Preparación de proyectos de diseño gráfico (UF1455)

Preparación de proyectos de diseño gráfico (UF1455)

Duración: 50 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2024

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

© icaformación2024

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Metodología del proyecto gráfico
1.1 Delimitación de los requerimientos del cliente. Informe de registro:
1.1.1 Componentes del informe de registro
1.2 Conocimiento del mercado: materiales y servicios:
1.2.1 Prospección de materiales atendiendo al producto del que se trate
1.3 Métodos de búsqueda y fuentes de información.
1.4Técnicas 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
UNIDAD DIDÁCTICA 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 aspiracionesen 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, audiencia, 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
UNIDAD DIDÁCTICA 3. Materias primas, soportes y producción del producto gráfico
3.1 Tipos de productos gráficos.

© icaformación2024

3.2 Características.
3.3 Clasificación
3.4 Soportes físicos:
3.4.1 Clasificación de soportes para impresión.
3.4.2 Soportes papeleros: componentes.
3.4.3 Procesos de fabricación del papel: preparación y fabricación de pasta, laminado, calandrado, estucado y acabado.
3.4.4 Tipos de papel y campos de aplicación.
3.4.5 Especificaciones para la compra de papel.
3.4.6 Otros tipos de soporte: características, procesos y problemas de impresión.
3.5 Soportes digitales
3.6 Procesos de preimpresión:
3.6.1 Copy: editor de textos.
3.6.2 Sistemas de formatos, formatos compatibles, formatos económicos y/o que facilitan los procesos.
3.6.3 Obtención de los contenidos del producto gráfico: textos, imágenes, ilustraciones
3.7 Tintas: tipos y características.
3.8 Procesos de impresión:
3.8.1 Interacción papel-tinta en la impresión.
3.8.2 Definición del sistema de impresión o software digital.
3.8.3 Tipos de acabados: barnices, plastificados,…
3.8.4 Tipos de manipulados: cortes, hendidos, plegados,..
3.8.5 Normativa sanitaria y medioambiental referente al uso de soportes y tintas.
3.8.6 Condiciones de etiquetado de productos comerciales.
UNIDAD DIDÁCTICA 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:
4.10.1 Idiomas, unidades y tipo de papel.
4.10.2 Elaboración de ofertas y presupuestos: Cálculo y planificación de costes.

© icaformación2024