

I. DISPOSICIONES GENERALES

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE

13638 *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.*

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, define en el artículo 45 las enseñanzas artísticas profesionales de grado medio y superior de artes plásticas y diseño y determina que la finalidad de estas enseñanzas artísticas es proporcionar al alumnado una formación artística de calidad y garantizar la cualificación de los futuros profesionales de las artes plásticas y el diseño.

En el artículo 51 la Ley establece que estas enseñanzas profesionales se organizarán en ciclos de formación específica, los cuales incluirán una fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres, y remite al capítulo V del título I para su reglamentación, con las salvedades recogidas expresamente para las enseñanzas artísticas.

El Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño, concreta en su artículo 6 que las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño se ordenarán en ciclos formativos de grado medio y de grado superior agrupados en familias profesionales artísticas.

De acuerdo con dichas previsiones y lo dispuesto en el artículo 39.6 de la Ley de Educación y debido a la naturaleza de la materia y a su carácter marcadamente técnico, corresponde al Gobierno, previa consulta a las Comunidades Autónomas, establecer mediante real decreto las titulaciones correspondientes a las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño, los aspectos básicos del currículo de cada una de ellas y las familias profesionales artísticas en las que se agrupan.

Asimismo, establecer bases estatales mediante normas reglamentarias, como ocurre en el presente caso, es conforme a la excepcionalidad admitida por el Tribunal constitucional cuando «resulta complemento indispensable en determinados supuestos para asegurar el mínimo común denominador establecido en las normas legales básicas» (así, entre otras, en las SSTC 25/1983, 32/1983, y 48/1988).

Las enseñanzas de artes plásticas y diseño, referentes de las enseñanzas de artes aplicadas y oficios artísticos en nuestro sistema educativo, asumen la transmisión de las prácticas artísticas imprescindibles para la renovación y mejora de productos, ambientes y mensajes y para el crecimiento del patrimonio artístico. Para ello, estas enseñanzas artísticas profesionales sitúan la innovación tecnológica, la apreciación artística y la sólida formación en los oficios de las artes y el diseño en el contexto de la dimensión estética y creadora del hombre, cualidad determinante para el crecimiento patrimonial y de los valores de identidad, de expresión personal y de comunicación social.

En este sentido, el objetivo básico de este título es atender a las actuales necesidades de formación de técnicos superiores especialistas en la realización de productos gráficos publicitarios y aplicaciones vinculadas a la comunicación gráfica del mensaje en el ámbito de la comunicación gráfica y audiovisual, y aunar el conocimiento de materiales, procedimientos técnicos y nuevas tecnologías con la cultura y la sensibilidad artística para constituir la garantía de calidad demandada hoy por los sectores productivos artísticos y culturales vinculados a la creación y producción gráfica.

El Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, define los títulos de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño como el documento oficial acreditativo del nivel de formación, cualificación y competencia profesional específica de cada especialidad artística, se establece la estructura que deben tener dichos títulos y se fijan los aspectos que deben contemplar las enseñanzas mínimas correspondientes.

En este marco normativo, el presente real decreto tiene por objeto establecer el título profesional de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y determinar su identificación, el perfil profesional, el contexto profesional, las enseñanzas mínimas y aquellos otros aspectos de la ordenación académica y de los centros que, sin perjuicio de las competencias atribuidas a las Administraciones educativas en esta materia, constituyan los aspectos básicos que aseguren una formación común y garanticen la validez de los títulos en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Asimismo, para este título se determinan los accesos a otros estudios, las convalidaciones y exenciones y las competencias docentes para la impartición de las enseñanzas mínimas.

Como enseñanzas de educación superior y con el fin de facilitar el reconocimiento de créditos entre los títulos de técnico superior y las enseñanzas conducentes a títulos superiores de enseñanzas artísticas o títulos universitarios, en este ciclo formativo de grado superior se establecen los créditos europeos ECTS mínimos correspondientes a cada módulo formativo, tal como se definen en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

Para la elaboración de esta norma han sido consultadas las Comunidades Autónomas en el seno de la Conferencia Sectorial de Educación y han emitido informe el Consejo Superior de Enseñanzas Artísticas, Consejo Escolar del Estado y el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

En su virtud, a propuesta del Ministro de Educación, Cultura y Deporte y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 11 de octubre de 2012,

DISPONGO:

Artículo 1. *Objeto.*

1. El presente real decreto tiene por objeto establecer el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual con carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, así como sus correspondientes enseñanzas mínimas.

2. Lo dispuesto en este real decreto sustituye a la regulación del título de Gráfica Publicitaria contenido en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, por el que se establecen los títulos de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, en Ilustración y en Fotografía Artística, pertenecientes a la familia profesional de Diseño Gráfico y se aprueban sus enseñanzas mínimas.

Artículo 2. *Enseñanzas mínimas y establecimiento del currículo de los ciclos formativos.*

1. Las enseñanzas mínimas y la descripción del perfil profesional y del contexto profesional correspondientes al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria se regulan en el anexo I al presente real decreto.

2. Las Administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, establecerán el currículo correspondiente a este título del que formarán parte los aspectos básicos del currículo que constituyen las enseñanzas mínimas.

Artículo 3. *Competencia docente.*

Las competencias docentes de los funcionarios pertenecientes a los Cuerpos de Profesores para la impartición de los módulos básicos correspondientes a las enseñanzas mínimas del ciclo formativo de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria son las contempladas en el anexo II al presente real decreto.

Artículo 4. *Ratios.*

En las enseñanzas correspondientes al ciclo formativo de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria la relación numérica profesor-alumno será, como máximo, de 1/30 en

las clases teóricas y teórico prácticas y de 1/15 en las clases prácticas y talleres, prevista en el artículo 13 del Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan enseñanzas artísticas reguladas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

Para el módulo de proyecto integrado se contará con la tutoría individualizada del profesorado que imparta docencia en el ciclo formativo.

Artículo 5. *Instalaciones.*

1. En los centros de enseñanza que impartan el ciclo formativo de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria será necesario, como mínimo, los requisitos de instalaciones y condiciones materiales establecidos en el Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo.

