

GUÍA DOCENTE DISEÑO EDITORIAL

GRADO EN DISEÑO INTEGRAL Y GESTIÓN DE LA IMAGEN

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 30-06-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	2 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
Esta asignatura forma parte del grupo de las asignaturas que desarrollan aspectos concretos de la comunicación gráfica, como son Diseño de Identidad Gráfica, Diseño Interactivo y Diseño Publicitario. La asignatura se centra en los criterios de diseño asociados a la comunicación propios de cualquier publicación impresa. Por lo tanto, para los soportes digitales, esta asignatura se complementa con Diseño Interactivo: ésta se centra en el diseño de la interacción y aquella en el diseño del mensaje y en las particularidades de los productos editoriales diseñados para ser distribuidos impresos. La asignatura de Diseño Editorial está intimamente relacionada con Representación y Comunicación Gráfica y Tratamiento de la Imagen. Sus contenidos se hacen indispensables para la elaboración de cualquier proyecto de transmisión de información coherente y eficaz. No se trata, pues, de ofrecer fórmulas estereotipadas de presentación que alcancen a uno u otro medio, sino de imbuir en el alumno conceptos que aporten garantías de rigor y coherencia en criterios comunicativos que persigan: 1. Comunicar la información de forma clara y precisa buscando la máxima legibilidad. 2. Comunicar con sentido de la proporción, jerarquizando la información de acuerdo con su valor. 3. Comunicar con un estilo reconocible y coherente, buscando la continuidad y el ritmo. 4. Comunicar de manera eficaz, buscando la economía de medios, la precisión y la eliminando todo lo superfluo. 5. Comunicar de manera atractiva y creativa. Entre sus contenidos, se desarrolla el concepto del diseño editorial, la estructuración del espacio gráfico, la utilización de los signos lingüísticos, icónicos y plásticos, y la integración de todos ellos en el proceso productivo.¿ La práctica aplica los criterios de la teoría e implica el aprendizaje y manejo de programas informáticos de maquetación y diseño (programa de autoedición disponible).
II.B-Presentación en inglés



This course belongs to the group of subjects that focus on specific aspects of graphic communication, alongside Graphic Identity Design, Interactive Design, and Advertising Design. The course focuses on the design principles related to communication in printed publications. Therefore, for digital media, it is complemented by Interactive Design: while Interactive Design focuses on interaction design, Editorial Design concentrates on message design and the specific characteristics of editorial products intended for print distribution. Editorial Design is closely related to Graphic Representation and Communication and Image Processing. Its content is essential for the development of any project aimed at conveying information in a coherent and effective manner. Rather than providing standardized presentation formulas applicable to one medium or another, the course seeks to equip students with concepts that ensure rigor and coherence in communication according to the following principles: Communicate information clearly and accurately, ensuring maximum readability. Communicate with a sense of proportion by establishing an appropriate hierarchy of information according to its importance. Communicate with a recognizable and coherent visual style, fostering continuity and rhythm. Communicate effectively by promoting economy of means, precision, and the elimination of unnecessary elements. Communicate in an engaging and creative manner. The course covers the concept of editorial design, the organization of graphic space, the use of linguistic, iconic, and visual signs, and the integration of all these elements within the production process. The practical component applies the theoretical principles and includes training in the use of desktop publishing and layout software (available publishing software).

III.-Resultados de Aprendizaje

CE01. Conocimiento adecuado de la fisiología, psicología y teorías de la percepción visual y sus implicaciones para el diseño.

CE04. Conocimiento adecuado y aplicado al diseño de los procesos psicológicos y sociológicos en los que se basa el público objetivo para la toma de decisiones.

CE16. Aptitud para el análisis de condicionantes y definición de criterios del proyecto de diseño (Design Thinking), planteamiento de problemas de diseño (Design Process) y métodos de diseño y proyecto (Design Science).

CE17. Conocimiento de las estructuras de la información (Arquitectura de la información) y capacidad de estructurar los mensajes en función del soporte y el medio de distribución.

CE25. Aptitud o capacidad para la ideación gráfica.

CE30. Conocimiento aplicado de las posibilidades de los sistemas informáticos y manejo específico de los programas de diseño, proyecto y gestión.

