



**ORDEN de 25 de febrero de 2014, del Departamento de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual que se imparte en la Comunidad Autónoma de Aragón, regulado por la Ley Orgánica 2/2006 de 3 de mayo, de Educación.**

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en su artículo 45 incluye las enseñanzas profesionales de grado medio y de grado superior de Artes Plásticas y Diseño, organizándolas en ciclos de formación específica, cuya finalidad es proporcionar al alumno una formación artística de calidad y garantizar la cualificación de los futuros profesionales de las Artes Plásticas y el Diseño.

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 los títulos de Técnico y 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, asimismo, establece la estructura que deben tener dichos títulos y fija los aspectos que deben contemplar las enseñanzas mínimas correspondientes.

Además, el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, 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 aprueba las correspondientes enseñanzas mínimas.

En dicho Real Decreto se determina, para el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, además de otros aspectos, su identificación, el perfil profesional, el contexto profesional, las enseñanzas mínimas y aquellos otros aspectos de la ordenación académica y de los centros que constituyen los aspectos básicos que aseguran una formación común y garantizan la validez del título en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación y en la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. De igual manera, en el mismo Real Decreto aludido, se determinan los accesos a otros estudios, las convalidaciones y exenciones y las competencias docentes para la impartición de las enseñanzas mínimas.

Igualmente, el mencionado Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, con el objetivo 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, establece para los ciclos formativos de grado superior, los créditos del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos (ECTS) mínimos, correspondientes a cada módulo formativo, según 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. Asignándose conforme a ello, 120 créditos ECTS a la totalidad del ciclo formativo de grado superior.

De conformidad con el artículo 6.4 de la citada Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación en la redacción dada por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, así como con el artículo 2.2 del mencionado Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, corresponde a las Administraciones educativas, en el ámbito de sus competencias, establecer el currículo correspondiente al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, del que formarán parte los aspectos básicos del currículo que constituyen las enseñanzas mínimas, con el objetivo básico de 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 la producción gráfica.

El Decreto 336/2011, de 6 de octubre, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba la estructura orgánica del Departamento de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, atribuye al mismo el ejercicio de las funciones y servicios que corresponden a la Comunidad Autónoma en materia de enseñanza no universitaria y, en particular, en su artículo 1.2.h), la aprobación en el ámbito de sus competencias, del currículo de los distintos niveles, etapas, ciclos, grados y modalidades del sistema educativo.

En su virtud, como Consejera de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, previo informe del Consejo Escolar de Aragón de fecha 4 de febrero de 2014, dispongo:



## CAPÍTULO I Disposición General

### Artículo 1. *Objeto y ámbito de aplicación.*

1. La presente orden establece el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual.

2. La presente orden será de aplicación en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Aragón.

## CAPÍTULO II Identificación del título, perfil profesional y contexto profesional

### Artículo 2. *Identificación del título.*

El título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria queda identificado por los siguientes elementos:

- a) Denominación: Técnico superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria.
- b) Nivel: Grado Superior de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño.
- c) Duración total del ciclo: dos mil horas.
- d) Familia profesional artística: Comunicación Gráfica y Audiovisual.
- e) Referente europeo: CINE 5-b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

### Artículo 3. Perfil profesional.

1. El perfil profesional del título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria queda determinado por su competencia general y su competencia profesional.

2. Las competencias generales del título son las siguientes:

- a) Proponer y realizar soluciones gráficas para transmitir mensajes publicitarios por encargo de empresas, instituciones u otros profesionales.
- b) 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.
- c) Organizar y llevar a cabo las diferentes fases del proyecto y los correspondientes controles de calidad que garanticen la expresión gráfica óptima del mensaje.

3. Las competencias profesionales del título son las siguientes:

- a) Llevar a cabo, de manera autónoma, proyectos gráficos publicitarios con el nivel de calidad exigible profesionalmente.
- b) Comunicar eficientemente mediante recursos gráficos ideas y mensajes publicitarios.
- c) Dotar al producto gráfico publicitario de los elementos persuasivos, informativos y/o identificativos adecuados a los objetivos del encargo.
- d) Solucionar mediante recursos gráficos y tipográficos los aspectos formales y comunicativos de mensajes publicitarios.
- e) 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.
- f) Definir los aspectos formales y funcionales del mensaje publicitario en un soporte gráfico.
- g) 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.
- h) Conocer y cumplir la normativa que regula la actividad profesional.
- i) Comprender, interpretar y llevar a cabo las indicaciones técnicas para la realización de proyectos gráficos para la Red.

### Artículo 4. *Contexto profesional en el que el profesional va a ejercer su actividad.*

1. El ámbito profesional en el que podrá desarrollar su actividad será 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.



2. Los sectores productivos que pueden demandar sus servicios son los siguientes: 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. Las ocupaciones y puestos de trabajo relevantes serán los siguientes:

- a) Profesional cualificado para desempeñar los siguientes puestos de trabajo y ocupaciones:
- b) Realización de productos gráficos publicitarios de empresas e instituciones y seguimiento y control de calidad en la industria gráfica.
- c) Realización de aplicaciones vinculadas a la comunicación gráfica del mensaje: vallas, expositores, carteles, folletos, anuncios, merchandising, etc. y sus elementos asociados.
- d) Realización de la preparación de artes finales para su correcta impresión, selección de soportes y acabados, análisis de pruebas de pre-impresión, control de calidad, postproducción.
- e) Director de arte.
- f) Creativo.
- g) Coordinador de realización.
- h) Grafista experto en la selección y uso de recursos tipográficos, caligráficos y rotulación manual para diferentes aplicaciones.
- i) Colaborador gráfico en equipos publicitarios multidisciplinares.

### CAPÍTULO III Enseñanzas del Ciclo Formativo

*Artículo 5. Objetivos generales del currículo de Gráfica Publicitaria.*

Los objetivos generales del ciclo formativo son los siguientes:

- a) Identificar las necesidades comunicativas planteadas en una propuesta audiovisual y utilizar los recursos gráficos más adecuados.
- b) 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.
- c) Resolver adecuadamente los problemas expresivos, formales, funcionales y técnicos que se presenten en el proceso de diseño y realización de la propuesta gráfica.
- d) Resolver adecuadamente los problemas de ejecución, organización, gestión y control del proceso de producción gráfica.
- e) Desarrollar método, rigor y capacidad de comunicación para la presentación y defensa de una idea o un proyecto de gráfica publicitaria.
- f) 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.
- g) Valorar e integrar en la propuesta gráfica los elementos informativos, identificativos y persuasivos adecuados a los objetivos comunicativos del proyecto.
- h) Conocer las especificaciones técnicas en los procesos de reproducción y saber gestionarlas para garantizar la calidad y competitividad del producto gráfico en el mercado.
- i) Seleccionar y producir las fuentes y documentación necesaria para gestionar la realización del proyecto gráfico publicitario.
- j) Realizar productos gráficos publicitarios con el nivel calidad comunicacional, técnica y artística exigible en el sector profesional.
- k) Adaptarse en condiciones de competitividad a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.
- l) Buscar, seleccionar y utilizar fuentes de información y formación continua relacionadas con el ejercicio profesional.
- m) Comprender y aplicar el marco legal y normativo que regula y condiciona la actividad profesional.
- n) Valorar y aplicar los principios de la ética profesional en el desarrollo de la actividad profesional, su gestión y administración.
- o) Adquirir método y rigor en la presentación y defensa de una idea o un proyecto ante el cliente y/o equipo de trabajo.
- p) Iniciarse en la búsqueda de y procesos creativos relacionados con la comunicación y atender a la creatividad gráfica y comunicativa.
- q) Valorar el trabajo como oportunidad de búsqueda y experimentación con formas, soportes y materiales, de creatividad, comunicación y expresión artística personal.



