

## UF1455 PREPARACIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO(ONLINE)



**180,00 € - 250,00 €**

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF1455 Preparación de Proyectos de Diseño Gráfico, incluida en el Módulo Formativo MF0696\_3 Proyecto de productos gráficos, regulada en el Real Decreto 1520/2011, de 31 de octubre, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para realizar preparaciones de proyectos de diseño gráfico.

**Categorías:** [Artes Gráficas](#) |

### INFORMACIÓN

<b>Duración</b>	50 h
<b>Modalidad</b>	Online
<b>Docencia</b>	TUTOR PERSONAL
<b>Prácticas</b>	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS

<b>Método de pago</b>	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
<b>Centro de empleo</b>	AGENCIA DE COLOCACIÓN
<b>Formación acreditada</b>	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

## **DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

### **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,
10. 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.

