

UF1455. Preparación De Proyectos De Diseño Gráfico.

Código del curso: PD54

Horas: 50

Descripción del curso:

Acerca de este curso

Cod: PD54

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, copias
Detección de las variables a medir en cualquier proyecto de producto gráfico

¿Qué aprenderás?

Determinar los requisitos del cliente relativos al proyecto gráfico recogidos 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, elaborar el presupuesto de proyectos gráficos a partir de las características técnicas, los plazos de entrega y las condiciones del mercado.
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.