CT1. Capacidad de razonamiento crítico y razonamiento estratégico. Capacidad de resolver problemas y tomar decisiones (análisis y síntesis) en función de objetivos derivados del razonamiento crítico.

CT10. Capacidad de juicio crítico sobre la calidad.

CT3. Capacidad para visualizar y comunicar visualmente la información.

CT5. Capacidad de trabajo en equipo y de integración en equipos multidisciplinares.

CT7. Capacidad de juicio estético a través del conocimiento de sus teorías y de la experiencia, disfrute y obtención de un bagaje personal en lo sensorial y sensible.

CT9. Capacidad creativa, entendida como capacidad de generar y producir nuevas ideas o conceptos, o de encontrar nuevas asociaciones entre los ya conocidos llegando a conclusiones nuevas, e identificar y resolver problemas de una forma original y relevante proponiendo mejoras e innovaciones.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Bloque temático	Tema	Apartados
I. Conceptos fundamentales de diseño editorial	Tema 1. El diseño editorial como estrategia de comunicación.	Conceptos y definiciones. Elementos. Objetivos. Especialidades. La función del diseñador en el contexto editorial.
	Tema 2. Modelos, usos y evolución del diseño editorial.	Peculiaridades generales de los productos editoriales: medios impresos y medios digitales; públicos, objetivos, extensión y contexto temporal (evolución del diseño a lo largo del tiempo). Historia de las publicaciones: libros, periódicos y revistas.
II. Elementos estructurales y de jerarquía del diseño editorial	Tema 3. Estructuración del espacio gráfico	El formato, la caja/mancha y la retícula como elementos definitorio-expresivos de un producto y como condicionantes de su diseño. Conceptos y tipos.
	Tema 4. Signos lingüísticos: tipografía y ortotipografía	El componente textual. Apariencia gráfica: tipografía, tamaño, color, orientación... Visibilidad y legibilidad. Tipografía: conceptos esenciales (clases, elección y legibilidad), recursos de diseño eficaz (ubicación, tamaño y extensión) y su integración con otros elementos (icónicos, plásticos y estructurales). Líneas (longitud y separación), párrafos (tipos y aplicación como recurso), columnas (naturales y falsas). Estrategias básicas de jerarquización y organización. La ortotipografía y su aplicación en el campo editorial. Utilización de las series redonda, negra, cursiva, versales y versalitas. Usos del guion, la raya o semiraya y el signo menos, puntos suspensivos, corchete, comillas, etc. Utilización de notas y llamadas. Partición correcta de las palabras. Abreviaciones. Tablas y esquemas.
	Tema 5. Signos icónicos o figurativos	Fotografías, ilustraciones, dibujos, etc. Funciones y estilos. Recursos básicos: elección del nivel de iconicidad, selección del objeto, recorte y determinación del encuadre, ampliación/reducción y siluetas. Ubicación, tamaño y cantidad de elementos icónicos empleados..
	Tema 6. Signos plásticos y color	Elementos integrantes del mensaje visual como el color o las texturas y su aplicación en el campo del diseño editorial



	Tema 7. Estrategias para una comunicación eficaz	Aplicación conjunta de los recursos de jerarquización y estructuración disponibles. Contraste, proporción, armonía, simetría, equilibrio... Adaptación al producto. Adaptación al público. Posibilidades técnicas y económicas disponibles.
--	---	--

IV.B.-Actividades formativas	
Tipo	Descripción
Asistencia a clases teóricas	TEORÍA: clases magistrales y resolución de problemas
Trabajos individuales	Trabajos fuera de aula, a determinar por cada profesor
Prácticas	Ejercicios prácticos de diferentes niveles de dificultad que implican el conocimiento teórico aplicado a diversos productos gráficos, a determinar por cada profesor.
Lecturas	Lecturas para preparar la discusión en clase. Se evaluarán en la convocatoria ordinaria y extraordinaria
Realización de pruebas	Ejercicios prácticos para resolver a mitad de curso de forma presencial
Tutorías académicas	Resolución de dudas acerca del desarrollo de las prácticas, el material de teoría, lecturas y el trabajo final.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	28
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	4
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	26
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas	28
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	20
Preparación de clases teóricas	35
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	35
Preparación de pruebas	2
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 14	Clase magistral con apoyo de medios audiovisuales. Metodología participativa y actividades en grupo de discusión de lecturas y resolución de cuestionarios breves.
Prácticas	Semana 1 a Semana 14	Explicación conceptual de recursos del programa de autoedición disponible, siempre en relación a sus atributos comunicativos. Ejercicios de ejemplo (profesor) y ensayo (alumnos): demostración de conocimientos adquiridos, capacidad analítica y ejecución de prácticas.
Trabajos individuales	Semana 1 a Semana 14	Las actividades complementarias fuera del aula (TFA) se programarán en función del desarrollo de los contenidos para que reviertan en el desarrollo de un trabajo individual de edición de un producto editorial original. No serán revaluables.



