

I. DISPOSICIÓN XERAIS

CONSELLERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

DECRETO 94/2015, do 11 de xuño, polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria.

O Estatuto de autonomía de Galicia, no seu artigo 31, determina que é competencia plena da Comunidade Autónoma galega o regulamento e a administración do ensino en toda a súa extensión, niveis e graos, modalidades e especialidades, no ámbito das súas competencias, sen prexuízo do disposto no artigo 27 da Constitución e nas leis orgánicas que, conforme o ordinal primeiro do artigo 81 daquela, o desenvolvan, das facultades que lle atribúe ao Estado o punto 30 do número 1 do artigo 149 da Constitución e da alta inspección precisa para o seu cumprimento e garantía.

A Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, establece no artigo 6 que se entende por currículo a regulación dos elementos que determinan os procesos de ensino e aprendizaxe para cada unha das ensinanzas. Así mesmo, no artigo 51 establece que as ensinanzas profesionais de artes plásticas e deseño se organizarán en ciclos de formación específica, que incluírán unha fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres.

O Real decreto 596/2007, do 4 de maio, polo que se establece a ordenación xeral das ensinanzas profesionais de artes plásticas e deseño, define estas e establece a súa finalidade e os obxectivos, ordenándoas e fixando as ensinanzas mínimas, e encomenda ás administracións educativas o establecemento do currículo correspondente a cada título, de acordo co establecido no artigo 6 da Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, no Real decreto 596/2007, do 4 de maio, e nas normas que regulan os títulos respectivos.

Publicado o Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, no que se establece o título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, pertencente á familia profesional artística de Comunicación Gráfica e Audiovisual, e no cal se aproban as correspondentes ensinanzas mínimas, e tendo en conta o Real decreto 303/2010, do 15 de marzo, polo que se establecen os requisitos mínimos dos centros que impartan ensinanzas artísticas reguladas na Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, corresponde ao Consello da Xunta establecer o currículo do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria no



ámbito da Comunidade Autónoma de Galicia, sinalando os seus obxectivos, as súas competencias e os seus contidos.

As ensinanzas que regula este decreto configuraróñse para garantir unha formación artística o alumnado que lle permita acadar criterios estéticos para afrontar a labor de creación inherente a todo proceso proxectual, e para valorar obxectivamente o patrimonio artesanal e artístico existente e a obra allea; e por outra banda, facilitarlle a adquisición dos coñecementos científicos e tecnolóxicos, e as capacidades e habilidades que lle permitan non soamente a súa incorporación á vida laboral activa, senón tamén afrontar, con garantías de eficiencia, a necesaria adaptación ás modificacións técnicas e sociolóxicas que se producirán ao longo da súa vida activa, atendendo as demandas cambiantes do sistema produtivo.

O ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria está integrado por módulos de duración variable que cobren aspectos da formación do/a alumno/a, concibidos como áreas homoxéneas de coñecemento, capacidades e habilidades. As capacidades terminais de cada módulo describen o comportamento do/a alumno/a en termos de resultados avaliábeis, requiridos para acadar as competencias básicas que integran a competencia xeral. A constatación destas competencias, en termos de avaliación positiva, garante a validez do título en todo o Estado, e a súa correspondencia europea.

Os contidos curriculares relacionados non constitúen unicamente unidades temáticas, senón que os concretará o equipo docente do ciclo formativo, de xeito que todos eles queden organizados temporal e transversalmente seguindo un criterio propedéutico, que garanta que todos os contidos se imparten sen que se produzan solapamentos entre os diferentes módulos. Esta programación de ciclo formativo terá en conta os elementos establecidos no artigo 6 da Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, e comprenderá, así mesmo, a metodoloxía didáctica e as actividades formativas non periódicas que se consideren necesarias, servindo finalmente de punto de partida para a programación de aula que cada docente faga e aplique no módulo que imparta.

Asemade, e de acordo co artigo 13 do Real decreto 596/2007, do 4 de maio, o currículo que se establece neste decreto permitirá que os centros docentes que o impartan, mediante a posta en marcha do seu proxecto educativo, e a través das programacións didácticas de cada un dos módulos que o integran, o desenvolvan e completen, tomando en consideración as características do contexto social e cultural, as necesidades do alumnado, con especial atención ás de quen presente unha discapacidade, e as posibilidades formativas do contorno.



A fase de formación práctica facilitará o desenvolvemento das capacidades sociolaborais que requiran ser completadas e verificadas nun contorno real de traballo, así como aquelas necesarias para completar as competencias profesionais acadadas no centro educativo.

O módulo de proxecto integrado nos ciclos formativos de grao superior ten por obxecto que o alumnado sexa capaz de integrar, aplicar e valorar os coñecementos, destrezas e capacidades específicas do campo profesional da especialidade a través da formulación e realización dun proxecto axeitado ao nivel académico cursado, que evidencie rigor técnico, cultura plástica, expresión artística e sensibilidade estética e posibilidade de realización e viabilidade.

Finalmente, na aplicación deste decreto por parte dos centros docentes terase en conta o establecido no Decreto 229/2011, do 7 de decembro, polo que se regula a atención á diversidade do alumnado dos centros docentes da Comunidade Autónoma de Galicia nos que se imparten as ensinanzas establecidas na Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, así como o disposto nos artigos 9, 14 e 22 do Decreto 79/2010, do 20 de maio, para o plurilingüismo no ensino non universitario de Galicia.

Na súa virtude, por proposta do conselleiro de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria, no exercicio da facultade outorgada polo artigo 34.5 da Lei 1/1983, do 22 de febreiro, reguladora da Xunta e da súa Presidencia, consultado o Consello Escolar de Galicia, co do ditame previodo Consello Galego de Ensinanzas Artísticas Superiores, de acordo co Consello Consultivo, e logo da deliberación do Consello da Xunta de Galicia na súa reunión do día once de xuño de dous mil quince,

DISPOÑO:

CAPÍTULO I

Obxecto

Artigo 1. *Obxecto*

O presente decreto establece o currículo que será de aplicación na Comunidade Autónoma de Galicia para as ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, pertencente



á familia profesional artística de Comunicación Gráfica e Audiovisual, de acordo co establecido na Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, no Real decreto 596/2007, do 4 de maio, polo que se establece a ordenación xeral das ensinanzas profesionais de artes plásticas e deseño, e no Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, polo que se establece o título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, pertencente á familia profesional artística de Comunicación Gráfica e Audiovisual e se aproban as correspondentes ensinanzas mínimas.

CAPÍTULO II

Identificación do título, perfil profesional, contorno profesional e prospectiva do título no sector

Artigo 2. Identificación do título

O título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria identifícase polos seguintes elementos:

Denominación: técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria.

Nivel: grao superior das ensinanzas profesionais de Artes Plásticas e Deseño.

Duración: dúas mil horas.

Familia profesional artística: Comunicación Gráfica e Audiovisual.

Referente europeo: CINE-5b (Clasificación internacional normalizada da educación).

Artigo 3. Perfil profesional do título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria

O perfil profesional do título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria determínase pola súa competencia xeral e polas súas competencias profesionais.



Artigo 4. *Competencia xeral*

A competencia xeral do título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria consiste en:

- a) Propoñer e realizar solucións gráficas para transmitir mensaxes publicitarias por encargo de empresas, institucións ou outros/as profesionais.
- b) Planificar o desenvolvemento do proxecto de imaxe publicitaria desde a identificación do encargo comunicativo, a definición dos aspectos formais e estéticos, funcionais e técnicos, ata a realización do produto gráfico acabado.
- c) Organizar e levar a cabo as diferentes fases do proxecto e os correspondentes controis de calidade que garantan a expresión gráfica óptima da mensaxe.

Artigo 5. *Competencias profesionais*

As competencias profesionais do título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria son as que se relacionan:

- a) Levar a cabo, de maneira autónoma, proxectos gráficos publicitarios co nivel de calidade exixible profesionalmente.
- b) Comunicar eficientemente, mediante recursos gráficos, ideas e mensaxes publicitarias.
- c) Dotar o produto gráfico publicitario dos elementos persuasivos, informativos e/ou identificativos axeitados aos obxectivos do encargo.
- d) Solucionar mediante recursos gráficos e tipográficos os aspectos formais e comunicativos das mensaxes publicitarias.
- e) Planificar e realizar proxectos de gráfica publicitaria en todas as súas fases e levar a cabo os controis de calidade correspondentes para a obtención dun produto gráfico de calidade técnica, artística e comunicativa.



f) Definir os aspectos formais e funcionais da mensaxe publicitaria nun soporte gráfico.

g) Transmitir con precisión a información axeitada para os procesos de reprodución e realizar o seguimento e control de calidade correspondente ata acadar un resultado impreso idóneo.

h) Coñecer e cumprir a normativa que regula a actividade profesional.

Artigo 6. *Contorno profesional*

A persoa que obtén o título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria pode desenvolver a súa actividade como profesional autónomo, asociado ou contratado por conta allea.

A persoa que obtén o título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria realiza, parcial ou totalmente, como profesional especialista o proxecto gráfico de mensaxes publicitarias nas distintas aplicacións de persuasión.

A persoa que obtén o título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria elabora propostas e proxectos de gráfica publicitaria por encargo de empresas, estudos de deseño ou institucións.

A persoa que obtén o título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria pode desenvolver as súas competencias como profesional independente ou como realizador/a dependente realizando graficamente as ideas doutros/as profesionais.

