

Categorías: Artes gráficas

OBJETIVOS

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

CONTENIDOS

UD1. Metodología del proyecto gráfico. 1.1. Delimitación de los requerimientos del cliente. Informe de registro. 1.2. Conocimiento del mercado: materiales y servicios. 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. UD2. 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 aTemaiencia 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. UD3. Materias primas soportes y producción del producto gráfico. 3.1. Tipos de productos gráficos. 3.2. Características. 3.3. Clasificación. 3.4. Soportes físicos. 3.5. Soportes digitales. 3.6. Procesos de preimpresión. 3.7. Tintas: tipos y características. 3.8. Procesos de impresión. UD4. 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.