- r) Comprender y generar mensajes en lengua inglesa, referidos a situaciones generales y profesionales del campo de la gráfica publicitaria.

**Artículo 6. Módulos formativos del ciclo.**

Los módulos formativos del ciclo serán los siguientes:

- a) Fundamentos de la representación y la expresión visual.
- b) Teoría de la imagen.
- c) Medios informáticos.
- d) Medios informáticos aplicados a la gráfica publicitaria.
- e) Fotografía.
- f) Historia de la imagen publicitaria.
- g) Tipografía I y II.
- h) Fundamentos del diseño gráfico.
- i) Teoría de la publicidad y el marketing.
- j) Lenguaje y tecnología audiovisual I y II.
- k) Proyectos de gráfica publicitaria I y II.
- l) Producción gráfica industrial.
- m) Proyecto integrado.
- n) Formación y orientación laboral.
- o) Inglés técnico.
- p) Historia del arte y de la cultura visual contemporánea.
- q) Módulo propio del centro.

**Artículo 7. Currículo del ciclo, proyecto educativo de los centros y módulo propio del centro.**

1. Los objetivos, contenidos y criterios de evaluación de los módulos formativos relacionados en el artículo 6, son los que se incluyen en el anexo I de la presente orden.

2. De conformidad con lo que se establece en el artículo 13 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo, los centros que imparten enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño desarrollarán y completarán el currículo establecido por la presente orden, mediante la puesta en práctica de su proyecto educativo y la implementación de programaciones didácticas que tomen en consideración las características del contexto social y cultural, las necesidades del alumnado, con especial atención a las de quienes presenten una discapacidad, y las posibilidades formativas del entorno.

3. Las escuelas de arte, atendiendo a sus características y recursos, deberán completar el currículo establecido en la presente norma con la propuesta de un módulo propio de 52 horas lectivas de duración a realizar en el segundo curso de los ciclos formativos y con una carga horaria semanal de 2 horas.

4. El módulo propio podrá incidir en las características del alumnado o introducir características diferenciadoras del perfil profesional referenciadas a subsectores, técnicas o productos relacionados con el ámbito profesional del producto gráfico impreso, o idiomas que requieran un tratamiento específico, una mayor profundización o una periódica actualización.

5. Con anterioridad al comienzo del curso la dirección del centro deberá presentar, a través de del Servicio Provincial competente en materia de Educación de referencia del centro, la propuesta del currículo del módulo propio y la solicitud de la preceptiva autorización a la Dirección General competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón para su impartición. En dicha propuesta se recogerán la identificación de sus características, la justificación, los recursos necesarios, la evolución prevista, la especialidad de profesorado con atribución docente para su impartición, así como el currículo concretando los objetivos, los contenidos y los criterios de evaluación de forma similar al resto de los módulos.

6. El módulo propio no podrá ser modificado durante cuatro cursos académicos. Transcurrido este período, si se desea su modificación o sustitución se deberá presentar nueva propuesta y solicitud conforme al apartado anterior. Los alumnos que se matriculen en el módulo propio tendrán el derecho a ser evaluados, hasta agotar el límite de sus convocatorias, conforme a los objetivos, contenidos y criterios de evaluación de dicho módulo, con independencia de que se sustituya, si bien las escuelas de arte no tendrán obligación de impartir docencia del módulo sustituido.

**Artículo 8. Organización y distribución horaria.**

Los módulos de este ciclo formativo se ofertarán en régimen presencial, se organizarán en dos cursos académicos y se ajustarán a la secuenciación y distribución horaria semanal por curso determinadas en el anexo II de esta orden.



#### Artículo 9. *Instalaciones y condiciones materiales.*

Los centros de enseñanza que impartan el Ciclo Formativo de Artes Plásticas y Diseño regulado en esta orden deberán cumplir, en cuanto a los requisitos referentes a instalaciones y condiciones materiales, lo previsto en el 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 y en la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

#### Artículo 10. *Profesorado.*

1. Las especialidades del profesorado de los cuerpos de Catedráticos de Artes Plásticas y Diseño, de Profesores de Artes Plásticas y Diseño y de Maestros de Taller de Artes Plásticas y Diseño, según proceda, con atribución docente en los módulos formativos relacionados en el artículo 6 de esta orden, son las establecidas en el anexo II del Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.

2. La especialidad del profesorado con atribución docente en el módulo de Producción gráfica industrial corresponde al cuerpo de Maestro de Taller de Artes Plásticas y Diseño, en la especialidad de Fotografía y Procesos de Reproducción.

3. La especialidad del profesorado con atribución docente en el módulo formativo de Inglés Técnico corresponde a los cuerpos de Catedráticos y de Profesores de Enseñanza Secundaria, ambos de la especialidad de Inglés.

4. La especialidad del profesorado con atribución docente en el módulo formativo de Historia del arte y de la cultura visual contemporánea corresponde a los cuerpos de Catedráticos y Profesores de Artes Plásticas y Diseño de la especialidad de Historia del Arte y a los cuerpos de Catedráticos y de Profesores de Enseñanza Secundaria, ambos en las especialidades de Historia del Arte y de Geografía e Historia.

#### Artículo 11. *Módulo formativo de Proyecto Integrado y Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres.*

1. Las características del módulo formativo de Proyecto Integrado y la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres se concretan en el anexo III y en el anexo IV respectivamente de la presente orden.

2. El módulo formativo de proyecto integrado que se realiza en el último curso, se evaluará una vez superados los restantes módulos que constituyen el currículo del ciclo formativo.

3. La Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres se realizará en el segundo curso y dentro de las ocho semanas finales que están reservadas para la realización del módulo formativo de proyecto integrado (150 horas) y la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres (50 horas).

4. En el caso de que un alumno desee beneficiarse del Programa de Aprendizaje Permanente de la Unión Europea a través del programa Erasmus en la modalidad de "Movilidad de estudiantes para prácticas" la Escuela de Arte deberá garantizar su realización durante las últimas ocho semanas del segundo curso del Ciclo y además deberá firmar un acuerdo que debe ser aprobado por la organización de acogida y el propio centro que garantiza que tras la superación del programa citado, se pueda reconocer tanto la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres, como el módulo formativo de Proyecto Integrado, cumpliéndose así con las 200 horas necesarias para la realización del programa.

