

Espacio Formativo	Equipamiento
Aula técnica	<ul style="list-style-type: none"> – Mesas de dibujo y elaboración de maquetas – Sillas para alumnos y profesor – Mesa de luz – Espacio para utilizar adhesivos – Pizarras para escribir con rotulador

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

El número de unidades que se deben disponer de los utensilios, máquinas y herramientas que se especifican en el equipamiento de los espacios formativos, será el suficiente para un mínimo de 15 alumnos y deberá incrementarse, en su caso, para atender a número superior.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

ANEXO IX

1. IDENTIFICACIÓN DEL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

Denominación: Desarrollo de productos editoriales multimedia

Código: ARGN0110

Familia Profesional: Artes Gráficas

Área profesional: Edición

Nivel de cualificación profesional: 3

Cualificación profesional de referencia:

ARG293_3 Desarrollo de productos editoriales multimedia (RD 1135/2007, de 31 de agosto)

Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:

UC0935_3: Determinar las especificaciones de proyectos editoriales multimedia.

UC0936_3: Diseñar el producto editorial multimedia.

UC0937_3: Generar y publicar productos editoriales multimedia.

UC0938_3: Gestionar y controlar la calidad del producto editorial multimedia.

Competencia general:

Desarrollar productos multimedia a partir de proyectos editoriales, destinados a entornos web o a soportes físicos digitales; determinando los aspectos de funcionalidad, interacción y usabilidad, definiendo su arquitectura, realizando el diseño de los elementos gráficos y multimedia necesarios para obtener el producto, gestionando y controlando la calidad del producto editorial multimedia.

Entorno Profesional:

Ámbito profesional:

Desarrolla su actividad en empresas editoriales, prensa periódica, empresas de educación y formación, medios de comunicación, agencias de publicidad, empresas de consultoría en publicaciones multimedia, departamentos de comunicación de organizaciones, empresas con gran presencia en Internet. Departamento de publicación digital de empresas de edición. En grandes, medianas y pequeñas empresas, con diferentes niveles organizativos. En empresas públicas o privadas. La actividad se desarrolla por cuenta propia o ajena.

Sectores productivos:

Editorial. Artes gráficas y cualquier otro sector productivo con secciones o departamentos en los que se desarrollen productos editoriales multimedia.

Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:

Técnico de diseño multimedia.
Técnico de proyectos editoriales multimedia.
Técnico en producción multimedia.
Diseñador de productos editoriales multimedia.
Asistente al consultor en publicación multimedia.
Maquetista de proyectos multimedia.

Duración de la formación asociada: 570 horas

Relación de módulos formativos y de unidades formativas

MF0935_3: Proyectos de productos editoriales multimedia (90 horas)
MF0936_3: Diseño de productos editoriales multimedia. (110 horas)
• UF1583 Diseño gráfico de productos editoriales multimedia (60 horas)
• UF1584 Diseño funcional y de la interactividad de productos multimedia (50 horas)
MF0937_3: Implementación y publicación de productos editoriales multimedia. (210 horas)
• UF1585 Desarrollo de prototipos de productos editoriales multimedia (80 horas)
• UF1586 Integración de la funcionalidad en productos multimedia (90 horas)
• UF1587 Publicación de productos editoriales multimedia (40 horas)
MF0938_3: Gestión de la calidad de productos editoriales multimedia. (80 horas)

MP0341: Módulo de prácticas profesionales no laborales de desarrollo de productos editoriales multimedia (80 horas)

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

Módulo formativo	Número de horas totales del módulo	N.º de horas máximas susceptibles de formación a distancia
Módulo formativo – MF0935_3	90	80

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO FORMATIVO 2

Denominación: DISEÑO DE PRODUCTOS EDITORIALES MULTIMEDIA.

Código: MF0936_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC0936_3 Diseñar el producto editorial multimedia

Duración: 110 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: DISEÑO GRÁFICO DE PRODUCTOS EDITORIALES MULTIMEDIA

Código: UF1583

Duración: 60 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP2 y la RP3.

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Desarrollar los bocetos del diseño gráfico para un producto editorial multimedia a partir de su documento de especificaciones.

CE1.1 Explicar cuáles son las partes que componen el documento de diseño de un producto editorial multimedia.

CE1.2 Operar con herramientas de definición de esquemas, mediante flujos, para especificar la estructura y la navegación de un producto editorial multimedia.

CE1.3 Definir el diagrama de estructura de un producto editorial multimedia a partir de su documento de especificaciones.

