

# Técnico Superior en Gráfica Publicitaria

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

Tlf.: +34 986 378 467 [www.esapvigo.com](http://www.esapvigo.com) e-mail: [info@esapvigo.com](mailto:info@esapvigo.com)

Enseñanzas Artísticas. Familia profesional: Comunicación Gráfica y Audiovisual.

Técnic@ Superior en Fotografía.

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"> <li>• Técnicas de expresión gráfica (225 horas)</li> <li>• Teoría de la Imagen Publicitaria (95 horas)</li> <li>• Tipografía (65 horas).</li> <li>• Proyectos de gráfica publicitaria (315 horas).</li> <li>• Cultura y sociedad contemporánea (65 horas).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios Informáticos (135 horas).</li> <li>• .Horas libre disposición del centro (65 horas)</li> <li>• Historia de la imagen gráfica (65 horas).</li> <li>• Fotografía (200 horas). .</li> <li>• Técnicas gráficas industriales (65 horas).</li> <li>• Formación y orientación laboral (65 horas).</li> <li>• Proyecto Integrado (170 horas).</li> <li>• Proyecto Final (190 horas).</li> <li>• Formación práctica en empresas (105 horas).</li> </ul>

## SALIDAS PROFESIONALES

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

## TÉCNICAS DE EXPRESIÓN GRÁFICA

- Instrumentos, materiales y técnicas básicas.
- Análisis y representación de formas simples y complejas.
- El espacio compositivo. La composición, su valor expresivo. Equilibrio, tensión, peso, dirección, espacio, espacio físico, espacio perceptual.
- La representación de la luz, el claro-oscuro, dibujo a mancha. Apunte de lo natural.
- La línea, el contorno, el trazo y su expresividad y comunicación.
- Técnicas de expresión gráfica tradicionales directas sobre el soporte como carbón, pasteles, lápiz, pluma de tinta, rotuladores, bolígrafos.
- Técnicas de expresión gráfica tradicionales aplicadas con pinceles como gouche, acrílicos, acuarelas y tintas.
- Técnicas gráficas experimentales con collage, copy art, técnicas mixtas, fotomontaje.
- Principios básicos de ilustración.
- Experimentación con técnicas mixtas recientes como el collage y el copy art, sobre diferentes soportes y formatos apropiados.
- Observación analítica de las formas.
- Predisposición a la abstracción de líneas y contornos del dibujo, y evidencia y representación del espacio y las luces.
- Correcto empleo de los materiales, en su uso general y como recurso expresivo.
- Interés por la consecución de soluciones innovadoras.
- Valoración de la importancia de las nuevas técnicas incorporadas a su disciplina, así como las tradicionales ya experimentadas.

## TEORÍA DE LA IMAGEN PUBLICITARIA

- El proceso perceptivo.
- Teoría de la Gestalt y otros desarrollos teóricos complementarios.
- Concepto de imagen. Imagen: definición y clasificación. Etimología y funciones
- Comunicación e información: de la decodificación a la codificación. Semiología, semántica, sintáctica, pragmática.
- Semiótica de los mensajes visuales. El signo icónico. Plano de la expresión y plano del contenido. Detonación y connotación.
- Importancia del contexto.
- Estudio de los mensajes visuales en los diferentes niveles. Bases para el análisis

- retórica: mecanismos y figuras.
- Persuasión y comunicación.
- Identificación y comprobación de las leyes gestálticas en imágenes.
- Análisis de los mensajes visuales elementales.
- Interpretación, a nivel retórico, de mensajes fotográficos y publicitarios, precisando los campos semánticos de los elementos participantes, e identificación de los aspectos coincidentes y de las figuras existentes.
- Distinción de unidades básicas del alfabeto visual en las imágenes y mensajes que recibimos.
- Valoración del proceso perceptivo como fuente generadora de la memoria y el pensamiento visual.
- Actitud abierta y positiva hacia la experimentación con las bases perceptivas teóricas.
- Interés por comprender la naturaleza y funciones de la imagen como paso previo al aprendizaje de los procesos de análisis
- Actitud receptiva y crítica a la hora de abordar la metodología de análisis procedente de distintos desarrollos teóricos.
- Interés por la consecución de soluciones innovadoras.
- Precisión, orden y rigor en la realización de los proyectos.

