



I. COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

A. DISPOSICIONES GENERALES

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DECRETO 29/2013, de 11 de julio, por el que se establece el currículo correspondiente al Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria en la Comunidad de Castilla y León y se regula su prueba de acceso.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en su artículo 6.2 atribuye al Gobierno fijar, en relación con los objetivos, competencias básicas, contenidos y criterios de evaluación, los aspectos básicos del currículo que constituyen las enseñanzas mínimas. El apartado 4 del mismo artículo dispone que corresponde a las Administraciones educativas establecer el currículo de las distintas enseñanzas reguladas en dicha ley, del que formarán parte los aspectos básicos señalados anteriormente.

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, define, en sus artículos 4 y 5, los títulos de Técnico y Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño como el documento de carácter oficial y validez académica y profesional en todo el territorio nacional que acredita el nivel de formación, la cualificación y la competencia profesional específica de cada especialidad artística, y determina que las normas que el gobierno dicte para establecer los diferentes títulos de artes plásticas y diseño especificarán, entre otros aspectos, las enseñanzas mínimas.

Una vez establecido 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 aprobadas las correspondientes enseñanzas mínimas mediante el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, corresponde a la Comunidad de Castilla y León, de conformidad con las competencias atribuidas en los artículos 6.4 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, en el artículo 13.1 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo y en el artículo 73.1 de su Estatuto de Autonomía, establecer el currículo de dichas enseñanzas para esta comunidad.

El objetivo básico del currículo establecido en este decreto 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, de acuerdo con el desarrollo económico y social de Castilla y León y su dimensión en el fomento de nuestro patrimonio cultural.

El currículo que ahora se establece incluye los elementos que regularán la práctica docente del ciclo formativo de grado superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica

Publicitaria y que se contienen en el artículo 6 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, en el Capítulo IV del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, y en el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre. Además, se determina la forma y el contenido de la prueba de acceso a este ciclo formativo, tanto de su parte general como específica, conforme a lo establecido en el artículo 14.4 del citado Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo.

En el proceso de elaboración de este decreto se ha recabado dictamen del Consejo Escolar de Castilla y León.

En su virtud, la Junta de Castilla y León, a propuesta del Consejero de Educación y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión de 11 de julio de 2013

DISPONE:

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

El presente decreto tiene por objeto establecer el currículo del título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria en la Comunidad de Castilla y León, que se incorpora como Anexo I, y regular la forma y el contenido de la prueba de acceso.

Artículo 2. Finalidad.

Las enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2 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, tienen como finalidad:

- a) Proporcionar la formación artística, técnica y tecnológica, adecuada para el ejercicio cualificado de las competencias profesionales propias del título.
- b) Facilitar información acerca de los aspectos organizativos, económicos, jurídicos y de seguridad que inciden en el ejercicio profesional, en las relaciones laborales y en el ámbito empresarial del sector profesional de la gráfica publicitaria.
- c) Capacitar para el acceso al empleo ya sea como profesional autónomo o asalariado, y fomentar el espíritu emprendedor y la formación a lo largo de la vida.

Artículo 3. Objetivos.

Las enseñanzas correspondientes al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria tienen como objetivos:

- a) Los comunes a las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño recogidos en el artículo 3 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo.
- b) Los generales del ciclo formativo y los propios de cada módulo profesional que lo componen, establecidos en el Anexo I del 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 y recogidos en el Anexo I de la presente norma.

Artículo 4. Estructura y carga lectiva.

1. De acuerdo con lo establecido en los artículos 6.2 y 9.1 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, los ciclos formativos de grado medio y superior de Artes Plásticas y Diseño se estructuran en cursos académicos y se organizan en módulos formativos y en la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres.

2. La distribución de los módulos por cursos y las horas lectivas semanales y totales y sus correspondientes créditos ECTS son los establecidos en el Anexo II del presente decreto, junto con la carga horaria y asignación de créditos ECTS correspondiente a la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres.

Artículo 5. Requisitos de acceso y exenciones de las pruebas de acceso.

1. Los requisitos de acceso al ciclo formativo de grado superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, así como las exenciones de las distintas pruebas de acceso, son los establecidos, con carácter general para estas enseñanzas en la normativa básica del estado, concretamente en el artículo 52 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, y en el Capítulo V «Acceso y admisión» y disposición adicional cuarta «Otras titulaciones equivalentes a efectos de acceso» del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo.