5. La realización del programa citado en el punto anterior se podrá llevar a cabo una vez evaluados y superados los restantes módulos de formación en el centro.

6. Tanto para el reconocimiento de la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres como para el módulo formativo de proyecto integrado, la organización de acogida deberá dar su reconocimiento preferiblemente a través de créditos ECTS o equivalente (50 horas o un mínimo de 3 créditos ECTS para la primera y 150 horas o un mínimo de 12 créditos ECTS para el segundo). También puede registrar este período en el Suplemento Europeo al Título y/o utilizar el Certificado de Movilidad Europass a título informativo. Una vez la organización de acogida muestre su reconocimiento, las escuelas de arte estarán obligadas a llevar a cabo su "reconocimiento académico".

7. En el Acuerdo de Prácticas (Training Agreement y Quality Commitment) se recogerán todos aquellos aspectos necesarios para la superación tanto de la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres como del módulo formativo de Proyecto Integrado.

8. Las propias escuelas podrán establecer procedimientos que permitan u obliguen a la realización del módulo formativo de Proyecto Integrado a la vez que el programa indicado en



el punto 4 del presente artículo. Para ello se establecerán las condiciones necesarias para el seguimiento por parte del tutor asignado para cada alumno para la realización del citado módulo así como el modelo de evaluación del mismo.

**Artículo 12. Clasificación de los módulos formativos del ciclo.**

A efectos de lo dispuesto en el artículo 13 del Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, los módulos del presente ciclo formativo atenderán a la siguiente clasificación:

- a) Módulos teóricos:
  - 1.º Teoría de la imagen.
  - 2.º Historia de la imagen publicitaria.
  - 3.º Teoría de la publicidad y el marketing.
  - 4.º Formación y orientación laboral.
  - 5.º Inglés técnico.
  - 6.º Historia del arte y de la cultura visual contemporánea.
- b) Módulos teórico-prácticos:
  - 1.º Fundamentos de la representación y la expresión visual.
  - 2.º Tipografía I y II.
  - 3.º Fundamentos del diseño gráfico I y II.
- c) Módulos prácticos:
  - 1.º Medios informáticos.
  - 2.º Medios informáticos aplicados a la gráfica publicitaria.
  - 3.º Fotografía.
  - 4.º Producción gráfica industrial.
  - 5.º Lenguaje y tecnología audiovisual: I y II.
  - 6.º Proyectos de gráfica publicitaria: I y II.
  - 7.º Proyecto integrado.

**CAPÍTULO IV**

**Acceso, evaluación, promoción  
y movilidad de las enseñanzas**

**Artículo 13. Acceso a estas enseñanzas.**

Para los requisitos de acceso, exenciones y contenido de la prueba específica de acceso, el acceso sin requisitos académicos, y la regulación y validez de las pruebas de acceso al grado superior correspondiente al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria se atenderá con carácter general a lo regulado para el acceso a los Ciclos Formativos de Grado Superior de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño en 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 y a la normativa en vigor en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Aragón.

**Artículo 14. Evaluación, promoción y movilidad.**

1. Para la evaluación, promoción y movilidad en las enseñanzas recogidas en esta orden se atenderá con carácter general a lo establecido al respecto en el capítulo VI 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, y a las normas que expresamente dicte el Departamento competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón.

2. Para poder promocionar al segundo curso será necesario haber obtenido evaluación positiva en módulos formativos cuya carga lectiva sume, al menos, el 75 por ciento de las horas del primer curso.

3. Los módulos formativos del presente currículo con carácter progresivo a efectos de evaluación y calificación son los de la misma denominación y diferente cardinal. A este respecto debe entenderse que para que un alumno pueda matricularse de un módulo formativo de segundo curso con el cardinal II deberá haber superado previamente el módulo formativo de la misma denominación de primer curso con el cardinal I, cuyo contenido inicia la progresión.

4. Para que un alumno pueda matricularse en el módulo formativo de segundo curso con la denominación medios informáticos aplicados a la gráfica publicitaria, deberá haber superado previamente el módulo formativo de primer curso con la denominación medios informáticos.



## CAPÍTULO V

**Convalidaciones, exenciones y reconocimientos****Artículo 15. Convalidaciones, exenciones y reconocimientos.**

1. Se establecerán convalidaciones entre módulos de los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y el ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado por el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, conforme al anexo V de la presente orden.
2. Se establecerán convalidaciones entre módulos de los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Diseño Gráfico regulados por el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, y el ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado por el Real Decreto 1431/2012 de 11 de octubre, conforme al anexo VI de la presente orden.
3. Se podrán establecer exenciones de módulos del ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria por correspondencia con la práctica laboral. La relación de módulos formativos objeto de exención se establece conforme al anexo VII de la presente orden.
4. Se podrá establecer la exención total o parcial de la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres conforme a los artículos 15.4 y 24 del Real Decreto 596/2007, de 4 de mayo.
5. Se establecerá el reconocimiento de los módulos del ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria de la familia profesional de Diseño Gráfico regulados en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, a efectos de la incorporación del alumnado al ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado por el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, conforme al anexo VIII de la presente orden.
6. El módulo formativo de Formación y Orientación Laboral será objeto de convalidación siempre que se haya superado en un ciclo formativo de artes plásticas y diseño.
7. Los supuestos de convalidación, exención y reconocimiento no previstos expresamente en esta orden se remitirán por las diferentes escuelas de arte aragonesas a la Dirección General competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón la cual resolverá o remitirá al órgano competente.
8. El módulo de formación correspondiente a "Inglés técnico" propio de la Comunidad Autónoma de Aragón, podrá ser objeto de convalidación con el módulo de igual denominación incluido en el currículo de cualquiera de los títulos de los ciclos formativos de grado superior establecidos al amparo de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación y de la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, cuando dichos currículos hayan sido desarrollados por la propia Comunidad Autónoma. También se convalidará siempre que se acredite un nivel B-1 o superior en lengua inglesa de conformidad con el Marco común europeo de referencia para las lenguas.

**Artículo 16. Plazo de solicitud de convalidaciones, exenciones y reconocimientos y resolución.**

1. Las solicitudes de convalidación individualizada de módulos formativos, de exenciones de módulos formativos por su correspondencia con la práctica laboral y de reconocimiento a efectos de la incorporación al Ciclo Formativo de Grado Superior en Gráfica Publicitaria de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual se realizarán desde el 1 hasta el día 30 de septiembre de cada curso escolar.
2. El plazo de resolución será de sesenta días, contados a partir de la fecha de finalización del plazo de presentación a que se refiere el párrafo anterior.