## CULTURA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

- La revolución americana y francesa, cambio social y económico. Las incipientes instituciones democráticas. J.J. Rousseau.
- La revolución industrial. Parlamentarismo y revolución. Hegel. Marx. La sociedad compartimentada. El progreso de las ciencias.
- Los procesos de unificación política en Europa.
- El naturalismo de Zola. El romanticismo literario. La ruptura con los modelos narrativos tradicionales.
- La psicología experimental. La teoría de la relatividad de Einstein. Nietzsche.
- Los «ismos» y las vanguardias históricas de principios de siglo.
- La Primera Guerra Mundial y la nueva orden internacional.
- La revolución soviética y la ascensión del autoritarismo en Europa.
- La gran depresión económica de 1929 y la política del New Deal. La guerra civil española.

- La Segunda Guerra Mundial y sus consecuencias mundiales. La emigración de talentos europeos a EE.UU.
  - La cultura de masas y la escuela crítica de Frankfurt.
  - La «guerra fría». La revolución china.
  - La literatura después de la Segunda Guerra Mundial.
  - Descolonización e imperialismo político y económico. Las empresas multinacionales.
  - Sociología de la cultura y nuevos valores sociales.
  - Mayo del 68 y el cambio cultural. H. Marcuse.
  - Sistema y estructura. Nuevos modelos de análisis. La era de la economía liberal transnacional.
  - La caída del socialismo real. El diálogo Norte-Sur.
  - Las nuevas tecnologías de la información y la sociedad. Mc Luham, Levi Strauss.
  - Corrientes culturales de actualidad. «El fin de la historia». La sociedad del siglo XXI.
  - Utilización de forma crítica de las fuentes y de material histórico-gráfico diverso.
  - Distinción entre opiniones, hechos, juicios y perjuicios.
  - Análisis de las repercusiones de la historia en la literatura.
  - Valoración de las imágenes visuales escogidas para traducir e interpretar el transcurso de la historia universal.
  - Posibilidades de conexión con diferentes instituciones socioculturales.
  - Interés por conocer las causas y efectos de los acontecimientos históricos.
  - Participación en la comunicación y exposición correcta de comentarios sobre los temas propuestos.
  - Valoración crítica, de las interpretaciones subjetivas comunes en la crónica histórica.
  - Respeto por las sociedades con diferentes formas de vida, valorando sus singularidades y relativizando los valores culturales y sociales con relación a los nuestros.
- con las grandes familias caligráficas.
  - La tipografía. Relación caligrafía-tipografía. Las grandes familias tipográficas. Revisión del panorama actual.
  - El carácter tipográfico: la identidad de las letras (partes) su morfología, descripción y características del tipo.
  - Atributos, connotaciones, y semántica de la tipografía.
  - La legibilidad: ergonomía y reglas básicas.
  - Los textos: sistemas de medida, medición de textos.
  - Compaginación de textos: arquitectura gráfica, tradición y vanguardia. Sistemas reticulares de composición de la página.
  - El diseño editorial: diseño de revistas y publicaciones periódicas, el libro, otros tipos de publicación.
  - Desarrollo de las técnicas de composición de tipos e Impresión. De la linotipia a la fotocomposición. Introducción de los sistemas digitales. Panorama actual.
  - Atención a los grafismos espontáneos, la rotulación y la caligrafía aplicando técnicas y orientaciones básicas.
  - Experimentación del valor comunicativo de la tipografía para enfatizar un mensaje verbal.
  - Experimentación mediante elementos figurativos de su relación visual con el carácter tipográfico.
  - Sistemas de compaginación de textos y arquitectura gráfica: elementos básicos como el párrafo, el interlineado, el ancho de la columna y su orientación.
  - Elaboración de un alfabeto tipográfico empleando técnicas gráficas de mesa y/o sistemas informáticos.
  - Valoración de la importancia de la letra y de la tipografía en el contexto del diseño gráfico publicitario.
  - Interés por distinguir las diferentes familias y agrupaciones para un correcto estudio de la tipografía.
  - Interés por asimilar la terminología propia, tanto en los aspectos formales de la tipografía, como en los medios técnicos empleados en su elaboración o su posterior edición en imprenta.

