

GUÍA DOCENTE DISEÑO GRAFICO

GRADO EN BELLAS ARTES

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 02-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
El Diseño Gráfico es una forma de pensamiento, se basa en la generación consciente de signos, símbolos y señales, y es capaz de generar cambios sociales. Es una disciplina que promueve la adquisición de herramientas y procesos de ideación y concreción de actos de comunicación. Esta asignatura consiste en el desarrollo de los elementos que proyectan una identidad, a través del conocimiento teórico y la aplicación práctica, razonada, crítica y creativa. Al finalizar la asignatura el alumno será capaz de: • Experimentar y valorar las posibilidades de los conceptos gráficos y sistemas de diseño gráfico y publicitario. • Encontrar referentes gráficos unidos a estilos que le sirvan como inspiración en cada uno de sus trabajos. • Desarrollar piezas gráficas de valor conceptual, visual y comunicativo con espíritu crítico y profesional. • Organizar las presentaciones y defenderlas con vocabulario profesional enfocado a la venta de su proyecto como si de un cliente se tratase. • Solucionar de forma autónoma problemas que puedan surgir en los proyectos de diseño gráfico. • Utilizar y planificar de forma ágil un método de trabajo. • Mostrar soltura en el uso de programas asociados al diseño gráfico. ATENCIÓN: INDICACIONES SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE LA ASIGNATURA DIRIGIDAS A LOS ESTUDIANTES QUE CURSEN ESTA ASIGNATURA EN EL CAMPUS DE FUENLABRADA Los estudiantes del campus de Fuenlabrada podrán asistir de forma remota y síncrona a las clases impartidas presencialmente en el campus de Aranjuez. Además, se programarán tutorías para el seguimiento de los ejercicios objeto de evaluación, la concreción de estas se comunicará al estudiantado a través del aula virtual.
II.B-Presentación en inglés



Graphic Design is a way of thinking, based on the conscious generation of signs, symbols, and signals, and is capable of generating social change. It is a discipline that promotes the acquisition of tools and processes for the ideation and implementation of acts of communication. This course consists of the development of the elements that project an identity, through theoretical knowledge and practical, reasoned, critical, and creative application. Once the course is completed, the student will be able to: Experiment with and assess the possibilities of graphic concepts and systems of graphic and advertising design. Find graphic references linked to styles that serve as inspiration in each of their projects. Develop graphic pieces of conceptual, visual, and communicative value with a critical and professional spirit. Organize and defend presentations using professional vocabulary focused on selling their project as if they were a client. Autonomously solve problems that may arise in graphic design projects. Use and plan a flexible working method. Show ease in the use of programs associated with graphic design. ATTENTION: INSTRUCTIONS REGARDING COURSE OPERATIONS FOR STUDENTS ENROLLED AT THE FUENLABRADA CAMPUS. Students at the Fuenlabrada campus may attend classes¿held in person at the Aranjuez campus¿remotely and synchronously. Additionally, tutorial sessions will be scheduled to monitor the exercises subject to assessment; details regarding these sessions will be communicated to students via the virtual classroom.

III.-Resultados de Aprendizaje

CG02. Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica
 CG03. Planificación y gestión del tiempo
 CG04. Conocimientos básicos del área de estudio
 CG05. Conocimientos básicos de la profesión
 CG08. Habilidades informáticas básicas
 CG10. Capacidad de aprendizaje
 CG12. Capacidad crítica y autocrítica
 CG14. Capacidad para generar nuevas ideas
 CG15. Resolución de problemas
 CG16. Toma de decisiones
 CG17. Trabajo en equipo
 CG25. Habilidad para trabajar de forma autónoma
 CG30. Orientación a resultados
 CG31. Sensibilidad estética
 CE07. Conocimiento del vocabulario y de los conceptos inherentes a cada técnica artística particular
 CE09. Conocimiento de métodos de producción y técnicas artísticas.
 CE12. Conocimiento de los materiales y de sus procesos derivados de creación y/o producción
 CE14. Conocimiento de los instrumentos y métodos de experimentación en Arte
 CE19. Capacidad para identificar y entender los problemas del Arte
 CE20. Capacidad de interpretar creativa e imaginativamente problemas artísticos
 CE22. Capacidad de producir y relacionar ideas dentro del proceso creativo
 CE25. Capacidad de (auto)reflexión analítica y (auto)crítica en el trabajo artístico
 CE27. Capacidad de trabajar autónomamente
 CE28. Capacidad de trabajar en equipo
 CE32. Capacidad de aplicar profesionalmente tecnologías específicas
 CE42. Habilidades para la creación artística y capacidad de construir obras de arte. Adquirir las destrezas propias de la práctica artística.
 CE48. Habilidad para una presentación adecuada de los proyectos artísticos

