



Centro adscrito



GRADO EN DISEÑO MULTIMEDIA Y GRÁFICO

PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA

GUÍA DOCENTE

TALLER DE PROYECTOS II: PRODUCTOS EDITORIALES

CURSO ACADÉMICO 2017 – 2018

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Título:	Grado en Diseño Multimedia y Gráfico
Módulo:	Módulo Proyecto – Taller
Denominación de la asignatura:	Taller de Proyectos II: Productos Editoriales
Código:	39025
Curso:	3
Semestre:	Primera
Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Profesor:	Dr. Juan Carlos Gaudi
Lengua vehicular:	Español
Página web: www.esne.es	

2. PROFESORADO DE LA ASIGNATURA

Profesor:

Dr. Juan Carlos Gauli

Datos de contacto:

jcarlos.gauli@ese.es

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

Las tutorías serán los jueves de 14:30 a 15:00 previa cita por mail.

3. REQUISITOS PREVIOS

Esenciales:

El alumno debe manejar los programas InDesign, Photoshop e Illustrator.

Aconsejables:

Las propias del título. Estar interesado en el diseño gráfico editorial, conocer revistas especializadas, diseñadores, ser asiduo de librerías y exposiciones.

4. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS

Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura.

Esta asignatura pertenece a la rama de Artes y Humanidades y es una materia de Expresión.

Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.

Diseño Editorial aborda una rama específica del diseño gráfico, las artes finales, y supone uno de los últimos pasos para dominar este sector dentro de la carrera de Diseño Multimedia y gráfico.

El diseño editorial tiene tres ramas. Una documental, una técnica y otra artística.

La rama documental habla de un punto de vista más interior, donde el alumno aprende a interpretar la Psicología de su Público objetivo para optimizar el éxito de sus proyectos. El buen diseñador editorial debe adelantarse a las tendencias, conocer el pasado y saber destacar en el presente. En este apartado la asignatura se vincula directamente con "Historia y teoría del diseño Gráfico", "Fundamentos de la creatividad", "Comunicación audiovisual", "Sociología y Marketing" y "Psicología de la percepción".

En cuanto a la parte técnica del Diseño Editorial, para poder desenvolverse con agilidad dentro del sector, el alumno necesita controlar con fluidez un gran abanico de programas informáticos cuyos conocimientos podrá adquirir a través de las asignaturas "Diseño Digital

I y II” y “Diseño Editorial y Maquetación”

Para dominar la vertiente artística del diseño Editorial, el alumno necesita desarrollar sus habilidades en otras asignaturas hermanas como “Teoría y práctica del color”, “Historia del Arte I y II”, “Tipografía y caligrafía”, “Fotografía” e “Ilustración y cómic”, dónde aprenderá a aplicar una visión estética a sus diseños.

Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

Está asignatura dotará al alumno de los conocimientos necesarios para abordar el diseño, maquetación y publicación de cualquier producto Editorial, ya sea una revista a color, un periódico o una libro de literatura cualquiera.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG10 - El estudiante aprenderá a analizar la publicidad y los medios de comunicación entendiendo los factores que influyen en la elección y programación de medios publicitarios. Analizará e investigará una serie de medios publicitarios y las propiedades de una gama de productos publicitarios complejos.

CG11 - Usará las aplicaciones de software de manera eficaz y creativa para presentar una serie de trabajos gráficos. Deberá acceder, manejar y trabajar con imágenes, crearlas y manipularlas con técnicas avanzadas. Demostrará un efectivo entendimiento del concepto de la animación en 2D y 3D. Identificará qué software es el más apropiado en cada situación determinada.

CG12 - Habrá desarrollado un aprendizaje específico de los procesos básicos del diseño, como un método de creación y de fabricación, de elementos de aplicación en el Diseño Multimedia y Gráfico; podrá aplicar métodos para la elaboración de proyectos completos; habrá adquirido conocimientos legales que le permitan en el futuro ejercer una actividad dentro del marco normativo, y, finalmente, podrá desarrollar el programa requerido por un Proyecto de Diseño Multimedia y Gráfico, donde se trabajen aspectos conceptuales, formales y técnicos, desarrollando la documentación específica necesaria.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE9 - El estudiante digitalizará y manipulará en un formato de archivo eficaz y creativo.

