

Estándar de competencias profesionales

Desarrollar proyectos de productos gráficos

Familia Profesional	Artes Gráficas
Nivel	3
Código	ECP0696_3
Estado	BOE
Publicación	Orden PRE/1633/2015

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Determinar los requisitos del cliente relativos al proyecto de producto gráfico reuniéndolos en el informe registro, teniendo en cuenta el estudio de necesidades.

IC1.1 El tipo de producto gráfico a desarrollar: comunicación, editorial, envase y embalaje, y el número de ejemplares o de reproducciones, se establecen claramente con el cliente en función de los objetivos y las condiciones económicas.

IC1.2 Las características del producto final se establecen con el cliente concretando los soportes sobre los que está prevista su utilización y los requerimientos técnicos y presupuestarios, en función del soporte o soportes sobre los que utilizará: impresión, ordenador, tablet o smartphone, ebook u otros.

IC1.3 Los datos sobre el cliente que efectúa el encargo se determinan valorando la gama de productos, el tipo de servicios ofertados y la imagen corporativa: logotipo, colores corporativos, manual y normas de identidad corporativa de su empresa.

IC1.4 Los datos sobre el público objetivo se describen, indicando: nivel socio-económico, edad, sexo, hábitos, actitudes y motivaciones; estudios de mercado y breve valoración de la competencia.

IC1.5 Los textos, ilustraciones o imágenes se concretan con el cliente determinando los que se aportan y los que se deben crear.

- IC1.6** Los colores del producto gráfico se especifican con el cliente utilizando muestras, medidas colorimétricas o referencias de fabricantes.
- IC1.7** Los requisitos de información mínimos se acuerdan con el cliente, contemplando según el tipo de producto: etiquetado, código de barras, composición y fecha de caducidad o cualquier otro que establezca la normativa aplicable.
- IC1.8** Las características del producto a contener por el envase y/o embalaje a diseñar, en su caso, se registran teniendo en cuenta la naturaleza, estado físico, soporte, tamaño, forma y toxicidad, indicando las características del marcaje a realizar.
- IC1.9** El informe registro se revisa con el cliente comprobando que se dispone de toda la información y especificaciones necesarias para el desarrollo del proyecto, incluyendo, además, bocetos, croquis y muestras de cualquier otra información gráfica aportada por el cliente.

EC2 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.

- IC2.1** El tipo de soporte o dispositivo de visualización, el software requerido, el número de tintas y los sistemas de impresión, a utilizar se seleccionan ajustándose a los objetivos, a las limitaciones presupuestarias y a la calidad del trabajo deseada.
- IC2.2** Los formatos se determinan asegurándose que son compatibles con el tipo de soporte y el sistema de impresión elegido.
- IC2.3** Las condiciones de corte, hendido y plegado, se establecen considerando los requerimientos del producto y el espesor y dimensiones del soporte.
- IC2.4** Los acabados se eligen en función de las condiciones de uso y las características del proceso, acordándolos con el cliente.
- IC2.5** La distribución de elementos o las condiciones de compaginación se determinan en función del tipo de producto gráfico, el soporte final la línea editorial y las condiciones técnicas y económicas del proceso.
- IC2.6** La selección de tintas, soportes y acabados se realiza teniendo en cuenta requisitos legales, sanitarios, medioambientales, condiciones de uso y peligrosidad.
- IC2.7** Los factores estructurales en el diseño de envases/embalajes, se establecen, atendiendo a las necesidades de resistencia, hermeticidad, cierre, inviolabilidad, dispensación, ergonomía, versatilidad y protección contra la falsificación y otros.
- IC2.8** Las instrucciones relativas a las características técnicas del producto se recogen por escrito de forma breve y clara.

EC3 Dibujar los esbozos del producto gráfico a diseñar teniendo en cuenta las características y parámetros técnicos y estéticos del mismo para su posterior desarrollo.

IC3.1 El formato del producto gráfico a diseñar se establece buscando su adecuación al objetivo determinado con el cliente y al sistema de distribución o de impresión elegido.

IC3.2 Los elementos gráficos se distribuyen armónicamente respetando el espacio-formato en la composición.

IC3.3 Los objetos se dibujan aplicando las técnicas de representación y la normalización, y manteniendo la proporción de los objetos representados, mediante programas específicos o a mano alzada.

IC3.4 Las líneas de los esbozos se ejecutan de una sola vez con trazos limpios y uniformes.

IC3.5 Los espesores de líneas se ejecutan teniendo presente las normas y los efectos deseados.

IC3.6 Las sombras y difuminados se aplican considerando las limitaciones del sistema de impresión o de salida.

EC4 Desarrollar los bocetos del producto gráfico aplicando los principios básicos del diseño para dar respuesta a las necesidades planteadas por el cliente.

IC4.1 Los bocetos se preparan partiendo de los parámetros establecidos en los esbozos previos y las necesidades planteadas para el producto gráfico a diseñar.

IC4.2 El diseño del boceto se estructura aplicando los principios de asociación psicológica, proximidad, semejanza, continuidad y simetría material y cultural y respetando en su composición los principios de proporción, equilibrio, referencia, simetría, armonía, tensión y ritmo.

IC4.3 Los elementos técnicos que configuran el boceto se integran aplicando la síntesis visual para conjugar ideas y materiales.

IC4.4 El mensaje de la gráfica del boceto se desarrolla aplicando el discurso visual, buscando la comprensión y la sencillez en las ideas subyacentes y potenciando elementos innovadores, de información cultural y/o contextual que favorezcan el impacto visual.

IC4.5 La composición de los elementos del boceto se efectúa respetando los principios de proporción, equilibrio, referencia, simetría, armonía, tensión y ritmo.

IC4.6 El boceto se colorea aplicando la teoría del color, respetando las condiciones de legibilidad, los principios de armonía, contraste, saturación y proporción inversa.

IC4.7 La disposición de los textos se efectúa teniendo en cuenta las condiciones ergonómicas, hábitos de lectura y lógica visual: jerarquización, coherencia y significado.

IC4.8 El diseño desarrollado en el boceto se testea, comprobando que es apto para la reproducción.

EC5 Elaborar el presupuesto del producto gráfico a partir de las características técnicas, los plazos de entrega y las condiciones del mercado.

IC5.1 El presupuesto de impresión se solicita especificando todas las características del producto gráfico tales como: plazos de entrega, tamaño, número de imágenes y color, tipo de pruebas y formatos de entrega.

IC5.2 El presupuesto de postimpresión se solicita indicando plazos de entrega, número de pliegos, tipo de encuadernación, manipulados, peliculados y empaquetado.

IC5.3 Los estándares gráficos se especifican en el presupuesto atendiendo a las características del proyecto y al tipo de producto gráfico diseñado.

IC5.4 El presupuesto de creación se elabora aplicando las tarifas de honorarios recomendadas por las asociaciones profesionales, las condiciones de mercado y las tarifas de la empresa del diseñador.

IC5.5 El presupuesto se elabora considerando los costes de creación, fabricación, distribución y los derechos de propiedad intelectual y patentes o licencias.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Equipos y software de diseño gráfico Software de presentaciones Software de tratamiento de imágenes Software de confección de presupuestos Periféricos de impresión Útiles e instrumentos de bocetado y dibujo.

Información utilizada o generada

Estudio de necesidades. Legislación sobre derechos de la propiedad intelectual. Presupuesto de impresión. Presupuesto de postimpresión. Plazos de entrega. Originales. Muestras de color. Muestras de soportes. Catálogos. Indicaciones del cliente. Normativa aplicable de base de datos.