2. Los espacios dispondrán de la superficie necesaria y suficiente para desarrollar las actividades de enseñanza de los módulos profesionales que se imparten en cada uno de los espacios. Además, deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) La superficie se establecerá en función del número de personas que ocupen el espacio formativo y deberá permitir el desarrollo de las actividades de enseñanza con la ergonomía y la movilidad requeridas dentro del mismo.

b) Deberán cubrir la necesidad espacial de mobiliario, equipamiento e instrumentos auxiliares de trabajo.

c) Deberán respetar los espacios o superficies de seguridad que exijan las máquinas y equipos en funcionamiento.

d) Respetarán la normativa sobre prevención de riesgos laborales, la normativa sobre seguridad y salud en el puesto de trabajo y cuantas otras normas sean de aplicación.

3. Los equipamientos que se incluyen en cada espacio han de ser los necesarios y suficientes para garantizar la calidad de la enseñanza. Además deberán cumplir las siguientes condiciones:

a) El equipamiento (equipos, máquinas, y otros) dispondrá de la instalación necesaria para su correcto funcionamiento, cumplirá con las normas de seguridad y prevención de riesgos y con cuantas otras sean de aplicación.

b) La cantidad y características del equipamiento deberán estar en función del número de alumnos y permitir la adquisición de los resultados de aprendizaje, teniendo en cuenta los criterios de evaluación y los contenidos que se incluyen en cada uno de los módulos profesionales que se impartan en los referidos espacios.

4. Las Administraciones competentes velarán para que los espacios y el equipamiento sean los adecuados en cantidad y características para el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje y garantizar la calidad de estas enseñanzas.

Artículo 6. *Acceso a otros estudios.*

1. El título de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria permitirá el acceso a cualquier otro ciclo formativo de grado medio o superior, con la exención de la prueba específica en aquellos casos previstos en el artículo 15 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, por el que se establece la ordenación general de las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño.

2. El título de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria permitirá el acceso directo a las enseñanzas artísticas superiores de Diseño, de Artes Plásticas y de Conservación y Restauración de Bienes Culturales. Las Administraciones educativas reconocerán créditos de estas enseñanzas superiores a quienes estén en posesión del Título de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño, de conformidad con lo establecido en el apartado 2 del artículo 10 de los Reales Decretos 633/2010, 634/2010 y 635/2010, de 14 de mayo, y el Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior.

3. El título de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria permitirá el acceso a los estudios universitarios de conformidad con lo establecido en el Real Decreto 1892/2008, de 14 de noviembre, por el que se regulan las condiciones para el acceso a las enseñanzas universitarias oficiales de grado y los procedimientos de admisión a las universidades públicas españolas.

4. El reconocimiento de créditos entre títulos pertenecientes a enseñanzas de educación superior y el título de Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Ilustración se llevará a cabo de conformidad con el Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre, salvo en los supuestos de convalidación o reconocimiento entre estudios de una misma enseñanza o estudios de técnico superior de enseñanzas distintas que se regirán por su normativa específica.

5. A efectos de facilitar el reconocimiento de créditos, se asignan 120 créditos ECTS a la totalidad del ciclo formativo de grado superior y 66 créditos ECTS a las enseñanzas mínimas establecidas en este real decreto, distribuidos entre los módulos profesionales correspondientes.

Artículo 7. *Convalidaciones y exenciones.*

1. Serán objeto de convalidación los módulos formativos del ciclo formativo de Gráfica Publicitaria regulado en el presente real decreto por módulos de ciclos formativos de la familia profesional de Comunicación Gráfica y Audiovisual, según lo dispuesto en el anexo III.

2. Serán objeto de convalidación los módulos formativos del ciclo formativo de Gráfica Publicitaria regulado en el presente real decreto por módulos de ciclos formativos de la familia profesional de Diseño Gráfico regulados en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, según lo dispuesto en el anexo IV.

3. El módulo profesional de Formación y Orientación Laboral será objeto de convalidación siempre que se haya superado en un ciclo formativo de artes plásticas y diseño.

4. En el establecimiento del currículo correspondiente al Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, las Administraciones educativas deberán prever la observancia de la normativa básica de convalidaciones a fin de garantizar la coincidencia mínima de la carga lectiva y contenidos de los módulos de Formación y Orientación Laboral y los recogidos en los anexos III y IV.

5. El procedimiento y los requisitos para el reconocimiento de dichas convalidaciones serán los establecidos en la normativa vigente.

6. Los módulos formativos del ciclo formativo de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria que podrán ser objeto de exención por su correspondencia con la práctica laboral de acuerdo con lo establecido en el artículo 24 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, se determinan en el anexo V.

7. Podrá determinarse la exención total o parcial de la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres, siempre que se acredite una experiencia laboral de, al menos, un año en un campo profesional directamente relacionado con el ciclo formativo regulado en el presente real decreto.

8. Las administraciones educativas regularán el procedimiento para el reconocimiento de las exenciones. En todo caso, para la acreditación de la experiencia laboral deberá presentarse la documentación que se indica en los artículos 15.4 y 24 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo.

9. En ningún caso podrán ser objeto de convalidación ni exención el módulo de proyecto integrado al tener por objeto la integración de los conocimientos, destrezas y capacidades específicos del campo profesional de la especialidad a través de la realización de proyecto adecuado al nivel académico cursado.

Disposición adicional primera. *Referencia del título en el marco europeo.*

Una vez establecido el marco nacional de cualificaciones de acuerdo con las recomendaciones europeas, se determinará el nivel correspondiente de estas titulaciones en el marco nacional y su equivalente en el marco europeo.

Disposición adicional segunda. *Titulaciones equivalentes.*

El título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria establecido en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, tendrá los mismos efectos profesionales y académicos que el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria establecido en el presente real decreto.

Disposición adicional tercera. *El ejercicio de la profesión.*

Las descripciones de los Perfiles Profesionales recogidas en el anexo I no constituyen una regulación del ejercicio de profesión titulada alguna y, en todo caso, se entenderá en el contexto del presente real decreto con respeto al ámbito del ejercicio profesional vinculado a las profesiones tituladas por la legislación vigente.

Disposición adicional cuarta. *Accesibilidad universal en las enseñanzas del ciclo formativo de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria.*

1. Las Administraciones educativas, en el ámbito de sus respectivas competencias, incluirán en el currículo del ciclo formativo de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria los elementos necesarios para garantizar que las personas que lo cursen desarrollen las competencias incluidas en el currículo en «diseño para todos».