CE10 - Sabrá traducir una idea desde su concepción inicial a través de los dibujos preparatorios para diseños gráficos y hará uso de herramientas, filtros y efectos en la producción de originales gráficos.

CE11 - Hará uso de software de edición de forma eficaz y creativa. Desarrollará la animación mediante el uso de técnicas apropiadas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LA ASIGNATURA

- Tendrá capacidad para la creación y el desarrollo de proyectos que tienen como objetivo el desarrollo de diversos productos editoriales, así como su descripción para la interpretación por parte de clientes interesados.

6. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

Breve descripción de los contenidos

El Taller de Productos Editoriales reproduce de la forma más verídica posible el proceso editorial. Desde la constitución de una empresa editorial hasta la comercialización de un libro, el estudiante aprende a concebir un proyecto editorial, a analizar su viabilidad económica, a concebir el catálogo de su editorial, a cumplimentar los contratos con los autores y a crear, componer e imprimir el primer libro del catálogo que llegará a la imprenta y que cobrará forma al final de este Taller.

- Pensar el libro. Fuentes documentales de la edición.
- Creación de la empresa editorial.*
- Plan editorial.*
- Tipologías de la edición.*
- Economía editorial. Derecho editorial.
- Diseño de un libro. Maquetación. Corrección ortotipográfica y de estilo.
- Producción editorial.
- Marketing y comunicación editoriales.*
- Comercialización.

*Los contenidos se han ajustado a las nuevas demandas del mercado, ya que el sector editorial está en un proceso de reestructuración y con pérdidas de audiencia y difusión.

Temario detallado

El curso se estructura en dos grandes bloques.

- 1) Grandes proyectos
- 2) Manejo profundo de las herramientas de creación.

El bloque 1 consta de 5 grandes proyectos que abarcan la creación editorial, 4 de ellos son en individuales y el último es un trabajo en grupo.

El bloque 2 se estructura en pequeños trabajos para desarrollar en el aula de forma que se adquieran y automaticen los procesos de planificación, creación y ejecución.

TEMAS:

TEMA 1

Introducción a la asignatura

Clase teórica sobre como hacer una presentación

Elementos esenciales de la preparación de un proyecto para presentar a un cliente.

Taller de Proyectos II: Productos Editoriales

Curso Académico 2017-2018

TEMA 2

Elementos fundamentales del diseño gráfico editorial.
Impresión en cuatricromía y tintas directas
Creación de arte-finales
Aplicaciones prácticas.

TEMA 3

Sistemas de impresión

TEMA 4

Clase Teórica sobre retículas y su aplicación al diseño editorial.

TEMA 5

El papel.

TEMA 6

Fundamentos del diseño editorial

- El papel
- Los sistemas de impresión
- Los acabados de impresión
- La encuadernación

TEMA 7

El diseño de libros

- Páginas maestras
- Maquetación
- Estructura de un libro.
- Tipos de libros.
- Encuadernación
- Errores, erratas y correcciones de estilo
- Repaso de aspectos esenciales: capitulares, alineación (cuadrícula base), tracking, kerning, viudas y huérfanas, interlineado.
- Creación de un libro en Indesign: Libro y Biblioteca
- Preparar un libro para impresión. Generación de arte-finales.
- Cómo sacar el máximo partido a Indesign para la creación de un libro.

TEMA 8

Libros ilustrados y libros objeto
Troqueles

TEMA 9

Encartes, qué son, tipos de encarte.

TEMA 10

El diseño editorial y la gran empresa.

TEMA 11

Diseño editorial y packaging

TEMA 12

Diseño editorial y comunicación corporativa.
Las memorias de empresa.
Tablas y gráficos.

TEMA 13

Diseño editorial y su repercusión en el mundo del arte.
La intervención de diseñadores en el espacio expositivo.
El espectador en el museo.

TEMA 14

Clase teórica
Arte Digital.
Ediciones digitales

TEMA 15

El diseño de revistas
Estructura de una editorial
Estructura de una revista.