- 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 I: DISEÑO EDITORIAL

- Composición. Sangría y longitud de línea. Kerning y Tracking.
- Interlineado, Alineación y párrafos. Filetes, luto, subrayado, viñetas y bolos. Columnas, medianil y corondel.
- Tipografía. Sistemas de medidas tipográficas. Reglas ortotipográficas
- Títulos, subtítulos y rangos. Citas, pies de foto.
- Legibilidad y sus normas. Legibilidad en el color.
- Sistema de retículas
- Diseño de prensa diaria, semanal o mensual y especializada.
- Partes del libro impreso

BLOQUE II: DISEÑO PUBLICITARIO

- Diseño publicitario: definición, características, funciones y tipos
- Medios publicitarios: definición medio/soporte, prensa, publicidad exterior, publicidad directa.
- Formatos y tipos de anuncios: informativos, persuasivos, de recuerdo.
- Identidad corporativa
- Imagen corporativa
- Briefing y contrabriefing de diseño

BLOQUE III: DISEÑO DEL ENVASE

- Packaging como medio de comunicación
- Materiales
- Técnicas de impresión
- Etiquetado

BLOQUE IV: CONCEPTOS DE IMPRESIÓN

- El proceso gráfico
- Sistemas de impresión. Impresión convencional y digital
- Tipos de papel
- Tramado. Reproducción del color. Tratamiento de la imagen
- Ensamblado y filmado
- Formatos: standard y otros formatos
- Pruebas y control de calidad
- Manipulados
- Encuadernación

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Asistencia a clases teóricas	Clases prácticas: trabajo tutorizado. Aplicación práctica de los contenidos teóricos de los bloques I, II, III, IV
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Realización de pruebas escritas, pruebas objetivas y/o pruebas prácticas presenciales.
Trabajos individuales	Trabajo autónomo: realización de prácticas y ejercicios, preparación de pruebas, búsqueda y selección de documentación y/o lectura de material de apoyo y referencias bibliográficas y visuales.



Otras actividades	Actividades de apreciación artística: asistencia a seminarios, visitas externas, salidas de campo, visionado de obras visuales/audiovisuales, etc.
Presentaciones orales	Debates presenciales y/o en línea.
Tutorías académicas	Seguimiento de trabajo y resolución de dudas del alumnado

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

Clases teóricas	24
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	12
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	12
Realización de pruebas	12
Tutorías académicas	24
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	24
Preparación de clases teóricas	30
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	22
Preparación de pruebas	20
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Semana 2 a Semana 15	Resolución de problemas y discusión de resultados. Se desarrollará en el aula de informática y aulas taller. Aplicación práctica de contenidos teóricos y prácticos. Estudio de casos y debate.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Lección magistral participativa. Exposición de los contenidos teóricos por parte del profesor-a en el aula con participación del alumnado. El alumno dispondrá de material de apoyo y recursos como: presentaciones, material audiovisual, ejercicios, para preparar los contenidos de cada tema.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Estudio de casos y debate. Trabajo en aulas de informática con diferentes softwares de Diseño Gráfico y aula taller para la realización de trabajos físicos. Resolución de problemas y discusión de resultados. Trabajo por proyectos tanto individuales como colectivos.
Metodologías activas o de innovación docente	Semana 1 a Semana 15	Aprendizaje por proyectos.



Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Seguimiento del trabajo del alumno-a en el aula y a través de videoconferencia mediante aplicaciones como Teams.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Aprendizaje cooperativo y colaborativo.

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

Sistema de evaluación	Actividad de evaluación	Ponderación (%)	Reevaluable (sí/no)	Nota mínima	Contenido (temario)	Fecha (semana)
SE 2 y SE 3: Valoración del desarrollo de trabajos y/o proyectos (individuales o colectivos). Participación en clase, foros y debates.	Diseño editorial (grupal)	15 %	NO	NO	BLOQUE I	1-14
SE 2 y SE 3: Valoración del desarrollo de trabajos y/o proyectos (individuales o colectivos). Participación en clase, foros y debates.	Diseño publicitario (grupal)	15 %	NO	NO	BLOQUE II	1-14
SE 2. Valoración del desarrollo de trabajos y/o proyectos (individuales o colectivos).	Packaging (individual)	20 %	SÍ	SÍ 50/100	BLOQUE III	1-14
SE 2. Valoración del desarrollo de trabajos y/o proyectos (individuales o colectivos).	Sistemas de color e impresión (individual)	20 %	SÍ	SÍ 50/100	BLOQUE IV	1-14
SE 1. Pruebas de conocimiento y / o presentaciones presenciales (orales y/o escritas).	Prueba tipo test (individual)	30 %	SÍ	SÍ 50/100	BLOQUE I, II, III, IV	15

Cálculo de la nota final

La nota final se calcula como la media ponderada de las notas de las actividades de evaluación según los porcentajes indicados, siempre y cuando la nota de todas las actividades de evaluación con nota mínima sea igual o superior a la indicada. Para aprobar la asignatura la media ponderada debe ser igual o superior a 5. Si una o varias actividades de evaluación no se han superado con la nota mínima, la nota final de la asignatura será la media obtenida entre todas las actividades de evaluación realizadas teniendo en cuenta que no podrá superar un 4. Si el/la estudiante no se ha presentado a ninguna prueba evaluable, la nota final será "No presentado".

Convocatoria extraordinaria

El/la estudiante solo podrá presentarse a las actividades reevaluables en las que no haya alcanzado la calificación mínima en la convocatoria ordinaria o a aquellas en las que no se haya presentado. Para el cálculo de la nota final en esta convocatoria, se tendrán en cuenta las calificaciones obtenidas en la convocatoria ordinaria en las actividades superadas, así como las notas

obtenidas en las actividades reevaluadas.

Condiciones de entrega de las pruebas de evaluación

Simulando las condiciones del entorno profesional, la fecha y hora de entrega de los trabajos no se podrán modificar. Los trabajos deben entregarse siguiendo las indicaciones de sus respectivos enunciados. Cuando una tarea deba entregarse en formato físico y digital, solo será válida cuando se cumplan ambas condiciones. No se aceptarán trabajos enviados a través del correo electrónico. La realización y entrega de las pruebas de evaluación tiene carácter personal y no se admitirán acreditaciones ni poderes de representación. Todos los estudiantes deberán hacer entrega de sus trabajos de forma presencial, y su asistencia quedará registrada mediante sistema de hoja de firmas. Quien no entregue en plazo, deberá hacerlo en la convocatoria extraordinaria.

Si un/una estudiante no puede formalizar la entrega de una actividad de evaluación por causa programada o sobrevenida, deberá comunicarlo a la mayor brevedad y siempre antes de la finalización del plazo fijado. A partir de ese momento, y en un máximo de 48 horas, el/la estudiante deberá remitir al docente un certificado que justifique el carácter incapacitante de la circunstancia.