**Artículo 17. Procedimiento de solicitud de convalidaciones y reconocimientos a efectos de la incorporación del alumnado al ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado en el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.**

1. El procedimiento a seguir para la solicitud de convalidación individualizada de módulos y reconocimiento de módulos a efectos de la incorporación del alumnado al Ciclo Formativo de Grado Superior en Gráfica Publicitaria de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual para alumnos que se encuentren cursando el ciclo formativo de grado superior en Gráfica Publicitaria regulado por el Real Decreto 1456/1995 de 1 de septiembre en las escuelas de arte de la Comunidad Autónoma de Aragón será el siguiente:
  - a) Deberán presentar solicitud en el Centro acompañada de la relación de módulos formativos sobre los que se solicita la convalidación y/o reconocimiento.
  - b) El Centro remitirá la solicitud junto con la certificación del expediente académico a la Dirección General competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón.



- c) La citada Dirección General remitirá al propio Centro la resolución a los efectos de su notificación al alumno.
2. El procedimiento a seguir para la solicitud de convalidación individualizada de módulos en el Ciclo Formativo de Grado Superior en Gráfica Publicitaria de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual para alumnos que cursaron y que no han finalizado estudios conforme al plan de estudios regulado en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, será el siguiente:
- Deberán presentar solicitud en el Centro acompañada de la relación de módulos formativos sobre los que se solicita la convalidación y/o reconocimiento.
  - El Centro remitirá la solicitud junto con la certificación del expediente académico y un informe motivado del Departamento al que corresponda la solicitud en el que se especifique si hay relación directa con los contenidos del módulo formativo objeto de la solicitud y los contenidos del módulo formativo a convalidar a la Dirección General competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón.
  - La citada Dirección General remitirá al propio Centro la resolución a los efectos de su notificación al alumno.
3. El procedimiento a seguir para la solicitud de convalidación individualizada de módulos en el Ciclo Formativo de Grado Superior en Gráfica Publicitaria de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual para alumnos que desean acceder a una nueva especialidad:
- Deberán presentar solicitud en el Centro acompañada de la relación de módulos formativos sobre los que se solicita la convalidación y la programación didáctica de la escuela de arte en donde se cursó el módulo formativo objeto de la solicitud.
  - El Centro remitirá la solicitud a la Dirección General competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón. Si se trata de módulos formativos de creación aragonesa, además de la solicitud se remitirá un informe motivado del Departamento Didáctico al que corresponda la solicitud en el que se especifique si hay relación directa con los contenidos del módulo formativo objeto de la solicitud (conforme a la programación didáctica de la escuela de origen) y los contenidos del módulo formativo a convalidar.
  - La citada Dirección General remitirá al propio Centro la resolución a los efectos de su notificación al alumno.
4. El procedimiento a seguir para la solicitud de convalidación individualizada de módulos en el Ciclo Formativo de Grado Superior en Gráfica Publicitaria de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual para alumnos que solicitan traslado de matrícula desde otra Comunidad Autónoma, será el siguiente:
- Deberá presentar solicitud de traslado de expediente académico a alguna de las escuelas de arte de la Comunidad Autónoma de Aragón. Junto con la solicitud, deberá acompañar la relación de módulos sobre los que desea reconocimiento y la programación didáctica de la escuela de arte en donde se curso el módulo o módulos objeto de la solicitud.
  - Una vez aceptada la solicitud de traslado de expediente académico, el centro remitirá la documentación especificada en el punto anterior a la Dirección General competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón quien procederá a la correspondiente adaptación (a fin de que el alumno se incorpore al curso que le corresponda) de aquellos módulos (aprobados en su totalidad) que reconozca por ser similares en contenidos y carga lectiva a los establecidos en el plan de estudios del propio Gobierno de Aragón. Dichos módulos serán reconocidos de forma automática como "adaptados" pudiendo prever para otros casos, la superación de complementos de formación que se consideren convenientes.
  - La citada Dirección General remitirá al propio Centro la resolución a los efectos de su notificación al alumno.
5. Para presentar la solicitud de convalidación o reconocimiento a las que se refiere cada uno de los apartados anteriores, el alumno deberá estar matriculado en alguna de las escuelas de arte aragonesas.

Artículo 18. *Exenciones de módulos y de la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres.*

1. Conforme al artículo 7.8 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, las Administraciones educativas regu-



larán el procedimiento para el reconocimiento de la exención de aquellos módulos formativos del ciclo cuya correspondencia con la práctica laboral permita la citada exención. Igualmente será objeto de exención total o parcial la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres.

2. Para la exención de los módulos formativos del ciclo que aparecen en el anexo V de la presente orden, objeto de exención por su correspondencia con la práctica laboral conforme al Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, deberá presentarse la documentación que se indica en los artículos 15.4 y 24 del Real Decreto 596/2007 de 4 de mayo bajo el procedimiento que se detalla en el artículo siguiente.

3. 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 de Gráfica Publicitaria regulado por el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.

4. Los módulos formativos y la fase de formación práctica que sean objeto de exención por su correspondencia con la práctica laboral figurarán en el expediente académico del alumno con la expresión de "Exento".

5. A los efectos del cálculo de la nota media final no será computada la fase de formación práctica en empresas, estudios y talleres, ya que su calificación se formula en términos de "Apto/No apto".

#### Artículo 19. *Procedimiento de solicitud de exenciones.*

1. El procedimiento a seguir para la solicitud de exención individualizada de módulos en el Ciclo Formativo de Grado Superior en Gráfica Publicitaria de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y de la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres, tanto para los alumnos que se encuentren cursando estudios en las escuelas de arte aragonesas, como para alumnos que cursaron y alumnos que no han finalizado estudios conforme al plan de estudios regulado en el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, como para alumnos que solicitan traslado de matrícula desde otra Comunidad Autónoma y para alumnos que desean acceder a una nueva especialidad, será el siguiente:

- a) Deberán presentar solicitud en el Centro acompañada de la relación de módulos sobre los que se solicita la exención y la certificación de la empresa donde haya adquirido la experiencia laboral, en la que conste específicamente la duración del contrato, la actividad desarrollada y el período de tiempo en el que se ha realizado dicha actividad igualmente debe presentarse el certificado de alta en el Sistema de la Seguridad Social. En el caso de trabajadores por cuenta propia, certificación de alta en el censo de obligados tributarios y declaración jurada con la actividad desarrollada.
- b) El Centro junto con un informe motivado del departamento didáctico del centro al que corresponda la solicitud en el que se especifique si existe adecuación entre la actividad desarrollada y las competencias y los contenidos del módulo objeto de exención, lo remitirá a la Dirección General competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón.
- c) La citada Dirección General remitirá al propio Centro la resolución a los efectos de su notificación al alumno.

