



SUPLEMENTO EUROPASS AL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR DE ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO

TÉCNICO SUPERIOR DE ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO EN GRÁFICA PUBLICITARIA

DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

El titular tiene adquirida la Competencia General relativa a:

Proponer y realizar soluciones gráficas para transmitir mensajes publicitarios por encargo de empresas, instituciones u otros profesionales. Planificar el desarrollo del proyecto de imagen publicitaria desde la identificación del encargo comunicativo, la definición de los aspectos formales y estéticos, funcionales y técnicos, hasta la realización del producto gráfico acabado. Organizar y llevar a cabo las diferentes fases del proyecto y los correspondientes controles de calidad que garanticen la expresión gráfica óptima del mensaje.

En este marco, cada MÓDULO PROFESIONAL incluye los siguientes RESULTADOS DE APRENDIZAJE adquiridos por el titular:

“Fundamentos de la representación y la expresión visual”

El titular:

- Analiza los elementos que configuran la representación del espacio en un soporte bidimensional y las interrelaciones que se establecen entre ellos.
- Utiliza adecuadamente los elementos y las técnicas propias del lenguaje plástico y visual en la representación gráfica de imágenes.
- Adecúa la representación gráfica a los objetivos comunicacionales del mensaje.
- Comprende los fundamentos y la teoría del color, su importancia en los procesos de creación artístico-plástica y los utiliza de manera creativa en la representación gráfica de mensajes.
- Analiza el color y los demás elementos del lenguaje plástico y visual presentes en diferentes imágenes bi y tridimensionales.
- Ejercita la capacidad de invención e ideación y desarrolla la sensibilidad estética y creativa.

“Teoría de la imagen”

El titular:

- Identifica, valora e interpreta imágenes aplicando diferentes modelos de análisis.
- Conoce los principios teóricos de la percepción visual.

- Interpreta los códigos significativos de la imagen.
- Identifica y valora la función expresiva de la imagen en su contexto.
- Identifica y analiza las estrategias de comunicación en la imagen.
- Conoce los diferentes ámbitos y entornos de producción de la imagen fija y en movimiento.

“Medios informáticos”

El titular:

- Analiza la evolución de los medios informáticos en la sociedad actual y la presencia de las nuevas tecnologías en la realización y edición de productos publicitarios.
- Conoce los fundamentos informáticos, la relación hardware y software y comprende sus características y funciones.
- Comprende y aplica los conceptos fundamentales de la imagen digital vectorial y la imagen bitmap, el tratamiento de la tipografía digital, sistemas de color y formatos adecuados a cada necesidad.
- Digitaliza imágenes, las almacena y las convierte a formatos adecuados.
- Conoce y utiliza las aplicaciones de los programas informáticos específicos de diseño.
- Utiliza los medios informáticos como instrumentos de ideación, gestión y comunicación del propio trabajo.

“Historia de la imagen publicitaria”

El titular:

- Comprende el lenguaje y las peculiaridades de la imagen gráfica y audiovisual en relación con el fenómeno publicitario.
- Conoce las diversas manifestaciones de la comunicación gráfica y audiovisual publicitarias y su evolución en relación con los conceptos estéticos del contexto histórico-artístico.
- Asimila la evolución histórica, formal y tecnológica de los medios gráficos y de la imagen audiovisual publicitaria y conoce los principales centros de producción, autores y obras.
- Analiza y valora los productos publicitarios gráficos y audiovisuales en su dimensión técnica, tecnológica, artística, comunicativa y expresiva.
- Demuestra interés y sensibilidad acerca de los productos publicitarios gráficos y audiovisuales actuales.

“Teoría de la publicidad y marketing”

El titular:

- Comprende el proceso de comunicación, sus elementos y canales, y los principios y ámbitos de la comunicación persuasiva.
- Conoce los objetivos, fundamentos y tipología de la publicidad y la diferencia de otras formas de comunicación persuasiva.

- Comprende las funciones del lenguaje y otros signos empleados en publicidad así como la estructura y la retórica del mensaje publicitario.
- Analiza la metodología de creación del mensaje publicitario y la aplica en la definición de propuestas para supuestos prácticos de gráfica publicitaria.
- Analiza la presencia y las formas del mensaje persuasivo en los medios de comunicación de masas y comprende las especificidades de la publicidad en prensa y otros medios gráficos.
- Evalúa acciones publicitarias en diferentes medios con relación a sus características formales y funcionales.
- Valora la influencia de la publicidad en el comportamiento del consumidor y del diseño gráfico en la calidad artística y persuasiva del mensaje publicitario.
- Define los factores para la evaluación de la eficacia publicitaria y cómo influyen en el diseño del mensaje.
- Conoce la normativa básica que regula la actividad publicitaria y las normas de autorregulación del sector.
- Conoce el proceso y las técnicas de investigación de mercados.
- Conoce los distintos sistemas de planificación de ventas.
- Alcanza una comprensión global del sistema distributivo de la empresa.