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Las pruebas teóricas y prácticas se realizarán de forma **presencial**. Tanto las prácticas como las actividades fuera del aula se entregarán a través del Aula Virtual. Para la superación de la asignatura el alumno dispondrá de dos convocatorias: **ordinaria** y **extraordinaria**:

- **Evaluación ordinaria.** La calificación final del curso se basará en una evaluación continuada del trabajo del estudiante a lo largo del curso. Eso implica que el alumno será calificado en base a las pruebas, trabajos y actividades realizadas a lo largo del curso conforme a la ponderación establecida en esta guía. La calificación de “no presentado” se dará al alumno que no haya realizado ninguna prueba.

- **Evaluación extraordinaria.** Sólo podrá utilizarse para la evaluación de contenidos que puedan ser revaluables y no superados en evaluación anterior. No es sustitutiva de la evaluación continua. La calificación de NO PRESENTADO se referirá al alumno que no ha realizado NINGUNA prueba. En todas las pruebas evaluables se tendrá en cuenta la redacción y corrección gramatical. Los trabajos deben ser originales y cuando se incluyan contenidos ajenos (fotografías, infografías, textos) estarán convenientemente citados. Se recuerda al alumno que el plagio es un delito y supondrá el suspenso automático en la asignatura.

La evaluación en la convocatoria ordinaria y la reevaluación en convocatoria extraordinaria se realizarán en los periodos establecidos para ello en el calendario académico oficial.

OBSERVACIONES. Los contenidos teóricos y los materiales de apoyo de la asignatura se facilitarán en las clases de teoría presenciales. Los profesores podrán indicar lecturas obligatorias para cada tema que serán objeto de evaluación. Durante estas clases se podrán realizar o proponer dinámicas y actividades colectivas o debates sobre los temas relacionados con la asignatura. Todos los ejercicios de prácticas se gestionarán a través de Aula Virtual. La comunicación con los profesores se realizará a través del correo o por la aplicación TEAMS de Aula Virtual.

El sistema de evaluación (SE) se regirá por la siguiente matriz de actividades de evaluación (AE)

(*) Tanto para la convocatoria ordinaria, como para la extraordinaria, el profesor que lo considere oportuno, podrá establecer dos pruebas de evaluación: una que incluya la primera parte de la teoría y que ponderará al 20%, y otra que incluirá la segunda parte de la teoría y que ponderará el restante 20%.

(**) Para la convocatoria ordinaria, el profesor que lo considere oportuno, podrá establecer un sistema de evaluación continua evaluando las prácticas realizadas durante el curso

Sistema de Evaluación	Actividad evaluadora	Modalidad	Contenido	Tipo	Nota mínima	Ponderación	Periodo
SE2. Prueba escrita de respuesta abierta o tipo test (40%)	Prueba teórica final*	Presencial	Contenidos teóricos impartidos en los temas 1 a 7 (incluidas lecturas recomendadas presentaciones y debates)	Cuestionario con preguntas de opción múltiple o de respuesta corta. Nota mínima: 5 Revaluable si se obtiene menos de un 5	5	40%	Contenidos teóricos de la asignatura impartidos entre las semanas 1-14. Evaluación y reevaluación en las fechas marcadas en el calendario académico