Artigo 7. *Prospectiva do título no sector*

1. A persoa que obtén o título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria pode exercer a súa profesión nos sectores produtivos no ámbito público ou privado, en empresas dedicadas á comunicación publicitaria, axencias, estudos de deseño, empresas e institucións doutros sectores que así o requiran.

2. A persoa que obtén o título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria é un/unha profesional cualificado/a para desenvolver os seguintes postos de traballo e ocupacións:

a) Realización de produtos gráficos publicitarios de empresas e institucións e seguimento e control de calidade na industria gráfica.



b) Realización de aplicacións vinculadas á comunicación gráfica da mensaxe: paneis publicitarios, expositores, carteis, folletos, anuncios, merchandising, etc. e os seus elementos asociados.

c) Realización da preparación de artes finais para a súa correcta impresión, selección de soportes e acabamentos, análise de probas de preimpresión, control de calidade, postproducción.

d) Director/a de arte.

e) Creativo/a.

f) Coordinador/a de realización.

g) Grafista experto/a na selección e uso de recursos tipográficos, caligráficos e rotulación manual para diferentes aplicacións.

h) Colaborador/a gráfico/a en equipos publicitarios multidisciplinares.

CAPÍTULO III

Ensinanzas do ciclo formativo e parámetros básicos

Artigo 8. *Obxectivos xerais do ciclo formativo*

Os obxectivos xerais do ciclo formativo de grao superior correspondentes ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria son os seguintes:

a) Identificar as necesidades comunicativas formuladas nunha proposta audiovisual e utilizar os recursos gráficos máis axeitados.

b) Idear, planificar e realizar produtos de gráfica publicitaria atendendo aos obxectivos comunicativos do proxecto e levando a cabo os controis de calidade correspondentes co fin de optimizar recursos.

c) Resolver axeitadamente os problemas expresivos, formais, funcionais e técnicos que se presenten no proceso de deseño e realización da proposta gráfica.



d) Resolver axeitadamente os problemas de execución, organización, xestión e control do proceso de produción gráfica.

e) Desenvolver método, rigor e capacidade de comunicación para a presentación e defensa dunha idea ou proxecto de gráfica publicitaria.

f) Interpretar a evolución das tendencias estéticas na imaxe publicitaria e valorar os condicionantes simbólicos, culturais e comunicativos que contribúen a configurar a forma idónea da mensaxe.

g) Valorar e integrar na proposta gráfica os elementos informativos, identificativos e persuasivos axeitados aos obxectivos comunicativos do proxecto.

h) Coñecer as especificacións técnicas nos procesos de reprodución e saber xestionalas para garantir a calidade e competitividade do produto gráfico no mercado.

i) Escoller e producir as fontes e documentación necesaria para xestionar a realización do proxecto de gráfica publicitaria.

j) Realizar produtos gráficos publicitarios co nivel de calidade comunicacional, técnica e artística exixible no sector profesional.

k) Adaptarse en condicións de competitividade aos cambios tecnolóxicos e organizativos do sector.

l) Buscar, escoller e utilizar fontes de información e formación continua relacionadas co exercicio profesional.

m) Comprender e aplicar o marco legal e normativo que regula e condiciona a actividade profesional.

n) Valorar e aplicar os principios da ética profesional no desenvolvemento da actividade profesional, a súa xestión e administración.

ñ) Acadar método e rigor na presentación e defensa dunha idea ou dun proxecto ante o/a cliente e/ou equipo de traballo.



o) Iniciarse na busca de información e de procesos creativos relacionados coa comunicación e atender á creatividade gráfica e comunicativa.

p) Valorar o traballo como oportunidade de busca e experimentación con formas, soportes e materiais, de creatividade, comunicación e expresión artística persoal.

Artigo 9. *Obxectivos básicos, contidos e criterios de avaliación dos módulos formativos*

Os obxectivos básicos, contidos e criterios de avaliación dos módulos formativos son os establecidos no anexo I.

1. Os obxectivos básicos defínense como a capacidade do alumnado para levar a cabo, con eficiencia e eficacia, as tarefas profesionais definidas nos obxectivos xerais do ciclo.

2. Os contidos, expresados en relación con cada un dos módulos que integran o currículo, constitúen o enunciado da área de coñecemento que lle é propia, e que serán suficientemente desenvolvidos e delimitados na súa extensión e nivel polo equipo docente do ciclo formativo.

3. Os criterios de avaliación definen aspectos da actividade do alumnado e aspectos dos resultados prácticos desta que permiten, en relación coas capacidades terminais de cada módulo, valorar segundo unha escala o grao de consecución das ditas capacidades e competencias.

Artigo 10. *Espazos, equipamento, instalacións e condicións materiais*

1. Os requisitos de espazos, equipamento, instalacións e condicións materiais que deben reunir os centros de ensino que impartan o ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria da Comunidade Autónoma de Galicia son os que se determinan nos artigos 3 e 12 do Real decreto 303/2010, do 15 de marzo.

2. De conformidade co Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, os espazos disporán da superficie necesaria e suficiente para desenvolver as actividades de ensino dos módu-



los profesionais que se imparten en cada un dos espazos. Ademais, deberán cumprir as seguintes condicións:

a) A superficie establecerase en función do número de persoas que ocupen o espazo formativo e deberá permitir o desenvolvemento das actividades de ensino coa ergonomía e a mobilidade requiridas dentro deste.

b) Deberán cubrir a necesidade espacial de mobiliario, equipamento e instrumentos auxiliares de traballo.

c) Deberán respectar os espazos ou superficies de seguridade que exixan as máquinas e equipamentos en funcionamento.

d) Respetarán a normativa sobre prevención de riscos laborais, a normativa sobre seguridade e saúde no posto de traballo e cantas outras normas sexan de aplicación.

3. De conformidade co Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, os equipamentos que se inclúen en cada espazo serán os necesarios e suficientes para garantir a calidade do ensino. Ademais, deberán cumprir as seguintes condicións:

a) O equipamento (equipamentos, máquinas e outros) disporá da instalación necesaria para o seu correcto funcionamento, cumprirá coas normas de seguridade e prevención de riscos e con cantas outras sexan de aplicación.

b) A cantidade e as características do equipamento deberán estar en función do número de alumnos/as e permitir a adquisición dos resultados de aprendizaxe, tendo en conta os criterios de avaliación e os contidos que se inclúen en cada un dos módulos profesionais que se impartan nos referidos espazos.

Artigo 11. *Competencia docente*

As competencias docentes do persoal funcionario pertencente aos corpos de profesoras/as de artes plásticas e deseño para a impartición dos módulos correspondentes ás ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria son as determinadas no anexo II.



CAPÍTULO IV

Acceso ao ciclo formativo, acceso a outros estudos, exencións e validacións

Artigo 12. *Requisitos de acceso ao ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria*

1. Conforme o artigo 52.2 da Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, e o artigo 14.2 e a disposición adicional cuarta do Real decreto 596/2007, do 4 de maio, para acceder ao ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria será necesario estar en posesión do título de bacharel ou título declarado equivalente para os efectos de acceso.

2. Así mesmo, para acceder ao ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, ademais dos requisitos académicos recollidos no punto anterior, deberase superar unha proba específica que permita demostrar as aptitudes e coñecementos artísticos necesarios para cursar con aproveitamento estas ensinanzas. A consellería competente en materia de educación convocará, polo menos unha vez ao ano, a dita proba específica.

Artigo 13. *Exencións da proba específica de acceso ao ciclo formativo*

1. Estarán exentos/as de realizar a proba específica de acceso ao ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria a que se refire o artigo anterior, os/as que estean en posesión de:

a) Calquera título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño da familia profesional artística de Comunicación Gráfica e Audiovisual, ou título declarado equivalente.

b) Título de bacharel, na modalidade de artes, ou de bacharelato artístico experimental.

c) Título superior de Artes Plásticas e título superior de Deseño nas súas diferentes especialidades, ou títulos declarados equivalentes.

d) Título superior de Conservación e Restauración de Bens Culturais, nas súas diferentes especialidades.



- e) Licenciatura en Belas Artes.
- f) Arquitectura.
- g) Enxeñería técnica en Deseño Industrial.

2. Quen, estando en posesión do título de bacharel ou título declarado equivalente, acredite ter una experiencia laboral de polo menos un ano en tarefas directamente relacionadas coas competencias profesionais do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, tamén estará exento de realizar a proba específica de acceso, para o cal debe achegar a certificación da empresa en que teña adquirido a experiencia laboral en que conste especificamente a duración do contrato, a actividade desenvolvida e o período de tempo en que se realizou a dita actividade. No caso de traballadores/as por conta propia, deberá achegarse certificación de alta no censo de obrigados/as tributarios/as. O órgano competente para resolver sobre as solicitudes de exención da proba específica de acceso ao ciclo formativo será a comisión avaliadora da dita proba.

Artigo 14. Acceso ao ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria para quen non reúna os requisitos académicos

1. Conforme o artigo 52.3 da Lei orgánica 2/2006, do 3 de maio, de educación, poderá acceder ao grao superior das ensinanzas profesionais de Artes Plásticas e Deseño sen estar en posesión dos requisitos académicos de acceso establecidos no artigo 12.1 deste decreto quen acredite, mediante a superación dunha proba de acceso, posuír a madurez en relación cos obxectivos do bacharelato, ademais das aptitudes e dos coñecementos artísticos necesarios aos que se refire o artigo 12.2, e teña como mínimo 19 anos feitos no ano de realización da proba, ou 18 anos se se acredita estar en posesión dun título de técnico relacionado con aquel ao cal se desexa acceder.