2. Asimismo, dichas Administraciones adoptarán las medidas que estimen necesarias para que este alumnado pueda acceder y cursar estas enseñanzas artísticas profesionales en las condiciones establecidas en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

Disposición transitoria primera. *Aplicabilidad de otras normas y extinción de planes de estudios anteriores.*

1. Hasta que sea de aplicación lo dispuesto en este real decreto en virtud de lo establecido en las disposiciones finales segunda y tercera, será de aplicación el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, por el que se establecen los títulos de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, Ilustración y Fotografía Artística y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas, en sus referencias al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria. La extinción de planes de estudios anteriores se realizará conforme el artículo 21.3 del Real Decreto 806/2006, de 30 de junio, por el que se establece el calendario de aplicación de la nueva ordenación del sistema educativo, establecida por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

2. Asimismo, hasta que sea de aplicación la norma que regule el currículo correspondiente al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, para el ámbito de gestión del Ministerio de Educación será de aplicación lo establecido en el Real Decreto 340/1998, de 6 de marzo, por el que se establece el currículo y se determina la prueba de acceso a los ciclos formativos de grado superior de Artes Plásticas y Diseño de la familia profesional de Diseño Gráfico, en sus referencias al currículo del ciclo formativo de Artes Plásticas y Diseño de Gráfica Publicitaria.

Disposición transitoria segunda. *Incorporación del alumnado procedente del ciclo formativo de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria de la familia profesional de Diseño Gráfico regulados por la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo.*

1. Las Administraciones educativas procederán a la incorporación del alumnado del ciclo formativo de grado superior de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria de la familia profesional de Diseño Gráfico del sistema que se extingue a los diferentes cursos del ciclo formativo de artes plásticas y diseño de Gráfica Publicitaria regulado en el

presente real decreto, según lo establecido en el artículo 21.4 del Real Decreto 806/2006, de 30 de junio, en el anexo VI a este real decreto y las oportunas adaptaciones conforme a sus desarrollos curriculares.

2. Las Administraciones educativas garantizarán la obtención de los títulos de las enseñanzas que se extinguen en las condiciones que oportunamente se establezcan.

Disposición derogatoria única. *Derogación normativa.*

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en este real decreto.

Disposición final primera. *Título competencial.*

El presente real decreto tiene carácter de norma básica al amparo de las competencias que atribuye al Estado el artículo 149.1.1.^a y 30.^a de la Constitución, con la excepción del apartado segundo de la disposición transitoria primera.

Disposición final segunda. *Implantación del nuevo currículo.*

Las Administraciones educativas iniciarán la implantación progresiva del nuevo currículo de estas enseñanzas en el curso escolar 2013/2014.

Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

El presente real decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Madrid, el 11 de octubre de 2012.

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Educación, Cultura y Deporte,
JOSÉ IGNACIO WERT ORTEGA

ANEXO I

Enseñanzas mínimas y descripción del perfil y del contexto profesional del título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.

1. Identificación del título.

1.1 Denominación: Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.

1.2 Nivel: Grado superior de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño.

1.3 Duración total del ciclo: Dos mil horas.

1.4 Familia profesional artística: Comunicación gráfica y audiovisual.

1.5 Referente europeo: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

2. Perfil profesional.

2.1 Competencia general:

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.

2.2 Competencias profesionales:

Llevar a cabo, de manera autónoma, proyectos gráficos publicitarios con el nivel de calidad exigible profesionalmente.

Comunicar eficientemente mediante recursos gráficos ideas y mensajes publicitarios.

Dotar al producto gráfico publicitario de los elementos persuasivos, informativos y/o identificativos adecuados a los objetivos del encargo.

Solucionar mediante recursos gráficos y tipográficos los aspectos formales y comunicativos de mensajes publicitarios.

Planificar y realizar proyectos de gráfica publicitaria en todas sus fases y llevar a cabo los controles de calidad correspondientes para la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.

Definir los aspectos formales y funcionales del mensaje publicitario en un soporte gráfico.

Transmitir con precisión la información adecuada para los procesos de reproducción y realizar el seguimiento y control de calidad correspondiente hasta conseguir un resultado impreso idóneo.

Conocer y cumplir la normativa que regula la actividad profesional.

2.3 Cualificación profesional del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

3. Contexto profesional.

3.1 Ámbito profesional:

Puede desarrollar su actividad como profesional autónomo, asociado o contratado por cuenta ajena.

Realiza, parcial o totalmente, como profesional especialista 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.

3.2 Sectores productivos:

Puede ejercer su profesión en el ámbito público o privado, en empresas dedicadas a la comunicación publicitaria, agencias, estudios de diseño, empresas, e instituciones de otros sectores que así lo requieran.

3.3 Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes:

Profesional cualificado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo y ocupaciones:

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, etc. y sus elementos asociados.

Realización de la preparación de artes finales para su correcta impresión, selección de soportes y acabados, análisis de pruebas de preimpresión, 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.

4. Enseñanzas mínimas.

4.1 Objetivos generales del ciclo formativo:

Identificar las necesidades comunicativas planteadas en una propuesta audiovisual y utilizar los recursos gráficos más adecuados.

Idear, planificar y realizar productos de gráfica publicitaria atendiendo a los objetivos comunicativos del proyecto y llevando a cabo los controles de calidad correspondientes a fin de optimizar recursos.

Resolver adecuadamente los problemas expresivos, formales, funcionales y técnicos que se presenten en el proceso de diseño y realización de la propuesta gráfica.

Resolver adecuadamente los problemas de ejecución, organización, gestión y control del proceso de producción gráfica.

Desarrollar método, rigor y capacidad de comunicación para la presentación y defensa de una idea o un proyecto de gráfica publicitaria.

Interpretar la evolución de las tendencias estéticas en la imagen publicitaria y valorar los condicionantes simbólicos, culturales y comunicativos que contribuyen a configurar la forma idónea del mensaje.

Valorar e integrar en la propuesta gráfica los elementos informativos, identificativos y persuasivos adecuados a los objetivos comunicativos del proyecto.

Conocer las especificaciones técnicas en los procesos de reproducción y saber gestionarlas para garantizar la calidad y competitividad del producto gráfico en el mercado.

Seleccionar y producir las fuentes y documentación necesaria para gestionar la realización del proyecto gráfico publicitario.

Realizar productos gráficos publicitarios con el nivel calidad comunicacional, técnica y artística exigible en el sector profesional.

Adaptarse en condiciones de competitividad a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

Buscar, seleccionar y utilizar fuentes de información y formación continua relacionadas con el ejercicio profesional.

Comprender y aplicar el marco legal y normativo que regula y condiciona la actividad profesional.

