

A close-up photograph of a person's hand using a black computer mouse. The background is blurred, showing a computer monitor and keyboard. A decorative pattern of white circles of varying sizes is overlaid on the right side of the image. A semi-transparent grey rounded rectangle is positioned in the upper left, containing the text.

## **UF1455. Preparación de proyectos de diseño gráfico**

## **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.
- Elaborar el presupuesto de proyectos gráficos a partir de las características técnicas, los plazos de entrega y las condiciones del mercado.

### □ **Objetivos Específicos**

- 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

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

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

<p>a realizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación y subcontratación de servicios: creativos, maquetadores, originalistas, imprenta, fotografía, copias.</li> <li>• Detección de las variables a medir en cualquier proyecto de producto gráfico:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Idiomas, unidades y tipo de papel.</li> <li>○ Elaboración de ofertas y presupuestos: Cálculo y planificación de costes.</li> </ul> </li> </ul>	
Actividades de Evaluación UA 03	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>15 horas</b>
Evaluación final UF1455	<b>1 hora</b>
<b>3 unidades</b>	<b>50 horas</b>