2. Esta proba de acceso constará de dúas partes:

a) Parte xeral: versará sobre os coñecementos e capacidades básicas das materias comúns do bacharelato.



b) Parte específica: a proba permitirá valorar as aptitudes e coñecementos artísticos necesarios para cursar con aproveitamento as ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria.

3. Quedará exento/a da realización da parte xeral da proba de acceso sinalada no artigo 14.2 quen teña superada a proba de acceso á universidade para maiores de 25 anos. Así mesmo, quedará exento/a da realización da parte específica da proba de acceso sinalada no punto anterior quen acredite ter unha experiencia laboral de polo menos un ano, relacionada directamente coas competencias profesionais do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria. Para iso deberá achegar a documentación sinalada no artigo 13.2.

Artigo 15. *Regulamentación e validez das probas de acceso*

1. A estrutura, contidos, criterios de avaliación e organización das probas de acceso a que se refiren os artigos 12 e 14 serán determinados pola consellería competente en materia de educación, facilitando o acceso ao alumnado con discapacidade que o requira.

2. As cualificacións das probas de acceso expresaranse en termos numéricos, segundo unha escala de cero a dez, con dous decimais, sendo preciso acadar unha cualificación igual ou superior a cinco para a súa superación.

3. As probas de acceso ao ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria terán validez en todo o territorio nacional, e a súa superación dará dereito a matricularse, conforme a normativa en vigor, no ciclo formativo correspondente, sen prexuízo da dispoñibilidade de prazas nos diferentes centros.

4. A superación da parte xeral da proba de acceso regulada no artigo 14.2 terá validez para posteriores convocatorias.

Artigo 16. *Reserva de prazas*

A consellería competente en materia de educación poderá establecer, no ámbito das súas competencias, unha porcentaxe de prazas de reserva para acceder ás ensinanzas



profesionais de artes plásticas e deseño nos supostos recollidos nos artigos 15 e 16 do Real decreto 596/2007, do 4 de maio.

Artigo 17. *Efectos do título e acceso a outros estudos*

1. A superación da totalidade dos módulos que integran o ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria dará dereito á obtención do título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria.

2. O título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria ten carácter oficial e validez académica e profesional en todo o territorio nacional. Acredita o nivel de formación, as competencias profesionais que contén e produce os efectos establecidos na lexislación vixente, sen que iso constituía regulación do exercicio profesional.

3. O título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria dará dereito ao acceso directo aos estudos superiores de Deseño, aos estudos superiores de Artes Plásticas e ás ensinanzas de Conservación e Restauración de Bens Culturais.

4. O título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria dará dereito ao acceso a calquera outro ciclo formativo de grao medio ou superior, coa exención da proba específica de acceso, para aqueles casos previstos no artigo 15 do Real decreto 596/2007, do 4 de maio.

5. O título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño permitirá o acceso ao bacharelato, de acordo co disposto no artigo 22.3 do Real decreto 596/2007, do 4 de maio.

6. O título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño dará dereito ao acceso directo aos estudos universitarios que se determinen, de acordo coa normativa en vigor sobre procedementos de ingreso na universidade, e tendo en conta a súa relación coas ensinanzas correspondentes, de acordo co establecido no artigo 22.5 do Real decreto 596/2007, do 4 de maio.

7. O título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria permitirá o acceso aos estudos universitarios de conformidade co establecido no Real decreto 1892/2008, do 14 de novembro.



8. De conformidade co disposto no artigo 6.5 do Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, asígnanse 120 créditos ECTS á totalidade do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, distribuídos entre os módulos profesionais correspondentes.

Artigo 18. *Validacións, recoñecementos e exencións*

1. Validacións:

a) A relación de módulos que se validan entre ciclos formativos da familia artística profesional de Comunicación Gráfica e Audiovisual e o ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, de conformidade co establecido no Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, é a establecida no anexo III, segundo o procedemento en vigor.

b) A relación de módulos que se validan entre ciclos formativos da familia profesional de Deseño Gráfico regulados no Real decreto 1456/1995, do 1 de setembro, e os do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria regulado neste decreto, de conformidade co Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, é a establecida no anexo IV, segundo o procedemento en vigor.

c) O módulo de formación e orientación laboral será obxecto de validación sempre que se superase nun ciclo de artes plásticas e deseño.

d) O procedemento e os requisitos para o recoñecemento das ditas validacións serán os establecidos na normativa vixente.

2. Recoñecementos:

a) Os módulos das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria regulado neste decreto, que se recoñecerán para os efectos da incorporación do alumnado a este, por



módulos do ciclo formativo de grao superior en Gráfica Publicitaria superados en plans de estudos establecidos ao abeiro do Real decreto 1456/1995, do 1 de setembro, de acordo co establecido no Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, son os establecidos no anexo VI.

b) Ao abeiro da disposición transitoria segunda do Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, a relación de módulos do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria regulado neste decreto que se considerarán superados mediante adaptación curricular, por módulos superados segundo o currículo establecido polo Real decreto 340/1998, do 6 de marzo, ou polo Decreto 89/2002, do 14 de febreiro, é a establecida no anexo VII.

c) O procedemento e os requisitos para o recoñecemento dos citados módulos serán os establecidos na normativa vixente.

3. Exencións:

a) Os módulos integrados no ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria regulado neste decreto, que serán obxecto de exención pola súa correspondencia coa práctica laboral, de acordo co artigo 24 do Real decreto 596/2007, do 4 de maio, e co Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, son os establecidos no anexo V.

b) Con carácter xeral, determinarase a exención total ou parcial da fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres, sempre que se acredite unha experiencia laboral de, polo menos, un ano nun campo profesional directamente relacionado co do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria regulado neste decreto.

c) A consellería competente en materia de educación regulará o procedemento para o recoñecemento das exencións. En calquera caso, para a acreditación da experiencia laboral deberá presentarse a documentación que se indica no artigo 13.2. Os módulos e a fase de formación práctica que fosen obxecto de exención pola súa correspondencia coa práctica laboral figurarán no expediente académico do/a alumno/a coa expresión de «Exento/a».



4. En ningún caso será obxecto de validación, recoñecemento ou exención o módulo de proxecto integrado, ao ter por obxecto a integración dos coñecementos, destrezas e capacidades específicas do campo profesional da especialidade de gráfica publicitaria a través da realización dunha obra ou proxecto axeitado ao nivel académico cursado.

CAPÍTULO V Ordenación académica e docencia

Artigo 19. *Ordenación dos módulos*

1. As ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria estrutúranse en cursos académicos e organízanse en módulos formativos de duración variable impartidos no centro educativo máis a fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres.

2. Nos módulos de formación do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria impartidos nos centros manterase unha relación numérica máxima de profesorado/alumnado de 1/30 para as clases teóricas e teórico-prácticas e de 1/15 nas clases prácticas e talleres. Para o módulo de proxecto integrado, contarase coa titoría individualizada do profesorado que imparta docencia no ciclo formativo.

Artigo 20. *Desenvolvemento curricular*

1. Os centros que impartan o ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria desenvolverán e completarán o currículo establecido neste decreto mediante a posta en práctica do seu proxecto educativo e a implementación de programacións didácticas que tomen en consideración as características do contorno social e cultural, a integración transversal da perspectiva de xénero, as necesidades do alumnado, con especial atención ás de quen presente unha discapacidade, e as posibilidades formativas do contorno.

2. O proxecto educativo do centro incluírá, asemade, a distribución das capacidades terminais, os contidos e criterios de avaliación de cada módulo e a súa programación de aula.

3. Os/as profesores/as desenvolverán a programación de aula de acordo co currículo do ciclo e co proxecto educativo do centro docente, tendo en conta que a metodoloxía



didáctica das ensinanzas profesionais de artes plásticas e deseño integrará os aspectos artísticos, científicos, técnicos, tecnolóxicos e organizativos propios deste ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, co fin de que o alumnado acade unha visión global dos procesos e procedementos propios da gráfica publicitaria.

4. Os proxectos educativos dos centros completarán e desenvolverán os elementos necesarios para garantir que o alumnado do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria acade e desenvolva as competencias incluídas no currículo en «deseño para todas as persoas».

CAPÍTULO VI

Avaliación e mobilidade do alumnado

Artigo 21. *Avaliación do alumnado*

1. A avaliación das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria será continua e terá en conta o progreso e a madureza académica do alumnado en relación cos obxectivos xerais e as competencias profesionais propias do ciclo formativo.

2. A avaliación levarase a cabo de maneira diferenciada para cada módulo, tomando como referencia os obxectivos de cada un deles, expresados en termos de competencias, capacidades e habilidades, e os seus respectivos criterios de avaliación establecidos neste decreto, completados e organizados polos correspondentes equipos docentes e programados polos/as docentes que os imparten. En calquera caso, a aplicación do proceso de avaliación continua do alumnado requirirá da súa asistencia regular ás clases e actividades lectivas programadas.

3. Os resultados da avaliación final de cada módulo expresaranse en termos de cualificación de acordo cunha escala numérica de cero a dez. Consideraranse positivas as cualificacións iguais ou superiores a cinco e negativas as restantes.

4. Na avaliación da fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres, colaborará o/a responsable da formación de alumnado designado/a polo centro de traballo durante a estadía do/a alumno/a nela. Os resultados desta avaliación expresaranse en ter-



mos de «apto-a/non apto-a». Para a superación da fase de formación práctica en estudos, empresas e talleres, o alumnado disporá de dúas convocatorias.