“Tipografía”

El titular:

- Valora la dimensión comunicativa de la tipografía como imagen de la palabra y la transmisión de ideas.
- Estudia los elementos formales del signo tipográfico.
- Analiza los condicionantes formales de un alfabeto. El signo y el abecedario.
- Identifica y comprende la disposición de los caracteres tipográficos. La palabra y el texto.
- Elabora representaciones gráficas utilizando material tipográfico.
- Valora la dimensión estética, técnica, semántica y funcional de la tipografía y la composición.
- Explora las posibilidades creativas de los elementos tipográficos, caracteres, palabras, textos y composición para realizar propuestas comunicativas eficientes.

“Fotografía”

El titular:

- Conoce y domina la técnica y la tecnología fotográfica.
- Comprende el lenguaje fotográfico, sus dimensiones y sus particularidades.
- Utiliza la fotografía en proyectos propios de gráfica publicitaria.
- Sabe gestionar imágenes fotográficas adecuadas a proyectos de gráfica publicitaria.

“Lenguaje y tecnología audiovisual”

El titular:

- Comprende la evolución y el lenguaje de la imagen en movimiento y analiza los códigos y dimensiones del lenguaje audiovisual.
- Maneja la tecnología básica de realización de productos audiovisuales.
- Explora las posibilidades expresivas y artísticas del lenguaje audiovisual y las utiliza para comunicar ideas y mensajes del ámbito publicitario.
- Analiza y valora productos audiovisuales publicitarios y emite un juicio crítico argumentado acerca de la creación audiovisual propia y ajena.
- Propone mensajes publicitarios adecuados a la tecnología audiovisual.
- Utiliza adecuadamente la terminología propia.
- Desarrolla la capacidad de comunicación audiovisual, la inventiva y expresividad personales.

“Fundamentos del diseño gráfico”

El titular:

- Diferencia los ámbitos, particularidades y principales aplicaciones del diseño gráfico.
- Identifica y analiza los recursos comunicativos y expresivos del diseño gráfico en sus diferentes ámbitos.
- Explora las posibilidades comunicativas de los recursos del diseño gráfico en la transmisión eficaz de ideas y mensajes publicitarios.
- Sabe utilizar los elementos propios del lenguaje gráfico para comunicar mensajes e ideas.
- Analiza las características formales y funcionales de la composición, la tipografía, el color y la imagen en el mensaje publicitario.
- Sabe estructurar el soporte y ordenar los elementos que participan en el discurso gráfico atendiendo a los objetivos comunicacionales del encargo.
- Explora las particularidades del soporte con relación a las posibilidades expresivas de los elementos gráficos del mensaje y su visualización.
- Valora argumentadamente productos publicitarios en función de las características formales, técnicas y comunicativas.

“Proyectos de gráfica publicitaria”

El titular:

- Conoce las metodologías propias y sabe aplicarlas en proyectos de gráfica publicitaria.
- Planifica y desarrolla el proceso proyectual de supuestos prácticos de gráfica publicitaria y realiza los controles de calidad que permitan solucionar los problemas técnicos, artísticos y comunicativos que se presenten.
- Integra los contenidos en la realización de proyectos de gráfica publicitaria y emite un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados.
- Planifica correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica publicitaria y lo desarrolla hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.

- Valora la realización de trabajos de gráfica publicitaria como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.
- Se inicia en la búsqueda de un estilo y discurso estético propio para expresar gráficamente mensajes publicitarios.
- Domina las tecnologías propias de la gráfica publicitaria para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.
- Conoce la normativa específica de aplicación al ámbito de la gráfica publicitaria.

“Proyecto integrado”

El titular:

- Propone y materializa un proyecto de gráfica publicitaria de calidad técnica, artística y comunicacional.
- Realiza el proyecto llevando a cabo todas las etapas y controles de calidad correspondientes.
- Desarrolla, mediante la proyectación y realización de un proyecto original de gráfica publicitaria, las destrezas profesionales.

“Formación y Orientación Laboral”

- Analiza e interpreta el marco legal del trabajo y conoce los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.
- Conoce los requisitos y condicionantes legales para organizar y gestionar una pequeña o mediana empresa, considerando los factores de producción, jurídicos, mercantiles y socio-laborales.
- Identifica las distintas las vías de acceso al mercado de trabajo y a la formación permanente y conoce los organismos institucionales, nacionales y comunitarios dedicados a estos fines.
- Comprende y aplica las normas sobre seguridad e higiene laboral y desarrollar sensibilidad hacia la protección al medio ambiente, como factores determinantes de la calidad de vida.