#### Artículo 20. *Resolución.*

La resolución de reconocimiento de convalidación, exención y reconocimiento individualizado de módulos y exención total o parcial de la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres, del Ciclo Formativo de Grado Superior en Gráfica Publicitaria de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual, comportará, a todos los efectos, la anulación de la matrícula del módulo o módulos convalidados, exentos o reconocidos y quedará recogida en el expediente académico personal.

#### Artículo 21. *Efectos de las convalidaciones, reconocimiento y exenciones en el cálculo de la nota media final del ciclo formativo.*

1. Los módulos reconocidos por el Gobierno de Aragón conforme al punto 4 del artículo 17, figurarán en el expediente académico personal del alumno como "adaptados". Cuando fuera necesario hacer una ponderación de las calificaciones, estos módulos se computarán con la calificación obtenida en el centro de origen.

2. A los efectos del cálculo de la nota media final no serán computados los módulos que hubieran sido objeto de convalidación y/o exención por su correspondencia con la práctica laboral.



#### Artículo 22. *Recursos.*

Frente a las Resoluciones se puede interponer recurso de alzada ante la Consejera de Educación, Universidad, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón, de conformidad con lo establecido en el artículo 58 del Decreto-Legislativo 2/2001, de 3 de julio, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Administración de la Comunidad Autónoma de Aragón y en los términos y plazos establecidos en el artículo 115 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

#### Disposición adicional primera. *Accesibilidad universal en las enseñanzas de este título.*

El currículo del ciclo formativo regulado en esta orden se desarrollará en las programaciones didácticas de las escuelas de arte potenciando o creando la cultura de prevención de riesgos laborales en los espacios donde se impartan los diferentes módulos formativos, así como promoviendo una cultura de respeto ambiental, la excelencia en el trabajo, el cumplimiento de normas de calidad, la creatividad, la innovación, la igualdad de géneros y el respeto a la igualdad de oportunidades, el diseño para todos y la accesibilidad universal, especialmente en relación con las personas con discapacidad.

#### Disposición adicional segunda. *Titulaciones equivalentes de la ordenación anterior.*

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 por el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre.

#### Disposición transitoria primera. *Proyecto curricular y programaciones didácticas.*

Las escuelas de arte aragonesas dispondrán hasta el 1 de septiembre de 2014 para elaborar el proyecto curricular del ciclo formativo y adecuar las programaciones didácticas a lo dispuesto en esta orden.

#### Disposición transitoria segunda. *Currículo de los módulos no superados durante el período de implantación.*

El alumnado que, a la entrada en vigor de esta orden, esté cursando el ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria de la familia profesional de Diseño Gráfico establecido por el Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre, será atendido y evaluado de los módulos no superados hasta la finalización del número de convocatorias establecidas en el calendario de implantación conforme a lo establecido en el citado Real Decreto.

#### Disposición derogatoria única. *Derogación de la norma.*

Quedan derogadas cuantas normas de igual o inferior rango pudieran oponerse a lo establecido en la presente orden.

#### Disposición final primera. *Calendario de implantación.*

El calendario de implantación del currículo que se regula con la presente orden de realizará conforme a lo que se redacta en el anexo IX de la misma.

#### Disposición final segunda. *Facultades de ejecución y aplicación.*

Se faculta a la Dirección General Competente en materia de enseñanzas artísticas del Departamento de Educación, Universidad, Cultura y Deporte del Gobierno de Aragón para dictar, en el ámbito de sus respectivas competencias, cuantas disposiciones sean necesarias para la aplicación y ejecución de lo establecido en la presente orden.

#### Disposición final tercera. *Entrada en vigor.*

La presente orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial de Aragón".

Zaragoza, 25 de febrero de 2014.

La Consejera de Educación, Universidad,  
Cultura y Deporte,  
DOLORES SERRAT MORÉ

## ANEXO I

Módulos formativos del ciclo de grado superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual en la Comunidad Autónoma de Aragón.

Módulo formativo: Fundamentos de la Representación y la Expresión Visual

Duración: 136 horas

## 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.

## 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.

## 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 formativo: Teoría de la Imagen

Duración: 68 horas

## 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.

## 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.

## 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 formativo: Medios Informáticos

Duración: 136 horas

## 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.

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.

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 formativo: Medios Informáticos aplicados a la Gráfica Publicitaria

Duración: 104 horas

Objetivos:

1. Dominar las herramientas digitales de tratamiento de imágenes para la obtención de productos publicitarios.
2. Manejar adecuadamente herramientas informáticas de diseño combinado de texto e imagen orientadas a realizar productos publicitarios específicos.

3. Estructurar la información gráficamente utilizando diferentes recursos que permitan la comunicación del mensaje de manera gráfica.
4. Conocer y saber escoger las diferentes herramientas digitales específicas para realizar productos promocionales.
5. Asumir la responsabilidad ética así como el respeto a los derechos de autor de la imagen publicitaria retocada.
6. Manejar los programas específicos de creación de proyectos gráficos para la Red.
7. Analizar el proceso de diseño de proyectos gráficos para la Red, las diferentes tareas de realización propia de la especialidad y los controles de calidad adecuados a cada tarea.
8. Conocer los avances tecnológicos en lo referente a los recursos y servicios que la Red ofrece.

Contenidos:

1. Presentaciones digitales.
2. Programas de maquetación: composición con textos e imágenes. Formatos de archivos de composición de página. Maquetación de documentos gráficos.
3. Programas para desarrollo en la Red.
4. Sistemas de gestión de contenido, almacenamiento de archivos y compartir en la Red.

Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumno 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. Incorporar las técnicas digitales dentro del proceso proyectual de realización de productos publicitarios.
3. Emplear con destreza las herramientas de maquetación y desarrollo en la Red.
4. 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.
5. Innovar y desarrollar un discurso propio utilizando las herramientas digitales.
6. Analizar y expresar de manera gráfica información periodística o documental.
7. Optimizar los diferentes productos finales para su reproducción.

Módulo formativo: Fotografía

Duración: 104 horas

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.

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.

Crterios de evaluacin:

Se valorar la capacidad del alumnado para:

1. Utilizar con destreza los equipos y las tcnicas propias del medio fotogrfico.
2. Comprender los mecanismos terico-expresivos del medio fotogrfico y utilizarlos con una finalidad comunicativa.
3. Integrar la fotografia en la realizacin de proyectos de grfica publicitaria bien sea como herramienta de creacin o como recurso expresivo y comunicativo.
4. Valorar argumentadamente la produccin fotogrfica propia o ajena utilizando criterios tcnicos, artsticos y comunicativos.