5. O número máximo de convocatorias para a superación de cada módulo será de catro. A consellería competente en materia de educación establecerá o procedemento para a solicitude e concesión dunha convocatoria extraordinaria por motivos de enfermidade, discapacidade ou outros que impidan o normal desenvolvemento dos estudos.

6. A consellería competente en materia de educación establecerá as condicións para a anulación da matrícula e para a renuncia á convocatoria de todos ou algúns dos módulos que integran o ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, incluída a fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres. A renuncia á convocatoria reflectirase nos documentos de avaliación coa expresión «renuncia».

7. A consellería competente en materia de educación establecerá os requisitos para a promoción de curso, e será precisa, en calquera caso, a avaliación positiva en módulos cuxa carga lectiva sume, polo menos, o 75 por 100 do primeiro curso.

8. A fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres realizarase durante o segundo curso do ciclo formativo. Para a cualificación desta fase será necesaria a cualificación positiva do alumnado en todos os módulos que integran o ciclo formativo, agás o de proxecto integrado, e será cualificada na convocatoria final correspondente ao segundo curso do ciclo formativo.

9. A superación do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria requirirá a avaliación positiva en todos os módulos que o integran e, así mesmo, a cualificación de «apto/a» na fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres.

10. A cualificación media final do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria obterase unha vez superados os módulos impartidos no centro educativo e a fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres, e consistirá na media aritmética das cualificacións medias ponderadas dos distintos módulos que o compoñen, expresada con dous decimais. A



cualificación media ponderada de cada módulo obterase multiplicando o número de créditos que lle corresponde ao módulo pola cualificación final obtida nel, e dividindo o resultado entre o número total de créditos cursados.

11. Para os efectos do cálculo da cualificación media final do ciclo, non será computada a fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres, nin aqueles módulos que fosen obxecto de validación e/ou exención por correspondencia coa práctica laboral.

Artigo 22. *Mobilidade do alumnado*

1. Cando un/unha alumno/a obteña praza nun centro da Comunidade Autónoma de Galicia co fin de continuar os seus estudos no ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria regulado neste decreto, e iniciados nun centro dependente doutra Administración educativa, o centro de destino solicitará ao centro de orixe o expediente académico do/a alumno/a. Recibido o expediente, a Administración educativa receptora procederá á correspondente adaptación dos módulos superados, co fin de que o/a alumno/a se incorpore aos módulos e curso que lle corresponda. Para estes efectos, os módulos superados na súa totalidade e que segundo o criterio de dita Administración educativa sexan similares en contidos e carga lectiva aos establecidos neste decreto, serán recoñecidos de xeito automático como adaptados e, para outros casos, poderase prever a superación dos complementos de formación que se consideren convenientes.

2. Os módulos adaptados figurarán no expediente do/a alumno/a coa expresión «adaptado». Cando sexa preciso facer unha ponderación das cualificacións, os módulos que figuren como «adaptados» computaranse coa cualificación do centro de orixe.

Artigo 23. *Documentación da avaliación e mobilidade do alumnado*

1. Os documentos básicos de avaliación deste ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria son:

a) O expediente académico persoal, que se acredita coa certificación académica persoal.



b) As actas de avaliación.

c) Os informes individualizados de avaliación.

2. Toda a información relativa ao proceso de avaliación do alumnado recollerase, de xeito sintético, no expediente académico do/a alumno/a. No devandito expediente figurarán a identificación do centro e datos persoais do/a alumno/a, a modalidade de acceso ao ciclo, número e data da matrícula, os resultados da avaliación e, de ser o caso, as medidas de adaptación curricular e a cualificación media final do ciclo.

3. Os documentos básicos de avaliación farán constar en lugar preferente a presente norma que desenvolve o currículo do título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria no ámbito da Comunidade Autónoma galega.

4. Co obxecto de garantir a mobilidade académica e territorial do alumnado, terán a consideración de documentos básicos de mobilidade, a certificación académica persoal, obtida do expediente académico, e o informe de avaliación individualizado.

5. A certificación académica persoal ten valor acreditativo dos estudos realizados polo/a alumno/a, e constitúe o documento oficial básico que recolle a referencia normativa do plan de estudos, o curso académico, as cualificacións obtidas con expresión da convocatoria (ordinaria ou extraordinaria), os módulos que fosen obxecto de validación e/ou correspondencia coa práctica laboral e, se for o seu caso, as anulacións de matrícula e/ou renuncia ás convocatorias.

6. Cando o/a alumno/a se traslade de centro, consignarase nun informe de avaliación individualizado toda aquela información necesaria para a continuidade do proceso de aprendizaxe.

7. A consellería competente en materia de educación establecerá o modelo de expediente académico do alumnado, os modelos de acta de avaliación e os modelos de informe individualizado de avaliación, e propiciará o seu tratamento informático, no ámbito da súa competencia e de xestión.



Disposición adicional primeira. *Accesibilidade universal nas ensinanzas deste título*

1. A consellería competente en materia de educación establecerá as medidas oportunas que garantan o cumprimento do establecido no Real decreto legislativo 1/2013, do 29 de novembro, polo que se aproba o texto refundido da Lei xeral de dereitos das persoas con discapacidade e da súa inclusión social, co fin de facilitar ao alumnado os medios e recursos que se precisen para acceder e cursar as ensinanzas deste ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria.

2. As programacións didácticas que desenvolvan o currículo establecido neste decreto deberán ter en conta o principio de «deseño para todas as persoas», incorporando ás ditas programacións as unidades didácticas que correspondan coa finalidade de que o alumnado acadese a sensibilidade e as competencias relacionadas con este concepto e as aplique ao longo da súa aprendizaxe e o seu labor profesional.

3. As programacións didácticas que desenvolvan o currículo establecido neste decreto recollerán as medidas necesarias coa finalidade de que o alumnado con discapacidade poida acadar a competencia xeral do título, expresada a través das competencias profesionais, así como os resultados da aprendizaxe de cada un dos módulos.

Disposición adicional segunda. *Cursos de especialización*

Coa finalidade de promover a formación ao longo da vida, os centros que impartan o ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria poderán organizar e desenvolver cursos de especialización vinculados ás ensinanzas deste, que deberán ser obxecto dunha certificación acreditativa da formación adquirida na cal se indique a superación do curso, o número de horas de duración e a súa equivalencia en créditos ECTS. A dita certificación poderá ter, de ser o caso, valor acreditativo no Sistema nacional de cualificacións e formación profesional que corresponda.

Os cursos de formación anteditos serán autorizados pola consellería competente en materia de educación, que establecerá, así mesmo, as condicións e procedemento para a súa autorización.



Disposición adicional terceira. *Autorización a centros privados para a impartición das ensinanzas reguladas neste decreto*

A autorización a centros privados para a impartición das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria exixirá que desde o inicio do curso escolar se cumpran os requisitos de profesorado, espazos, instalacións, equipamentos e condicións materiais regulados nel.

Disposición adicional cuarta. *Formación do profesorado*

A consellería competente en materia de educación establecerá medidas de apoio ao profesorado, especialmente na formación permanente e na investigación e innovación, para contribuír ao mellor desenvolvemento e aplicación do novo currículo do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria.

Disposición adicional quinta. *Competencia docente*

Ao abeiro do establecido na disposición transitoria primeira do Real decreto 303/2010, do 15 de marzo, e no artigo 3 e anexo II do Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro, a competencia docente dos/as profesores/as de artes plásticas e deseño para impartir os módulos que integran este ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria será a que se indica no anexo II.

Disposición derogatoria única. *Derrogación normativa*

1. Queda derogado o Decreto 89/2002, do 14 de febreiro, polo que se establece o currículo do ciclo formativo de grao superior de Artes Plásticas e Deseño de Gráfica Publicitaria, correspondente á familia profesional de Deseño Gráfico, así como o acceso ao dito ciclo formativo.

2. Quedan derogadas cantas disposicións de igual ou inferior rango se opoñan ao disposto neste decreto.



Disposición transitoria única. *Implantación das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria*

A consellería competente en materia de educación determinará o calendario e condicións para a ordenada extinción do plan de estudos correspondente, garantindo a obtención dos títulos das ensinanzas que se extinguen, nas condicións que oportunamente se establezan, conforme o disposto na disposición transitoria segunda do Real decreto 1431/2012, do 11 de outubro.

Disposición derradeira primeira. *Desenvolvemento normativo*

Autorízase a persoa titular da consellería competente en materia de educación para ditar as disposicións necesarias para o desenvolvemento deste decreto no relativo á organización e materias propias do seu departamento.

Disposición derradeira segunda. *Entrada en vigor*

O presente decreto entrará en vigor o día seguinte ao da súa publicación no *Diario Oficial de Galicia*.

