

Técnico Superior en Gráfica Publicitaria

Escuela Superior de Artes Gráficas y Diseño de Vigo (ESAP)

Tlf.: +34 986 378 467 www.esapvigo.com e-mail: info@esapvigo.com

Enseñanzas Artísticas. Familia profesional: Comunicación Gráfica y Audiovisual.

Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.

https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2015/20150709/AnuncioG0164-220615-0003_es.html

Centro autorizado MEC: 19/10/2012

Duración del ciclo formativo:

Dos cursos académicos. Total 2.000 horas lectivas

incluida la Formación en Centros de Trabajo (FCT)

PLAN DE FORMACIÓN

MÓDULOS PROFESIONALES	
PRIMER CURSO	SEGUNDO CURSO
<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la representación y la expresión visual (144 horas) • Teoría de la Imagen (72 horas) • Medios informáticos (144 horas) • Historia de la imagen publicitaria (72 horas) • Tipografía (216 horas) • Fundamentos del diseño gráfico (144 horas) • Proyectos de gráfica publicitaria I (144 horas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía (144 horas) • Teoría de la publicidad y el marketing (108 horas) • Lenguaje y tecnología audiovisual II (108 horas) • Proyectos de gráfica publicitaria II (252 horas) • Lenguaje y tecnología audiovisual II (144 horas) • Formación y orientación laboral (65 horas) • Proyecto Integrado (50 horas) • Proyecto Final (190 horas) • Formación y orientación laboral (72 horas)

SALIDAS PROFESIONALES

SALIDAS PROFESIONALES	SALIDAS ACADÉMICAS
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñador de productos gráficos publicitarios. • Realizador de aplicaciones vinculadas a la comunicación gráfica: vallas, expositores, anuncios, carteles... • Realizador de artes finales para impresión. • Director de Arte. • Creativo. • Coordinador de realización. • Grafista experto en tipografía y rotulación. • Colaborador gráfico en equipos publicitarios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de especialización profesional. • Otro Ciclo de Formación Profesional de Grado Superior con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos de acuerdo a la normativa vigente. • Acceso a estudios universitarios, teniendo en cuenta la nota media de los dos cursos y con la convalidación marcada de la legislación en créditos de los correspondientes estudios.

Fundamentos de la representación y la expresión visual

- 1º. Configuración del espacio bidimensional. Elementos formales, expresivos y simbólicos del lenguaje plástico y visual.
- 2º. Forma y estructura. Elementos proporcionales.
- 3º. Forma y composición en la expresión bidimensional.
- 4º. Fundamentos y teoría de la luz y del color.
- 5º. Valores expresivos y simbólicos del color.
- 6º. Interacción del color en la representación creativa.
- 7º. Instrumentos, técnicas y materiales.

Teoría de la imagen

- 1º. La representación y los elementos morfológicos, dinámicos y medibles de la imagen.
- 2º. Identificación, análisis y valoración de la imagen.
- 3º. Sintaxis visual.
- 4º. La visualización de la realidad. Teorías perceptivas.
- 5º. El signo: expresión y contenido. Denotación y connotación.
- 6º. Tipos de signos. Propiedades y convenciones. Los signos y sus valores significativos.
- 7º. La comunicación visual. El proceso comunicativo.

Medios informáticos

- 1º. Evolución de la informática e Internet. La sociedad de la información. Software libre.
- 2º. Sistemas operativos. Ordenador, periféricos y redes, cloud computing.
- 3º. Sistemas de colores, digitalización, vectorización, OCR. Tipografía digital.
- 4º. Comunicación entre diferentes entornos. Importación y exportación de archivos.
- 5º. La imagen vectorial. Software de creación. El área de trabajo. Herramientas de dibujo.
- 6º. Organización de objetos: capas, agrupamientos, máscaras y estilos.
- 7º. La imagen bitmap. Software de creación, tratamiento y gestión de imágenes bitmap y fotografía digital. Herramientas de dibujo.

- 8º. Fotografía digital. Preparación de ficheros para distribución y salida.
- 9º. Tipos de archivos para distribución y salida. Organización de la información

Historia de la imagen publicitaria

- 1º. El fenómeno publicitario y su relación con la imagen. Os medios de comunicación y la publicidad. La imagen gráfica, la fotografía y los medios audiovisuales en relación con la publicidad. Lenguajes y características de cada medio.
- 2º. El signo, la comunicación y el lenguaje. La imagen persuasiva. Recorrido por la evolución histórica, técnica y estética de la imagen gráfica publicitaria. Obras, tendencias y autores/as más relevantes de la publicidad impresa.
- 3º. La imagen audiovisual y el mensaje publicitario. Recorrido por la evolución histórica y técnica. Obras y tendencias más relevantes de la publicidad audiovisual y multimedia.
- 4º. Imagen publicitaria y movimientos artísticos. El diseño gráfico publicitario.
- 5º. La imagen publicitaria en la actualidad. Realizaciones y tendencias.