#### Mdulo formativo: Historia de la Imagen Publicitaria

Duracin: 68 horas

Objetivos:

1. Comprender el lenguaje y las peculiaridades de la imagen grfica y audiovisual en relacin con el fenmeno publicitario.
2. Conocer las diversas manifestaciones de la comunicacin grfica y audiovisual publicitarias y su evolucin en relacin con los conceptos estticos del contexto histrico-artstico.
3. Asimilar la evolucin histrica, formal y tecnolgica de los medios grficos y de la imagen audiovisual publicitaria y conocer los principales centros de produccin, autores y obras.
4. Analizar y valorar los productos publicitarios grficos y audiovisuales en su dimensin tcnica, tecnolgica, artstica, comunicativa y expresiva.
5. Demostrar inters y sensibilidad acerca de los productos publicitarios grficos y audiovisuales actuales.

Contenidos:

1. El fenmeno publicitario y su relacin con la imagen. Los medios de comunicacin y la publicidad. La imagen grfica, la fotografia y los medios audiovisuales en relacin con la publicidad. Lenguajes y caractersticas de cada medio.
2. El signo, la comunicacin y el lenguaje. La imagen persuasiva. Recorrido por la evolucin histrica, tcnica y esttica de la imagen grfica publicitaria. Obras, tendencias y autores ms relevantes de la publicidad impresa.
3. La imagen audiovisual y el mensaje publicitario. Recorrido por la evolucin histrica y tcnica. Obras y tendencias ms relevantes de la publicidad audiovisual y multimedia.
4. Imagen publicitaria y movimientos artsticos. El diseo grfico publicitario.

5. La imagen publicitaria en la actualidad. Realizaciones y tendencias.
6. Los textos publicitarios como parte de la comunidad letrada en la que vivimos. La narrativa publicitaria y sus fórmulas de comunicación visual.

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.
6. Interpretar y valorar argumentadamente los textos y las fórmulas narrativas del mensaje publicitario en su contexto histórico-cultural.
7. Explorar con iniciativa y criterio personal la correspondencia de la obra de arte como recurso de la imagen publicitaria para sus propios mensajes.

#### Módulo formativo: Tipografía I y II

Duración: 188 horas

(Para este módulo formativo, que se imparte en dos cursos académicos, el Departamento Didáctico correspondiente de cada centro distribuirá y graduará, por curso, los objetivos, contenidos y criterios de evaluación y los recogerá en la correspondiente programación didáctica. Para poder matricularse en el módulo formativo del segundo curso se debe tener aprobado el módulo formativo del primero).

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.

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.
12. Tipografía experimental y creativa. Fototipografía.

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 formativo y al propio criterio.

Módulo formativo: Fundamentos del Diseño Gráfico

Duración: 136 horas

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.

## 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.
6. El proyecto.

## 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.
7. Comprender los condicionantes del proyecto gráfico y aplicarlo correctamente.

## Módulo formativo: Teoría de la Publicidad y el Marketing

Duración: 78 horas

## 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.

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.

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.

## Módulo formativo: Lenguaje y Tecnología Audiovisual I y II

Duración: 154 horas

(Para este módulo formativo, que se imparte en dos cursos académicos, el Departamento Didáctico correspondiente de cada centro distribuirá y graduará, por curso, los objetivos, contenidos y criterios de evaluación y los recogerá en la correspondiente programación didáctica. Para poder matricularse en el módulo formativo del segundo curso se debe tener aprobado el módulo formativo del primero).

## 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.

## 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.

## 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 formativo: Proyectos de Gráfica Publicitaria I y II

Duración: 344 horas

(Para este módulo formativo, que se imparte en dos cursos académicos, el Departamento Didáctico correspondiente de cada centro distribuirá y graduará, por curso, los objetivos, contenidos y criterios de evaluación y los recogerá en la correspondiente programación didáctica. Para poder matricularse en el módulo formativo del segundo curso se debe tener aprobado el módulo formativo del primero).

## 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.

## 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.
8. Normalización de documentos gráficos.

## 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.

#### Módulo formativo: Producción Gráfica Industrial

Duración: 52 horas

##### Objetivos:

1. Analizar y diferenciar los distintos tipos de originales considerando los procesos y factores que intervienen en la reproducción.
2. Definir y diferenciar los distintos sistemas de reproducción e impresión industrial y sus particularidades.
3. Comprender y valorar las variables de una tirada de impresión.
4. Interpretar las especialidades de proyectos gráficos, elegir el sistema de impresión más adecuado y preparar originales y archivos para su posterior reproducción.
5. Conocer los diferentes medios y soportes de impresión y seleccionar los más idóneos para un proyecto determinado.
6. Optimizar los elementos que intervienen en la fase de reproducción de un proyecto gráfico.
7. Diferenciar y caracterizar los distintos procesos de manipulado empleados en la reproducción gráfica.
8. Conocer las características de las empresas gráficas así como la normativa específica de seguridad, higiene, prevención de riesgos laborales y protección del medio ambiente.
9. Valorar la importancia de la industria de la impresión y la presencia de las nuevas tecnologías en la producción gráfica industrial.

##### Contenidos:

1. La industria gráfica actual y el proceso de reproducción gráfica.
2. Sistemas de reproducción gráfica fotográficos y digitales.
3. Preimpresión. El original gráfico, tipos de originales. Características. Color. Directos. Cuatricromía.
4. Sistemas industriales de impresión. Técnicas, procedimientos, materiales y equipos. Originales gráficos idóneos en cada sistema de impresión.
5. El montaje, compaginación e imposición.
6. Post-impresión. Manipulación y acabados.
7. Soportes de impresión. Soportes más utilizados en diseño gráfico. El papel y las tintas. Formatos y normalizaciones.

8. Información digital para la impresión. Preparación de archivos para imprenta, archivos de composición de página. Formatos y configuraciones.
9. Normativa específica de aplicación a la especialidad.
10. Las nuevas tecnologías en los procesos de reproducción e impresión industriales.

Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Llevar a cabo los procesos adecuados para hacer posible la reproducción del original gráfico.
2. Analizar y diferenciar originales, la preparación, la reproducción y los resultados, utilizando adecuadamente el vocabulario técnico de la asignatura.
3. Diferenciar las técnicas, procedimientos, materiales y maquinaria de impresión más utilizada en la impresión industrial y sus características de producción.
4. Preparar originales y configurar correctamente archivos para imprenta.
5. Reconocer los distintos tipos de originales y elegir el sistema de impresión más adecuado.
6. Elegir argumentadamente el soporte de impresión más adecuado a un proyecto gráfico.
7. Gestionar de forma correcta y eficiente los elementos que intervienen en la producción de un impreso.
8. Identificar y valorar la calidad técnica de diferentes acabados y manipulados del producto gráfico impreso.
9. Explicar la importancia de la industria gráfica y valorar argumentadamente la influencia de las nuevas tecnologías en ella.
10. Explicar y aplicar al propio trabajo la normativa específica de la producción gráfica en lo que respecta a seguridad, higiene, prevención de riesgos laborales y protección del medio ambiente.

Módulo formativo: Proyecto Integrado

Duración: 150 horas

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.

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.

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.

Módulo formativo: Formación y Orientación Laboral

Duración: 78 horas

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.

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.