Santiago de Compostela, once de xuño de dous mil quince

Alberto Núñez Feijóo
Presidente

Román Rodríguez González
Conselleiro de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria

ANEXO I

1. Distribución horaria das ensinanzas.

Estrutura xeral	Horas totais por curso	Créditos ECTS asociados
Módulos impartidos no centro docente	1.850	114
Fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres	150	6
Total horas de ensino:	2.000	120



2. Formación no centro docente.

2.1. Módulos correspondentes ás ensinanzas impartidas no centro docente.*

Módulos	Ratio profesorado/ alumnado	Horas totais por curso		Créditos ECTS asociados	
		1º curso	2º curso	1º curso	2º curso
1. Fundamentos da representación e a expresión visual	1/30	144	----	8	----
2. Teoría da imaxe	1/30	72	----	4	----
3. Medios informáticos	1/15	144	----	8	----
4. Historia da imaxe publicitaria	1/30	72	----	4	----
5. Tipografía	1/30	216	----	12	----
6. Fundamentos do deseño gráfico	1/30	144	----	8	----
7. Linguaxe e tecnoloxía audiovisual	1/15	144	----	8	----
8. Proxectos de gráfica publicitaria I	1/15	144	----	8	----
9. Fotografía	1/15	----	144	----	8
10. Teoría da publicidade e o <i>marketing</i>	1/30	----	108	----	4
11. Proxectos de gráfica publicitaria II	1/15	----	252	----	12
12. Linguaxe e tecnoloxía audiovisual II	1/15	----	144	----	8
13. Proxecto integrado	1/1	----	50	----	18
14. Formación e orientación laboral	1/30	----	72	----	4
Totais:		1.080	770	60	54
Total créditos ECTS:				114	

* Para os efectos do cómputo horario considéranse 36 semanas para cada un dos dous cursos que dura o ciclo formativo.

* Ratio profesorado/alumnado: está referido ás clases teóricas e teórico-prácticas, e ás clases prácticas e talleres.

2.2. Obxectivos, contidos e criterios de avaliación dos módulos.

1. Fundamentos da representación e a expresión visual

Obxectivos:

1º. Analizar os elementos que configuran a representación do espazo nun soporte bidimensional e as interrelacións que se establecen entre eles.



2º. Utilizar axeitadamente os elementos e as técnicas propias da linguaxe plástica e visual na representación gráfica de imaxes.

3º. Adecuar a representación gráfica aos obxectivos comunicacionais da mensaxe.

4º. Comprender os fundamentos e a teoría da cor, a súa importancia nos procesos de creación artístico-plástica e utilízalos de maneira creativa na representación gráfica de mensaxes.

5º. Analizar a cor e os demais elementos da linguaxe plástica e visual presentes en diferentes imaxes bidimensionais e tridimensionais.

6º. Exercitar a capacidade de invención e ideación, e desenvolver a sensibilidade estética e creativa.

Contidos:

1º. Configuración do espazo bidimensional. Elementos formais, expresivos e simbólicos da linguaxe plástica e visual.

2º. Forma e estrutura. Elementos proporcionais.

3º. Forma e composición na expresión bidimensional.

4º. Fundamentos e teoría da luz e da cor.

5º. Valores expresivos e simbólicos da cor.

6º. Interacción da cor na representación creativa.

7º. Instrumentos, técnicas e materiais.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Representar imaxes de acordo coas técnicas e cos procedementos expresivos máis axeitados.



2º. Analizar, estruturar e representar o espazo compositivo dunha imaxe a partir dunha formulación previa.

3º. Utilizar axeitadamente a metodoloxía e os diferentes materiais e técnicas do debuxo na representación gráfica de formas da realidade ou da propia inventiva.

4º. Explorar con iniciativa e sensibilidade as posibilidades expresivas do debuxo, da cor e a composición e utilízalas de maneira creativa na realización de imaxes.

5º. Utilizar a cor con intencionalidade significativa e estética na representación gráfica de ideas e mensaxes.

6º. Valorar argumentadamente os aspectos formais, estéticos e simbólicos nunha representación visual determinada.

2. Teoría da imaxe

Obxectivos:

1º. Identificar, valorar e interpretar imaxes aplicando diferentes modelos de análise.

2º. Coñecer os principios teóricos da percepción visual.

3º. Interpretar os códigos significativos da imaxe.

4º. Identificar e valorar a función expresiva da imaxe no seu contexto.

5º. Identificar e analizar as estratexias de comunicación na imaxe.

6º. Coñecer os diferentes ámbitos e contornos de produción da imaxe fixa e en movemento.

Contidos:

1º. A representación e os elementos morfolóxicos, dinámicos e medibles da imaxe.



2º. Identificación, análise e valoración da imaxe.

3º. Sintaxe visual.

4º. A visualización da realidade. Teorías perceptivas.

5º. O signo: expresión e contido. Denotación e connotación.

6º. Tipos de signos. Propiedades e convencións. Os signos e os seus valores significativos.

7º. A comunicación visual. O proceso comunicativo.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Identificar os elementos morfolóxicos e sintácticos de imaxes dadas.

2º. Analizar imaxes de acordo cos contidos expresivos da linguaxe visual utilizada e o seu significado.

3º. Elaborar propostas de representación gráfica para os conceptos e principios fundamentais da percepción visual.

4º. Propoñer solucións gráficas axeitadas a problemas de comunicación e valoralas argumentadamente.

5º. Elaborar estratexias de comunicación visual para a transmisión de ideas e mensaxes propias ou asignadas e explicalas argumentadamente.

3. Medios informáticos

Obxectivos:

1º. Analizar a evolución dos medios informáticos na sociedade actual e a presenza das novas tecnoloxías na realización e edición da imaxe animada.



2º. Coñecer os fundamentos informáticos, a relación hardware e software e comprender as súas características e funcións.

3º. Comprender e aplicar os conceptos fundamentais da imaxe dixital vectorial e a imaxe *bitmap*, o tratamento da tipografía dixital, sistemas de cor e formatos axeitados a cada necesidade.

4º. Dixitalizar imaxes, almacenalas e convertelas a formatos axeitados.

5º. Coñecer e utilizar as aplicacións dos programas informáticos específicos de deseño.

6º. Utilizar os medios informáticos como instrumentos de ideación, xestión e comunicación do propio traballo.

Contidos:

1º. Evolución da informática e a internet. A sociedade da información. *Software* libre.

2º. Sistemas operativos. Ordenador, periféricos e redes, cloud computing.

3º. Sistemas de cores, dixitalización, vectorización, OCR. Tipografía dixital.

4º. Comunicación entre diferentes contornos. Importación e exportación de arquivos.

5º. A imaxe vectorial. *Software* de creación. A área de traballo. Ferramentas de debuxo.

6º. Organización de obxectos: capas, agrupamentos, máscaras e estilos.

7º. A imaxe *bitmap*. *Software* de creación, tratamento e xestión de imaxes *bitmap* e tipografía dixital. Ferramentas de debuxo.

8º. Fotografía dixital. Preparación de ficheiros para distribución e saída.

9º. Tipos de arquivos para distribución e saída. Organización da información.



Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Valorar argumentadamente a evolución tecnolóxica e a importancia das novas tecnoloxías nos procesos produtivos, industriais e artísticos e especificamente no exercicio profesional do deseño gráfico nos seus distintos ámbitos.

2º. Identificar os compoñentes físicos e lóxicos dun sistema informático.

3º. Comprender e utilizar axeitadamente os diversos tipos de formatos gráficos para aplicacións gráficas e multimedia e as diferentes posibilidades de organizar a información.

4º. Preparar os formatos, resolución e tamaño para traballar en aplicacións gráficas e multimedia.

5º. Diferenciar os formatos de imaxe dixital vectorial e *bitmap* e comprender as súas características fundamentais.

6º. Empregar con destreza as ferramentas da ilustración vectorial e *bitmap*.

7º. Escoller e utilizar axeitadamente os materiais e equipamentos informáticos no desenvolvemento do propio traballo tanto no proceso creativo e proxectual como no de comunicación.

4. Historia da imaxe publicitaria

Obxectivos:

1º. Comprender a linguaxe e as particularidades da imaxe gráfica e audiovisual en relación co fenómeno publicitario.

2º. Coñecer as diversas manifestacións da comunicación gráfica e audiovisual publicitarias e a súa evolución en relación cos conceptos estéticos do contexto histórico-artístico.

3º. Asimilar a evolución histórica, formal e tecnolóxica dos medios gráficos e da imaxe audiovisual publicitaria e coñecer os principais centros de produción, autores/as e obras.



4º. Analizar e valorar os produtos publicitarios gráficos e audiovisuais na súa dimensión técnica, tecnolóxica, artística, comunicativa e expresiva.

5º. Demostrar interese e sensibilidade sobre os produtos publicitarios gráficos e audiovisuais actuais.

Contidos:

1º. O fenómeno publicitario e a súa relación coa imaxe. Os medios de comunicación e a publicidade. A imaxe gráfica, a fotografía e os medios audiovisuais en relación coa publicidade. Linguaxes e características de cada medio.

2º. O signo, a comunicación e a linguaxe. A imaxe persuasiva. Percorrido pola evolución histórica, técnica e estética da imaxe gráfica publicitaria. Obras, tendencias e autores/as máis relevantes da publicidade impresa.

3º. A imaxe audiovisual e a mensaxe publicitaria. Percorrido pola evolución histórica e técnica. Obras e tendencias máis relevantes da publicidade audiovisual e multimedia.

4º. Imaxe publicitaria e movementos artísticos. O deseño gráfico publicitario.

5º. A imaxe publicitaria na actualidade. Realizacións e tendencias.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Analizar e interpretar formal, estilística e tecnicamente as imaxes publicitarias gráficas e audiovisuais en relación co contexto histórico-artístico en que se producen.

2º. Identificar as imaxes publicitarias máis relevantes así como o valor das achegas e innovacións dos/as autores/as máis destacados/as.

3º. Explicar razoadamente a evolución técnica dos sistemas de reprodución gráfica e as súas repercusións formais en relación co contexto histórico e cultural, utilizando axeitadamente a terminoloxía específica.