Valorar y aplicar los principios de la ética profesional en el desarrollo de la actividad profesional, su gestión y administración.

Adquirir método y rigor en la presentación y defensa de una idea o un proyecto ante el cliente y/o equipo de trabajo.

Iniciarse en la búsqueda de y procesos creativos relacionados con la comunicación y atender a la creatividad gráfica y comunicativa.

Valorar el trabajo como oportunidad de búsqueda y experimentación con formas, soportes y materiales, de creatividad, comunicación y expresión artística personal.

4.2 Distribución horaria de las enseñanzas mínimas.

Estructura general	Horas lectivas mínimas	Créditos ECTS mínimos
Módulos impartidos en el centro educativo	1.050	63
Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres . .	50	3
Total horas de enseñanzas mínimas	1.100	66

4.3 Formación en el centro educativo.

4.3.1 Módulos correspondientes a las enseñanzas mínimas.

CF GS Gráfica publicitaria

Módulos formativos	Enseñanzas mínimas	
	ECTS	Horas lectivas
Fundamentos de la representación y la expresión visual	5	90
Teoría de la imagen	3	45
Medios informáticos	5	90
Fotografía	3	60
Historia de la imagen publicitaria	3	50
Tipografía	7	140
Fundamentos del diseño gráfico	4	80
Teoría de la publicidad y marketing	4	75
Lenguaje y tecnología audiovisual	6	120
Proyectos de gráfica publicitaria	13	200
Proyecto integrado	7	50
Formación y orientación laboral	3	50
Total mínimos	63	1.050

4.3.2 Objetivos, contenidos y criterios de evaluación de los módulos.

I. Fundamentos de la representación y la expresión visual.

a) Objetivos:

1. Analizar los elementos que configuran la representación del espacio en un soporte bidimensional y las interrelaciones que se establecen entre ellos.

2. Utilizar adecuadamente los elementos y las técnicas propias del lenguaje plástico y visual en la representación gráfica de imágenes.

3. Adecuar la representación gráfica a los objetivos comunicacionales del mensaje.

4. Comprender los fundamentos y la teoría del color, su importancia en los procesos de creación artístico-plástica y utilizarlos de manera creativa en la representación gráfica de mensajes.

5. Analizar el color y los demás elementos del lenguaje plástico y visual presentes en diferentes imágenes bi y tridimensionales.

6. Ejercitar la capacidad de invención e ideación y desarrollar la sensibilidad estética y creativa.

b) Contenidos:

1. Configuración del espacio bidimensional. Elementos formales, expresivos y simbólicos del lenguaje plástico y visual.

2. Forma y estructura. Elementos proporcionales.

3. Forma y composición en la expresión bidimensional.

4. Fundamentos y teoría de la luz y el color.

5. Valores expresivos y simbólicos del color.

6. Interacción del color en la representación creativa.

7. Instrumentos, técnicas y materiales.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Representar imágenes de acuerdo a las técnicas y procedimientos expresivos más idóneos.

2. Analizar, estructurar y representar el espacio compositivo de una imagen a partir de un planteamiento previo.

3. Utilizar adecuadamente la metodología y los diferentes materiales y técnicas del dibujo en la representación gráfica de formas de la realidad o de la propia inventiva.

4. Explorar con iniciativa y sensibilidad las posibilidades expresivas del dibujo, del color y la composición y utilizarlas de manera creativa en la realización de imágenes.

5. Utilizar el color con intencionalidad significativa y estética en la representación gráfica de ideas y mensajes.

6. Valorar argumentadamente los aspectos formales, estéticos y simbólicos en una representación visual determinada.

II. Teoría de la imagen.

a) Objetivos:

1. Identificar, valorar e interpretar imágenes aplicando diferentes modelos de análisis.

2. Conocer los principios teóricos de la percepción visual.

3. Interpretar los códigos significativos de la imagen.

4. Identificar y valorar la función expresiva de la imagen en su contexto.

5. Identificar y analizar las estrategias de comunicación en la imagen.

6. Conocer los diferentes ámbitos y entornos de producción de la imagen fija y en movimiento.

b) Contenidos:

1. La representación y los elementos morfológicos, dinámicos y mesurables de la imagen.

2. Identificación, análisis y valoración de la imagen.

3. Sintaxis visual.

4. La visualización de la realidad. Teorías perceptivas.

5. El signo: Expresión y contenido. Denotación y connotación.

6. Tipos de signos. Propiedades y convenciones. Los signos y sus valores significativos.

7. La comunicación visual. El proceso comunicativo.

c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Identificar los elementos morfológicos y sintácticos de imágenes dadas.
2. Analizar imágenes de acuerdo a los contenidos expresivos del lenguaje visual utilizado y su significado.
3. Elaborar propuestas de representación gráfica para los conceptos y principios fundamentales de la percepción visual.
4. Proponer soluciones gráficas adecuadas a problemas de comunicación y valorarlas argumentadamente.
5. Elaborar estrategias de comunicación visual para la transmisión de ideas y mensajes propios o asignados y explicarlas argumentadamente.

III. Medios informáticos.

a) Objetivos:

1. Analizar la evolución de los medios informáticos en la sociedad actual y la presencia de las nuevas tecnologías en la realización y edición de la imagen animada.
2. Conocer los fundamentos informáticos, la relación hardware y software y comprender sus características y funciones.
3. Comprender y aplicar 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.
4. Digitalizar imágenes, almacenarlas y convertirlas a formatos adecuados.
5. Conocer y utilizar las aplicaciones de los programas informáticos específicos de diseño.
6. Utilizar los medios informáticos como instrumentos de ideación, gestión y comunicación del propio trabajo.

b) Contenidos:

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

c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Valorar argumentadamente la evolución tecnológica y la importancia de las nuevas tecnologías en los procesos productivos, industriales y artísticos y específicamente en el ejercicio profesional del diseño gráfico en sus distintos ámbitos.
2. Identificar los componentes físicos y lógicos de un sistema informático.
3. Comprender y utilizar adecuadamente los diversos tipos de formatos gráficos para aplicaciones gráficas y multimedia y las diferentes posibilidades de organizar la información.
4. Preparar los formatos, resolución y tamaño para trabajar en aplicaciones gráficas y multimedia.

5. Diferenciar los formatos de imagen digital vectorial y bitmap y comprender sus características fundamentales.

6. Emplear con destreza las herramientas de ilustración vectorial y bitmap.

7. Seleccionar y utilizar correctamente los materiales y equipos informáticos en el desarrollo del propio trabajo tanto en el proceso creativo y proyectual como en la comunicación.