2. En el caso de alegar experiencia laboral de al menos un año en el ámbito profesional de la gráfica publicitaria para la exención de la prueba de acceso, por quienes no reúnan los requisitos académicos de acceso, o de la parte específica, por quienes sí los posean, se justificará mediante la siguiente documentación:

a) En el caso de trabajadores por cuenta ajena:

- Certificación de la empresa donde haya adquirido la experiencia laboral, en el que conste expresamente la duración del contrato, la actividad desarrollada y el período de tiempo en el que se ha realizado dicha actividad.
- Certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social o de la mutualidad laboral a la que estuviera afiliada la persona interesada, donde conste la empresa, la categoría laboral y el período de contratación.

b) En el caso de trabajadores por cuenta propia:

- Certificado de alta en el censo de obligados tributarios con una antigüedad mínima de un año.
- Declaración responsable de la persona interesada de las actividades más representativas realizadas.
- Certificado de la Tesorería General de la Seguridad Social donde conste el período de cotización en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.

Artículo 6. Parte general de la prueba de acceso.

1. La parte general de la prueba de acceso para quienes carezcan del título de Bachillerato o equivalente y no se encuentren exentos, de acuerdo con lo establecido en el artículo 52.3 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo y en los apartados 2, 4 y 5

del artículo 16 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, tendrá como finalidad acreditar poseer la madurez en relación con los objetivos del Bachillerato.

2. El aspirante deberá elegir tres materias de entre las siguientes: Lengua castellana y literatura, Historia de la filosofía, Historia de España o Lengua extranjera. De cada una de las materias elegidas, se propondrán cuatro ejercicios de los que deberá realizar uno.

3. El tiempo máximo para la realización de esta parte de la prueba de acceso será de tres horas.

4. El criterio general de evaluación será, en relación con el currículo de bachillerato, el grado de competencia lingüística, el de madurez, en cuanto a la correcta comprensión de los conceptos y la capacidad de análisis y síntesis, así como el dominio de conocimientos básicos tratados en las asignaturas que conforman la prueba.

5. Cada ejercicio se valorará entre 0 y 10 puntos y para su superación será preciso una puntuación igual o superior a 5.

6. La calificación final de esta parte general de la prueba de acceso se expresará en términos de Apto/No apto. Para obtener la calificación de apto será necesario superar las tres materias de que consta.

Artículo 7. Parte específica de la prueba de acceso.

1. La parte específica de la prueba de acceso para quienes estén en posesión del título de Bachillerato o equivalente, o careciendo de él hayan superado la parte general de la prueba de acceso y no se encuentren exentos, de acuerdo con lo establecido en el artículo 52 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo y en los apartados 2, 3 y 4 del artículo 15 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, tendrá como finalidad demostrar las aptitudes y los conocimientos artísticos necesarios para cursar con aprovechamiento las enseñanzas.

2. Esta parte constará de los tres ejercicios siguientes:

- a) Primer ejercicio: Desarrollo por escrito, durante un tiempo máximo de una hora, de las cuestiones que se formulen sobre Historia del arte, a partir de un texto escrito y, en su caso, de la documentación gráfica o audiovisual que se facilite.
- b) Segundo ejercicio: Realización de un ejercicio de representación de un modelo tridimensional mediante la aplicación de las técnicas y lenguajes propios del dibujo artístico. El tiempo máximo para su realización será de tres horas.
- c) Tercer ejercicio: El aspirante deberá realizar, en el tiempo máximo de dos horas, un ejercicio compositivo a color realizado con técnica libre, basado en la libre interpretación del modelo propuesto.

3. Los criterios generales de evaluación serán los siguientes: Para el primer ejercicio, el nivel de dominio de los conocimientos básicos sobre la Historia del arte y la sensibilidad demostrada ante las creaciones artísticas y funcionales; para el segundo ejercicio, la fidelidad de la representación, así como las aptitudes creativas, las habilidades, las destrezas, la sensibilidad artística demostrada en la realización del ejercicio, los conocimientos, la comprensión técnica, la capacidad para resolver problemas, la calidad y

precisión en el acabado del trabajo y la correcta utilización de las técnicas empleadas; y para el tercer ejercicio, las aptitudes creativas, las habilidades, las destrezas, la imaginación y la sensibilidad artística demostrada en la realización del ejercicio, los conocimientos, la capacidad para crear y resolver problemas compositivos, la calidad estética y la precisión en el acabado del trabajo, así como la correcta selección y utilización de las técnicas y los procedimientos artísticos empleados.

