

Preparación de proyectos de diseño gráfico

Horas

50

Acerca de este curso

Cod: UF1455_V2

Tema 1. 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.

Tema 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 a

Tema 2.5. Análisis de 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.

Tema 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.
- 3.5 Soportes digitales.
- 3.6 Procesos de preimpresión.
- 3.7 Tintas: tipos y características.
- 3.8 Procesos de impresión.

Tema 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.

¿Qué aprenderás?

- 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.