

A background image showing a person's hand using a computer mouse. The image is overlaid with a semi-transparent grey rounded rectangle containing text. To the right of the text, there is a vertical column of seven white circles of varying sizes, with the bottom-most circle being the largest and brightest. The background is a blurred office setting.

MF0696_3. Proyecto de productos gráficos

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Determinar los requisitos del cliente relativos al proyecto gráfico reuniéndolos en el informe registro, teniendo en cuenta el estudio de necesidades.
- Determinar las características técnicas según el tipo de producto gráfico, de comunicación, editorial, envase o embalaje, con objeto de definir las instrucciones para la realización.
- Dibujar esbozos de productos gráficos teniendo en cuenta las características y parámetros técnicos y estéticos del producto para su posterior desarrollo.
- Desarrollar bocetos para la aprobación del cliente, aplicando las instrucciones para la realización y los principios básicos del diseño gráfico.
- Elaborar el presupuesto de proyectos gráficos a partir de las características técnicas, los plazos de entrega y las condiciones del mercado.

□ **Objetivos Específicos**

- Dibujar esbozos de productos gráficos a mano alzada, aplicando las técnicas más apropiadas y teniendo en cuenta las características y parámetros de un producto dado.
- Desarrollar bocetos para la realización de un proyecto gráfico a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos y/o manuales aptos para su reproducción.
- Desarrollar bocetos para la realización de proyectos de packaging a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos y/o manuales aptos para su reproducción.
- Desarrollar bocetos para la realización de proyectos multimedia a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos aptos para su edición.
- Elaborar las instrucciones para la creación de productos gráficos a partir del encargo de supuestos clientes.

- Identificar los parámetros técnicos para la elaboración de productos gráficos.
- Elaborar presupuestos de proyectos gráficos, debidamente caracterizados, realizando la planificación, valorando costes y tiempos.

Contenidos

MF0696_3. Proyecto de productos gráficos	140 horas
UF1455. Preparación de proyectos de diseño gráfico	50 horas
<p>Unidad 1: Metodología del proyecto gráfico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delimitación de los requerimientos del cliente. Informe de registro: <ul style="list-style-type: none"> ○ Componentes del informe de registro. • Conocimiento del mercado: materiales y servicios: <ul style="list-style-type: none"> ○ Prospección de materiales atendiendo al producto del que se trate. • Métodos de búsqueda y fuentes de información. • Técnicas de recogida de datos. • Directrices para la confección de las instrucciones para la realización. • Proceso de realización: técnicas de incentivación de la creatividad. • Métodos para la propuesta y selección de soluciones. • Técnicas de presentación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Herramienta pluma. • Verificación del informe de registro: contrabriefing. 	
Actividades de Evaluación UA 01	1 hora
Tiempo total de la unidad	14 horas
<p>Unidad 2: Análisis del cliente y público objetivo/Materias primas, soportes y producción del producto gráfico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de las empresas en función del tamaño. • Posicionamiento del cliente en el mercado actual y definición de sus aspiraciones en el futuro. • Análisis del tipo de comunicación pertinente a sus valores empresariales. • Definición de sus rasgos generales: sector, escala, implantación geográfica, trayectoria, actividad, valores, audiencia, perspectivas, imagen pública. <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de cliente. • Definición del público objetivo del producto o servicio del que se trate. • Análisis de la competencia. • Análisis de servicios que pueda ofrecer al cliente. • Conocimiento/ Análisis del sector en el que se inscribe el cliente. <ul style="list-style-type: none"> ○ Análisis interno y externo. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de productos gráficos. • Características. • Clasificación. • Soportes físicos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Clasificación de soportes para impresión. ○ Soportes papeleros: componentes. ○ Procesos de fabricación del papel: preparación y fabricación de pasta, laminado, calandrado, estucado y acabado. ○ Tipos de papel y campos de aplicación. ○ Especificaciones para la compra de papel. ○ Otros tipos de soporte: características, procesos y problemas de impresión. • Soportes digitales. • Procesos de preimpresión. <ul style="list-style-type: none"> ○ Copy: editor de textos. ○ Sistemas de formatos, formatos compatibles, formatos económicos y/o que facilitan los procesos. ○ Obtención de los contenidos del producto gráfico: textos, imágenes ilustraciones. • Tintas: tipos y características. • Proceso de impresión. <ul style="list-style-type: none"> ○ Interacción papel-tinta en la impresión. ○ Definición del sistema de impresión o software digital. ○ Tipos de acabados: barnices, plastificados... ○ Tipos de manipulados: cortes, hendidos, plegados... ○ Normativa sanitaria y medioambiental referente al uso de soportes y tintas. ○ Condiciones de etiquetado de productos comerciales. 	
<p>Actividades de Evaluación UA 02</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>20 horas</p>
<p>Unidad 3: Utilización y configuración de correo electrónico como intercambio de información.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las fases y distribución del trabajo. • Planificación de tareas. • Distribución de recursos. • Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto. <ul style="list-style-type: none"> ○ Definición del proyecto. • Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto: Creación, maquetas, fabricación y distribución. <ul style="list-style-type: none"> ○ Fabricación y distribución. • Cálculo y planificación de costes del proyecto. • Suministro por parte del cliente, compra o realización de los mismos. • Definición de las herramientas para la valoración del trabajo 	