4º. Explicar razoadamente a evolución tecnolóxica e as súas consecuencias formais en relación co contexto histórico e cultural, utilizando axeitadamente a terminoloxía específica.

5º. Demostrar interese e sensibilidade cara á evolución dos produtos publicitarios ao longo da súa historia.

5. Tipografía

Obxectivos:

1º. Valorar a dimensión comunicativa da tipografía como imaxe da palabra e a transmisión de ideas.

2º. Estudar os elementos formais do signo tipográfico.

3º. Analizar os condicionantes formais dun alfabeto. O signo e o abecedario.

4º. Identificar e comprender a disposición dos caracteres tipográficos. A palabra e o texto.

5º. Elaborar representacións gráficas utilizando material tipográfico.

6º. Valorar a dimensión estética, técnica, semántica e funcional da tipografía e a composición.

7º. Explorar as posibilidades creativas dos elementos tipográficos, caracteres, palabras, textos e composición para realizar propostas comunicativas eficientes.

Contidos:

1º. A evolución gráfica da comunicación.

2º. A forma de cada carácter. Anatomía dos signos tipográficos. Estrutura.

3º. A unidade e o todo. O carácter e o abecedario tipográfico. As familias de caracteres tipográficos.



- 4º. Tipometría tipográfica e o seu contorno tecnolóxico.
- 5º. Condicións de lexibilidade e ergonómia.
- 6º. Conceptos de composición tipográfica.
- 7º. Disposición e estética tipográfica.
- 8º. Maquetación.
- 9º. A tipografía no ámbito publicitario.
- 10º. Aspectos técnicos, estéticos, semánticos e funcionais da tipografía.
- 11º. O valor comunicativo e expresivo da mensaxe tipográfica e as posibilidades persuasivas dos signos visuais.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

- 1º. Analizar e describir os elementos formais dos caracteres e as súas implicacións como imaxes visuais.
- 2º. Explorar cun obxectivo comunicativo diferentes construcións gráficas da imaxe dos caracteres.
- 3º. Propoñer representacións gráficas eficientes e axeitadas á mensaxe mediante diversas combinacións dos elementos tipográficos.
- 4º. Definir propostas tipográficas axeitadas a supostos prácticos da especialidade utilizando criterios formais, estéticos e funcionais.
- 5º. Valorar criticamente a coherencia argumentativa da mensaxe gráfica e dos recursos tipográficos que a representen, en función aos coñecementos do módulo e ao propio criterio.



6. Fundamentos do deseño gráfico

Obxectivos:

- 1º. Diferenciar os ámbitos, particularidades e principais aplicacións do deseño gráfico.
- 2º. Identificar e analizar os recursos comunicativos e expresivos do deseño gráfico nos seus diferentes ámbitos.
- 3º. Explorar as posibilidades comunicativas dos recursos do deseño gráfico na transmisión eficaz de ideas e mensaxes publicitarias.
- 4º. Saber utilizar os elementos propios da linguaxe gráfica para comunicar mensaxes e ideas.
- 5º. Analizar as características formais e funcionais da composición, a tipografía, a cor e a imaxe na mensaxe publicitaria.
- 6º. Saber estruturar o soporte e ordenar os elementos que participan no discurso gráfico atendendo aos obxectivos comunicacionais do encargo.
- 7º. Explorar as particularidades do soporte en relación coas posibilidades expresivas dos elementos gráficos da mensaxe e a súa visualización.
- 8º. Valorar argumentadamente produtos publicitarios en función das características formais, técnicas e comunicativas.

Contidos:

- 1º. Arte, deseño e comunicación. O deseño gráfico, ámbitos, aplicacións e as súas particularidades. Métodos de deseño.
- 2º. A comunicación e a linguaxe visual. Semiótica. Os signos gráficos, a tipografía, a cor, a composición e a imaxe. Valor expresivo e comunicativo. Procedementos retóricos.
- 3º. Estrutura do espazo gráfico e xerarquías compositivas e informativas dos elementos visuais en función da mensaxe e do soporte utilizado.



4º. Tendencias gráficas actuais na comunicación persuasiva, informativa e identificativa. Repercusións formais, técnicas e comunicativas das novas tecnoloxías.

5º. O medio e o soporte da mensaxe publicitaria. Aspectos significativos. Particularidades. Condicionantes formais e técnicos.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Caracterizar os campos de actuación do deseño gráfico, diferenciar os obxectivos comunicativos dominantes en cada un, as súas interrelacións, aplicacións e produtos.

2º. Comprender as posibilidades formais e comunicativas da composición, a tipografía, a cor e a imaxe e aplicarlas en supostos prácticos da especialidade.

3º. Explorar diferentes combinacións de elementos visuais cun obxectivo persuasivo.

4º. Propoñer produtos publicitarios axeitados a supostos prácticos da especialidade utilizando criterios formais, estéticos e funcionais.

5º. Ordenar o espazo e os elementos visuais da mensaxe publicitaria atendendo á xerarquía informativa, ao obxectivo comunicativo e ao soporte escollido.

6º. Valorar criticamente a calidade estética, técnica e a eficacia comunicativa das mensaxes gráficas publicitarias, en función aos coñecementos do módulo e ao propio criterio.

7. Linguaxe e tecnoloxía audiovisual I

Obxectivos:

1º. Comprender a evolución e a linguaxe da imaxe en movemento e analizar os códigos e dimensións da linguaxe audiovisual.

2º. Manexar a tecnoloxía básica de realización de produtos audiovisuais.



3º. Explorar as posibilidades expresivas e artísticas da linguaxe audiovisual e utilízalas para comunicar ideas e mensaxes do ámbito publicitario.

Contidos:

1º. Teorías sobre a mensaxe audiovisual. Evolución dos medios audiovisuais.

2º. A comunicación audiovisual. Dimensións, funcións e organización da mensaxe audiovisual.

3º. Fundamentos tecnolóxicos dos medios audiovisuais. Tecnoloxía vídeo e dixital. Elementos técnicos dos equipamentos audiovisuais.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para.

1º. Identificar e analizar as dimensións e funcións da linguaxe audiovisual en mensaxes e produtos específicos da especialidade.

2º. Explicar e exemplificar os recursos expresivos e narrativos da linguaxe audiovisual utilizando con propiedade os conceptos e terminoloxía propios da materia.

3º. Realizar propostas audiovisuais, tecnicamente correctas, de pezas publicitarias levando a cabo axeitadamente as distintas fases do proxecto.

8. Proxectos de gráfica publicitaria I

Obxectivos:

1º. Coñecer as metodoloxías propias da especialidade e saber levalas a cabo en diferentes proxectos de gráfica publicitaria.

2º. Planificar e desenvolver o proceso proxectual de supostos prácticos da especialidade e realizar os controis de calidade que permitan solucionar os problemas técnicos, artísticos e comunicativos que se presenten.



3º. Integrar os contidos dos outros módulos na realización de proxectos de gráfica publicitaria e emitir un xuízo crítico argumentado respecto ao propio traballo e aos resultados.

4º. Planificar correctamente a realización das diferentes fases dun proxecto de gráfica publicitaria e desenvolvelo ata a obtención dun produto gráfico de calidade técnica, artística e comunicativa.

Contidos:

1º. A gráfica publicitaria e a súa vinculación con outras disciplinas e ámbitos do deseño. Interrelacións.

2º. A acción e a mensaxe persuasiva. Recursos persuasivos. Os procedementos retóricos. Imaxe persuasiva. Credibilidade.

3º. Arquitectura gráfica. Xerarquías informativas da mensaxe. Coherencia formal e funcional.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Saber definir conceptual, formal e funcionalmente o proxecto gráfico de mensaxes publicitarias atendendo ás especificacións do encargo.

2º. Escoller e aplicar a metodoloxía proxectual máis axeitada ao encargo.

3º. Planificar o proxecto de gráfica publicitaria e levar a cabo correctamente todas as súas fases ata a obtención do produto gráfico máis eficiente desde o punto de vista persuasivo.

4º. Utilizar con destreza os recursos metodolóxicos, técnicos, formais, estéticos, semánticos e funcionais de que dispoña.



9. Fotografía

Obxectivos:

- 1º. Coñecer e dominar a técnica e a tecnoloxía fotográfica.
- 2º. Comprender a linguaxe fotográfica, as súas dimensións e as súas particularidades.
- 3º. Utilizar a fotografía en proxectos propios no contexto da especialidade.
- 4º. Saber xestionar imaxes fotográficas axeitadas a proxectos de gráfica publicitaria.

Contidos:

- 1º. A linguaxe fotográfica, dimensións, finalidade, particularidades.
- 2º. Os equipamentos fotográficos.
- 3º. A toma fotográfica. Condicionantes técnicos, ambientais, estéticos. Representación do espazo e o tempo.
- 4º. A luz natural e artificial. Medición e iluminación.
- 5º. A cor na fotografía.
- 6º. Xestión de arquivos fotográficos. Edición e selección de fotografías.
- 7º. Procesamento e manipulación das imaxes.
- 8º. Tratamento formal e expresivo da fotografía no ámbito da especialidade.
- 9º. Os ámbitos fotográficos.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

- 1º. Utilizar con destreza os equipamentos e as técnicas propias do medio fotográfico.



2º. Comprender os mecanismos teórico-expresivos do medio fotográfico e utilízalos cunha finalidade comunicativa.

3º. Integrar a fotografía na realización de proxectos de gráfica publicitaria, ben sexa como ferramenta de creación ou como recurso expresivo e comunicativo.

4º. Valorar argumentadamente a produción fotográfica propia ou allea utilizando criterios técnicos, artísticos e comunicativos.

