

Grado: Formación Profesional de segundo grado. Rama: Construcción y obras. Especialidades: Topografía. Mantenimiento de máquinas y equipos de construcción y obras. Régimen: Enseñanzas especializadas.

Localidad: Madrid. Entidad solicitante: Instituto Politécnico de Formación Profesional número 1 del Ejército de Tierra. Grado: Formación Profesional de segundo grado. Rama: Automoción. Especialidad: Mecánico de helicópteros. Régimen: Enseñanzas especializadas.

Segundo.—Las particularidades y programación de estas enseñanzas podrán ser modificadas como consecuencia de los resultados de la experimentación y su autorización con carácter provisional a ser elevada a definitiva si el resultado de la experiencia fuese positivo, en las condiciones establecidas en el apartado 6.º de la Orden de este Departamento de 23 de octubre de 1978 («Boletín Oficial del Estado» de 13 de noviembre), y en el artículo 21.7 del Decreto 707/1978, sobre Ordenación de la Formación Profesional.

Tercero.—El profesorado, así como los elementos materiales, instalaciones didácticas y demás medios necesarios, habrán de ajustarse en todo momento a lo que exijan las disposiciones en vigor para asegurar la eficacia de las enseñanzas autorizadas, conforme al grado y clasificación reconocidos.

Cuarto.—Para el desarrollo de estas enseñanzas será de aplicación todo lo dispuesto en la Orden de este Departamento de 13 de septiembre de 1975, por la que se desarrolló el Plan de Estudios de Formación Profesional de segundo grado, siendo únicamente específicos para este caso los cuestionarios que figuran en el anexo de la presente.

Lo que digo a V. I. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a V. I.

Madrid, 27 de enero de 1983.—P. D. (Orden de 27 de marzo de 1982), el Subsecretario, José Torreblanca Prieto.

Hmo. Sr. Director general de Enseñanzas Medias.

**ANEXO QUE SE CITA
FORMACION PROFESIONAL DE PRIMER GRADO**

Rama: Metal

PROFESION: BISUTERIA

Primer Curso

Tecnología

Ideas de conjunto. Origen de la industria bisutera. Enfoques actuales. Creación de modelos. Tipos de empresa. Procesos de fabricación. Materiales. Propiedades generales. Latón, características. Aluminio, características. Cinc, características. Metales de baja fusión, características. Hierro, características. Aceros, características. Plásticos, características. Metales nobles, características. Tratamientos térmicos. Temple. Recocido y revenido. Finalidad y propiedades y proceso elemental para obtenerlos. Metrología. Instrumentos de medida. Cintas métricas, reglas graduadas, calibres pie de rey. Transportador y goniómetro. Terminología. Características y aplicaciones de cada uno de ellos. Trazado. Trazado plano y al aire elemental. Finalidad y forma de cada una de las clases de trazado. Instrumentos de trazado. Descripción y modo de empleo. Técnica de la operación. Operaciones a mano. Limado. Aserrado. Burlado y cincelado. Roscado. Finalidad. Herramientas utilizadas. Terminología y características de las mismas. Técnica de cada una de las operaciones. Herramientas auxiliares. Alicates. Tenazas. Entallas. Llaves. Atornilladores. Martillos. Machos. Otras herramientas. Descripción. Diferentes clases y modo de empleo. Normalización. Objeto. Ventajas. Normas. Tolerancia de fabricación. Concepto elemental. Acabado superficial. Signos de mecanizado. Diseño. Origen de las ideas. Creación de modelos. Desarrollo de los diseños. Grabado. Utiles usados. Tipos de grabado. Modelado. Materiales usados. Estampación. Distintos procesos. Tipos de máquinas. Recorte. Distintos procesos. Tipos de máquinas. Embutición. Distintos procesos. Tipos de máquinas. Equipos de Seguridad. Objeto. Sistemas. Inyección de plástico. Máquinas. Materiales. Soldadura. Sistemas. Materiales. Herramientas. Procesos más usados. Pulimentación. Bombos. Vibración. Pulidoras. Máquinas especiales. Acabados manuales. Ajustes. Engastes. Oxidados. Esmaltes. En frío, al horno, al fuego. Materiales. Sistemas. Resinas. Materiales. Procesos.