CE1.4 Comprobar, en un boceto previo de un producto editorial multimedia, que se cumplen: las especificaciones dadas, las recomendaciones del libro de estilo y los estándares de calidad, así como las normas de seguridad, salud y protección ambiental.

C2 Determinar los principios de diseño gráfico aplicables a los productos editoriales multimedia considerando las características específicas de cada uno de ellos: páginas web, e-book, cursos de formación on-line, recursos digitales educativos, aplicaciones para móviles, u otros.

CE2.1 Describir los principios de la teoría del diseño: proporción, equilibrio, simetría, armonía, tensión, ritmo u otros.

CE2.2 Valorar la incidencia que supone los principios de diseño gráfico en la selección de los elementos que conforman un diseño multimedia.

CE2.3 Determinar los criterios de selección que se deben considerar al integrar textos en los diseños de pantallas: legibilidad, kern, track, alineación, interlineado y otros.

CE2.4 Valorar los aspectos de diseño de textos en las pantallas multimedia, relativos a las dimensión, color, cuerpo, u otros aspectos que mejoren su legibilidad.

CE2.5 En un caso práctico debidamente caracterizado de diseño gráfico de pantallas multimedia:

- Analizar si se cumplen los principios de asociación psicológica: proximidad, semejanza, simetría y otros
- Valorar cómo se han aplicado en el desarrollo creativo planteado.

CE2.6 En un caso práctico debidamente caracterizado de diseño gráfico de pantallas, para un diseño e-book:

- Analizar si se cumplen los principios de asociación psicológica: proximidad, semejanza, simetría y otros
- Valorar cómo se han aplicado en el desarrollo creativo planteado

C3: Definir la estructura gráfica de las pantallas de un producto editorial multimedia de acuerdo con el boceto desarrollado y su documento de especificaciones.

CE3.1 Operar con herramientas de diseño gráfico que permitan el diseño del aspecto del producto editorial multimedia.

CE3.2 Explicar cuáles son los conceptos básicos de la comunicación gráfica y por qué se caracteriza ésta.

CE3.3 Definir los espacios gráficos de una pantalla de un producto editorial multimedia teniendo en cuenta el impacto visual, los principios gráficos de presentación, el color, la legibilidad, la estética y otros.

CE3.4 Describir qué es un elemento gráfico y qué características tiene desde el punto de vista técnico (vectorial o bitmap) y de percepción, tal como la regla de oro de la percepción y otros.

CE3.5 Describir los factores y los fenómenos de armonía, contraste y otros, que influyen en la percepción de un elemento gráfico.

CE3.6 Crear elementos gráficos y contenidos textuales, de acuerdo a los bocetos previos, distribuyéndolos armónicamente en los espacios de una pantalla de un producto editorial multimedia teniendo en cuenta los principios de asociación psicológica.

CE3.7 Operar con una herramienta de edición de tipografías que permita el diseño gráfico del producto editorial multimedia.

CE3.8 Identificar diferentes tipografías y las características que tienen desde el punto de vista técnico: vectorial o bitmap, y de legibilidad: fuentes o estilos.

CE3.9 Aplicar las tipografías adecuada a un producto editorial multimedia de acuerdo con su libro de estilo y las convenciones establecidas para él.

CE3.10 En un supuesto práctico de un producto editorial multimedia, aplicar criterios de legibilidad sobre la imagen y el texto de una pantalla.

CE3.11 En un supuesto práctico de un producto editorial multimedia, perfectamente caracterizado, comprobar que las pantallas que lo conforman cumplen las especificaciones del producto, los criterios de calidad así como el libro de estilo y sus convenciones.