10. Teoría da publicidade e o *marketing*

Obxectivos:

1º. Comprender o proceso de comunicación, os seus elementos e canles, e os principios e ámbitos da comunicación persuasiva.

2º. Coñecer os obxectivos, fundamentos e tipoloxía da publicidade e diferenciala doutras formas de comunicación persuasiva.

3º. Comprender as funcións da linguaxe e outros signos empregados en publicidade, así como a estrutura e a retórica da mensaxe publicitaria.

4º. Analizar a metodoloxía da creación da mensaxe publicitaria e aplicala na definición de propostas para supostos prácticos da especialidade.

5º. Analizar a presenza e as formas da mensaxe persuasiva nos medios de comunicación de masas e comprender as especificidades da publicidade en prensa e outros medios gráficos.

6º. Avaliar accións publicitarias en diferentes medios con relación ás súas características formais e funcionais.

7º. Valorar a influencia da publicidade no comportamento do/a consumidor/a e do deseño gráfico na calidade artística e persuasiva da mensaxe publicitaria.

8º. Definir os factores para a avaliación da eficacia publicitaria e como inflúen no deseño da mensaxe.



9º. Coñecer a normativa básica que regula a actividade publicitaria e as normas de autorregulación no sector.

10º. Coñecer o proceso e as técnicas de investigación de mercados.

11º. Coñecer os distintos sistemas de planificación de vendas.

12º. Alcanzar unha comprensión global do sistema distributivo da empresa.

Contidos:

1º. O proceso da comunicación. Definición e correntes teóricas. Elementos, canles. A comunicación persuasiva, obxectivos, funcións, ámbitos. Variables da persuasión.

2º. A publicidade como forma de persuasión. Definición, obxectivos globais, funcións, tipoloxía. Os modelos de actuación publicitaria e a súa influencia sobre o/a consumidor/a. Estilos publicitarios segundo o contido, o uso e a duración da mensaxe.

3º. A mensaxe publicitaria, semioloxía. Dimensión lingüística e icónica. Compoñentes, características e formatos de presentación da mensaxe nos diferentes medios. Metodoloxía para a creación da mensaxe publicitaria. A imaxe publicitaria e o seu poder de evocación.

4º. Os medios de comunicación de masas e a publicidade. Particularidades da mensaxe publicitaria e o seu formato nos medios gráficos e audiovisuais.

5º. A eficacia publicitaria. Concepto e factores para a súa avaliación.

6º. As axencias de publicidade, funcións, organización e servizos que prestan. Principais axencias no mundo e en España. Campañas significativas.

7º. A regulación normativa e as normas de autorregulación publicitaria.

8º. O *marketing*: concepto, natureza e funcións do *marketing*.

9º. A investigación de mercados. Procesos e técnicas.



10º. O produto: concepto e tipos. Ciclos de vida do produto. Etapas do desenvolvemento dun novo produto.

11º. A distribución: concepto, funcións e sistemas de distribución. Os custos. As canles de distribución: distribuidor por xunto e distribuidor polo miúdo. As novas formas de distribución comercial.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Explicar o proceso de comunicación e as particularidades da comunicación persuasiva, utilizando axeitadamente os conceptos e terminoloxía do módulo.

2º. Definir axeitadamente a publicidade no contexto da comunicación persuasiva, os obxectivos, modelos e funcións da actuación publicitaria.

3º. Explicar a estrutura, características e funcións da mensaxe publicitaria e exemplificalos razoadamente mediante accións publicitarias gráficas e audiovisuais da actualidade.

4º. A partir de supostos prácticos da especialidade, propoñer accións publicitarias de calidade artística e comunicativa aplicando a metodoloxía axeitada e normas de regulación do sector.

5º. Analizar pezas publicitarias gráficas e audiovisuais e valoralas argumentadamente en relación cos conceptos desenvolvidos no módulo e coas particularidades do medio correspondente.

6º. Explicar a organización e as funcións das axencias de publicidade e a súa relación coa actividade profesional do/a grafista.

11. Proxectos de gráfica publicitaria II

Obxectivos:

1º. Valorar a realización de traballos de gráfica publicitaria como oportunidade de experimentación, creatividade, comunicación e expresión artística persoal.



2º. Iniciarse na busca dun estilo e discurso estético propio para expresar graficamente mensaxes publicitarias.

3º. Dominar as tecnoloxías propias da gráfica publicitaria para a ideación e o desenvolvemento de proxectos gráficos de calidade exixible a nivel profesional.

4º. Coñecer a normativa específica de aplicación á especialidade.

Contidos:

1º. Metodoloxías de proxectación, enfoques creativos. O proxecto de gráfica publicitaria. Interdisciplinariade. Especificacións e definición da mensaxe. Planificación e realización gráfica. Control da calidade. Aspectos económicos de rendibilidade e sustentabilidade.

2º. Memoria e comunicación do proxecto. Presentación e argumentación. Valoración crítica.

3º. Tecnoloxía e software da especialidade nos procesos de creación, realización e comunicación do proxecto de gráfica publicitaria.

4º. Normativa específica de aplicación á especialidade.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Propoñer diversas solucións gráficas, estilísticas e tematicamente axeitadas ás especificacións do encargo e utilizar nas propostas gráficas os elementos persuasivos máis axeitados.

2º. Realizar o produto gráfico levando a cabo o control de calidade correspondente a cada momento co fin de garantir a calidade gráfica e persuasiva da mensaxe.

3º. Utilizar axeitadamente no proxecto os instrumentos tecnolóxicos propios da especialidade.



4º. Aterse nos proxectos á normativa vinculada ao exercicio profesional como por exemplo a relativa ao dereito á intimidade, á honra e á propia imaxe.

12. Linguaxe e tecnoloxía audiovisual II

Obxectivos:

1º. Analizar e valorar produtos audiovisuais publicitarios e emitir crítica argumentada sobre a creación audiovisual propia e allea.

2º. Propoñer mensaxes publicitarias axeitadas á tecnoloxía audiovisual.

3º. Utilizar axeitadamente a terminoloxía propia da materia.

4º. Desenvolver a capacidade de comunicación audiovisual, a inventiva e a expresividade persoais.

Contidos:

1º. A linguaxe audiovisual. Retórica narrativa e retórica visual. A ordenación do espazo e o tempo representado. Transición e continuidade. Articulacións espacio-temporais. A montaxe. A liberdade formal.

2º. Outros elementos da imaxe audiovisual: iluminación, son, escenografía.

3º. Fases na elaboración dun produto audiovisual.

4º. Os xéneros e os produtos audiovisuais.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Saber utilizar con destreza os equipamentos e a tecnoloxía propia do medio audiovisual.



2º. Saber editar audio e vídeo.

3º. Explorar con iniciativa as posibilidades técnicas, expresivas e comunicativas das tecnoloxías audiovisuais e aplicalas de maneira creativa na creación de mensaxes audiovisuais utilizables en proxectos publicitarios propios ou encargados.

4º. Emitir un xuízo estético e técnico argumentado en relación con produtos publicitarios audiovisuais.

13. Proxecto integrado

Obxectivos:

1º. Propoñer e materializar un proxecto da especialidade, propio ou encargado, de calidade técnica, artística e comunicacional.

2º. Realizar o proxecto, levando a cabo todas as etapas e controis de calidade correspondentes.

3º. Desenvolver, mediante a proxectación e realización dun proxecto orixinal da especialidade, as destrezas profesionais propias dela.

Contidos:

1º. A creación e a realización do proxecto de gráfica publicitaria. Metodoloxía. Etapas. Especificacións. Condicionantes. Documentación gráfica.

2º. Materialización do proxecto de gráfica publicitaria ata a obtención do produto acabado. Verificación do control de calidade nas diferentes etapas.

3º. A comunicación, presentación e defensa do proxecto.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Realizar un proxecto da especialidade que cumpra co nivel técnico, artístico e comunicacional exixible no ámbito profesional.



2º. Utilizar unha metodoloxía proxectual axeitada aos condicionantes e especificacións do encargo.

3º. Realizar o control de calidade do proxecto nos seus aspectos formais, expresivos, técnicos, tecnolóxicos e funcionais.

4º. Presentar axeitadamente o proxecto e emitir unha valoración persoal técnica, artística e funcional utilizando correctamente os conceptos e a terminoloxía propios do seu ámbito profesional.

14. Formación e orientación laboral

Obxectivos:

1º. Analizar e interpretar o marco legal de traballo e coñecer os dereitos e obrigas que derivan das relacións laborais.

2º. Coñecer os requisitos e condicionantes legais para organizar e xestionar unha pequena ou mediana empresa, considerando os factores de produción, xurídicos, mercantís e sociolaborais.

3º. Identificar as distintas vías de acceso ao mercado de traballo e á formación permanente, así como coñecer os organismos institucionais, nacionais e comunitarios dedicados a estes fins.

4º. Comprender e aplicar as normas sobre seguridade e hixiene laboral e desenvolver sensibilidade cara á protección do ambiente, como factores determinantes da calidade de vida.

5º. Valorar as medidas de protección específicas de persoas traballadoras sensibles a determinados riscos, así como as de protección da maternidade e a lactación, e de menores.

Contidos:

1º. O marco xurídico das relacións laborais: Estatuto dos traballadores e regulacións específicas. Prestacións da Seguridade Social e desemprego.



2º. Sistemas de acceso ao mundo laboral. O mercado de traballo: estrutura. Técnicas e organismos que facilitan a inserción laboral. Iniciativas para o traballo por conta propia. A formación permanente.