IV. Historia de la imagen publicitaria.

a) Objetivos:

1. Comprender el lenguaje y las peculiaridades de la imagen gráfica y audiovisual en relación con el fenómeno publicitario.

2. Conocer las diversas manifestaciones de la comunicación gráfica y audiovisual publicitarias y su evolución en relación con los conceptos estéticos del contexto histórico-artístico.

3. Asimilar la evolución histórica, formal y tecnológica de los medios gráficos y de la imagen audiovisual publicitaria y conocer los principales centros de producción, autores y obras.

4. Analizar y valorar los productos publicitarios gráficos y audiovisuales en su dimensión técnica, tecnológica, artística, comunicativa y expresiva.

5. Demostrar interés y sensibilidad acerca de los productos publicitarios gráficos y audiovisuales actuales.

b) Contenidos:

1. El fenómeno publicitario y su relación con la imagen. Los 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.

2. 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 más relevantes de la publicidad impresa.

3. 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.

4. Imagen publicitaria y movimientos artísticos. El diseño gráfico publicitario.

5. La imagen publicitaria en la actualidad. Realizaciones y tendencias.

c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Analizar e interpretar formal, estilística y técnicamente las imágenes publicitarias gráficas y audiovisuales en relación con el contexto histórico-artístico en que se producen.

2. Identificar las imágenes publicitarias más relevantes así como el valor de las aportaciones e innovaciones de los autores más destacados.

3. Explicar razonadamente la evolución técnica de los sistemas de reproducción gráfica y sus repercusiones formales en relación con el contexto histórico y cultural, utilizando adecuadamente la terminología específica.

4. Explicar razonadamente la evolución tecnológica y sus consecuencias formales en relación con el contexto histórico y cultural, utilizando adecuadamente la terminología específica.

5. Demostrar interés y sensibilidad hacia la evolución de los productos publicitarios a lo largo de su historia.

V. Teoría de la publicidad y marketing.

a) Objetivos:

1. Comprender el proceso de comunicación, sus elementos y canales, y los principios y ámbitos de la comunicación persuasiva.

2. Conocer los objetivos, fundamentos y tipología de la publicidad y diferenciarla de otras formas de comunicación persuasiva.
3. Comprender las funciones del lenguaje y otros signos empleados en publicidad así como la estructura y la retórica del mensaje publicitario.
4. Analizar la metodología de creación del mensaje publicitario y aplicarla en la definición de propuestas para supuestos prácticos de la especialidad.
5. Analizar la presencia y las formas del mensaje persuasivo en los medios de comunicación de masas y comprender las especificidades de la publicidad en prensa y otros medios gráficos.
6. Evaluar acciones publicitarias en diferentes medios con relación a sus características formales y funcionales.
7. Valorar la influencia de la publicidad en el comportamiento del consumidor y del diseño gráfico en la calidad artística y persuasiva del mensaje publicitario.
8. Definir los factores para la evaluación de la eficacia publicitaria y cómo influyen en el diseño del mensaje
9. Conocer la normativa básica que regula la actividad publicitaria y las normas de autorregulación del sector.
10. Conocer el proceso y las técnicas de investigación de mercados.
11. Conocer los distintos sistemas de planificación de ventas.
12. Alcanzar una comprensión global del sistema distributivo de la empresa.

b) Contenidos:

1. El proceso de la comunicación. Definición y corrientes teóricas. Elementos, canales. La comunicación persuasiva, objetivos, funciones, ámbitos. Variables de la persuasión.
2. La publicidad como forma de persuasión. Definición, objetivos globales, funciones, tipología. Los modelos de actuación publicitaria y su influencia sobre el consumidor. Estilos publicitarios según el contenido, el uso y la duración del mensaje.
3. 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.
4. Los medios de comunicación de masas y la publicidad. Particularidades del mensaje publicitario y su formato en los medios gráficos y audiovisuales.
5. La eficacia publicitaria. Concepto y factores para la evaluación.
6. Las agencias de publicidad, funciones, organización y servicios que presta. Principales agencias del mundo y España. Campañas significativas.
7. La regulación normativa y las normas de autorregulación publicitaria.
8. El marketing: concepto, naturaleza y funciones del marketing.
9. La investigación de mercados. Procesos y técnicas.
10. El producto: concepto y tipos. Ciclos de vida del producto. Etapas de desarrollo de un nuevo producto.
11. La distribución: Concepto, funciones y sistemas de distribución. Los canales de distribución: Mayoristas y minoristas. Las nuevas formas de distribución comercial. Los costes.

c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Explicar el proceso de la comunicación y las particularidades de la comunicación persuasiva, utilizando adecuadamente los conceptos y terminología del módulo.
2. Definir adecuadamente la publicidad en el contexto de la comunicación persuasiva, los objetivos, modelos y funciones de la actuación publicitaria.
3. Explicar la estructura, características y funciones del mensaje publicitario y ejemplificarlos razonadamente mediante acciones publicitarias gráficas y audiovisuales de la actualidad.

4. A partir de supuestos prácticos de la especialidad, proponer acciones publicitarias de calidad artística y comunicativa aplicando la metodología adecuada y normas de regulación del sector.

5. Analizar piezas publicitarias gráficas y audiovisuales y valorarlas argumentadamente con relación a los conceptos desarrollados en el módulo y a las particularidades del medio correspondiente.

6. Explicar la organización y funciones de las agencias de publicidad y su relación con la actividad profesional del grafista.

VI. Tipografía.

a) Objetivos:

1. Valorar la dimensión comunicativa de la tipografía como imagen de la palabra y la transmisión de ideas.

2. Estudiar los elementos formales del signo tipográfico.

3. Analizar los condicionantes formales de un alfabeto. El signo y el abecedario.

4. Identificar y comprender la disposición de los caracteres tipográficos. La palabra y el texto.

5. Elaborar representaciones gráficas utilizando material tipográfico.

6. Valorar la dimensión estética, técnica, semántica y funcional de la tipografía y la composición.

7. Explorar las posibilidades creativas de los elementos tipográficos, caracteres, palabras, textos y composición para realizar propuestas comunicativas eficientes.

b) Contenidos:

1. La evolución gráfica de la comunicación.

2. La forma de cada carácter. Anatomía de los signos tipográficos. Estructura.

3. La unidad y el todo. El carácter y el abecedario tipográfico. Las familias de caracteres tipográficos.

4. Tipografía tipográfica y su entorno tecnológico.

5. Condiciones de legibilidad y ergonomía.

6. Conceptos de composición tipográfica.

7. Disposición y estética tipográfica.

8. Maquetación.

9. La tipografía en el ámbito publicitario.

10. Aspectos técnicos, estéticos, semánticos y funcionales de la tipografía.

11. El valor comunicativo y expresivo del mensaje tipográfico y las posibilidades persuasivas de los signos visuales.

c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Analizar y describir los elementos formales de los caracteres y sus implicaciones como imágenes visuales.