## TIPOGRAFÍA

- Origen y evolución de los caracteres. El desarrollo de la escritura: de las escrituras figurativas y protografismos hasta los alfabetos y representaciones fonográficas.
- Caligrafía y rotulación: procedimientos y orientaciones básicas, evolución de las diferentes técnicas y utensilios y su vinculación

## FOTOGRAFÍA

- El proceso fotográfico.
- La cámara oscura.
- La cámara fotográfica. Sus elementos.
- El objetivo: distancia focal, profundidad de

- campo, perspectiva.
- El obturador: la escala de velocidades y su uso.
  - El diafragma: luminosidad y escala de número f.
  - Profundidad de campo. Ley de reciprocidad.
  - La medición de la luz. Uso del fotómetro.
  - El material sensible en blanco y negro: clasificación y características esenciales.
  - El revelado en blanco y negro. Los productos químicos. Los procesos y técnicas especiales.
  - Positivado en blanco y negro. La ampliadora: tipos y manejo. El papel de ampliación.
  - La iluminación artificial. La fotografía de estudio.
  - Técnicas de positivado. Las manipulaciones creativas (quemados, solarizaciones, tramados, virados coloreados, fotomontajes, collages, posterizaciones, etc.).
  - Técnicas específicas. Los procesos artesanales. El sistema polaroid.
  - La fotografía en color: el material sensible, concepto de temperatura de color. El positivado en color. Las correcciones de color.
  - Técnicas creativas con material en color.
  - Técnicas mixtas. Electrografía y fotografía digital.
  - Retoque y manipulación de fotografías digitales
  - La fotocopiadora en color.
  - Aplicación correcta de los medios técnicos necesarios para la realización de diferentes fotografías.
  - Diferenciación entre diafragma y obturador, y su utilización en las diferentes necesidades de la práctica.
  - Utilización correcta de la profundidad de campo.
  - Presentación, con medios audiovisuales, de la información concerniente a los medios que se utilicen, con el fin de facilitar el aprendizaje relativo a las diferentes cámaras de fotografía.
  - Manejo de una cámara réflex de 35 mm y medio formato.
  - Revelado de negativos en blanco y negro y positivado en blanco y negro.
  - Manipulación de cada uno de los medios técnicos necesarios para la correcta elaboración de la fotografía.
  - Identificación y manipulación de una cámara técnica.
  - Elección y control de la iluminación, y medición de la luz incidente y reflejada.
  - Utilización de medios informáticos para el tratamiento de imágenes.
  - Consciencia de la realidad profesional y de la necesidad de aprender los aspectos técnicos del medio.
  - Responsabilidad en el uso del material

fotográfico.

- Valoración de la importancia de las nuevas técnicas en el campo técnico-artístico y plástico.
- Autoexigencia en el cumplimiento de los plazos previstos.

## TÉCNICAS GRÁFICAS INDUSTRIALES

- Fotomécanica:
  - Introducción general: análisis del original, del original a la película. La fotografía y la reproducción de ilustraciones. Diferentes tipos de material fotográfico.
  - Tipos de originales: de línea, de tono continuo, de tramas mecánicas, tramas especiales, uso de la trama de inclinación; liniatura.
  - Selección de color, libro de gamas, sistema pantone, corrección de color, sistema UCR, color plano.
  - La cámara: tradicionales (horizontal e vertical).
  - P.M.T. Sistema copyproof.
  - Fotocomposición: óptico mecánico. CRT y Láser.
  - Fotomecánica digital: procedimientos y material necesario. Programas habituales en el control del proceso. Fotomecánica Postscript.
  - Escáneres planos y de tambor. Particularidades. Del punto al pixel. Programas habituales en la corrección y empleo de imágenes obtenidas con escáner digital.
  - Sistemas de pantallas (Croosfieid/Scitexchell).
- Procesos de impresión:
  - Offset: tipos de planchas, emulsionado de las planchas, planchas negativas y positivas, tratamiento de planchas, procesado y retoque, prensa de impresión, hojas sueltas y papel continuo.
  - Sistemas de control de las prensas, ventajas e inconvenientes. Papel y tinta. Área de aplicación.
  - Fotograbado industrial: el cilindro, la matriz de fotograbado, preparación de la matriz, las prensas de impresión en hueco y la rotativa. Ventajas e inconvenientes. Papel y tinta en la impresión en hueco. Área de aplicación.
  - Serigrafía: origen, historia y evolución. Área de aplicación.
  - Prensas de impresión: manuales y automáticas, ventajas e inconvenientes.
  - Métodos de clipsado, emulsiones. Insolado de pantallas y revelado. Tintas, soportes y rasquetas. Impresión y secado. Limpieza y recuperación de pantallas.
  - Seguridad e higiene en el taller de impresión.

- Iniciación a la práctica para reproducción de originales.
- Elaboración de un proceso de trabajo para llegar a la obtención de originales.
- Utilización de diferentes procedimientos, instrumentos y técnicas que puedan llevar a la realización de originales.
- Grabado de pantallas a partir de distintos procedimientos.
- Utilización correcta de todos los medios existentes en el taller.
- Elaboración de proyectos y propuestas de diseño que se ajusten en cada caso a los medios disponibles de impresión.