Tipografía

- 1º. La evolución gráfica de la comunicación.
- 2º. La forma de cada carácter. Anatomía de los signos tipográficos. Estructura.
- 3º. La unidad y el todo. El carácter y el abecedario tipográfico. Las familias de caracteres tipográficos.
- 4º. Tipometría tipográfica y su entorno tecnológico.
- 5º. Condiciones de legibilidad y ergonomía.
- 6º. Conceptos de composición tipográfica.
- 7º. Disposición y estética tipográfica.
- 8º. Maquetación.
- 9º. La tipografía en el ámbito publicitario.

Fundamentos del diseño gráfico

- 1º. Arte, diseño y comunicación. El diseño gráfico, ámbitos, aplicaciones y sus particularidades. Métodos de diseño.

2º. La comunicación y el lenguaje visual. Semiótica. Los signos gráficos, la tipografía, el color, la composición y la imagen. Valor expresivo y comunicativo. Procedimientos retóricos.

3º. Estructura del espacio gráfico y jerarquías compositivas e informativas de los elementos visuales en función del mensaje y del soporte utilizado.

4º. Tendencias gráficas actuales en la comunicación persuasiva, informativa e identificativa. Repercusiones formales, técnicas y comunicativas de las nuevas tecnologías.

5º. El medio y el soporte del mensaje publicitario. Aspectos significativos. Particularidades. Condicionantes formales y técnicos.

Lenguaje y tecnología audiovisual I

1º. Teorías sobre el mensaje audiovisual. Evolución de los medios audiovisuales.

2º. La comunicación audiovisual. Dimensiones, funciones y organización del mensaje audiovisual.

3º. Fundamentos tecnológicos de los medios audiovisuales. Tecnología vídeo y digital. Elementos técnicos de los equipos audiovisuales.

Proyectos de gráfica publicitaria I

1º. La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño. Interrelaciones.

2º. La acción y el mensaje persuasivo. Recursos persuasivos. Los procedimientos retóricos. Imagen persuasiva. Credibilidad.

3º. Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.

Fotografía

1º. El lenguaje fotográfico, dimensiones, finalidad, particularidades.

2º. Los equipos fotográficos.

3º. La toma fotográfica. Condicionantes técnicos, ambientales, estéticos. Representación del

espacio y el tiempo.

4º. La luz natural y artificial. Medición e iluminación.

5º. El color en la fotografía.

6º. Gestión de archivos fotográficos. Edición y selección de fotografías.

7º. Procesado y manipulación de las imágenes.

8º. Tratamiento formal y expresivo de la fotografía en el ámbito de la especialidad.

9º. Los ámbitos fotográficos.

Teoría de la publicidad y el marketing

1º. El proceso de la comunicación. Definición y corrientes teóricas. Elementos, canales. La comunicación persuasiva, objetivos, funciones, ámbitos. Variables de la persuasión.

2º. La publicidad como forma de persuasión. Definición, objetivos globales, funciones, tipología. Los modelos de actuación publicitaria y su influencia sobre el/la consumidor/a. Estilos publicitarios según el contenido, el uso y la duración del mensaje.

3º. El mensaje publicitario, semiología. Dimensión lingüística e icónica. Componentes, características y formatos de presentación del mensaje en los diferentes medios. Metodología para la creación del mensaje publicitario. La imagen publicitaria y su poder de evocación.

4º. Los medios de comunicación de masas y la publicidad. Particularidades del mensaje publicitario y su formato en los medios gráficos y audiovisuales.

5º. La eficacia publicitaria. Concepto y factores para su evaluación.

6º. Las agencias de publicidad, funciones, organización y servicios que prestan. Principales agencias en el mundo y en España. Campañas significativas.

7º. La regulación normativa y las normas de autorregulación publicitaria.

8º. El marketing: concepto, naturaleza y funciones del marketing.

9º. La investigación de mercados. Procesos y técnicas.

10º. El producto: concepto y tipos. Ciclos de vida del producto. Etapas del desarrollo de un nuevo producto.

11º. La distribución: concepto, funciones y

sistemas de distribución. Los costes. Los canales de distribución: mayorista y minorista. Las nuevas formas de distribución comercial.

Proyectos de gráfica publicitaria II

- 1º. Metodologías de proyectación, enfoques creativos. El proyecto de gráfica publicitaria. Interdisciplinariedad. Especificaciones y definición del mensaje. Planificación y realización gráfica. Control de la calidad. Aspectos económicos de rentabilidad y sostenibilidad.
- 2º. Memoria y comunicación del proyecto. Presentación y argumentación. Valoración crítica.
- 3º. Tecnología y software de la especialidad en los procesos de creación, realización y comunicación del proyecto de gráfica publicitaria.
- 4º. Normativa específica de aplicación a la especialidad.