2. Explorar con un objetivo comunicativo diferentes construcciones gráficas de la imagen de los caracteres.

3. Proponer representaciones gráficas eficientes y adecuadas al mensaje mediante diversas combinaciones de los elementos tipográficos.

4. Definir propuestas tipográficas adecuadas a supuestos prácticos de la especialidad utilizando criterios formales, estéticos y funcionales.

5. Valorar críticamente la coherencia argumentativa del mensaje gráfico y de los recursos tipográficos que lo representen, en base a los conocimientos del módulo y al propio criterio.

VII. Fotografía.

a) Objetivos:

1. Conocer y dominar la técnica y la tecnología fotográfica.
2. Comprender el lenguaje fotográfico, sus dimensiones y sus particularidades.
3. Utilizar la fotografía en proyectos propios en el contexto de la especialidad.
4. Saber gestionar imágenes fotográficas adecuadas a proyectos de gráfica publicitaria.

b) Contenidos:

1. El lenguaje fotográfico, dimensiones, finalidad, particularidades.
2. Los equipos fotográficos.
3. La toma fotográfica. Condicionantes técnicos, ambientales, estéticos.
Representación del espacio y del tiempo.
4. La luz natural y artificial. Medición e iluminación.
5. El color en la fotografía.
6. Gestión de archivos fotográficos. Edición y selección de fotografías.
7. Procesado y manipulación de las imágenes.
8. Tratamiento formal y expresivo de la fotografía en el ámbito de la especialidad.
9. Los ámbitos fotográficos.

c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Utilizar con destreza los equipos y las técnicas propias del medio fotográfico.
2. Comprender los mecanismos teórico-expresivos del medio fotográfico y utilizarlos con una finalidad comunicativa.
3. Integrar la fotografía en la realización de proyectos de gráfica publicitaria bien sea como herramienta de creación o como recurso expresivo y comunicativo.
4. Valorar argumentadamente la producción fotográfica propia o ajena utilizando criterios técnicos, artísticos y comunicativos.

VIII. Lenguaje y tecnología audiovisual.

a) Objetivos:

1. Comprender la evolución y el lenguaje de la imagen en movimiento y analizar los códigos y dimensiones del lenguaje audiovisual.
2. Manejar la tecnología básica de realización de productos audiovisuales.
3. Explorar las posibilidades expresivas y artísticas del lenguaje audiovisual y utilizarlas para comunicar ideas y mensajes del ámbito publicitario.
4. Analizar y valorar productos audiovisuales publicitarios y emitir un juicio crítico argumentado acerca de la creación audiovisual propia y ajena.
5. Proponer mensajes publicitarios adecuados a la tecnología audiovisual.
6. Utilizar adecuadamente la terminología propia de la asignatura.
7. Desarrollar la capacidad de comunicación audiovisual, la inventiva y expresividad personales.

b) Contenidos:

1. Teorías sobre el mensaje audiovisual. Evolución de los medios audiovisuales.
2. La comunicación audiovisual. Dimensiones, funciones y organización del mensaje audiovisual.
3. Fundamentos tecnológicos de los medios audiovisuales. Tecnología video y digital. Elementos técnicos de los equipos audiovisuales.
4. El lenguaje audiovisual. Retórica narrativa y retórica visual. La ordenación del espacio y del tiempo representado. Transición y continuidad. Articulaciones espacio-temporales. El montaje. La libertad formal.

5. Otros elementos de la imagen audiovisual: iluminación, sonido, escenografía.
 6. Fases en la elaboración de un producto audiovisual.
 7. Los géneros y los productos audiovisuales.
- c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:
1. Identificar y analizar las dimensiones y funciones del lenguaje audiovisual en mensajes y productos específicos de la especialidad.
 2. Explicar y ejemplificar los recursos expresivos y narrativos del lenguaje audiovisual utilizando con propiedad los conceptos y terminología de la asignatura.
 3. Realizar propuestas audiovisuales, técnicamente correctas, de piezas publicitarias llevando a cabo adecuadamente las distintas fases del proceso.
 4. Saber utilizar con destreza los equipos y la tecnología propia del medio audiovisual.
 5. Saber editar audio y video.
 6. Explorar con iniciativa las posibilidades técnicas, expresivas y comunicativas de las tecnologías audiovisuales y aplicarlas de manera creativa en la creación de mensajes audiovisuales utilizables en proyectos publicitarios propios o encargados.
 7. Emitir un juicio estético y técnico argumentado con relación a productos publicitarios audiovisuales.
- IX. Fundamentos del diseño gráfico.
- a) Objetivos:
1. Diferenciar los ámbitos, particularidades y principales aplicaciones del diseño gráfico.
 2. Identificar y analizar los recursos comunicativos y expresivos del diseño gráfico en sus diferentes ámbitos.
 3. Explorar las posibilidades comunicativas de los recursos del diseño gráfico en la transmisión eficaz de ideas y mensajes publicitarios.
 4. Saber utilizar los elementos propios del lenguaje gráfico para comunicar mensajes e ideas.
 5. Analizar las características formales y funcionales de la composición, la tipografía, el color y la imagen en el mensaje publicitario.
 6. Saber estructurar el soporte y ordenar los elementos que participan en el discurso gráfico atendiendo a los objetivos comunicacionales del encargo.
 7. Explorar las particularidades del soporte con relación a las posibilidades expresivas de los elementos gráficos del mensaje y su visualización.
 8. Valorar argumentadamente productos publicitarios en función de las características formales, técnicas y comunicativas.
- b) Contenidos:
1. Arte, diseño y comunicación. El diseño gráfico, ámbitos, aplicaciones y sus particularidades. Métodos de diseño.
 2. 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.
 3. Estructura del espacio gráfico y jerarquías compositivas e informativas de los elementos visuales en función del mensaje y del soporte utilizado.
 4. Tendencias gráficas actuales en comunicación persuasiva, informativa e identificativa. Repercusiones formales, técnicas y comunicativas de las nuevas tecnologías.
 5. El medio y el soporte del mensaje publicitario. Aspectos significativos. Particularidades. Condicionamientos formales y técnicos.