## HISTORIA DE LA IMAGEN GRÁFICA

- Asociación escritura-imagen: evolución de su manifestación en las culturas antiguas. Primeros signos y símbolos de significación.
- Símbolo e iconografía en el cristianismo y su trascendencia para la cultura visual de la Edad Media. La miniatura y su evolución estilística; técnicas y tendencias del pasado. Representaciones eclesiásticas y laicas.
- Arte y humanismo. La tipografía y el diseño tipográfico. El arte de imprimir y la difusión de las técnicas del grabado: grandes maestros.
- La estética del Barroco y Rococó y su expresión en la Ilustración. Avances técnicos del siglo XVIII relacionados con el libro y la ilustración: trascendencia social y cultural. Prensa y publicidad.
- Consecuencias de la revolución industrial y de la revolución francesa. La publicidad en las nuevas ciudades. Prensa, cartel, anuncios comerciales: evolución y difusión en el siglo XIX.
- Movimientos renovadores del fin del siglo XIX: la consolidación del Modern Style y del Arts & Crafts.
- El grabado y la fotografía. Aparición del cine.
- La estética Art-Nouveau: sus aportaciones a la ilustración y al diseño gráfico; representantes europeos y americanos.
- Alemania: del Jugendstil al Werkbund Institut.
- La influencia de las vanguardias artísticas de principios de siglo en la publicidad y el diseño gráfico.
- Bauhaus: aportaciones del diseño gráfico y la tipografía.
- La Nueva Tipografía: Jan Tschichold.
- El cómic y el cartel al servicio de la comunicación y de la propaganda política y publicitaria.

- Desarrollo de mercados, agencias y métodos publicitarios al servicio de una nueva estructura económica mundial. Principales diseñadores europeos del siglo XX.
- El mercado americano, principales agencias y estudios de diseño en EE.UU. del s. XX.
- Importancia de las principales escuelas de diseño centroeuropeas: Holanda, Suiza, Italia y Francia.
- La consolidación del estilo americano en el diseño gráfico y publicitario.
- Interpretación de ejemplos gráficos visuales claves a partir de fuentes y material histórico-gráfico diverso.
- Análisis de las influencias sucesivas del pasado al presente, evidenciándolas con imágenes y diapositivas.

## PROYECTOS DE GRÁFICA PUBLICITARIA

- El diseño gráfico como comunicación visual.
- Valores visuales básicos comunicativos, informativos y persuasivos de la imagen en la gráfica publicitaria.
- Principales enfoques metodológicos para la resolución de problemas gráficos.
- Técnicas y organización del trabajo.
- El color en la publicidad y el diseño gráfico: interacción del color. Equilibrio y contraste cromático. Subjetividad, simbología y connotaciones del color.
- Los procedimientos retóricos del cartel.
- Arquitectura gráfica: organización y jerarquía de los distintos elementos del impreso. El espacio formato. Relaciones estructurales. Sistemas reticulares de composición. Papeles para impresión.
- Gráfica del contorno: rótulos, stands, exposiciones. Señalética. Relaciones espaciales.
- La marca y la comunicación integral del producto. Diseño y marketing.
- Diseño de envases y embalajes.
- Diseño de imagen y identidad corporativa, empresarial e institucional. Soportes de comunicación gráfica bidimensional: papelería, ediciones, y displays.
- El proyecto gráfico publicitario. Relaciones interdisciplinarias y aspectos económicos.
- Consecución de un perfecto dominio de las técnicas instrumentales.
- Consecución de sintaxis de la imagen en procesos de abstracción.



- Interés por conseguir nuevas soluciones gráficas.
- Valoración equilibrada de los aspectos técnicos, económicos, estéticos y sociales en los proyectos.
- Sensibilidad ante cualquier tipo de respuesta plástica.
- Responsabilidad en las diferentes fases de realización de un proyecto encomendado: planificación, fases de ejecución.

