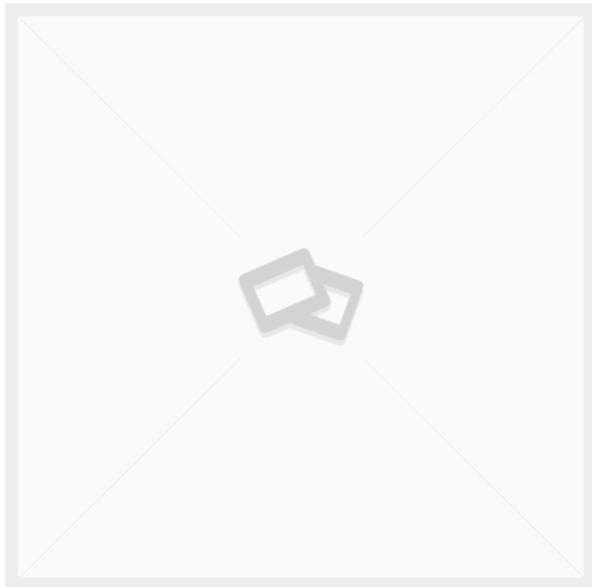


# PREPARACIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO



**SKU:** UF1455\_V2

**Horas:** 50

## 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

## DIRIGIDO A

## COMPETENCIAS

## CONTENIDO

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

Temaiencia 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.