Otras observaciones o aclaraciones:

Plagio: Las actividades y trabajos universitarios deberán ser originales. Cuando se empleen fragmentos ajenos deberán estar adecuadamente citados. Los casos de plagio total o parcial serán penalizados con la no evaluación de dicho trabajo, ni posibilidad de reevaluarlo. Que los elementos ajenos a la elaboración del alumnado no son plagios o robos si se citaran de forma correcta —fotografías, imágenes, gráficos y otros— y se aportara la fuente. La cita demuestra conocimiento de qué es relevante. El plagio demuestra ignorancia. Además de que la ignorancia es inaceptable en un universitario (es un suspenso), el plagio es una falta grave. Los casos de plagio total o parcial serán penalizados en la asignatura e implicará la solicitud de apertura de expediente, al estar recogido en la normativa de la Universidad.

En base a las Recomendaciones de uso de la Inteligencia Artificial en la URJC se recuerda que: "El uso de Inteligencia artificial (IA) está prohibida para los estudiantes en las pruebas de evaluación a menos que indique lo contrario por el profesor/a": <https://www.urjc.es/poweru/documentacion-poweru#para-estudiantes>.

El uso de las IA generativas en la resolución de los trabajos planteados en el aula debe concebirse como un recurso que permita ampliar y enriquecer las soluciones aportadas. El objetivo principal es hacer un uso de las IA generativas como herramientas complementarias en el proceso creativo, evitando su dependencia y uso irresponsable.

Ortografía y calidad en la presentación de trabajos: En la calificación de las actividades, trabajos y exámenes universitarios serán evaluados no solo los contenidos, sino también todos los aspectos que contribuyen a una correcta expresión escrita o gráfica como son la presentación formal, la pulcritud, la estructura y organización de las ideas y contenidos, la correcta ortografía, la puntuación, etc. En definitiva, se evaluará que la expresión, tanto escrita como gráfica, sea la correspondiente a un nivel universitario. Tutorías: no se atenderán tutorías sobre temas expuestos en clase para quienes no hayan asistido cuando se explicó sin causa justificada.

ATENCIÓN: INDICACIONES SOBRE EL SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA DIRIGIDAS A LOS ESTUDIANTES QUE CURSEN ESTA ASIGNATURA EN EL CAMPUS DE FUENLABRADA

El sistema de evaluación será el mismo indicado anteriormente. Los alumnos-as matriculados en el campus de Fuenlabrada entregarán todas las actividades mediante el Aula Virtual de la asignatura.

