Palabra de diseñador*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Brown, A. (1991). *Auto Edición*. Madrid; ACK Publish.
- Sanders, N. y Bevington, W. (1988). *Manual de producción del diseñador gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Tschichold, J. (2002). *El abecé de la buena tipografía*. Valencia: Editorial Campgràfic.
- Varios autores. (2010). *A graphic design project from start to finish*. Barcelona: Editorial Index Book.
- Warde, B. (2005). *La copa de cristal. La tipografía debería ser invisible*. Valencia: Editorial Campgràfic.

- Ambrose, G. Harris, P. (2013). *Layout*. Barcelona: Parramón Arte y Diseño
- Müller-Brockmann, Josef. (2012). *Sistema de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili.
 - Albers, J. (2003). *La interacción del color*. Madrid, Alianza Editorial.
 - Droste, M. (1993). *Bauhaus 1919-1933*. España, Benedikt Taschen Verlag GmbH
 - Itten, J. (2020). *El arte del color*. España, Editorial Gustavo Gili S.L.
 - Goethe, J.W. (2019). *Teoría de los colores: las láminas comentadas*. España, Editorial Gustavo Gili S.L.
 - Arnheim, R. (1989). *Arte y percepción visual*. España, Alianza Editorial S.A.
 - Lupton, E./ Cole Phillips, J. (2009). *Diseño Gráfico nuevos fundamentos*. España, Editorial Gustavo Gili S.L.
 - Opara, E./ Cantwell, J. (2014). *Color works: Best practices for Graphic Designers*. USA, Rockport Publishers.
 - Meggs, P. (1992) *Type and Image: The Language of Graphic Design*. USA, John Wiley & Sons.
 - Lupton, E. (2011). *Pensar con tipos*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
 - Renner, P. (2000). *El arte de la tipografía*. Editorial Campgrafic. Valencia.
 - Blackwell, L. (1993). *La tipografía del siglo XX*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
 - Solomon, M. (1988). *El arte de la tipografía*. Editorial Tellus. Madrid.
 - *Paperboard and the environment*. (1992). Iggesund Paperboard AB.
 - *Guía medioambiental para la producción de pasta y papel*. Antalis Iberia, S.A.
 - *Art Workshop, Guía Munken de papel no estucado*. Arctic Paper.
 - Angharad, L. (2016). *¿Quieres publicar una revista?* Barcelona: Gustavo Gili.
 - De Buen Unna, J. (2008). *Manual de diseño editorial*. Madrid: Editorial Trea.
 - Heller, Steven (2014) *Merz to Emigré and Beyond*. Londres: Phaidon.
 - LLop, R. (2014). *Un sistema gráfico para las cubiertas de los libros*. Barcelona: Gustavo Gili.
 - Tschichold, J. (2010). *La nueva tipografía*. España, Campgrafic Editores.
 - Owen, W. (1991). *Diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.
 - Revista EYE, números 36, 40, 61 y 100.
 - Revista Gráfica, número sobre "Artes Graficas".

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos

- alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
 4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:
orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.