“Prácticas en empresas, estudios o talleres”

El titular:

- Conoce las rutinas diarias de trabajo de una empresa o estudio de comunicación publicitaria o agencia de publicidad y la realización de las funciones profesionales correspondientes a su nivel formativo.
- Realiza las funciones profesionales correspondientes a su nivel formativo.
- Conoce el mundo del trabajo y la incorporación al sistema de relaciones sociales, laborales y técnicas de la empresa.
- Contrasta los conocimientos, formación y capacitación adquiridos en el centro educativo con la realidad empresarial y laboral del sector.
- Incorpora a su formación los conocimientos sobre el ámbito laboral de la gráfica publicitaria, la situación y relaciones del mercado, las tendencias artísticas y culturales, la organización y

coordinación del trabajo, la gestión empresarial y las relaciones sociolaborales en la empresa necesarios para el inicio de la actividad laboral.

- Adquiere los conocimientos técnicos de útiles, herramientas, materiales y maquinaria especializados.
- Participa de forma activa en las fases de creación, producción y edición bajo las orientaciones del tutor o coordinador correspondiente.
- Aplica los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos durante el período de formación teórica y práctica impartida en el centro educativo.

EMPLEOS QUE PUEDE DESEMPEÑAR CON ESTE TÍTULO

El Técnico Superior de Artes Plásticas y diseño en Gráfica Publicitaria desarrolla su actividad como profesional autónomo, asociado o contratado por cuenta ajena. Como profesional especialista realiza, parcial o totalmente, el proyecto gráfico de mensajes publicitarios en las distintas aplicaciones de la persuasión. Elabora propuestas y proyectos de gráfica publicitaria por encargo de empresas, estudios de diseño o instituciones. Puede desarrollar sus competencias como profesional independiente o como realizador dependiente realizando gráficamente las ideas de otros profesionales.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Realización de productos gráficos publicitarios de empresas e instituciones y seguimiento y control de calidad en la industria gráfica.
- Realización de aplicaciones vinculadas a la comunicación gráfica del mensaje: vallas, expositores, carteles, folletos, anuncios, merchandising y otros y sus elementos asociados.
- Realización de la preparación de artes finales para su correcta impresión, selección de soportes y acabados, análisis de pruebas de pre- impresión, control de calidad, postproducción.
- Director de arte
- Creativo
- Coordinador de realización
- Grafista experto en la selección y uso de recursos tipográficos, caligráficos y rotulación manual para diferentes aplicaciones.
- Colaborador gráfico en equipos publicitarios multidisciplinares.

EXPEDICIÓN, ACREDITACIÓN Y NIVEL DEL TÍTULO

Organismo que expide el título en nombre del Rey: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte o las comunidades autónomas en el ámbito de sus competencias propias. El título tiene efectos académicos y profesionales con validez en todo el Estado.

Duración oficial del título: 2000 horas.

Nivel del título (nacional o internacional).

- NACIONAL: Educación superior no universitaria.
- INTERNACIONAL:
 - Nivel 5b de la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE5b).
 - Nivel 5 del Marco Europeo de las Cualificaciones (EQF5).

Requisitos de acceso: Título de Bachiller o Certificado de haber superado la prueba de acceso correspondiente, y Prueba específica de acceso.

Acceso al nivel siguiente de enseñanza o formación: Se podrá acceder a estudios superiores de enseñanzas artísticas y a cualquier estudio de grado universitario.

Base Legal. Normativa por la que se establece el título:

- Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.

Nota explicativa: Este documento está concebido como información adicional al título en cuestión, pero no tiene por sí mismo validez jurídica alguna.

FORMACIÓN DEL TÍTULO OFICIALMENTE RECONOCIDO

MÓDULOS PROFESIONALES DEL REAL DECRETO DEL TÍTULO	CRÉDITOS ECTS
Fundamentos de la representación y la expresión visual	5
Teoría de la imagen	3
Medios informáticos	5
Fotografía	3
Historia de la imagen publicitaria	3
Tipografía	7
Fundamentos del diseño gráfico	4
Teoría de la publicidad y marketing	4
Lenguaje y tecnología audiovisual	6
Proyectos de gráfica publicitaria	13
Proyecto integrado	7
Formación y orientación laboral.	3
Prácticas en empresas, estudios o talleres	3
	TOTAL CRÉDITOS
<i>TOTAL ENSEÑANZAS MÍNIMAS</i>	120
DURACIÓN OFICIAL DEL TÍTULO	2000

*Las enseñanzas mínimas reflejadas en la tabla anterior constituyen el 55% de la duración total del título, son de carácter oficial y tienen validez en todo el territorio nacional. El 45% restante es específico de cada Comunidad Autónoma y se podrá reflejar en el **Anexo I** de este suplemento.

INFORMACIÓN SOBRE EL SISTEMA EDUCATIVO

