

MF0696_3 PROYECTO DE PRODUCTOS GRÁFICOS(ONLINE)



350,00 € - 425,00 €

El soporte de un libro, un cartel, un folleto o un tríptico es muy importante, ya que representa la primera impresión que nos llevamos de los mismos, y lo que nos llevará a interesarnos o no en profundizar en la información y el contenido de dicho material. Por tanto, es fundamental que las empresas encargadas en el diseño gráfico de estos productos sepan desarrollar proyectos gráficos a partir de las especificaciones iniciales del mismo. Ello se consigue elaborando bocetos, seleccionando y adecuando color, imágenes y fuentes tipográficas; creando elementos gráficos, maquetas y artes finales; utilizando herramientas informáticas; realizando presupuestos en función de las características del proyecto y verificando la calidad del producto terminado. Con este curso el destinatario podrá adquirir conocimientos acerca de los proyectos de productos gráficos.

Categorías: [Artes Gráficas](#) |

INFORMACIÓN

| | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| Duración | 140 h |
| Modalidad | Online |
| Docencia | TUTOR PERSONAL |
| Prácticas | GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS |
| Método de pago | FINANCIACIÓN SIN INTERESES |
| Centro de empleo | AGENCIA DE COLOCACIÓN |
| Formación acreditada | CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE |
| Precio | Particular, Empresa |

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

1. MÓDULO 1. PROYECTO DE PRODUCTOS GRÁFICOS

UNIDAD FORMATIVA 1. PREPARACIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. METODOLOGÍA DEL PROYECTO GRÁFICO

1. Delimitación de los requerimientos del cliente. Informe de registro:
2. - Componentes del informe de registro
3. - Conocimiento del mercado: materiales y servicios
4. Prospección de materiales atendiendo al producto del que se trate
5. Métodos de búsqueda y fuentes de información.
6. Técnicas de recogida de datos
7. Directrices para la confección de las instrucciones para la realización.
8. Proceso de realización: técnicas de incentivación de la creatividad.
9. Métodos para la propuesta y selección de soluciones.

10. Técnicas de presentación.
11. Verificación del informe de registro: contrabriefing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL CLIENTE Y PÚBLICO OBJETIVO

1. Características de las empresas en función del tamaño.
2. Posicionamiento del cliente en el mercado actual y definición de sus aspiraciones en el futuro
3. Análisis del tipo de comunicación pertinente a sus valores empresariales
4. Definición de sus rasgos generales: sector, escala, implantación geográfica trayectoria, actividad, valores, audiencia, perspectivas, imagen pública.
5. Definición del público objetivo del producto o servicio del que se trate
6. Análisis de la competencia
7. Análisis de servicios que pueda ofrecer el cliente
8. Conocimiento / análisis del sector en el que se inscribe el cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MATERIAS PRIMAS, SOPORTES Y PRODUCCIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

1. Tipos de productos gráficos.
2. Características.
3. Clasificación
4. Soportes físicos:
 5. - Clasificación de soportes para impresión.
 6. - Soportes papeleros: componentes.
 7. - Procesos de fabricación del papel: preparación y fabricación de pasta, laminado, calandrado, estucado y acabado.
 8. - Tipos de papel y campos de aplicación.
 9. - Especificaciones para la compra de papel.
10. - Otros tipos de soporte: características, procesos y problemas de impresión.
11. Soportes digitales
12. Procesos de preimpresión:
 13. - Copy: editor de textos.
 14. - Sistemas de formatos, formatos compatibles, formatos económicos y/o que facilitan los procesos.
 15. - Obtención de los contenidos del producto gráfico: textos, imágenes ilustraciones
16. Tintas: tipos y características.
17. Procesos de impresión:
 18. - Interacción papel-tinta en la impresión.