- c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:
1. Caracterizar los campos de actuación del diseño gráfico, diferenciar los objetivos comunicativos dominantes en cada uno, sus interrelaciones, aplicaciones y productos.
 2. Comprender las posibilidades formales y comunicativas de la composición, la tipografía, el color y la imagen y aplicarlas en supuestos prácticos de la especialidad.
 3. Explorar diferentes combinaciones de elementos visuales con un objetivo persuasivo.
 4. Proponer productos publicitarios adecuados a supuestos prácticos de la especialidad utilizando criterios formales, estéticos y funcionales.
 5. Ordenar el espacio y los elementos visuales del mensaje publicitario atendiendo a la jerarquía informativa, al objetivo comunicativo y al soporte seleccionado.
 6. Valorar críticamente la calidad estética, técnica y la eficacia comunicativa de mensajes gráficos publicitarios, en base a los conocimientos del módulo y al propio criterio.
- X. Proyectos de gráfica publicitaria.
- a) Objetivos:
1. Conocer las metodologías propias de la especialidad y saber llevarlas a cabo en diferentes proyectos de gráfica publicitaria.
 2. Planificar y desarrollar el proceso proyectual de supuestos prácticos de la especialidad y realizar los controles de calidad que permitan solucionar los problemas técnicos, artísticos y comunicativos que se presenten.
 3. Integrar los contenidos de los otros módulos en la realización de proyectos de gráfica publicitaria y emitir un juicio crítico argumentado respecto al propio trabajo y resultados.
 4. Planificar correctamente la realización de las diferentes fases de un proyecto de gráfica publicitaria y desarrollarlo hasta la obtención de un producto gráfico de calidad técnica, artística y comunicativa.
 5. Valorar la realización de trabajos de gráfica publicitaria como oportunidad de experimentación, creatividad, comunicación y expresión artística personal.
 6. Iniciarse en la búsqueda de un estilo y discurso estético propio para expresar gráficamente mensajes publicitarios.
 7. Dominar las tecnologías propias de la gráfica publicitaria para la ideación y el desarrollo de proyectos gráficos de calidad exigible a nivel profesional.
 8. Conocer la normativa específica de aplicación a su especialidad.
- b) Contenidos:
1. La gráfica publicitaria y su vinculación con otras disciplinas y ámbitos del diseño, interrelaciones.
 2. La acción y el mensaje persuasivo. Recursos persuasivos. Los procedimientos retóricos. Imagen persuasiva. Credibilidad.
 3. Arquitectura gráfica. Jerarquías informativas del mensaje. Coherencia formal y funcional.
 4. Metodologías de proyectación, enfoques creativos. El proyecto de gráfica publicitaria. Interdisciplinariedad. Especificaciones y definición del mensaje. Planificación y realización gráfica. Control de calidad. Aspectos económicos de rentabilidad y sostenibilidad.
 5. Memoria y comunicación del proyecto. Presentación y argumentación. Valoración crítica.
 6. Tecnología y software de la especialidad en los procesos de creación, realización y comunicación del proyecto de gráfica publicitaria.
 7. Normativa específica de aplicación a la especialidad.

- c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:
1. Saber definir conceptual, formal y funcionalmente el proyecto gráfico de mensajes publicitarios atendiendo a las especificaciones del encargo.
 2. Seleccionar y aplicar la metodología proyectual más adecuada al encargo.
 3. Planificar el proyecto de gráfica publicitaria y llevar a cabo correctamente todas sus fases hasta la obtención del producto gráfico más eficiente desde el punto de vista persuasivo.
 4. Utilizar con destreza los recursos metodológicos, técnicos, formales, estéticos, semánticos y funcionales de que disponga.
 5. Proponer diversas soluciones gráficas, estilística y temáticamente adecuadas a las especificaciones del encargo y utilizar en las propuestas gráficas los elementos persuasivos más adecuados.
 6. Realizar el producto gráfico llevando a cabo el control de calidad correspondiente a cada momento a fin de garantizar la calidad gráfica y persuasiva del mensaje.
 7. Utilizar adecuadamente en el proyecto los instrumentos tecnológicos propios de su especialidad.
 8. Atenerse en los proyectos a la normativa vinculada al ejercicio profesional como por ejemplo la relativa al derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen.
- XI. Proyecto integrado.
- a) Objetivos:
1. Proponer y materializar un proyecto de la especialidad, propio o encargado, de calidad técnica, artística y comunicacional.
 2. Realizar el proyecto llevando a cabo todas las etapas y controles de calidad correspondientes.
 3. Desarrollar, mediante la proyectación y realización de un proyecto original de la especialidad las destrezas profesionales de su especialidad.
- b) Contenidos:
1. La creación y realización del proyecto de gráfica publicitaria. Metodología. Etapas. Especificaciones. Condicionantes. Documentación gráfica.
 2. Materialización del proyecto de gráfica publicitaria hasta la obtención del producto acabado. Verificación del control de calidad en las diferentes etapas.
 3. La comunicación, presentación y defensa del proyecto.
- c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumno para:
1. Realizar un proyecto de la especialidad que cumpla con el nivel técnico, artístico y comunicacional exigible en el ámbito profesional.
 2. Utilizar una metodología proyectual adecuada a los condicionantes y especificaciones del encargo.
 3. Realizar el control de calidad del proyecto en sus aspectos formales, expresivos, técnicos, tecnológicos y funcionales.
 4. Presentar adecuadamente el proyecto y emitir una valoración personal técnica, artística y funcional utilizando correctamente los conceptos y terminología propios de su ámbito profesional.
- XII. Formación y orientación laboral.
- a) Objetivos:
1. Analizar e interpretar el marco legal del trabajo y conocer los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales.

2. Conocer los requisitos y condicionantes legales para organizar y gestionar una pequeña o mediana empresa, considerando los factores de producción, jurídicos, mercantiles y socio-laborales.

3. Identificar las distintas las vías de acceso al mercado de trabajo y a la formación permanente, así como conocer los organismos institucionales, nacionales y comunitarios dedicados a estos fines.

