UF1455. PREPARACIÓN DE PROYECTOS DE DISEÑO GRÁFICO.

SKU: PD54
Horas: 50

OBJETIVOS

Objetivo General

- Determinar los requisitos del cliente relativos al proyecto gráfico recogiéndolos 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.

Objetivos Específicos

- 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.

CONTENIDO

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