Contenidos

1. Fundamentos creativos del diseño gráfico de productos editoriales multimedia

- Principios de asociación psicológica:
 - Definición. La interpretación de los estímulos externos.
 - Leyes básicas: de la Gestalt, de proximidad, de igualdad o equivalencia, de pregnancia, del cerramiento, de la experiencia, de simetría, de continuidad, de figura-fondo,
- Principios de composición:
 - La composición, el concepto
 - La escala y la sección áurea
 - El equilibrio en una composición. Proporción y consistencia.
 - Ritmo, jerarquía y unidad
- El contraste de tono y de escala.
- Bases de la síntesis visual
 - Conceptos básicos sobre análisis y síntesis visual: sencillez, claridad, estética e impacto visual.
 - Percepción espacial. Encuadre digital.
 - Composición: alineación, repetición, contraste y proximidad.
- La imagen como elemento de comunicación.
 - Imagen como concreción de una idea
 - Tipos de imágenes: fotografía e ilustración.
 - Conceptos básicos de fotografía.
 - Desarrollo en la creación de la imagen gráfica digital
 - Evaluación técnica y cualitativa de la imagen
 - Creación y desarrollo de los bancos de imágenes.
 - Equilibrio de color en proyectos digitales.
 - De vectores a píxeles y viceversa.
 - Convertir a blanco y negro
 - Preparación para edición en internet. Adaptación y creación de nuevos elementos.
- Teoría del color.
 - Historia y principales teorías.
 - Color luz: colores primarios y secundarios.
 - Propiedades y fisiología del color
 - Tipos de imágenes según el color.
- El color. Simbolismo asociado a los colores.
 - Aspectos históricos y culturales.
 - Asociaciones y su efecto.

2. Proceso de Diseño de productos editoriales multimedia

- Producto editorial multimedia: qué es y cómo se desarrolla.
- Especificaciones sobre los productos multimedia editoriales. Tipos y plataformas.
 - Elementos: Textos, gráficos, imágenes, animaciones 2D y 3D, vídeos, sonidos.
 - Integración de diferentes medios.
 - Funcionalidad.
 - La interactividad.
- La gestión del proyecto editorial multimedia. Adaptación y nuevos parámetros.
- Innovación y conceptos concretos respecto a los procesos editoriales tradicionales.
- El trabajo en equipo: creación del grupo de trabajo.

- Fases del proyecto: de la idea al usuario.
 - La fase inicial del proyecto: ideas y documentación previa
- Derechos de autor del proyecto editorial multimedia
 - Marco legislativo de la propiedad intelectual y los derechos de autor
 - Características y elementos de la propiedad intelectual
 - Transmisión de los derechos de edición electrónica. Principales figuras contractuales.
 - Nuevos tipos de licencias: Copyleft y Creative Commons. Los wikis.
 - La defensa de los derechos de los editores
 - Vulneración de los derechos de los editores. Actuaciones civiles y penales
 - Entidades de gestión de derechos de la propiedad intelectual
- Bocetos de productos editoriales multimedia.
- Comunicación del equipo editorial con el equipo de desarrollo de contenidos multimedia
- Presentación de los rasgos generales específicos del producto.
 - Estudio exhaustivo del usuario: necesidades y formas de consulta.
 - Participantes en el proceso. El editor como motor del proyecto.
 - Creación y selección de ideas previas gráficas y de navegación.
 - Realización del guión previo y concreción de ideas en las pantallas básicas.
 - Uso de herramientas de definición de esquemas.
- La navegación en productos editoriales multimedia.
 - Concreción de los contenidos. El guión previo
 - Aplicaciones para diseñar y entender la navegación.
 - Adaptación de la navegación a diferentes dispositivos y pantallas.
- Estándares de calidad.
 - World Wide Web Consortium (W3C)
 - Normas ISO aplicables.
 - Otras organizaciones.
 - Beneficios de su uso
- Accesibilidad
 - La Iniciativa de Accesibilidad Web (WAI)
 - Creación de sitios web siguiendo las pautas de accesibilidad
 - Modificación de un sitio web para adaptarlo a las pautas de accesibilidad
 - Internet móvil
- Normativa de seguridad, salud y protección ambiental.

3. Diseño gráfico de pantallas

- Espacios gráficos de las pantallas:
 - Elementos que componen cada pantalla.
 - Combinación de gráficos e ilustraciones: normas básicas de composición en formatos digitales
 - Principios básicos de composición.
- Fases del diseño: idea, desarrollo e integración. La organización del trabajo.
- Creación de elementos gráficos y texturales. Utilización de bancos de imágenes.
- Utilización del color en el diseño:
 - Manipulación del color. Adaptar, crear y exportar nuevas paletas.
 - Pruebas de color y selección en pantalla
- El texto y su codificación. Lenguaje básico sobre tipografía.
- La tipografía. Estilos y características específicas del medio.
- Características técnicas y de legibilidad de las tipografías digitales
 - Trabajar con alfabetos no romanos.
 - Color y tamaños. Texto y color.

- Creación de contrastes.
- Personalizar tipografías.
- Crear nuevas fuentes
- Combinaciones de familias tipográficas
- Aplicación del diseño gráfico en el desarrollo de pantallas. La importancia del guión previo.