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

- Baines, P., Haslam, A. (2005) Tipografía: función, forma y diseño (Nueva ed. rev y amp.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Ball, P.(2003) La invencion del color. Turner: Madrid
- Bann, D. (2010). Actualidad en la produccion de artes graficas. Barcelona: Blume.
- Beier, S. (2019) Trucos de tipografía. Descubre los secretos del Diseño de Fuentes. Hoaki Promopress.
- Buen, J. (2003). Manual de Diseno Editorial. Mexico: Santillana.
- Caldas, S. (2021) Paleta perfecta para diseño gráfico e ilustración. Barcelona: Promopress.
- Costa, J. (2003). Imagen corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires: La Cruja.
- Costa, J. (2003). La imagen corporativa: teoria y metodologia de la identificacion institucional. Barcelona: G. Gili.
- Costa, J. (2009). La imagen de marca: un fenomeno social. Barcelona: Paidos.
- Chaves, N. (2015). La imagen corporativa. Barcelona: G. Gili.
- Cullen, K. (2019) Composición y creatividad. La guía del diseño gráfico. Madrid: Anaya Multimedia.
- Dondis, D. A. (2018). La sintaxis de la imagen: introduccion al alfabeto visual. Barcelona: Gustavo Gili.
- Frascara, J. (1997). Diseno grafico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social. Buenos Aires: Infinito.
- Gil, E. (2019) Pioneros del diseño gráfico en España. Editorial Experimenta.
- Gombrich, E. H. (2003), Los usos de las imagenes. Estudios sobre la funcion social del arte y la comunicacion visual. Londres: Phaidon Press.
- Gutierrez, P. P. (2006). Teoria y practica de la publicidad impresa. Valencia: Campgrafic Editors.
- Heller, E. (2008). Psicologia del color. Barcelona: Gustavo Gili.
- Itten, J. (2002). Arte del color. aproximación subjetiva y descripción objetiva del arte. Mexico: Noriega Ediciones.
- Jardí, E. (2007). Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán). Veintidós consejos sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán). Barcelona: Actar
- Johansson K., Lundberg, P. y Ryberg, R. (2011). Manual de producción grafica. Recetas. Barcelona: G. Gili.
- John L. (1994). Como preparar diseños para la imprenta. Barcelona: G. Gili.
- Landa, R. (2018) El diseño en la publicidad Generar ideas creativas. Madrid: Anaya Multimedia.
- Lupton, E. (2019) El diseño como storytelling. Barcelona: Gustavo Gili.
- March, M. (1994) Tipografía creativa. Barcelona: Gustavo Gili.
- Marín Álvarez, R. (2023) Ortotipografía para diseñadores. Barcelona. G. Gili. barcelona.
- Memelsdorff, F. (2005). rediseñar para un mundo de cambio. Madrid: Blur.
- Müller, J. (2021) The history of graphic design Vol.1. 1890-1959. Taschen
- Müller, J. (2022) The history of graphic design Vol,2.. 1960-Today. Taschen
- Muller-Brockmann, J. (2012). Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos. Barcelona: G. Gili.
- Munari, B. (2013). Diseno y comunicacion visual: contribucion a una metodologia didactica. Barcelona: Gustavo Gili.
- Pleguezuelos, M. (2017) Por un nuevo diseño editorial. La influencia de los entornos digitales. Vol. 1 y 2. Sendemá.
- PerezTome, J. y Smith, C. (2006). Beautiful Pyme: ideas practicas de marketing y comunicacion para pequenas y medianas empresas. Madrid: Mc Graw Hill.
- Phillips, P.L. (2006). Como crear el brief de diseno perfecto. Barcelona: Divine Egg Publications.
- Ruiz, F. X. (2000). Retorica creativa: programa de ideacion publicitaria. Barcelona: Universitat Autonoma de Barcelona.
- Aicher, O. (2007). El mundo como proyecto. Barcelona: Gustavo Gili.
- Albers, J. (2017). La interaccion del color. Madrid: Alianza Editorial.
- Ambrose, G. y Harris P. (2011) Diccionario visual de tipografía. Barcelona. Index Book
- Arnheim, R. (1985). Arte y percepcion visual. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Arnheim, R. (1998). El pensamiento visual. Barcelona: Paidos.



Satué, E. (2006). El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días. Madrid: Alianza Forma.
 Satué, E. (2007). Arte en la tipografía y tipografía en el arte: compendio de tipografía artística. Madrid: Siruela.
 Satué, E. (2011). El factor diseño en la cultura de la imagen y en la imagen de la cultura. Madrid: Alianza Editorial.
 Satué, E. (2000) El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva. Madrid: Alianza
 Salvaggio, M. (2023) How to design fonts?. Blaze Type
 Swystun, J. (2008). El glosario de las marcas. Madrid: Lid.
 Villafane, J. (2008). Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas. Madrid: Piramide.
 VV. AA. (2000) Signos del siglo: 100 años del diseño gráfico en España. DDI, 2000
 Wong, W. (2007). Fundamentos del diseño. Barcelona: Gustavo Gili.
 Wong, W. (2001). Principios del diseño en color: diseñar con colores electrónicos. Barcelona: Gustavo Gili.

Bibliografía complementaria

Webs de referencia:
<https://graffica.info/>
<http://www.gusgsm.com/>
<https://www.paredro.com/>
<https://www.unostiposduros.com/>

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	IMELDA CAMPOS IZQUIERDO
Correo electrónico	imelda.campos@urjc.es
Departamento	Artes y Humanidades
Campus de impartición	Aranjuez
Categoría	Profesor/a Asociado/a
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	1
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1