## MEDIOS INFORMÁTICOS

- Introducción a la informática. Descripción, principios y funcionamiento.
- Sistemas operativos. Gestión de archivos.
- Ordenadores personales, partes internas y periféricos. Dispositivos de entrada y salida.
- Introducción al diseño gráfico asistido por medios informáticos. Dibujo vectorial y mapas de bits.
- Tratamiento de diseño e ilustración: aplicaciones de dibujo vectorial.
- Organización a través de capas, reglas, y agrupación de elementos.
- Utilidades intermedias: compresión y descompresión de archivos. Fragmentación.
- Tratamiento y edición de imágenes. Captura de imágenes por medios digitales. Uso del escáner.
- Procesadores de texto y autoedición. Aplicaciones de ensamblaje y maquetación. Preparación de originales para impresión.
- Técnica de dibujos animados. Software de animación 2D. Construcción de animación.
- Técnica de animación en 3D. Mapeados, fractales y acabados finales.
- Volcados a diferentes soportes.
- Análisis y diferenciación de los distintos elementos que componen los medios informáticos.
- Utilización de los distintos contornos operativos.
- Observación y análisis de diferentes composiciones plásticas elaboradas a través de medios infográficos.
- Diferenciación de los distintos dispositivos de entrada y salida de imágenes.

## PROYECTO INTEGRADO: GRÁFICA PUBLICITARIA

- Los proyectos globales de imagen. Principios para el diseño de programas de identidad:

simbólico, estructural, sinérgico, y de universalidad.

- La imagen corporativa: denominación, identificación y función. Elementos básicos indispensables que integran un proyecto.
- Metodología, estrategias y elaboración.
- Aplicaciones concretas: comunicación interior, elementos indispensables para dotar de carácter y personalidad una empresa.
- La imagen institucional: identidad e imagen en los servicios públicos.
- Aplicaciones concretas para una comunicación exterior que potencie una imagen de identidad: promociones, mailing, publicidad de eventos, folletos informativos y otras comunicaciones de carácter temporal, dependientes de una institución o empresa.
- Gráfica publicitaria en prensa. Estrategias, modelos y soluciones ante un posible encargo. Costes.
- Publicidad exterior. Modelos básicos: vallas, carteles, opis, letreros luminosos, banderines, emplazamientos en transportes, publicidad estática en estadios deportivos, y displays en puntos de venta. Materialización. Costes.
- Rediseño. Análisis y evaluación del encargo recibido. Estrategias.
- Relaciones cliente-agencia y/o publicista: claves para un pacto. Correcta presentación y exposición ante un cliente de trabajos planteados.
- Organización y dirección de equipos de trabajo gráfico y publicitario.
- Aplicación y perfeccionamiento de las técnicas instrumentales.
- Manipulación de las formas, imágenes y textos con sentido creativo, adquiriendo las destrezas básicas para poder comunicar correctamente sus ideas.
- Realización de soluciones representadas bidimensionalmente y tridimensionalmente a problemas gráficos propuestos.
- Consecución de sintaxis de la imagen en procesos de abstracción.
- Interés por conseguir nuevas soluciones gráficas.
- Valoración equilibrada de los aspectos técnicos, económicos, estéticos y sociales en los proyectos.
- Sensibilidad ante cualquier tipo de respuesta plástica.
- Responsabilidad en las diferentes fases de realización de un proyecto encomendado: planificación, fases de ejecución, etc.

## FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

### \*Comunes:

- El marco jurídico de las relaciones laborales: Estatuto de los trabajadores y reglamentación específica del sector.
- Localización de la normativa aplicable en materia de seguridad tanto para la empresa como para los trabajadores
- Condiciones de trabajo y seguridad. Medidas de prevención y protección. Primeros auxilios.
- El proceso de búsqueda de empleo. El trabajo asalariado, en la Administración y por cuenta propia. La empresa social.
- Organismos e instituciones, autonómicos, nacionales y comunitarios, que prestan asesoramiento a la inserción laboral. Ayudas económicas a la iniciativa empresarial.
- Conceptos básicos de economía y mercadotecnia.
- Iniciativas para el trabajo por cuenta propia: el plan de empresa, plan de viabilidad, tipos de empresas, constitución de una empresa.
- La empresa: su funcionamiento económico. Obtención de recursos. Organización de la producción y comercialización de sus productos. Interpretación del estado de cuentas anuales. Obligaciones jurídicas y fiscales.

### \* Derecho específico:

- Protección al diseño: propiedad intelectual. Registro de la propiedad intelectual. Entidades de gestión. La propiedad industrial. Los modelos y dibujos industriales y artísticos. Registro y procedimiento registral.
- La protección internacional de las innovaciones.
- Los signos distintivos: marca, rótulo y nombre comercial.
- Información sobre normas técnicas. Centros y asociaciones de investigación y desarrollo de la industria.

## 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 MECD.



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