Técnicas de expresión gráfica

Generalidades. Utiles de dibujo. Trazado de paralelas y perpendiculares con empleo de plantillas. Ejercicios de rayado. Rotulación normalizada. Dibujo geométrico. Angulos, paralelismo y perpendicularidad. Proporcionalidad y escalas. Triángulos y cuadriláteros. Circunferencias, tangencias. Polígonos regulares. Ovalos. Cónicas. Armonización de colores. Colores base. Combinación de colores. Coordinaciones. Diseños volumétricos. Proporciones. Distintos enfoques. Sombras.

Prácticas

Modelado con plantilla. Realización de piezas planas. Realización de piezas volumétricas. Realización de piezas escalonadas. Modelado de metales baja fusión. Uso de las herramientas. Modelado de figuras geométricas. Modelado de figuras naturales. Grabado sobre metales blancos. Uso del burlil. Trazado de líneas sobre latón. Trazado de dibujos geométricos. Trazado

de figuras naturales. Grabado sobre hierro. Desbastes. Inicio de realización de figuras. Soldadura. Uso del soplete. Preparación de la soldadura. Aplicación de la llama. Soldaduras elementales. Esmalte en frío. Preparación de esmaltes. Uso de acelerantes. Aplicaciones sobre bajo relieve.

Segundo curso

Tecnología

Conocimiento del sector. Historia actual. Etapas principales. Geografía sectorial. Estado actual. Posibilidades futuras. Materiales. Propiedades y características de materiales para estampación. Para inyección centrifugada. Para fundición. Metales nobles. Herramientas. Detalles de las usadas en los procesos de grabado y modelado. Maquinaria. Características y finalidades de prensas excéntricas. Equipos de galvanoplastia. Equipos de fundición. Equipos de inyección centrifugada. Equipos solares. Equipos de pulimentación. Procesos básicos. Corte. Estampación. Recorte. Embutición. Inyectado de baja fusión. Fundición a presión. Cera perdida. Funciones creativas. Origen de la moda. Ferias especializadas. Estilistas. Cuadernos orientativos. Cartas de colores básicos. Desarrollo de la moda. Presentación. Diseño especializado. Interpretación de la moda. Ideas básicas. Diseños seriados. Adaptación, coordinaciones. Grabado sobre acero. Fines que se pretenden. Problemática de los materiales. Características de los útiles. Procesos más adecuados. Análisis, fallos. Moldes para inyección de baja fusión. Características de los cauchos. Procesos de preparación. Vulcanizado. Fallos elementales. Cera perdida. Características de los materiales. Detalle del proceso. Preparación de moldes. Montaje de árboles. Recubrimientos. Centrifugación. Acabados. Resinas. Preparación de moldes. Preparación de materiales. Procesos. Acabados. Esmaltes. Preparación de resinas. Preparación de materiales. Uso de dosificadores. Acabados. Soldadura. Preparación de soldadura. Sopletes. Soldadura a gas. Soldadura por puntos. Soldadura oxiacetilénica. Soldadura de horno. Procesos de pulimentación. Desengrases y preparación. Pulido manual. Pulido mecánico. Pulido químico. Montajes. Análisis de utilidades. Sistemas usuales. Problemática de fabricación. Acabados. Retoques manuales. Formas de trabajo. Logros diferenciadores. Controles de calidad. Concepción de piezas. Estudio de anomalías. Fallos más frecuentes. Presentación y envío. Adecuación de los artículos. Vistosidad. Comercialización. Seguridad. Economías. Organización sectorial. Comercialización. Sistemas de venta. Comercio interior. Comercio exterior. Estamentos colaboradores. Organización laboral. Categorías laborales. Reglamento siderometalúrgico. Futuro industrial. Desarrollo nacional. Desarrollo europeo. Desarrollo americano. Desarrollo asiático. Posibilidades futuras.

Técnicas de expresión gráfica

Dibujo geométrico. Perspectiva. Perspectiva caballera. Perspectiva isométrica. Dibujo artístico. Croquisado. Perfiles. Proporciones. Sistemas de trazado. Desarrollos elementales. Sistema paralelas. Sistema radial. Sistema triangulación. Diseño sobre moda. Análisis original. Adaptación. Dimensionado. Diseños seriados. Líneas básicas. Estudio diferencias. Series elementales. Series derivadas. Coordinaciones. Complementos. Adaptación de colores.