4. Comprender y aplicar las normas sobre seguridad e higiene laboral y desarrollar sensibilidad hacia la protección al medio ambiente, como factores determinantes de la calidad de vida.

b) Contenidos:

1. El marco jurídico de las relaciones laborales. Estatuto de los trabajadores y regulación específica. Prestaciones de la Seguridad Social y desempleo.

2. 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.

3. La empresa. Distintos modelos jurídicos de empresas y características. Organización, administración y gestión. Obligaciones jurídicas y fiscales.

4. 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.

5. El contrato. Modalidades de contrato de trabajo. Derechos y deberes derivados de la relación laboral. Modificación, suspensión y extinción del contrato de trabajo.

6. El empresario individual. Trámites para el inicio de la actividad empresarial. Presupuestos, tasaciones y facturación de trabajos.

7. 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.

8. Los signos distintivos: Marca, rótulo y nombre comercial. Transmisibilidad.

9. Medidas de seguridad e higiene en el trabajo aplicables a la profesión.

c) Criterios de evaluación. Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Analizar la legislación y normativa vigente de aplicación al mundo laboral y a la regulación empresarial en la que se integra esta especialidad profesional.

2. Identificar las fuentes y vías de acceso al empleo y a la formación permanente directamente relacionadas con la profesión.

3. Saber llevar a cabo la actividad empresarial tanto en el ámbito individual como societario.

4. Redactar el plan de creación y organización de un taller artístico y/o de una pequeña o mediana empresa en el que se consideren los aspectos jurídicos y socio-laborales correspondientes, los recursos materiales y humanos necesarios, las acciones de marketing, comercialización y distribución de los productos y los mecanismos de seguridad laboral, ambiental y de prevención de riesgos exigidos para iniciar su funcionamiento.

5. Realizar correctamente contratos y emitir facturas.

6. Conocer las normas sobre seguridad y salud en el trabajo y las diferentes técnicas de prevención de riesgos laborales.

7. Conocer, identificar y aplicar la legislación sobre derechos de autor y registro de propiedad intelectual e industrial.

4.4 Fase de prácticas en empresas, estudios o talleres.

1. La fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres tiene como objetivos los siguientes:

1.º Completar la formación académica del alumnado mediante la integración en 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.

2.º Facilitar la toma de contacto de los alumnos y alumnas con el mundo del trabajo y la incorporación al sistema de relaciones sociales, laborales y técnicas de la empresa.

3.º Contrastar los conocimientos, formación y capacitación adquiridos en el centro educativo con la realidad empresarial y laboral del sector.

4.º Permitir al alumnado que, a través del contacto con la empresa, incorpore a su formación los conocimientos sobre la propia especialidad, la situación y relaciones del mercado, las tendencias artísticas y culturales, la organización y coordinación del trabajo, la gestión empresarial, las relaciones sociolaborales en la empresa, etc. necesarios para el inicio de la actividad laboral.

5.º Adquirir los conocimientos técnicos de útiles, herramientas, materiales y maquinaria que, por su especialización, coste o novedad, no están al alcance del centro educativo.

6.º Participar de forma activa en las fases del proceso de producción y edición audiovisual bajo las orientaciones del tutor o coordinador correspondiente.

7.º Aplicar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos durante el período de formación teórica y práctica impartida en el centro educativo.

2. El seguimiento y la evaluación de la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres corresponderá al tutor de prácticas designado por el centro educativo quien tomará en consideración el grado de cumplimiento de los objetivos y la valoración que realice la empresa.

ANEXO II

Competencia docente de los funcionarios pertenecientes al Cuerpo de Profesores de Artes Plásticas y Diseño para la impartición de los módulos correspondientes a las enseñanzas mínimas del ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado en el presente real decreto

Cuerpo de Profesores de Artes Plásticas y Diseño

Especialidad	Módulo formativo
Dibujo artístico y color.	Fundamentos de la representación y la expresión visual.
Diseño gráfico.	Teoría de la imagen. Teoría de la publicidad y marketing. Proyectos de gráfica publicitaria. Proyecto integrado. Tipografía. Fundamentos del diseño gráfico.
Historia del arte.	Historia de la imagen publicitaria.
Fotografía.	Fotografía. Teoría de la imagen.
Medios audiovisuales.	Lenguaje y tecnología audiovisual.
Medios informáticos.	Medios informáticos.
Organización industrial y legislación.	Formación y orientación laboral.

ANEXO III

Relación de módulos correspondientes a las enseñanzas mínimas que se convalidan entre los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Comunicación Gráfica y Audiovisual y el ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado en el presente real decreto

Módulos superados en ciclos formativos de grado superior	Módulos que se convalidan
Fundamentos de la representación y la expresión visual.	Fundamentos de la representación y la expresión visual.
Teoría de la imagen.	Teoría de la imagen.
Medios informáticos.	Medios informáticos.
Fotografía.	Fotografía.
Fundamentos del diseño gráfico (Ciclo: Gráfica impresa).	Fundamentos del diseño gráfico.
Tipografía (Ciclo: Gráfica impresa).	Tipografía.

ANEXO IV

Relación de módulos correspondientes a las enseñanzas mínimas que se convalidan entre los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Diseño gráfico regulados en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, y el ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado en el presente real decreto

Módulos superados en ciclos formativos de grado superior (Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre)	Módulos que se convalidan
Dibujo artístico (Ciclo: Ilustración).	Fundamentos de la representación y la expresión visual.
Expresión plástica: Fotografía (Ciclo: Fotografía artística).	Fundamentos de la representación y la expresión visual.
Diseño gráfico asistido por ordenador (Ciclo: Ilustración).	Medios informáticos.
Fotografía (Ciclo: Ilustración).	Fotografía.
Técnica fotográfica (Ciclo: Fotografía artística).	Fotografía.
Fotografía artística (Ciclo: Fotografía artística).	Fotografía.

ANEXO V

Relación de módulos que podrán ser objeto de exención por correspondencia con la práctica laboral

Formación y orientación laboral.
Fotografía.
Medios informáticos.
Lenguaje y tecnología audiovisual.

ANEXO VI

Relación de módulos correspondientes a las enseñanzas mínimas del ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, que se reconocen a efectos de la incorporación del alumnado al ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado en el presente real decreto

Módulos superados en el ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria (Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre)	Módulos que se reconocen
Teoría de la imagen publicitaria.	Teoría de la imagen.
Medios informáticos.	Medios informáticos.
Fotografía.	Fotografía.