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

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 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 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.