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 formativo: Inglés Técnico

Duración: 68 horas

Objetivos:

1. Comprender y emitir mensajes orales con precisión y cierto grado de fluidez, participando activamente en intercambios de información en el entorno profesional y cotidiano.
2. Comprender textos escritos complejos y funcionales en el entorno profesional y cotidiano, identificando e interpretando los recursos lingüísticos utilizados.
3. Producir textos complejos y funcionales en el entorno profesional y cotidiano, organizando su contenido y utilizando un estilo acorde a la funcionalidad de los textos.
4. Conocer los aspectos socioculturales propios de los países de habla inglesa, analizando e interpretando los usos y actitudes más comunes en las relaciones profesionales y personales.
5. Introducir expresiones de la lengua inglesa aplicada a la informática con el fin de facilitar la comprensión de textos y otros medios de comunicación oral relacionados con su ámbito profesional.
6. Elaborar mensajes escritos y orales complejos y funcionales, interpretando y transmitiendo la información necesaria para realizar consultas técnicas.

Contenidos:

1. Comprensión oral, producción hablada e interacción:
  - a) Comprensión del significado general y específico de mensajes orales emitidos en lengua estándar dentro del contexto profesional propio del ciclo y de entornos cotidianos.
  - b) Producción oral correcta y fluida de textos específicos relacionados con el entorno profesional propio del ciclo y con temas cotidianos concretos y abstractos.
  - c) Participación activa en conversaciones espontáneas y simuladas con mensajes específicos relacionados tanto con el entorno profesional propio del ciclo como con temas cotidianos concretos y abstractos.
  - d) Uso de estrategias de comunicación para iniciar, mantener y concluir un diálogo.
  - e) Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad en función de la intención comunicativa y del contexto de comunicación.
2. Comprensión lectora y expresión escrita:

- a) Identificación y comprensión del tema principal e ideas secundarias en textos complejos y funcionales escritos sobre temas profesionales o de interés general.
  - b) Identificación de la finalidad comunicativa de un texto complejo y funcional, de las secciones que lo componen, y de la organización y secuenciación de la información.
  - c) Producción de textos escritos complejos sobre temas de interés general, profesional, o referidos a contenidos de otros módulos del ciclo.
  - d) Uso de elementos organizativos de cohesión y coherencia para expresar con claridad la relación entre ideas y la funcionalidad del texto.
  - e) Identificación y uso del registro adecuado a la funcionalidad del texto.
3. Conocimiento de la lengua:
- a) Conocimiento y uso de estructuras gramaticales complejas y funciones adecuadas que posibiliten una comunicación efectiva en el ámbito laboral y profesional.
  - b) Campos semánticos relacionados con el entorno profesional, con otras materias de currículo, y con temas de interés general.
  - c) Conocimiento, percepción y producción de rasgos fonético-fonológicos comunes de la lengua inglesa en sus variedades más extendidas.
  - d) Reconocimiento de los rasgos diferenciales en el uso de la lengua: el lenguaje formal e informal, hablado y escrito. Los registros.
  - e) Estrategias de aprendizaje. Estrategias de comunicación.
4. Aspectos socioculturales en el entorno profesional y personal:
- a) Valoración, respeto, y uso de las normas socioculturales y protocolarias en las relaciones laborales y cotidianas características del país donde se habla el idioma.
  - b) Reconocimiento de la lengua extranjera para profundizar en conocimientos que resulten de interés a lo largo de la vida personal y profesional.
  - c) Interés por la buena presentación de los textos escritos tanto en soporte papel como digital, con respeto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas.

Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Comprender e interpretar el significado general y específico, la idea principal e intención comunicativa de textos orales y escritos en un entorno profesional y personal.
2. Producir textos orales y escritos específicos y detallados con diferentes intenciones comunicativas.
3. Participar activamente en conversaciones simuladas y espontáneas adaptándose a las características de la situación y a la finalidad comunicativa.
4. Aplicar actitudes y comportamientos profesionales y personales en situaciones de comunicación, valorando las relaciones normas socioculturales y protocolarias propias del país de la lengua extranjera.
5. Conocer la terminología básica del sector.
6. Elaborar y cumplimentar documentos básicos en lengua inglesa correspondientes al sector profesional, partiendo de datos generales o específicos.

## Módulo formativo: Historia del Arte y de la Cultura Visual Contemporánea

Duración: 34 horas

## Objetivos:

1. Comprender los lenguajes artístico-plásticos propios de los medios de comunicación visual desde el punto de vista conceptual y formal.
2. Conocer e interpretar las diferentes manifestaciones de los estilos artísticos en la sociedad contemporánea.
3. Comprender y analizar la evolución histórica, técnica y estética de los estilos artísticos en el ámbito de la cultura visual contemporánea e identificar autores y obras significativas.
4. Analizar la producción artística contemporánea en relación a las manifestaciones producidas desde la cultura visual y sus características técnicas y comunicativas.
5. Saber interpretar y utilizar la cultura visual como material para la creación artística.
6. Valorar razonadamente la producción artística actual de acuerdo a su dimensión expresiva, comunicativa y artística así como al propio gusto y sensibilidad.

## Contenidos:

1. Concepto y manifestaciones de la cultura visual contemporánea. Características propias y nuevos lenguajes artísticos.
2. El arte en la sociedad contemporánea. La obra artística en relación al contexto histórico-artístico.
3. Recorrido por la evolución histórica, técnica y estética de las manifestaciones artísticas contemporáneas dentro de la cultura visual. Obras, estilos y autores más relevantes.
4. Influencia de las diferentes manifestaciones artísticas sobre la imagen gráfica desde los comienzos del diseño contemporáneo hasta nuestros días.
5. Últimas tendencias artísticas y su relación con la cultura visual actual.
6. Aportaciones de las nuevas tecnologías y los medios de comunicación de masas en la producción artística.

## Criterios de evaluación:

Se valorará la capacidad del alumnado para:

1. Analizar e interpretar formal, estilística y técnicamente las características de los estilos artísticos en relación con el contexto histórico-artístico en que se producen desde las diferentes manifestaciones de la cultura visual.
2. Identificar imágenes, tendencias y autores significativos así como las aportaciones e innovaciones estéticas y técnicas en su realización.
3. Explicar razonadamente, utilizando adecuadamente la terminología de la asignatura, las repercusiones formales de la evolución histórica y estilística en la comunicación y la cultura visual contemporánea.
4. Distinguir y analizar las influencias técnicas, estilísticas y formales entre las diferentes manifestaciones artísticas que se dan en la cultura visual contemporánea.
5. Emitir un juicio crítico razonado acerca de las cualidades artísticas y comunicativas de la producción artística actual en base al conocimiento histórico, al propio criterio y sensibilidad estética.

## ANEXO II

## ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LOS MÓDULOS DEL CURRÍCULO

Módulos formativos que se imparten en el centro educativo: 1.950 horas.

Fase de formación práctica: 50 horas (3 ECTS).