19. - Definición del sistema de impresión o software digital.
20. - Tipos de acabados: barnices, plastificados,...
21. - Tipos de manipulados: cortes, hendidos, plegados,...
22. - Normativa sanitaria y medioambiental referente al uso de soportes y tintas.
23. - Condiciones de etiquetado de productos comerciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PRESUPUESTO DEL PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO GRÁFICO

1. Análisis de las fases y distribución del trabajo.
2. Planificación de tareas.
3. Distribución de recursos.
4. Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto.
5. Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto: Creación, maquetas, fabricación y distribución.
6. Cálculo y planificación de costes del proyecto.
7. Suministro por parte del cliente, compra o realización de los mismos.
8. Definición de las herramientas para la valoración del trabajo a realizar.
9. Contratación y subcontratación de servicios: creativos, maquetadores, originalistas, imprenta, fotografía, "copies".
11. Detección de las variables a medir en cualquier proyecto de producto gráfico:
12. - Idiomas, unidades y tipo de papel.
13. - Elaboración de ofertas y presupuestos: Cálculo y planificación de costes.

UNIDAD FORMATIVA 2. DESARROLLO DE BOCETOS DE PROYECTOS GRÁFICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DEL PRODUCTO GRÁFICO

1. Fase de proyecto:
2. - Esbozos y Bocetos.
3. Fase de realización:
4. - Maquetas.
5. * Fase de presentación al cliente
6. Estrategias, discusión e Introducción de correcciones y nuevas maquetas.
7. - Fase de acabado del proyecto:
8. * Ejecución completa del proyecto.
9. * Entrega de documentos finales.
10. * Originales en diferentes formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNDAMENTOS CREATIVOS Y TÉCNICOS DEL DISEÑO GRÁFICO

1. La tipografía:
 2. - Evolución histórica.
 3. - Código de signos.
 4. - Clasificación, componentes, familias.
 5. - Análisis de las principales tipografías: analógicas / digitales.
 6. - Listado y criterios de selección.
7. El color:
 8. - Principios de la teoría del color.
 9. - Sistemas de valoración / medición del color.
10. - Simbolismo del color.
11. La imagen:
 12. - Teoría y sintaxis de la imagen-
 13. - Escala de iconicidad: signo / símbolo-
 14. - Mensaje bimedial: combinación del texto y la imagen.
15. Composición:
 16. - Gramática del diseño.
 17. - Breve historia.
 18. - Retórica del diseño gráfico.
 19. * Discurso gráfico, figuras retóricas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REALIZACIÓN DE ESBOZOS EN EL DISEÑO GRÁFICO

1. Planificación del trabajo.
2. Reparto de tareas.
3. Técnicas de incentivación de la creatividad.
4. Metodología de trabajo para la realización de esbozos.
5. Elementos básicos del diseño gráfico: la tipografía, la imagen, el color, el movimiento, el tiempo.
6. Jerarquías de la información.
7. Síntesis visual.
8. Figuración / abstracción.
9. Realización de esbozos según los parámetros definidos en el informe de registro y el informe técnico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REALIZACIÓN DE BOCETOS EN EL DISEÑO GRÁFICO

1. Bocetos de imagen corporativa:

2. - Imagen corporativa y mecanismos de funcionamiento.
3. Los signos básicos: el símbolo, el logotipo, el color, la tipografía.
4. El sistema gráfico.
5. Los valores estratégicos de la marca versus el impacto visual.
6. Principales piezas gráficas corporativas.
7. El manual de imagen corporativa o de normas.
8. Bocetos para el producto editorial:
9. - Productos editoriales y principios básicos.
10. Composición, arquitectura de página, la retícula.
11. Tratamiento de textos y tratamiento tipográfico.
12. Tratamiento de imágenes.
13. El papel; breve historia, clasificación, características e idoneidad de utilización

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REALIZACIÓN DE BOCETOS ESPECIALES

1. Bocetos para packaging
2. Características específicas del packaging:
3. - Sistema de funcionamiento.
4. - El volumen.
5. - La ergonomía.
6. - La legibilidad e impacto visual.
7. - El punto de venta y el lineal.
8. - Materiales y sistemas de impresión.
9. - Maquetas de bocetos de packaging.
10. Bocetos para el producto multimedia:
11. - Características del producto multimedia.
12. * Formatos y productos.
13. * Técnicas de representación.
14. * El movimiento.
15. * El tiempo.
16. * La resolución.
17. * La conectividad.
18. * El impacto visual.
19. * Maquetas de bocetos de multimedia