4. Uso de herramientas informáticas de diseño gráfico multimedia.

- Software más habitual.
 - Opciones más comunes para la realización de imágenes e ilustraciones
 - Librerías. Cajas de herramientas.
 - Reutilización de contenidos
- Aplicaciones de software libre.
 - Particularidades del uso de software libre y de código abierto.
 - Repositorios. Condiciones de uso
 - El recurso a las comunidades de usuarios.
- Uso de herramientas informáticas para la edición de tipografías.
 - PS (Fuentes PostScript), TTF (Fuentes TrueType) y OTF (Fuentes OpenType)
- Aplicaciones para el diseño y creación de imágenes.
 - Formatos de imágenes
 - Parámetros de tamaño y resolución
 - Adecuación al soporte en que se va a visualizar el producto editorial
- Aplicaciones de tratamiento de fotografía digital.
 - Formatos de imágenes
 - Parámetros de tamaño y resolución
 - Filtros y efectos
 - Adecuación al soporte en que se va a visualizar el producto editorial
 - Estudio fotográfico virtual. combinación y manipulación de fotografías
- Trabajar con escáneres.
 - Tipos.
 - Resolución y profundidad de color.
 - Formatos de salida y su adecuación al producto
- Utilización de cámaras digitales.
 - Características técnicas: resolución, profundidad de color, sensibilidad y control
 - Optimización de formatos.
- Software de dibujo vectorial.
 - Degradados, patrones y texturas
 - Combinación con textos y fotografías
 - Generación de iconos, fondos, personajes, cliparts
- Aplicaciones de retoque de imágenes y efectos 2D y 3D.
 - Creación de entornos virtuales
 - Rótulos, composiciones.
- Aplicaciones para crear animaciones y clips de vídeo.
 - Personajes, micromundos, simuladores
 - Efectos especiales
- Librerías de efectos y objetos.
- Herramientas de retoque, ajustes de color, tamaño, filtros, conversión entre formatos, compresión u otros.
- Software de maquetación: integración de imágenes y textos
- Realidad virtual:
 - Planificación de escenas
 - Proceso de generación

- Toma de imágenes
- Digitalización
- Exportación
- Instalación y puesta a punto
- Realidad virtual inversa

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: DISEÑO FUNCIONAL Y DE LA INTERACTIVIDAD DE PRODUCTOS MULTIMEDIA.

Código: UF1584

Duración: 50 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP4 y RP5

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Desarrollar los bocetos o esquemas de funcionalidad e interactividad para productos editoriales multimedia a partir de su documento de especificaciones.

CE1.1 Operar con herramientas de definición de esquemas, mediante flujos, para especificar la estructura y la navegación de un producto editorial multimedia.

CE1.2 Definir el diagrama de estructura de un producto editorial multimedia a partir de su documento de especificaciones.

CE1.3 Elaborar el boceto o esquema de un producto editorial multimedia, recogiendo la navegación global del producto, de acuerdo con unas determinadas especificaciones y haciendo uso de las pantallas que lo conforman.

CE1.4 Comprobar, en un esquema de funcionalidad de un producto editorial multimedia, que se cumplen: las especificaciones dadas, las recomendaciones del libro de estilo y los estándares de calidad, así como las normas de seguridad, salud y protección ambiental.

CE1.5 En un supuesto práctico de un producto editorial multimedia, suficientemente caracterizado, definir el diagrama de estructura y la navegación entre pantallas mediante esquemas a partir de su documento de especificaciones.

C2: Determinar la arquitectura adecuada a unos estándares establecidos para un producto editorial multimedia a partir de un documento de especificaciones.

CE2.1 Explicar qué es la arquitectura de un producto y de qué partes consta: información, red, software y hardware.

CE2.2 Elegir la arquitectura más adecuada de un producto editorial multimedia de entre varias propuestas de acuerdo al documento de especificaciones.

CE2.3 Determinar si es viable la configuración establecida en la arquitectura de un producto editorial multimedia dado.

CE2.4 A partir de un documento de especificaciones de un producto multimedia dado:

Identificar los estándares aplicables para la definición de la arquitectura del producto

- Determinar la arquitectura que cumpla las especificaciones definidas
- Elaborar el documento que formalice los detalles de la arquitectura propuesta.

C3: Integrar elementos multimedia en las pantallas de un producto editorial multimedia.

CE3.1 Explicar cuáles son los tipos de elementos multimedia y cuáles son las características principales de cada uno de esos tipos.

CE3.2 Identificar los elementos multimedia necesarios para el desarrollo de un producto editorial multimedia a partir de su documento de especificaciones y sus bocetos.