Total: 2.000 horas (120 ECTS).

Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual

Módulos formativos que se imparten en el centro educativo y distribución horaria

DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	HORAS SEMANALES / CURSO			HORAS TOTALES	CRÉDITOS ECTS
	1º CURSO	2º CURSO			
		1ª parte	2ª parte		
Fundamentos de la representación y la expresión visual	4	-	-	136	9
Teoría de la imagen	2	-	-	68	5
Medios informáticos	4	-	-	136	7
Medios informáticos aplicados a la gráfica publicitaria	-	4	-	104	5
Fotografía	-	4	-	104	5
Historia de la imagen publicitaria	2	-	-	68	3
Tipografía I	4	-	-	136	7
Tipografía II	-	2	-	52	3
Fundamentos del diseño gráfico	4	-	-	136	9
Teoría de la publicidad y el marketing	-	3	-	78	5
Lenguaje y tecnología audiovisual I	3	-	-	102	5
Lenguaje y tecnología audiovisual II	-	2	-	52	3
Proyectos de gráfica publicitaria I	4	-	-	136	7
Proyectos de gráfica publicitaria II	-	8	-	208	17
Producción gráfica industrial	-	2	-	52	3
Proyecto integrado	-	-	25 (x 6 semanas)	150	12
Formación y orientación Laboral	-	3	-	78	5
Inglés técnico	2	-	-	68	4
Historia del arte y de la cultura visual contemporánea	1	-	-	34	1
Módulo propio del centro	-	2	-	52	2
Suma total de horas	30	30	-	1.950	-
Suma total de créditos ECTS					117.0
Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres			25 (x 2 semanas)	50	3.0
Total				2.000	120.0

1. Se contabilizarán 34 semanas por curso.
2. Se contabilizarán 26 semanas como primera parte del segundo curso.
3. Se contabilizarán 8 semanas como segunda parte del segundo curso, de las cuales 6 serán para la realización del módulo formativo de Proyecto Integrado (6 x 25=150 horas) y 2 semanas para la realización de la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres (2 x 25=50 horas).

## ANEXO III

Características del módulo formativo de Proyecto Integrado del Ciclo Formativo de Grado Superior de las Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual en la Comunidad Autónoma de Aragón.

1. El módulo de Proyecto Integrado en el Ciclo Formativo de Grado Superior de las Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, que se realizará en el segundo curso, tiene por objeto el desarrollo de un proyecto de obra original del perfil del Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, donde el alumno sea capaz de integrar, aplicar y valorar los conocimientos, destrezas y capacidades específicos del campo profesional de la especialidad, adquiridos mediante estas enseñanzas, con rigor técnico y posibilidad de realización y viabilidad, que evidencie su capacidad creadora, su sensibilidad artística y estética y su cultura plástica.
2. Los alumnos podrán iniciar el módulo formativo de Proyecto Integrado una vez evaluados y superados los restantes módulos de formación en el centro.
3. El módulo formativo de Proyecto Integrado se desarrollará a partir de la propuesta del profesor que tenga atribuida la competencia docente del mismo. Los alumnos contarán con la tutoría individualizada del profesorado que imparta docencia en el ciclo formativo.
4. Las escuelas de arte crearán una Comisión de Proyectos específica para el ciclo formativo de Gráfica Publicitaria. El Director de la escuela, a propuesta del Jefe de Estudios nombrará a los miembros de dicha comisión de entre los profesores del ciclo formativo aludido. El presidente de la Comisión será el Jefe del Departamento afín al ciclo formativo.
5. La designación de los tutores, criterios para la presentación y admisión de los proyectos y régimen de funcionamiento de las Comisiones de Proyectos vendrán recogidos en el Reglamento de Régimen Interior de las Escuelas.
6. La Comisión de Proyectos valorará la viabilidad de las propuestas presentadas por los alumnos y asesorará, a lo largo de todo el proceso, al profesorado encargado de la tutoría individualizada, sobre cuestiones específicas relacionadas con el desarrollo de las citadas propuestas. Los alumnos deberán presentar y defender sus proyectos ante esta Comisión.
7. El proyecto de obra original que presente el alumno, deberá contemplar los siguientes apartados:
  - a. Memoria, donde se realizará un análisis de los procesos y fases de realización de la obra original, que recogerá los aspectos funcionales, artísticos, técnicos y económicos.
  - b. Un testimonio gráfico de las diversas etapas del trabajo conducentes a la realización de dicha obra.
  - c. La/s obra/s realizada/s.
  - d. La presentación y defensa del mismo.
8. Los aspectos relacionados con la evaluación del módulo formativo del Proyecto Integrado se regirán por lo que se establezca en las normas que expresamente dicte al respecto el Departamento competente en materia de enseñanzas artísticas del Gobierno de Aragón.

## ANEXO IV

Características de la Fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres del Ciclo Formativo de Grado Superior de las Enseñanzas Profesionales de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual en la Comunidad Autónoma de Aragón.

1. La fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres tiene como objetivos los siguientes:
  - a) 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.
  - b) 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.
  - c) Contrastar los conocimientos, formación y capacitación adquiridos en el centro educativo con la realidad empresarial y laboral del sector.
  - d) 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.
  - e) Adquirir los conocimientos técnicos de útiles, herramientas, materiales y maquinaria que, por su especialización, coste o novedad, no están al alcance del centro educativo.
  - f) Participar de forma activa en las fases del proceso de producción y edición audiovisual bajo las orientaciones del tutor o coordinador correspondiente.
  - g) 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 V

Relación de módulos correspondientes a las enseñanzas mínimas que se convalidan entre los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y el ciclo formativo de grado superior de Gráfica Publicitaria regulado en el Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico 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.

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 VI

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 artes plásticas y diseño regulado en el 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.

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 VII

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

- a) Formación y orientación laboral.
- b) Fotografía
- c) Medios informáticos.
- d) Lenguaje y tecnología audiovisual.

## ANEXO VIII

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 artes plásticas y diseño en Gráfica Publicitaria regulado en el 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.

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

## ANEXO IX

Calendario de implantación del currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria de la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual en la Comunidad Autónoma de Aragón.

CURSO ACADÉMICO	Ciclo Formativo de Grado Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria de la Familia Artística Profesional de Diseño Gráfico (Real Decreto 1456/1995, de 1 de septiembre).	Ciclo Formativo de Grado Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria de la Familia Artística Profesional de Comunicación Gráfica y Audiovisual (Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre).
2014/2015	Extinción del Primer Curso. Posibilidad de matrícula sin docencia de los módulos del 1º Curso del Ciclo.	Implantación del primer curso
2015/2016	Extinción del Segundo Curso. Posibilidad de matrícula sin docencia de los módulos del 1º y 2º Curso del Ciclo.	Implantación del segundo curso
2016/2017	Posibilidad de matrícula sin docencia de los módulos del 2º Curso del Ciclo.	