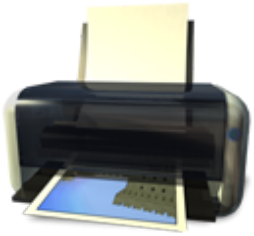
Preparación de proyectos de diseño gráfico



Área: Artes Gráficas
Modalidad: Teleformación
Duración: 50 h
Precio: 25.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF1455

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Metodología del proyecto gráfico

####

1.1 Delimitación de los requerimientos del cliente. Informe de registro:

####

1.1.1 Componentes del informe de registro

####

1.2 Conocimiento del mercado: materiales y servicios:

####

1.2.1 Prospección de materiales atendiendo al producto del que se trate

####

1.3 Métodos de búsqueda y fuentes de información.

####

1.4Técnicas de recogida de datos

####

1.5 Directrices para la confección de las instrucciones para la realización

####

1.6 Proceso de realización: técnicas de incentivación de la creatividad.

####

1.7 Métodos para la propuesta y selección de soluciones.

####

1.8 Técnicas de presentación.

####

1.9 Verificación del informe de registro: contrabriefing

####

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Análisis del cliente y público objetivo

####

2.1 Características de las empresas en función del tamaño.

####

2.2 Posicionamiento del cliente en el mercado actual y definición de sus aspiracionesen el futuro

####

2.3 Análisis del tipo de comunicación pertinente a sus valores empresariales

####

2.4 Definición de sus rasgos generales: sector, escala, implantación geográfica, trayectoria, actividad, valores, audiencia, perspectivas, imagen pública.

####

2.5 Definición del público objetivo del producto o servicio del que se trate

####

2.6 Análisis de la competencia

####

2.7 Análisis de servicios que pueda ofrecer el cliente

####

2.8 Conocimiento / análisis del sector en el que se inscribe el cliente

####

UNIDAD DIDÁCTICA 3. Materias primas, soportes y producción del producto gráfico

####

3.1 Tipos de productos gráficos.

####

3.2 Características.

####

3.3 Clasificación

####

3.4 Soportes físicos:

####

3.4.1 Clasificación de soportes para impresión.

####

3.4.2 Soportes papeleros: componentes.

####

3.4.3 Procesos de fabricación del papel: preparación y fabricación de pasta, laminado, calandrado, estucado y acabado.

####

3.4.4 Tipos de papel y campos de aplicación.

####

3.4.5 Especificaciones para la compra de papel.

####

3.4.6 Otros tipos de soporte: características, procesos y problemas de impresión.

####

3.5 Soportes digitales

####

3.6 Procesos de preimpresión:

####

3.6.1 Copy: editor de textos.

####

3.6.2 Sistemas de formatos, formatos compatibles, formatos económicos y/o que facilitan los procesos.

####

3.6.3 Obtención de los contenidos del producto gráfico: textos, imágenes, ilustraciones

####

3.7 Tintas: tipos y características.

####

3.8 Procesos de impresión:

####

3.8.1 Interacción papel-tinta en la impresión.

####

3.8.2 Definición del sistema de impresión o software digital.

####

3.8.3 Tipos de acabados: barnices, plastificados,...

####

3.8.4 Tipos de manipulados: cortes, hendidos, plegados,..

####

3.8.5 Normativa sanitaria y medioambiental referente al uso de soportes y tintas.

####

3.8.6 Condiciones de etiquetado de productos comerciales.

####

UNIDAD DIDÁCTICA 4. Presupuesto del proyecto para la creación de un producto gráfico

####

4.1 Análisis de las fases y distribución del trabajo.

####

4.2 Planificación de tareas.

####

4.3 Distribución de recursos.

####

4.4 Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto.

####

4.5 Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto: Creación, maquetas, fabricación y distribución.

####

4.6 Cálculo y planificación de costes del proyecto.

####

4.7 Suministro por parte del cliente, compra o realización de los mismos.

####

4.8 Definición de las herramientas para la valoración del trabajo a realizar.

####

4.9 Contratación y subcontratación de servicios: creativos, maquetadores, originalistas, imprenta, fotografía, “copies”.

####

4.10 Detección de las variables a medir en cualquier proyecto de producto gráfico:

####

4.10.1 Idiomas, unidades y tipo de papel.

####

4.10.2 Elaboración de ofertas y presupuestos: Cálculo y planificación de costes.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.