

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	PREPARACIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO	DURACIÓN	50
		Específica	
Código	UF1455		
Familia profesional	ARTES GRÁFICAS		
Área Profesional	Diseño gráfico y multimedia		
Certificado de profesionalidad	DISEÑO DE PRODUCTOS GRÁFICOS	Nivel	3
Módulo formativo	Proyecto de productos gráficos	Duración	140
Resto de unidades formativas que completan el módulo	Desarrollo de bocetos de proyectos gráficos	Duración	90

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2 y RP5

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

Capacidades y criterios de evaluación:

- C1: Elaborar las instrucciones para la creación de productos gráficos a partir del encargo de supuestos clientes
- CE1.1 Elaborar un informe registro determinando los aspectos y apartados que deben contemplarse.
- CE1.2 A partir de un supuesto práctico de un encargo de un proyecto gráfico, debidamente caracterizado:
- Efectuar el estudio de necesidades recogiendo los datos del cliente, del producto y del público objetivo.
 - Analizar las fuentes de información y documentación.
 - Elaborar las instrucciones para la realización del producto gráfico de manera breve y clara, recogiendo en un informe registro.
- CE1.3 Especificar los colores para la realización del proyecto gráfico, utilizando muestrarios o medidas colorimétricas.
- CE1.4 Seleccionar tintas, soportes y acabados, observando las principales normas sobre etiquetado de productos y los requisitos legales, sanitarios y medioambientales.
- CE1.5 Identificar los principales procedimientos de seguridad contra la copia y falsificación de documentos.
- CE1.6 Enumerar las características de un producto o servicio comercializado por una empresa que debieran tenerse en cuenta a la hora de elaborar una oferta de producto gráfico comercial.
- CE1.7 Seleccionar los muestrarios de colores planos y soportes de papel más frecuentemente utilizados en artes gráficas y a partir de una muestra con una característica dada, encontrar la referencia comercial que más se le .
- CE1.8 Analizar los elementos de identidad corporativa a considerar en el diseño de un producto gráfico a partir de un manual de identidad y de un supuesto encargo debidamente caracterizado.
- C2: Identificar los parámetros técnicos para la elaboración de productos gráficos.
- CE2.1 Identificar los formatos compatibles con los tipos de soportes y sistemas de impresión más habituales.
- CE2.2 Seleccionar el tipo de soporte, número de tintas y sistemas de impresión, a partir de un supuesto práctico debidamente caracterizado, ajustándose a las limitaciones presupuestarias y a la calidad del trabajo deseadas.
- CE2.3 Seleccionar los principales métodos de encuadernación y sus implicaciones en cuanto a precio, plazos, condiciones de uso, dimensiones y características del proceso.
- CE2.4 Aplicar las condiciones de corte, hendido y plegado a un diseño en función del espesor, las dimensiones del soporte y las condiciones del proceso.
- CE2.5 Evaluar los acabados necesarios de un producto gráfico, en función de las condiciones de uso y las características del proceso.
- CE2.6 Determinar las condiciones de compaginación de un producto editorial, en función de sus características, las condiciones del proceso de reproducción y la línea editorial.
- C3: Elaborar presupuestos de proyectos gráficos, debidamente caracterizados, realizando la planificación, valorando costes y tiempos.
- CE3.1 Considerar y contabilizar los costes en términos de derechos de propiedad intelectual que supone un supuesto trabajo debidamente caracterizado.
- CE3.2 Valorar los costes de los procesos de creación, fabricación y distribución y de los materiales, a partir de un

supuesto encargo.

CE3.3 Clasificar los costes en los que incurre el trabajo propuesto, en función de su naturaleza.

CE3.4 Planificar temporalmente la realización del encargo propuesto, fijando plazos de entrega en función de los planes de la empresa y las condiciones impuestas por cada proveedor.

CE3.5 Distribuir los recursos disponibles para una empresa a partir de un supuesto plan de trabajo dado.

CE3.6 Realizar un presupuesto a partir de un supuesto encargo, consultando tarifas recomendadas y condicionantes de mercado.

CE3.7 Asegurar la viabilidad de una supuesta propuesta al cliente ajustando los costes y los tiempos.

Contenidos:

1. Metodología del proyecto gráfico

- Delimitación de los requerimientos del cliente. Informe de registro:
- Componentes del informe de registro
- Conocimiento del mercado: materiales y servicios:
- Prospección de materiales atendiendo al producto del que se trate
- 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

2. Análisis del cliente y público objetivo

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

3. Materias primas, soportes y producción del producto gráfico

- Tipos de productos gráficos.
- Características.
- Clasificación
- Soportes físicos:
 - Clasificación de soportes para impresión.
 - Soportes papeleros: componentes.
 - Procesos de fabricación del papel: preparación y fabricación de pasta, laminado, calandrado, estucado y acabado.
 - Tipos de papel y campos de aplicación.
 - Especificaciones para la compra de papel.
 - Otros tipos de soporte: características, procesos y problemas de impresión.
- Soportes digitales
- Procesos de preimpresión:
 - Copy: editor de textos.
 - Sistemas de formatos, formatos compatibles, formatos económicos y/o que facilitan los procesos.
 - Obtención de los contenidos del producto gráfico: textos, imágenes ilustraciones
- Tintas: tipos y características.
- Procesos de impresión:
 - Interacción papel-tinta en la impresión.
 - Definición del sistema de impresión o software digital.
 - Tipos de acabados: barnices, plastificados,...
 - Tipos de manipulados: cortes, hendidos, plegados,...
 - Normativa sanitaria y medioambiental referente al uso de soportes y tintas.
 - Condiciones de etiquetado de productos comerciales.

4. 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:
 - Idiomas, unidades y tipo de papel.
 - Elaboración de ofertas y presupuestos: Cálculo y planificación de costes.

Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Bachiller
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 3.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad.