

MF0696_3. Proyecto De Productos Gráficos.

Sku: PD50

Horas: 140

Formato: HTML

OBJETIVOS

Objetivo General

- Desarrollar proyectos de productos gráficos.
- Determinar los requisitos del cliente relativos al proyecto gráfico recogiéndolos 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, dibujar esbozos de productos gráficos teniendo en cuenta las características y parámetros técnicos y estéticos del producto para su posterior desarrollo, desarrollar bocetos para la aprobación del cliente, aplicando las instrucciones para la realización y los principios básicos del diseño gráfico, 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.
- Dibujar esbozos de productos gráficos a mano alzada, aplicando las técnicas más apropiadas y teniendo en cuenta las características y parámetros de un producto dado.
- Desarrollar bocetos para la realización de un proyecto gráfico a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos y/o manuales aptos para su reproducción.
- Desarrollar bocetos para la realización de proyectos de packaging a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos y/o manuales aptos para su reproducción.
- Desarrollar bocetos para la realización de proyectos multimedia a partir de unas supuestas instrucciones, mediante procedimientos informáticos aptos para su edición.

CONTENIDOS

UF1455 Preparación de proyectos de diseño gráfico Unidad didáctica 1. Metodología del proyecto gráfico.

- Delimitación de los requerimientos del cliente. Informe de registro
- Conocimiento del mercado: materiales y servicios
- Métodos de búsqueda y fuentes de información
- Técnicas de recogida de datos
- Directrices para la confección de las instrucciones para la realización
- Proceso de realización: técnicas de incentivación de la creatividad
- Métodos para la propuesta y selección de soluciones.
- Técnicas de presentación
- Verificación del informe de registro: contrabriefing

Unidad didáctica 2. Análisis del cliente y público objetivo / Materias primas, soportes y producción del producto gráfico.

- Características de las empresas en función del tamaño
- Posicionamiento del cliente en el mercado actual y definición de sus aspiraciones en el futuro Análisis del tipo de comunicación pertinente a sus valores empresariales
- Definición de sus rasgos generales: sector, escala, implantación geográfica, trayectoria, actividad, valores, audiencia, perspectivas, imagen pública
- Definición del público objetivo del producto o servicio del que se trate
- Análisis de la competencia
- Análisis de servicios que pueda ofrecer al cliente
- Conocimiento/ Análisis del sector en el que se inscribe el cliente
- Tipos de productos gráficos
- Características
- Clasificación
- Soportes físicos
- Soportes digitales
- Procesos de preimpresión
- Tintas: tipos y características
- Proceso de impresión

Unidad didáctica 3. Presupuesto del proyecto para la creación de un producto gráfico.

- Análisis de las fases y distribución del trabajo
- Planificación de tareas
- Distribución de recursos
- Estimación de los tiempos necesarios para las distintas fases del proyecto
- Asignación de tareas y tiempos para las diferentes fases del proyecto: Creación, maquetas, fabricación y distribución.
- Cálculo y planificación de costes del proyecto
- Suministro por parte del cliente, compra o realización de los mismos
- Definición de las herramientas para la valoración del trabajo a realizar
- Contratación y subcontratación de servicios: creativos, maquetadores, originalistas, imprenta, fotografía, copies
- Detección de las variables a medir en cualquier proyecto de producto gráfico 90 horas

UF1456 Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos Unidad didáctica 1. Metodología para la realización del producto gráfico / Fundamentos creativos y técnicos del diseño gráfico

- Fase de proyecto: Esbozos y bocetos
- Fase de realización: Maquetas
- Fase de presentación al cliente: Estrategias, discusión e introducción de correcciones y nuevas maquetas
- Fase de acabado del proyecto: Ejecución completa del proyecto
- La tipografía: Evolución histórica
- Código de signos
- El color: Principios de la teoría del color
- La imagen: Teoría y sintaxis de la imagen
- Composición: Gramática del diseño
- Retórica del diseño gráfico: Discurso gráfico, figuras retóricas

Unidad didáctica 2. Realización de esbozos en el diseño gráfico

- Planificación del trabajo
- Reparto de tareas
- Técnicas de incentivación de la creatividad
- Metodología de trabajo para la realización de esbozos
- Elementos básicos del diseño gráfico: la tipografía, la imagen, el color, el movimiento, el tiempo
- Jerarquías de la información
- Figuración/abstracción
- Realización de esbozos según los parámetros definidos en el informe de registro y el informe técnico

Unidad didáctica 3. Realización de bocetos en el diseño gráfico

- Boceto de imagen corporativa: Imagen corporativa y mecanismos de funcionamiento
- Los signos básicos: El símbolo, el logotipo, el color, la tipografía
- El sistema gráfico
- Los valores estratégicos de la marca versus el impacto visual
- Principales piezas gráficas corporativas
- El manual de imagen corporativa o de normas
- Bocetos para el producto editorial
- Tratamiento de textos y tratamiento tipográfico
- Tratamiento de imágenes
- El papel: breve historia, clasificación, características e idoneidad de utilización

Unidad didáctica 4. Realización de bocetos especiales

- Bocetos para packaging: Características específicas del packaging
- Bocetos para el producto multimedia: Características del producto multimedia