4. Cada ejercicio de esta parte específica de la prueba de acceso se valorará entre 0 y 10 puntos siendo preciso para su superación una puntuación igual o superior a 5.

5. La calificación final de la prueba de acceso será la media aritmética, con dos decimales, de las calificaciones obtenidas en cada ejercicio de la parte específica, siempre que hayan sido superados en su totalidad.

Artículo 8. Competencia docente.

La competencia docente del profesorado perteneciente a los Cuerpos de Profesores de Artes Plásticas y Diseño y Profesores de Enseñanza Secundaria para impartir los distintos módulos del ciclo, queda definida por su pertenencia a las especialidades que se indican en el Anexo II del Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, reproducidas y completadas por lo dispuesto en el Anexo III del presente decreto.

Artículo 9. Ratios.

1. De acuerdo con lo establecido en el artículo 13 del Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, por el que se regulan los requisitos mínimos de los centros que impartan las enseñanzas artísticas reguladas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, para la impartición del módulo de Proyectos de Gráfica Publicitaria se mantendrá una relación numérica profesor/alumno no superior a 1/15.

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

3. En el resto de módulos del ciclo formativo se mantendrá una relación numérica profesor/alumno máxima de 1/30.

Artículo 10. Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres.

1. De conformidad con lo establecido en el artículo 9 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, la finalidad de la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres será la de facilitar el desarrollo de aquellas capacidades sociolaborales que requieran ser completadas en un entorno real de trabajo, así como aquellas otras necesarias para completar las competencias profesionales alcanzadas en el centro educativo, con el objeto de contribuir al logro de las finalidades y los objetivos generales del ciclo formativo establecidos en los artículos 2 y 3 del citado real decreto y en el Anexo I de este decreto.

2. La programación de esta fase deberá ajustarse a los objetivos generales del ciclo formativo, correspondiendo a los centros educativos concretar la programación específica de cada estudiante, de acuerdo con las características de la empresa, estudio o taller.

3. El desarrollo de esta fase podrá consistir tanto en la realización de prácticas en entidades de titularidad pública o privada o aquellas efectuadas en el marco de programas de intercambio nacional o internacional.

4. La fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres deberá desarrollarse preferentemente durante las últimas ocho semanas del segundo curso del ciclo formativo junto con el módulo de proyecto integrado, según la planificación que realicen a tal efecto la jefatura de estudios y la tutoría de prácticas en función de la disponibilidad de las empresas y siempre antes de finalizar el curso académico.

5. La evaluación de esta fase será realizada por la tutoría de prácticas, en colaboración con la persona responsable de la formación en la empresa, estudio o taller, y se valorará el grado de consecución de los objetivos. La calificación se expresará en términos de Apto/No apto.

Artículo 11. Proyecto integrado.

1. El proyecto integrado consiste en la concepción y creación de uno o varios trabajos pertenecientes al campo de la gráfica publicitaria, ya sea como obra única o como conjunto. De acuerdo con lo establecido en el artículo 8.4 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, tiene como finalidad comprobar que el alumnado ha asimilado y es capaz de integrar, aplicar y valorar los conocimientos, destrezas y capacidades específicos del campo profesional de la gráfica publicitaria a través de la formulación y realización de un proyecto, adecuado al nivel académico cursado, que evidencie rigor técnico, cultura plástica, expresión artística, sensibilidad estética y posibilidad de realización y viabilidad.

2. Los departamentos de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual determinarán, en el marco de la programación general anual, los proyectos que se propondrán para su desarrollo por el alumnado. También podrán ser propuestos por el propio alumnado, con la antelación necesaria, en cuyo caso se requerirá la aceptación del departamento, tras la presentación de un anteproyecto con la descripción del proyecto que se pretende realizar.

