

## **MÒDUL PROFESSIONAL 2: DISSENY I ELABORACIÓ DE MATERIAL DE COMUNICACIÓ**

**CURS:** SEGON

**DURADA :** 132 hores

### **UNITATS FORMATIVES**

#### **UF 1: Planificació i organització el pla de comunicació**

**Durada:** 33 hores

##### **Continguts:**

1. Contingut dels materials de comunicació i publicitat per a tot tipus de suport:

1.1 Tipologia de suports d'accions de comunicació, promocionals i publicitàries.

1.2 Canals de comunicació, promoció i publicitat.

1.3 Els objectius de comunicació. Públic objectiu. Atributs. Preferències pel que fa a mitjans de comunicació i publicitat.

1.4 L'estratègia de comunicació. Estratègia pull. Estratègia push. El pla de comunicació i el pla de màrqueting

1.5 Imatge corporativa de l'empresa o organització. Estratègia de comunicació. El producte o el servei, i la venda o la prestació. Característiques i funcions de la papereria corporativa i la imatge en línia: logotip, targetes de visita, aplicacions en la documentació administrativa i comercial. Importància del disseny en l'etiquetat, producte, envasat i embalatjat.

1.6 Diferenciació entre informació i comunicació. La interactivitat amb el client /consumidor/ usuari.

1.7 Llei de Propietat Intel·lectual, de Protecció de dades, i requisits de confidencialitat. Bancs de dades d'accés lliure o de pagament; públics o privat. Motors de cerca de bancs d'imatges. Normes d'us i copyright de bancs de dades i imatges en línia i fora de línia.

Suports físics de comunicació en exteriors: tanques publicitàries, marquesines, lones, entre d'altres.

1.8 Suports informatius dels esdeveniments, productes i serveis desenvolupats: catàlegs, fulletons, tríptics i cartells, entre d'altres.

1.9. Altres materials de comunicació publicitària: estands, expositors i *displays*, entre d'altres.

1.10 Mitjans de comunicació tradicionals: premsa, ràdio, televisió.

1.11 Mitjans de comunicació multimèdia: vídeos corporatius i anuncis publicitaris.

1.12 Mitjans de comunicació i publicitat internet i xarxes socials.

1.13 Propostes concretes d'accions: de comunicació, de promoció i de publicitat. Tipologia d'accions. Elements bàsics: calendari, horari, repetició, temporalitat, entre d'altres. Establiment d'indicadors de seguiment de la difusió i de l'impacte en el públic objectiu.

1.14 Accions de comunicació i publicitàries: estàtiques o dinàmiques. Dimensionament de les necessitats de personal o de manteniment de l'acció.

1.15 Accions de comunicació per ocasions especialment negatives per a una empresa o organització. Publicitat sobre productes susceptibles de generar riscos per a la salut o seguretat de les persones o del seu patrimoni.

1.16 Els límits de la publicitat. Organismes reguladors i consells. Consell de l'Audiovisual. Consell Català de les dones. Altres associacions privades de control de la publicitat.

1.17 Pressupost de comunicació. Mètode basat en un percentatge sobre les vendes. Mètode de paritat competitiva. Mètode basat en els objectius. Mètode arbitrari.

2. Pla de realització i/o difusió dels materials de comunicació, promoció i publicitat:

2.1 Objectius publicitaris.

2.2 Temporalitat publicitària. Calendaris. Tipus de calendaris: regulars i irregulars. Horaris. Mètodes de pressió uniforme o concentrada.

2.3 Factors determinants de la planificació temporal: estacionalitat, evolució del record, intensitat i freqüència en l'exposició.

2.4 Públic objectiu i perfil d'audiència. Adequació del mitjà publicitari al producte o servei. Abast dels diferents mitjans publicitaris.

2.5 Proveïdors de màrqueting directe, agències de publicitat, estudis de disseny, entre d'altres. Externalització i contractació.

2.6 Agències de publicitat. Funcions i estructura. Relacions de les agències amb els anunciants i els mitjans. Tipus d'agències.