TEMA 16

El diseño editorial y los contenidos digitales.
Los archivos epub

7. CRONOGRAMA

UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
Tema 1. Introducción.	Septiembre
Tema 2.	Septiembre
Tema 3:	Octubre
Tema 4:	Octubre
Tema 5:	Diciembre
Tema 6.	Enero
Tema 7.	Enero

Tema 8.	Febrero
Tema 9.	Febrero
Tema 10	Marzo
Tema 11	Marzo
Tema 12	Abril
Tema 13	Abril
Tema 14	Mayo
Tema 15	Mayo

8. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENC.	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clases teóricas	Exposición de los temas. Explicar planificación de la asignatura: programa, apuntes y bibliografía. Repasos al inicio de la clase. Resolución de dudas: temas y lecturas. Pruebas de evaluación.	CG10, CG11, CG12, CE9, CE10, CE11	10	-	10
Clases prácticas	Resolución de ejercicios. Debates sobre los temas y especialmente sobre ejercicios y lecturas. Presentaciones. Pruebas de evaluación.	CG10, CG11, CG12, CE9, CE10, CE11	50	10	60
Tutorías	Preparación de clase mediante lectura de los temas. Planificación de debates y comentarios mediante la preparación de las lecturas. Resolución de	CG10, CG11, CG12, CE9, CE10, CE11	20	-	20

	ejercicios. Comentarios y resolución de dudas presencialmente o por correo electrónico.				
Trabajo personal del alumno	Lecturas: preparación y búsqueda de información complementaria. Estudio personal. Preparación de comentarios y debates. Tutorías libres y voluntarias.	CG10, CG11, CG12, CE9, CE10, CE11	-	60	60

9. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Examen	El alumno debe demostrar conocimientos teórico/prácticos sobre la asignatura. Tiene que aprobar el examen para poder aprobar la asignatura.	10%
Trabajos prácticos	La calificación de trabajos prácticos durante el curso se corresponde con un porcentaje total del 80% de la nota final de la asignatura. Se tendrán en cuenta los siguientes aspectos: <ul style="list-style-type: none"> • Técnica • Innovación • Presentación • Complejidad • Idoneidad El alumno tendrá que presentar todos los trabajos para poder aprobar la asignatura.	80%
Asistencia y participación	Se tendrá en cuenta el interés que muestra el alumno por la asignatura y los contenidos de la materia así como su capacidad de esfuerzo y evolución en el desarrollo de su trabajo. Presentación a concursos relacionados con la asignatura como los Laus.	10%

CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

Normas comunes a todos los trabajos de la asignatura Taller de Proyectos II.

Se realizarán 5 trabajos. 4 trabajos individuales y un trabajo en grupo (4 alumnos máximo).

Estos 5 trabajos se juzgarán en un porcentaje “in crescendo”, teniendo más valor los últimos trabajos y menos los primeros.

SE JUZGARÁ:

Técnica:

Si la pieza esta lista para ser impresa, sin errores. Si la ficha técnica de impresión es correcta.

Innovación:

Si propone algo nuevo e innovador. Si mejora lo que ya hay en el mercado.

Presentación:

Si la presentación está bien estructurada, con buena redacción, está completa y es afín al proyecto.

Complejidad:

El grado de dificultad, si además hay fotografías o ilustraciones propias, etc. Se premiará la transversalidad y la adición de propuestas que enriquezcan el trabajo final.

Idoneidad:

Si la propuesta se adapta al tipo de cliente.

Estos cinco apartados se calificarán de 0 a 10 y posteriormente se hará la nota media.

PENALIZACIÓN POR ENTREGA FUERA DE FECHA

Aquellos trabajos entregados fuera de fecha tendrán una penalización del 10% de la nota final.

PENALIZACIONES POR FALTAS DE ORTOGRAFÍA Y/O ERRORES

Dependiendo del número, podrán quitar hasta 2 puntos.

El objetivo de estas penalizaciones no es castigar al alumno/a, sino entrenarle para el mundo profesional, donde no se pueden entregar encargos fuera de plazo y con faltas de ortografía.