3. El proyecto deberá desarrollarse de forma individual, durante las últimas ocho semanas del segundo curso del ciclo formativo y contará con la tutoría individualizada de un profesor con competencia docente en el segundo curso del ciclo formativo de Gráfica Publicitaria, según la planificación que realice para dicho período la jefatura de estudios. Para su realización, el alumnado tendrá disponible, durante el tiempo necesario, los espacios que la jefatura de estudios determine, los cuales estarán atendidos por, al menos, un profesor del equipo educativo del segundo curso.

4. La evaluación se realizará al final de la convocatoria correspondiente, después de comprobar que se han superado la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres y el resto de módulos del ciclo formativo. Dicha evaluación será llevada a cabo por el equipo educativo del segundo curso del ciclo formativo teniendo en cuenta la defensa oral que del mismo haga el alumnado. La calificación se expresará con una escala numérica de cero a diez, sin decimales.

DISPOSICIONES ADICIONALES*Primera. Implantación de las nuevas enseñanzas.*

1. De conformidad con la disposición final segunda del Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, la implantación del primer curso del ciclo formativo de grado superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria tendrá lugar en el curso académico 2013/2014, dejándose de impartir el primer curso del currículo del ciclo formativo de grado superior de Artes Plásticas y Diseño de Gráfica Publicitaria, regulado mediante 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, que se irá extinguiendo progresivamente curso a curso.

2. No obstante lo anterior, el alumnado que haya superado todos los cursos y tenga pendiente la realización del proyecto final para la obtención del título correspondiente, podrá finalizar el ciclo formativo conforme al plan de estudios iniciado, en los dos años académicos siguientes a la extinción del último curso.

3. La incorporación del alumnado procedente del ciclo que se extingue a los diferentes cursos del ciclo formativo de grado superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria a que se refiere este decreto se hará de acuerdo con lo establecido en el artículo 21.4 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, establecido por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en el Anexo VI del Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, y a las oportunas adaptaciones conforme a sus desarrollos curriculares, de conformidad con lo dispuesto en la disposición transitoria segunda del citado real decreto.

Segunda. Autorización a las Escuelas de Arte.

Todos las Escuelas de Arte de la Comunidad de Castilla y León que en la fecha de entrada en vigor de este decreto tengan autorizadas enseñanzas conducentes a la obtención del título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, regulado en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, quedarán autorizadas para impartir el nuevo Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria que se establece en el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.

Tercera. Accesibilidad universal.

La consejería competente en materia de educación adoptará las medidas que estime necesarias para que el alumnado pueda acceder y cursar el ciclo formativo de grado superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria 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, de conformidad con lo preceptuado en el artículo 12 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, y en la disposición adicional cuarta de Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.



DISPOSICIONES FINALES

Primera. Desarrollo normativo.

Se faculta a la persona titular de la consejería competente en materia de educación para dictar cuantas disposiciones sean precisas para la interpretación, correcta aplicación y desarrollo de lo establecido en este decreto.

Segunda. Entrada en vigor.

El presente decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial de Castilla y León».

Valladolid, 11 de julio de 2013.

*El Presidente de la Junta
de Castilla y León,*
Fdo.: JUAN VICENTE HERRERA CAMPO

El Consejero de Educación,
Fdo.: JUAN JOSÉ MATEOS OTERO

ANEXO I**CURRÍCULO DEL TÍTULO DE TÉCNICO SUPERIOR DE ARTES PLÁSTICAS
Y DISEÑO EN GRÁFICA PUBLICITARIA EN LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN****1.– *Objetivos generales del ciclo formativo:***

El desarrollo de las enseñanzas que conforman este ciclo formativo ha de contribuir a que el alumnado adquiera las siguientes capacidades:

1. Identificar las necesidades comunicativas planteadas en una propuesta audiovisual y utilizar los recursos gráficos más adecuados.
2. 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.
3. Resolver adecuadamente los problemas expresivos, formales, funcionales y técnicos que se presenten en el proceso de diseño y realización de la propuesta gráfica.
4. Resolver adecuadamente los problemas de ejecución, organización, gestión y control del proceso de producción gráfica.
5. Desarrollar método, rigor y capacidad de comunicación para la presentación y defensa de una idea o un proyecto de gráfica publicitaria.
6. 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.
7. Valorar e integrar en la propuesta gráfica los elementos informativos, identificativos y persuasivos adecuados a los objetivos comunicativos del proyecto.
8. Conocer las especificaciones técnicas en los procesos de reproducción y saber gestionarlas para garantizar la calidad y competitividad del producto gráfico en el mercado.
9. Seleccionar y producir las fuentes y documentación necesaria para gestionar la realización del proyecto gráfico publicitario.
10. Realizar productos gráficos publicitarios con el nivel de calidad comunicacional, técnica y artística exigible en el sector profesional.
11. Adaptarse en condiciones de competitividad a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.
12. Buscar, seleccionar y utilizar fuentes de información y formación continua relacionadas con el ejercicio profesional.
13. Comprender y aplicar el marco legal y normativo que regula y condiciona la actividad profesional.

