

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.