Prácticas

Grabado sobre acero. Dibujo elemental. Desbaste. Realización de figuras geométricas. Realización de figuras naturales. Soldadura. Soldaduras de dos piezas. Soldadura sobre molde. Soldaduras múltiples. Ajustes y montajes. Uso de la lima. Ajuste de piezas. Retoques. Encajes. Esmaltes al horno. Preparación de esmaltes. Pintado sobre bajo relieve. Pintado en plano. Pintado en relieve. Esmaltes al fuego. Preparación de esmaltes. Organización de trabajo. Pintado. Tratamiento térmico. Preparación de resinas. Preparación de materiales. Mezclas. Preparación de moldes. Realización de piezas elementales.

FORMACION PROFESIONAL DE SEGUNDO GRADO.

Rama: Administrativa y Comercial

ESPECIALIDAD: PUBLICIDAD

Régimen: General

Cuadro horario semanal

REGIMEN GENERAL

PRIMER CURSO		Horas
Area formativa común		
Inglés	...	3
Francés	...	3
Educación físico-deportiva	...	1
		7

	Horas
Area de conocimientos tecnológicos y prácticos	
Tecnología:	
Introducción a la publicidad	2
Psicología y Sociología aplicadas	2
Medios. Teoría de información y prensa	2
Relaciones públicas	2
	8
Prácticas:	
Relaciones públicas	2
Prácticas de medios	2
Prácticas de Psicología aplicada	1
Prácticas de redacción publicitaria	3
	8
Técnicas de expresión gráfica:	
Redacción publicitaria	4
Area de organización de la Empresa	
Organización empresarial	1
Seguridad e higiene	1
Legislación	1
	3
SEGUNDO CURSO	
Area informativa común	
Inglés	3
Francés	3
Educación físico deportiva	1
	7
Area de conocimientos tecnológicos y prácticos	
Tecnología:	
Relaciones públicas	2
Medios (radio y televisión)	2
Estrategia publicitaria	2
Mercadotecnia para publicitarios	2
Técnicas de los medios publicitarios	2
	10
Prácticas:	
Prácticas de arte publicitario	2
Prácticas de relaciones públicas	2
Prácticas de medios publicitarios	1
Prácticas de grafismo	1
	6
Técnicas de expresión gráfica:	
Arte publicitario	2
Teoría del grafismo	1
	3
Area de organización de la Empresa	
Organización empresarial	1
Seguridad e higiene	1
Legislación	1
	3

Primer curso

Tecnología

Introducción a la publicidad:

La Empresa. El mercado. El consumidor. El producto. Canales de distribución. El precio. Veritas. Promoción. Publicidad. Investigación. Elementos de estadística. Mercadotecnia. Objeto de la publicidad. La acción publicitaria. La Empresa publicitaria. Los departamentos de publicidad. Los profesionales de la publicidad. El estatuto de la publicidad. Responsabilidades morales. Los medios publicitarios. Prensa y revistas. Radio, cine y televisión. Publicidad exterior. Publicidad directa. Otros medios. Las promociones. Selección de medios. El presupuesto. El producto. La marca. El envase. La campaña de publicidad. Estudio de mercados. Estudio de motivaciones. La creatividad. El texto del mensaje. La ilustración en publicidad. Las artes gráficas. Rentabilidad de la publicidad.

Psicosociología aplicada:

Psicosociología aplicada. El estado actual de psicología. La Psicología aplicada. El objeto de la Psicología publicitaria. Bases neurológicas del comportamiento. La sensación. La conciencia. La atención. Factores de atención en publicidad. La perfección. La percepción de la forma. La inteligencia. Intelecto y conocimiento. La memoria. La afectividad. Las actitudes. Caracterología. La motivación. La apelación motivacio-

nal. La imagen del producto. La investigación de las motivaciones. La estructura de la personalidad. Consecuencias publicitarias. La conducta social y sus consecuencias en la estrategia publicitaria. Análisis psicológico de los medios. Examen de los tipos de campaña. Creatividad y psicología.

Sociología aplicada:

Ciencias sociológicas y técnica publicitaria. La persona social y los fenómenos sociales. Demografía, geografía humana y ecología. El comportamiento social. La certificación social. Los grupos sociales. Los fenómenos de masa. Las sociedades globales. Comunicación social y presión social. La publicidad como fenómeno social. Ramas especiales de la Sociología. Especial referencia a la Sociología del consumo de España. La investigación sociológica y aplicación de las diversas técnicas. La observación documental. El muestreo. La encuesta. La entrevista. Los «testis». La observación participante. La experimentación y la comparación.