14. Valorar y aplicar los principios de la ética profesional en el desarrollo de la actividad profesional, su gestión y administración, especialmente teniendo en cuenta lo concerniente a la construcción de una imagen positiva y dignificada de la mujer.
15. Adquirir método y rigor en la presentación y defensa de una idea o un proyecto ante la clientela y/o equipo de trabajo.
16. Iniciarse en la búsqueda de soluciones publicitarias y procesos creativos relacionados con la comunicación y atender a la creatividad gráfica y comunicativa.
17. Valorar el trabajo como oportunidad de búsqueda y experimentación con formas, soportes y materiales, de creatividad, comunicación y expresión artística personal.

2.– *Objetivos, contenidos y criterios de evaluación de los diversos módulos.*

Módulo: 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.

Módulo: 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.

Módulo: 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.

Módulo: Fotografía.

a) Objetivos:

1. Conocer y dominar la técnica y la tecnología fotográfica.
2. Comprender el lenguaje fotográfico, sus dimensiones y sus particularidades.
3. Aplicar los conocimientos técnicos y utilizar la fotografía en proyectos de la especialidad.
4. Saber gestionar imágenes fotográficas adecuadas a proyectos de cómic.

b) Contenidos:

1. El lenguaje fotográfico, dimensiones, finalidad, particularidades. Encuadre y composición.
2. Los equipos fotográficos. La cámara. El obturador y el diafragma. Objetivos. ISO y formato.
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. Optimización, procesado y manipulación de las imágenes.
7. Gestión de archivos fotográficos. Edición y selección de fotografías.
8. Tratamiento formal y expresivo de la fotografía en el ámbito de la especialidad.
9. El lenguaje fotográfico a través de los distintos estilos y movimientos. Principales fotógrafos.
10. 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 ilustración 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.

Módulo: 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.
6. Acercarse a la Historia del Arte y de las Artes Gráficas con un criterio abierto y conociendo lo esencial de sus peculiaridades ideológicas, sociales, económicas, culturales y artísticas.

7. Comprender la génesis y evolución del lenguaje plástico.
8. Conocer el desarrollo histórico de las artes pictóricas y gráficas, así como las relaciones espacio-temporales existentes entre ellas y el resto de los lenguajes estéticos.

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. Los orígenes del arte gráfico. Símbolo e iconografía en la Europa Occidental.
4. Revolución Industrial y nueva sociedad Burguesa. Incidencia sobre la expresión plástica y los medios de comunicación.
5. Movimientos renovadores y de vanguardia: del Modernismo a la Segunda Guerra Mundial. Grabado, fotografía y cine. El cómic y el cartel al servicio de la comunicación y la propaganda.
6. 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.
7. Imagen publicitaria y movimientos artísticos. El diseño gráfico publicitario.
8. 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.

Módulo: 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. Tipometría 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.

Módulo: Fundamentos de 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.

Módulo: 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 de la sociedad consumidora 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 la sociedad consumidora. 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. Apartir 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.
7. Transmitir una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, ausente de conductas discriminatorias.

Módulo: 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.

Módulo: 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.
9. Transmitir una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, ausente de conductas discriminatorias.

Módulo: 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 alumnado 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.

Módulo: 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 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.