<p>a realizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratación y subcontratación de servicios: creativos, maquetadores, originalistas, imprenta, fotografía, copias. • Detección de las variables a medir en cualquier proyecto de producto gráfico: <ul style="list-style-type: none"> ○ Idiomas, unidades y tipo de papel. ○ Elaboración de ofertas y presupuestos: Cálculo y planificación de costes. 	
Actividades de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	15 horas
Evaluación final UF1455	1 hora
UF1456. Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos	90 horas
<p>Unidad 1: Metodología para la realización del producto gráfico y fundamentos creativos y técnicos del diseño gráfico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase de proyecto: Esbozos y bocetos. • Fase de realización: Maquetas. <ul style="list-style-type: none"> ○ Crear una estrategia de trabajo. • Fase de presentación al cliente: Estrategias, discusión e introducción de correcciones y nuevas maquetas. • Fase de acabado del proyecto: Ejecución completa del proyecto. <ul style="list-style-type: none"> ○ Entrega de documentos finales. ○ La rasterización. ○ Originales en diferentes formatos. • La tipografía: Evolución histórica. • Código de signos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Clasificación, componentes, familias. ○ Análisis de las principales tipografías: analógicas/digitales. ○ Listado y criterios de selección. • El color: Principios de la teoría del color. <ul style="list-style-type: none"> ○ Sistemas de valoración/medición del color. ○ Simbolismo del color. • La imagen: Teoría y sintaxis de la imagen. <ul style="list-style-type: none"> ○ Escala de iconicidad: signo/símbolo. ○ Mensaje bimedial: combinación del texto y la imagen. • Composición: Gramática del diseño. <ul style="list-style-type: none"> ○ Breve historia. • Retórica del diseño gráfico: Discurso gráfico, figuras retóricas. 	
Actividades de Evaluación UA 01	1 hora

Tiempo total de la unidad	25 horas
<p>Unidad 2: Realización de esbozos en el diseño gráfico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación del trabajo. • Reparto de tareas. • Técnicas de incentivación de la creatividad. • Metodología de trabajo para la realización de esbozos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Crear formas básicas. ○ Colorear desde la paleta muestras. • Elementos básicos del diseño gráfico: la tipografía, la imagen, el color, el movimiento, el tiempo. • Jerarquías de la información. <ul style="list-style-type: none"> ○ Síntesis visual. • Figuración/abstracción. • Realización de esbozos según los parámetros definidos en el informe de registro y el informe técnico. <ul style="list-style-type: none"> ○ Briefing o informe de registro. 	
Actividades de Evaluación UA 02	1 hora
Tiempo total de la unidad	20 horas
<p>Unidad 3: Realización de bocetos en el diseño gráfico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Boceto de imagen corporativa: Imagen corporativa y mecanismos de funcionamiento. • Los signos básicos: El símbolo, el logotipo, el color, la tipografía. • El sistema gráfico. • Los valores estratégicos de la marca versus el impacto visual. <ul style="list-style-type: none"> ○ Diferencia entre identidad de marca versus imagen de marcadores. • Principales piezas gráficas corporativas. • El manual de imagen corporativa o de normas. • Bocetos para el producto editorial. <ul style="list-style-type: none"> ○ Productos editoriales y principios básicos. ○ Composición, arquitectura de página, la retícula. • Tratamiento de textos y tratamiento tipográfico. • Tratamiento de imágenes. • El papel: breve historia, clasificación, características e idoneidad de utilización. <ul style="list-style-type: none"> ○ Proceso de creación del papel. ○ Tipos de papel. ○ Características del papel. 	
Actividades de Evaluación UA 03	1 hora
Tiempo total de la unidad	20 horas

<p>Unidad 4: Realización de bocetos especiales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bocetos para packaging: Características específicas del packaging. <ul style="list-style-type: none"> ○ Sistemas de funcionamiento. ○ El volumen. ○ La ergonomía. ○ La legibilidad e impacto visual. ○ El punto de venta y el lineal. ○ Materiales y sistemas de impresión. ○ Maquetas de bocetos de packaging. • Bocetos para el producto multimedia: Características del producto multimedia. <ul style="list-style-type: none"> ○ Formatos y productos. ○ Técnicas de representación. ○ El movimiento. ○ El tiempo. ○ La resolución. ○ La conectividad. ○ El impacto visual. ○ Maquetas de bocetos de multimedia. 	
<p>Actividades de Evaluación UA 04</p>	<p>1 hora</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>24 horas</p>
<p>Evaluación final UF1456</p>	<p>1 hora</p>
<p>2 unidades formativas / 7 unidades</p>	<p>140 horas</p>