SE6. Prácticas con ordenador (50%)	Prueba parcial práctica **	Presencial	Prácticas de nivel A.	Ejercicios de diseño editorial acordes a pautas explicadas Nota mínima: 5 Revaluable si se suspende	5	25%	Evaluación de prácticas explicadas en las sesiones presenciales durante las siete primeras semanas. Revaluación. En periodo de evaluación extraordinaria . Fecha: en el calendario académico
	Prueba parcial práctica **	Presencial	Prácticas de nivel B.	Ejercicios de diseño editorial acordes a pautas explicadas Nota mínima: 5 Revaluable si se suspende	5	25%	Comprende ejercicios de las siete últimas semanas. Revaluación. En periodo de evaluación extraordinaria . Fecha: en el calendario académico
	Actividad fuera de aula	Trabajo fuera del aula	Consistirá en la maquetación de un producto editorial siguiendo ejemplos tomados de la base de datos PressReader. Se exigirá una memoria escrita explicativa del trabajo; así como el producto editorial original	Sin nota mínima obligatoria NO revaluable	Sin nota mínima	10%	Se desarrollará a medida que se avance en la impartición de la asignatura. Recogerá todas las actividades explicadas para la adquisición de habilidades y competencias necesarias en el proceso de diseño de un producto editorial. NO se revaluable
VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase							



La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Contreras y San Nicolás (2001). *Diseño Gráfico, Creatividad y Comunicación*. Madrid: Blur

Fawcett-Tang, R. (2004). *Diseño de libros contemporáneos*. Barcelona: Gustavo Gili.

Franco Álvarez, G. (2005). *Tecnologías de la comunicación: producción, sistemas y difusión digital*. Madrid: Fragua

García-Martul, D. (2027). *Diseño de la Información Periodística: Maquetación y Producción de Diarios impresos en la prensa actual*. Dykinson, Madrid

Haslam, Andrew (2007). *Creación, diseño y producción de libros*. Barcelona: Blume.

Hochuli, J. (2005) *El diseño de libros: Práctica y teoría*. Valencia: Campgràfic.

Jardí, E. (2019). *Así se hace un libro*. Barcelona: Arpa

Jute, A. (1996). *Retículas. La Estructura del Diseño Gráfico*. Barcelona: Index Books.

Kane, J. (2005). *Manual de tipografía*. Barcelona, Gustavo Gili

Marín Álvarez, R. (2013). *Ortotipografía para diseñadores*. Barcelona: Gustavo Gili.

Martínez de Sousa, J. (2004). *Ortografía y ortotipografía del español actual*. Gijón, Trea.

Montes, M. y Vizcaíno-Laorga, R. (2015) *Diseño gráfico publicitario: principios fundamentales para el análisis y elaboración de mensajes visuales*. Madrid: Ommpress.

Müller-Brockmann, J. (1982). *Sistemas de Retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona; Gustavo Gili.

Ruder, E. (1983). *Manual de Diseño Tipográfico*. Barcelona: Gustavo Gili.

Samara, T. (2007). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona, Gustavo Gili.

Swann, A. 1990. *Cómo Diseñar Retículas*. Barcelona: Gustavo Gili.

Tena Parera, d. (2004), *Diseño gráfico y comunicación*. Madrid, Pearson Prentice Hall

Tschichold, J. (2002). *El abecedario de la buena tipografía*. Valencia: Campgràfic.

White, Jan V. (2017). *Diseño para la edición* (Edición en español). Málaga, Jardín de Monos.

Zappaterra, Y. (2008). *Diseño Editorial. Periódicos y revistas*. Barcelona: Gustavo Gili.

Bibliografía complementaria

Buen Unna, J. (2008). *Manual de Diseño Editorial*. Gijón, Trea

Dondis, D. A. (2003). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona, Gustavo Gili

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	DAVID GARCÍA MARTUL
Correo electrónico	david.martul@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Aranjuez
Categoría	Profesor/a Permanente Laboral
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	3
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0



Nº de evaluaciones positivas Docencia	2
Nombre y apellidos	MARIO FRANCISCO BENITO CABELLO
Correo electrónico	mario.benito@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Madrid - Quintana
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	0
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1
Nombre y apellidos	PEDRO DIEGO SOLÍS MONTERO
Correo electrónico	pedro.solis@urjc.es
Departamento	Periodismo y Comunicación Corporativa
Campus de impartición	Aranjuez
Categoría	Profesor/a Asociado/a
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	1
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	0