Módulo: Idioma extranjero.

a) Objetivos:

1. Ampliar los conocimientos previos de idioma extranjero.
2. Aumentar la comprensión y perfeccionar la expresión oral que permitan una comunicación específica en el ámbito del trabajo que se va a desempeñar.
3. Elaborar comunicaciones escritas y traducir textos técnicos específicos relacionados con este ciclo formativo.
4. Utilizar diccionarios generales y técnicos.

b) Contenidos:

1. Conocimientos del idioma, de carácter oral y escrito, relacionados con el entorno de la especialidad.
2. Aprendizaje del vocabulario necesario para expresarse en torno a temas habituales: el trabajo, el estudio o taller, el ámbito social, cultural, medioambiental, etc.
3. Análisis y reforzamiento de estructuras morfosintácticas y construcciones gramaticales necesarias para la comprensión y traducción de textos relacionados con las actividades y áreas que se integran en la especialidad.
4. Elaboración de textos escritos, cartas, currículos, informes, proyectos, memorias de trabajo, presupuestos o cualquier otro tipo de documento habitual en el ejercicio profesional de la especialidad.

c) Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Comprensión de aspectos lingüísticos relacionados con la especialidad.
2. Comprensión de comunicaciones de trabajo diario.
3. Expresión de opiniones personales sobre el campo laboral específico.

3.- Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres.

Objetivos:

1. 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. Facilitar la toma de contacto del alumnado con el mundo del trabajo y la incorporación al sistema de relaciones sociales, laborales y técnicas de la empresa.
3. Contrastar los conocimientos, formación y capacitación adquiridos en el centro educativo con la realidad empresarial y laboral del sector.
4. 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. 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. Participar de forma activa en las fases del proceso de producción y edición audiovisual bajo las orientaciones de la persona tutora o coordinadora correspondiente.
7. Aplicar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos durante el período de formación teórica y práctica impartida en el centro educativo.

ANEXO II**DISTRIBUCIÓN HORARIA Y CARGA LECTIVA***1.– Distribución horaria de las enseñanzas.*

Estructura general	Horas totales	Créditos ECTS
Módulos impartidos en el centro educativo	1.840	115
Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres	160	5
Total horas de enseñanzas	2.000	120

2.– Carga lectiva de los módulos impartidos en el centro educativo.

Módulos	Horas semanales			Horas totales	ECTS
	1.º curso	2.º curso			
	32 semanas	24 semanas	8 semanas		
Fundamentos de la representación y la expresión visual	2	2	--	112	7
Teoría de la imagen	2	--	--	64	4
Medios informáticos	4	6	--	272	17
Fotografía	2	2	--	112	7
Historia de la imagen publicitaria	2	2	--	112	7
Tipografía	3	2	--	144	9
Fundamentos de diseño gráfico	3	--	--	96	6
Teoría de la publicidad y marketing	3	--	--	96	6
Lenguaje y tecnología audiovisual	2	4	--	160	10
Proyectos de gráfica publicitaria	3	8	--	288	18
Proyecto integrado	--	--	20	160	10
Formación y orientación laboral	2	2	--	112	7
Idioma extranjero	2	2	--	112	7
Total	30	30	20	1840	115

ANEXO III**PROFESORADO QUE IMPARTE LOS MÓDULOS CORRESPONDIENTES AL CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR DE ARTES PLÁSTICAS Y DISEÑO EN GRÁFICA PUBLICITARIA**

El personal funcionario del Cuerpo de Profesores de Artes Plásticas y Diseño y Profesores de Enseñanza Secundaria impartirá los módulos de este ciclo de acuerdo con la atribución de módulos a especialidades que figura en el presente Anexo.

No obstante, a fin de lograr una optimización en el aprovechamiento de los recursos disponibles en el centro, en la organización del mismo, dichos módulos podrán ser impartidos por personal funcionario de otras especialidades o cuerpo de artes plásticas y diseño, sin que ello surta efectos en la adscripción de especialidad.

Módulos	Especialidad del profesorado
Cuerpo de Profesores de Artes Plásticas y Diseño	
Fundamentos de la representación y expresión visual	Dibujo artístico y color
Teoría de la imagen Teoría de la publicidad y marketing Proyectos de gráfica publicitaria Proyecto integrado Tipografía Fundamentos de diseño gráfico	Diseño gráfico
Historia de la imagen publicitaria	Historia del arte
Fotografía Teoría de la imagen	Fotografía
Lenguaje y tecnología audiovisual	Medios audiovisuales
Medios informáticos	Medios informáticos
Formación y orientación laboral	Organización industrial y legislación
Cuerpo de Profesores de Enseñanza Secundaria	
Idioma extranjero	Profesorado con la especialidad correspondiente