La evaluación es continua

Asistencia a Clase

- La asistencia a clase es obligatoria. Sin una asistencia demostrada de al menos un 80%, el alumno no podrá presentarse a examen debiendo acudir a la siguiente convocatoria. No es necesario justificar las faltas, y por tanto no se admitirán justificantes de las mismas, por lo que superado el 20% de faltas de asistencia, el alumno deberá presentarse en convocatoria extraordinaria.
- La Dirección/Coordinación de la Titulación podrá considerar situaciones excepcionales, previo informe documental, debiendo ser aprobadas por la Dirección Académica de ESNE.
- Se exigirá puntualidad al alumno en el comienzo de las clases. Una vez transcurridos cinco minutos de cortesía, el profesor podrá denegar la entrada en el aula.

Entregas de Trabajos

- En convocatoria ordinaria, los alumnos deben presentar y aprobar todas las entregas que se les soliciten. La no entrega de un trabajo supondrá suspender la asignatura.
- Los trabajos deben entregarse en las fechas que solicite el profesor, no admitiéndose entregas posteriores. Si excepcionalmente se aceptase un trabajo fuera de plazo, la máxima calificación a obtener será 7.
- En los trabajos en grupo, la calificación será individual por cada alumno, atendiendo a criterios de conocimiento de la materia, esfuerzo, presentación, asistencia a tutorías, etc. Por tanto, miembros de un mismo grupo pueden tener calificaciones diferentes.
- Los trabajos, una vez calificados, deben ser retirados por los alumnos en el tiempo que se determine. Pasado este plazo, los trabajos podrán ser destruidos.

Evaluación Extraordinaria

- En la evaluación extraordinaria, los alumnos deben volver a presentar los trabajos que no hayan sido aprobados en convocatoria ordinaria. Además, el profesor de la asignatura podrá solicitar la realización de un trabajo extra en la evaluación extraordinaria.
- Si en la convocatoria ordinaria el alumno aprueba las entregas solicitadas y suspende el examen, será potestad del profesor solicitar la realización de nuevos trabajos en la convocatoria extraordinaria.
- El alumno/a de convocatoria extraordinaria tendrá que realizar un examen que deberá superar para poder aprobar la asignatura.
- En convocatoria extraordinaria el trabajo colectivo se tendrá que presentar públicamente al profesor.

10. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

- De Buen Unna, J. (2008). *Manual de diseño editorial*. Madrid: Editorial Trea.
- Samara, T. (2008). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: GG.
- Blasco Soplón, L. (2011) *Sobre impresión*. Barcelona: Index Book.
- Jardí, E. (2007). *Veintidós consejos sobre tipografía*. Barcelona/New York: Actar.
- Samara, T. (2005). *Making and breaking the grid: A graphic design layout workshop*. Rockport Publishers.
- Kroeger, M., & Rand, P. (2008). *Paul Rand: conversations with students*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, E. (2014). *Thinking with type*. Chronicle Books.
- Brody, N. (2001). *Brody: the graphic language of Neville Brody*. J. Wozencroft (Ed.). Universe Pub.
- Sagmeister, S. (2008). *Things I have learned in my life so far*.
- Goldstein, S. (2014). *The End of Print: The Grafik Design of David Carson*.
- Beegan, G. (2015). *HOW TO Use Graphic Design to Sell Things, Explain Things, Make Things Look Better, Make People Laugh, Make People Cry, and (Every Once*

in a While) Change the World..

- Fletcher, A. (2001). *The art of looking sideways*. Phaidon Press.
- Tondreau, B. (2009). *Layout essentials: 100 design principles for using grids*. Rockport Publishers.
- Vignelli, M. (2009). The Vignelli Canon. *Design*, 4.

Bibliografía Complementaria

- Martin, D. (1994) El diseño del libro. Madrid: Pirámide
- Mc Lean, R. (1987) Tipografía. Madrid: Herman Blume
- Owen, W. (1991) Diseño de revistas. Barcelona: GG
- Ruder, E. (1983) Manual de diseño tipográfico. Barcelona: GG
- Solomon, M. (1988) El arte de la tipografía. Madrid: Tellus

11.- OBSERVACIONES

Todas las entregas deberán realizarse en el formato establecido por el profesor y en formato digital (pdf, vectorial si procede).