3º. A empresa. Distintos modelos xurídicos de empresas e características. Organización, administración e xestión. Obrigas xurídicas e fiscais.

4º. Conceptos básicos de mercadotecnia. A organización da produción, comercialización e distribución na empresa. Métodos de análise de custos e o control da calidade.

5º. O contrato. Modalidades de contrato de traballo. Dereitos e deberes derivados da relación laboral. Modificación, suspensión e extinción do contrato de traballo.

6º. O/a empresario/a individual. Trámites para o inicio da actividade empresarial. Orzamentos, taxacións e facturación de traballos.

7º. Os dereitos de propiedade intelectual e industrial. Rexistro da propiedade intelectual. Entidades de xestión: *copyright* e *copyleft*. Propiedade industrial: os modelos e debuxos industriais e artísticos. Rexistro e procedemento rexistral.

8º. Os signos distintivos: marca, rótulo e nome comercial. Transmisibilidade.

9º. Medidas de seguridade e hixiene no traballo aplicables na profesión.

Criterios de avaliación:

Valorarase a capacidade do/a alumno/a para:

1º. Analizar a lexislación e a normativa vixente de aplicación ao mundo laboral e á regulación empresarial na que se integra esta especialidade profesional.

2º. Identificar as fontes e vías de acceso ao emprego e á formación permanente directamente relacionadas coa profesión.

3º. Saber levar a cabo a actividade empresarial tanto no ámbito individual como societario.



4º. Redactar o plan de creación e organización dun taller artístico e/ou dunha pequena ou mediana empresa no que se consideren os aspectos xurídicos e socio-laborais correspondentes, os recursos materiais e humanos precisos, as accións de *marketing*, comercialización e distribución dos produtos e os mecanismos de seguridade laboral, ambiental e de prevención de riscos exixidos para iniciar o seu funcionamento.

5º. Realizar correctamente contratos e emitir facturas.

6º. Coñecer as normas sobre seguridade e saúde no traballo e as diferentes técnicas de prevención de riscos laborais.

7º. Coñecer, identificar e aplicar a lexislación sobre dereitos de autor/a e rexistro da propiedade intelectual e industrial.

8º. Valorar as medidas establecidas pola lexislación para a conciliación da vida laboral e familiar, e para a igualdade efectiva de homes e mulleres.

9º. Valorar o principio de non-discriminación e de igualdade de oportunidades no acceso ao emprego, nas condicións de traballo e no desenvolvemento profesional.

3. Fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres.

Obxectivos:

1. A fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres ten como obxectivos os seguintes:

1º. Completar a formación académica do alumnado mediante a integración nas rutinas diarias de traballo dunha empresa ou estudio de comunicación publicitaria, ou axencia de publicidade e a realización das funcións profesionais correspondentes ao seu nivel formativo.

2º. Facilitar a toma de contacto dos/as alumnos/as co mundo do traballo e a incorporación ao sistema de relacións sociais, laborais e técnicas da empresa.



3º. Contrastar os coñecementos, formación e capacitación acadados no centro educativo coa realidade empresarial e laboral do sector.

4º. Permitir ao alumnado que, a través do contacto coa empresa, incorpore á súa formación os coñecementos sobre a propia especialidade, a situación e relacións de mercado, as tendencias artísticas e culturais, a organización e coordinación do traballo, a xestión empresarial, as relacións sociolaborais na empresa, etc. necesarios para o inicio da actividade laboral.

5º. Acadar os coñecementos técnicos de útiles, ferramentas, materiais e maquinaria que, pola súa especialización, custo ou novidade, non están ao alcance do centro educativo.

6º. Participar de xeito activo nas fases do proceso de produción e edición audiovisual baixo as orientacións do/a titor/a ou coordinador/a correspondente.

7º. Aplicar os coñecementos, habilidades e destrezas acadadas durante o período de formación teórica e práctica impartida no centro educativo.

2. O seguimento e avaliación da fase de formación práctica en empresas, estudos e talleres corresponderalle ao/á titor/a de prácticas designado/a polo centro educativo, quen tomará en consideración o grao de cumprimento dos obxectivos e a valoración que realice a empresa.

ANEXO II

Competencia docente dos/as funcionarios/as pertencentes aos corpos de profesores/as de artes plásticas e deseño para impartición dos módulos correspondentes ás ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, da familia profesional artística de Comunicación Gráfica e Audiovisual regulado neste decreto.

Módulos	Profesores/as de Artes Plásticas e Deseño
1. Fundamentos da representación e a expresión visual	Debuxo artístico e cor
2. Teoría da imaxe	Deseño gráfico Fotografía
3. Medios informáticos	Medios informáticos
4. Historia da imaxe publicitaria	Historia da arte
5. Tipografía	Deseño gráfico



Módulos	Profesores/as de Artes Plásticas e Deseño
6. Fundamentos do deseño gráfico	Deseño gráfico
7. Linguaxe e tecnoloxía audiovisual I	Medios audiovisuais
8. Proxectos de gráfica publicitaria I	Deseño gráfico
9. Fotografía	Fotografía
10. Teoría da publicidade e o <i>marketing</i>	Deseño gráfico
11. Proxectos de gráfica publicitaria II	Deseño gráfico
12. Linguaxe e tecnoloxía audiovisual II	Medios audiovisuais
13. Proxecto integrado	Deseño gráfico
14. Formación e orientación laboral	Organización industrial e lexislación

ANEXO III

Relación de módulos das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, regulado neste decreto, que se validarán con módulos de ciclos formativos de grao superior da familia profesional artística de Comunicación Gráfica e Audiovisual.

Módulos superados en ciclos formativos de grao superior	Módulos que se validarán
Fundamentos da representación e a expresión visual	Fundamentos da representación e a expresión visual
Teoría da imaxe	Teoría da imaxe
Medios informáticos	Medios informáticos
Fotografía	Fotografía
Fundamentos do deseño gráfico (ciclo formativo de grao superior: «Gráfica impresa»)	Fundamentos do deseño gráfico
Tipografía (ciclo formativo de grao superior: «Gráfica impresa»)	Tipografía

ANEXO IV

Relación de módulos das ensinanzas correspondentes ao ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, regulado neste decreto, que se validarán por módulos superados en ciclos formativos de grao superior da familia profesional de Deseño Gráfico, cursados segundo plans de estudos establecidos ao abeiro do Real decreto 1456/1995, do 1 de setembro.

Módulos formativos superados en ciclos formativos de grao superior (Real decreto 1456/1995, do 1 de setembro)	Módulos que se validarán
Debuxo artístico (ciclo formativo de grao superior: «Ilustración»)	Fundamentos da representación e a expresión visual



Módulos formativos superados en ciclos formativos de grao superior (Real decreto 1456/1995, do 1 de setembro)	Módulos que se validarán
Expresión plástica: Fotografía (ciclo formativo de grao superior: «Fotografía artística»)	Fundamentos da representación e a expresión visual
Deseño gráfico asistido por ordenador (ciclo formativo de grao superior: «Ilustración»)	Medios informáticos
Fotografía (ciclo formativo de grao superior: «Ilustración»)	Fotografía
Técnica fotográfica (ciclo formativo de grao superior: «Fotografía artística»)	Fotografía
Fotografía artística (ciclo formativo de grao superior: «Fotografía artística»)	Fotografía

ANEXO V

Relación de módulos das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, regulado neste decreto, que poderán ser obxecto de exención pola súa correspondencia coa práctica laboral.

- Formación e orientación laboral.
- Fotografía.
- Medios informáticos.
- Linguaxe e tecnoloxía audiovisual.

ANEXO VI

Relación de módulos das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, regulado neste decreto, que se recoñecerán por módulos do ciclo formativo de grao superior de Gráfica Publicitaria cursados e superados en plans de estudos establecidos ao abeiro do Real decreto 1456/1995, do 1 de setembro.

Módulos superados no ciclo formativo de grao superior de Gráfica Publicitaria (Real decreto 1456/1995, do 1 de setembro)	Módulos que se recoñecerán	Curso	ECTS recoñecidos
Teoría da imaxe publicitaria	Teoría da imaxe	1º	4
Medios informáticos	Medios informáticos	1º	8
Fotografía	Fotografía	2º	8



ANEXO VII

Relación de módulos das ensinanzas do ciclo formativo de grao superior correspondente ao título de técnico superior de Artes Plásticas e Deseño en Gráfica Publicitaria, regulado neste decreto, que se considerarán superados mediante adaptación curricular, pola superación de módulos cursados e superados segundo o currículo establecido polo Real decreto 340/1998, do 6 de marzo, ou polo Decreto 89/2002, do 14 de febreiro.

Módulos superados no ciclo formativo de grao superior en Gráfica Publicitaria, segundo o Real decreto 340/1998, do 6 de marzo, ou o Decreto 89/2002, do 14 de febreiro	Curso	Módulos do ciclo formativo de grao superior de Gráfica Publicitaria que se considerarán superados por adaptación curricular	Curso	ECTS recoñecidos
Técnicas de expresión gráfica	1º	Fundamentos da representación e a expresión visual	1º	8
		Fundamentos do deseño gráfico	1º	8
Tipografía	1º	Tipografía	1º	12
Proxectos de gráfica publicitaria	1º	Proxectos de gráfica publicitaria I	1º	8
Proxecto integrado	2º	Proxectos de gráfica publicitaria II	2º	12
Historia da imaxe gráfica	2º	Historia da imaxe publicitaria	1º	4