2.7 Remuneracions: Remuneració per comissió. Remuneració per honoraris. Remuneració mixta. Remuneració segons rendibilitat. Altres. Selecció de pressuposts oferts per les agències publicitàries

2.7.1 Criteris de selecció d'agències i professionals del sector. El concurs creatiu

2.7.2 El brífing i el contrabrífing

2.7.3 Màrqueting directe, Tramesa personalitzada.

3. Publicitat gratuïta en cercadors i xarxes socials

### **Resultats d'aprenentatge:**

1. Determina i prepara el contingut dels materials de comunicació i publicitat per a tot tipus de suport, seguint l'estratègia de comunicació d'una empresa o organització i utilitzant la informació necessària i atenent al pressupost disponible.

2. Organitza el pla de realització i/o difusió dels materials de comunicació, promoció i publicitat elaborats, respectant la identitat corporativa.

### **UF 2: Elaboració del material de comunicació**

**Durada: 66 hores**

#### **Continguts:**

1. Confecció de materials publicitaris en diferents suports:

1.1 Fonts d'informació en línia i fora de línia utilitzades habitualment per la seva fiabilitat i cost al sector de la publicitat i el disseny gràfic.

1.2 La composició dels elements: escala, proporció, equilibri en una composició i contrast de to i escala, entre d'altres.

1.3 La percepció visual: caràcter tonal, línia, color, contorns, direcció, textura, escala, dimensió i moviment, entre d'altres.

1.4 Equilibri, tensió i anivellament.

1.5 Sentit de la lectura.

1.6 Tècniques de comunicació visual.

1.7 Teoria del color

1.8 Tipografia. Tipus. Mida del cos, espai entre paraules, interlineat, longitud de la línia, entre d'altres

1.9 Fases d'elaboració de material audiovisual. Guió i storyboard, entre d'altres.

1.10 Retoc digital d'imatges.

1.11 Disseny i maquetació de diferents peces de comunicació: anuncis de premsa, cartells, tríptics, bàners, finestres emergents, pàgines web, entre d'altres.

2. Aplicació de tècniques de comunicació persuasiva:

2.1 Tipus de publicitat.

2.2 Introducció al concepte de creativitat. Subjecte creatiu i producte creatiu. Tècniques de creativitat publicitària: associatives, analògiques i combinatòries. La creativitat en la comunicació publicitària. La dimensió persuasiva de la comunicació publicitària. Creativitat publicitària en mitjans i suports impresos i audiovisuals.

2.3 Estils creatius de publicitat: problema-solució, demostració, comparació, analogia, símbol visual, presentador, testimonial, trossos de vida, trossos de cinema, música, l'emoció i l'humor, entre d'altres. Els camins creatius: camins racionals, camins emocionals i camins proactius.

2.4 Modalitats d'instruccions creatives: UPS (unique selling proposition), copy strategy i Star strategy, entre d'altres.

2.5 Establiment de l'estratègia de creació publicitària:

2.5.1 Els objectius publicitaris: definició del públic objectiu, característiques del producte i el pressupost.

2.5.2 La importància del posicionament, promesa o eix de comunicació

2.5.3 Fixació del calendari publicitari.

2.6 La redacció publicitària. Eslògans, titulars, claims, copys, entre d'altres

2.7 La redacció periodística. Notes de premsa i comunicats de premsa, entre d'altres.

2.8 Redacció de continguts web. Arquitectura web. Redacció de continguts per a xarxes socials i altres formats.

2.9 El llenguatge audiovisual i el llenguatge radiofònic.

3. Elaboració de materials publicitaris i informatius:

3.1 Disseny de plantilles per a: presentacions multimèdia, e-mail i notes de premsa, entre d'altres.

3.2 Eines de presentacions gràfiques i multimèdia: inserció de textos, imatges, música i gràfics, entre d'altres, amb efectes d'animació.

3.3 Programes generalistes destinats a l'elaboració de material publicitari

3.4 Programes específics de disseny gràfic: dibuix i manipulació d'objectes gràfics amb aplicació d'efectes. Disseny de peces de comunicació.

3.5 Programes per a maquetació i composició de dissenys de textos: treball amb text, il·lustració i imatges per a compondre pàgines en format de llibre.

3.6 Programes específics de manipulació d'imatges: transformació, correcció i retoc d'imatges

3.7 Aplicacions específiques de disseny web.

### **Resultats d'aprenentatge:**

1. Confecciona materials publicitaris i informatius, utilitzant tècniques de disseny gràfic, audiovisual i artístic.

2. Aplica tècniques de comunicació persuasiva, identificant els estils propis de la comunicació comercial i informativa de l'empresa.

3. Elabora materials publicitaris i informatius, utilitzant programari específics per a cada suport.