



# Preparación de proyectos de diseño gráfico

## Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

## Objetivos:

Desarrollar proyectos gráficos a partir de las especificaciones iniciales del producto; 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.

## 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. 1.4 Técnicas 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 aspiraciones en 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.