



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

MF0696_3 Proyecto de Productos Gráficos

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso se ajusta al itinerario formativo del Módulo Formativo MF0696_3 Proyecto de productos gráficos, certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en él incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias Profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales para realizar proyectos de productos gráficos.

CONTENIDOS

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”.
- 10.

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



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es