Lenguaje y tecnología audiovisual II

- 1º. El lenguaje audiovisual. Retórica narrativa y retórica visual. La ordenación del espacio y el tiempo representado. Transición y continuidad. Articulaciones espacio-temporales. El montaje. La libertad formal.
- 2º. Otros elementos de la imagen audiovisual: iluminación, sonido, escenografía.
- 3º. Fases en la elaboración de un producto audiovisual.
- 4º. Los géneros y los productos audiovisuales.

Proyecto integrado

- 1º. La creación y la realización del proyecto de gráfica publicitaria. Metodología. Etapas. Especificaciones. Condicionantes. Documentación gráfica.
- 2º. Materialización del proyecto de gráfica publicitaria hasta la obtención del producto acabado. Verificación del control de calidad en las diferentes etapas.
- 3º. La comunicación, presentación y defensa del proyecto.

Formación y orientación laboral

- 1º. El marco jurídico de las relaciones laborales: Estatuto de los trabajadores y regulaciones específicas. Prestaciones de la Seguridad Social y desempleo.
- 2º. Sistemas de acceso al mundo laboral. El mercado de trabajo: estructura. Técnicas y organismos que facilitan la inserción laboral. Iniciativas para el trabajo por cuenta propia. La formación permanente.
- 3º. La empresa. Distintos modelos jurídicos de empresas y características. Organización, administración y gestión. Obligaciones jurídicas y fiscales.
- 4º. Conceptos básicos de mercadotecnia. La organización de la producción, comercialización y distribución en la empresa. Métodos de análisis de costes y el control de la calidad.
- 5º. El contrato. Modalidades de contrato de trabajo. Derechos y deberes derivados de la relación laboral. Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.
- 6º. El/la empresario/a individual. Trámites para el inicio de la actividad empresarial. Presupuestos, tasaciones y facturación de trabajos.
- 7º. Los derechos de propiedad intelectual e industrial. Registro de la propiedad intelectual. Entidades de gestión: copyright y copyleft. Propiedad industrial: los modelos y dibujos industriales y artísticos. Registro y procedimiento registral.
- 8º. Los signos distintivos: marca, rótulo y nombre comercial. Transmisibilidad.
- 9º. Medidas de seguridad e higiene en el trabajo aplicables en la profesión.

OFERTA FORMATIVA. TITULACIONES OFICIALES M.E.C.D.

FORMACIÓN PROFESIONAL (EISV)

Ciclos Formativos de GRADO SUPERIOR.

- Técnico Superior en Sonido para Audiovisuales y Espectáculos. *(Imagen y Sonido)*
- Técnico Superior en Iluminación, captación y tratamiento de la Imagen. *(Imagen y Sonido)*
- Técnico Superior en Realización de Audiovisuales y Espectáculos. *(Imagen y Sonido)*
- Técnico Superior en Producción de Audiovisuales, Radio y Espectáculos. *(Imagen y Sonido)*
- Técnico Superior en Animación 3D, Juegos y Entornos Interactivos. *(Imagen y Sonido)*
- Técnico Superior en Maquillaje y Caracterización. *(Imagen Personal)*
- Técnico Superior en Asesoría Personal. *(Imagen Personal)*
- Técnico Superior en Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia. *(Artes Gráficas)*

Ciclos Formativos de GRADO MEDIO.

- Técnico en Video Disc-Jockey y Sonido. *(Imagen y Sonido)*
- Técnico en Estética y Belleza. *(Imagen Personal)*
- Técnico en Pre-impresión Digital. *(Artes Gráficas)*
- Doble Titulación: Téc. en Video Disc-Jockey y Sonido y Téc. Experto en Fotografía. *(Imagen y Sonido)*

ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS (ESAP) – Artes Plásticas y Diseño – Enseñanzas Profesionales

Comunicación Gráfica y Audiovisual.

Ciclos Formativos de GRADO SUPERIOR.

- Técnico Superior en Animación.
- Técnico Superior en Cómic.
- Técnico Superior en Fotografía.
- Técnico Superior en Gráfica Audiovisual.
- Técnico Superior en Gráfica Interactiva.
- Técnico Superior en Gráfica Publicitaria.

CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL (EISV)

- C. Esp. Audiodescripción y Subtitulación. *(Imagen y Sonido)*
- C. Esp. Desarrollo de Videojuegos y Realidad Virtual. *(Informática y Comunicaciones)*

*Infórmate de los requisitos de ACCESO y BECAS propias y del MECED.



www.esapvigo.com

www.eisv.net
informacion@eisv.net
www.esapvigo.com
info@esapvigo.com

T. 986 378 467

EISV | ESAP. Avda. del Puente nº80. Cabral. 36318 Vigo.



Escuela de Imagen y Sonido de Vigo.



www.eisv.net