Medios:

a) Teoría de la información:

Las relaciones públicas como sistema de la comunicación social. Funciones básicas de la actividad de las relaciones públicas. Metodología y fuentes. Niveles de la actividad en publicidad. Nivel de dirección. Sus ámbitos. Posibilidades técnicas y materiales de la publicidad. Métodos de investigación. Técnicas de relaciones humanas y publicitarias. Relaciones con los medios de información. Técnicas de programación y técnicas documentales. La publicidad en la práctica. Organización. El personal. El presupuesto. Relaciones con otros servicios y departamentos. Características de la publicidad según los sectores de actividad. Empresas. Instituciones. Gobierno. Administración. Los públicos. La comunicación general. Públicos especiales. El personal de la organización. Accionistas y obligacionistas. La administración pública. «El tercer elemento». Ética y profesionalización de la actividad de publicidad.

b) Prensa:

Estudio científico del periodismo. El sujeto activo. Escritores y periodistas. Los medios directos e indirectos en la Prensa. El objeto. Estudio especial de la noticia. La noticia como texto publicitario. El sujeto receptor. Estudio sobre los lectores. La libertad de Prensa. El periodismo estatal. Régimen jurídico de la información en los principales países. Evolución de la impresión y especial referencia al tipo móvil. Estructura, diseño y clasificación de los tipos. Elementos de composición manual. Principios de composición y disposición. Estudio especial de las preferencias del lector. Medida y recuento del original.

Relaciones públicas:

Introducción a las relaciones públicas. Desarrollo de la información. Resumen histórico de las relaciones públicas. Definiciones más usuales. Las relaciones públicas como profesión. El hombre de relaciones públicas. Características. Cualidades. Misiones. La figura del Consejero de relaciones públicas. Relaciones públicas y otras nociones conexas. La imagen. Sus características. Imágenes de productos y de hombres. Los públicos de la empresa. Relaciones interiores y exteriores de la misma. Investigación y relaciones públicas. Procedimientos investigadores. Perspectivas éticas, metodológicas y técnicas. La ética de las relaciones públicas. El código de ética internacional. El código de Atenas.

Prácticas

De relaciones públicas:

Programación completa - cuatro fases: Investigación, planificación, comunicación y elevación. Ruedas y conferencias de Prensa. Ejercicios prácticos sobre cosas reales. Visita a agencias. Visita a departamentos internos. Relaciones públicas de publicidad.

De Medios:

Visitas a centros de trabajo de los diferentes medios de comunicación. Visita a un periódico y análisis de su infraestructura. Redacción de noticias. Visita a las agencias informativas. Elaboración de trabajos resumen de la materia estudiada.

De Psicología aplicada:

Elaboración de encuestas. Mostrarle al alumno todo el proceso de elaboración de encuestas, de como obtener una muestra de población hasta la fabricación de un cuestionario. Análisis de encuestas significativas. Encuestas de opinión pública (elecciones generales). Encuestas de población activa. Visitas a institutos de sondeo. ICSA-Gallup. Consulta. Como hacer un sociograma. Como hacer un sociodrama. Informe sobre la situación social de España: Población, movimientos migratorios, paro, educación, nivel de renta, la familia, religiosidad, posición de los españoles ante el sexo, la religión, política, etc.

De redacción publicitaria:

La creación del texto publicitario. El estilo del mensaje. Arte y técnica de los grandes redactores creativos. Lectura y corrección de pruebas. Máquinas de fundición de tipos. Clases

de planchas de impresión. Modelos de prensa para imprimir. Cabeceiras de sistemas de titulación. Confección de páginas. Ética y deontología periodística. Especial referencia al amarillismo. La prensa y la publicidad. La noticia como rostro público de la empresa. Taller de arte publicitario. Presentación a concursos de publicidad. Visitas a agencias de publicidad. Conferencias técnicas. Gabinete de publicidad. Exposiciones de arte publicitario. Análisis y comentarios de casos concretos. Confección y realización del soporte publicitario para diferentes actividades.

Expresión gráfica

Redacción publicitaria:

El lenguaje y la publicidad. El texto del lenguaje publicitario. Clases de textos publicitarios. El redactor publicitario y la técnica redaccional. Principios fundamentales de la redacción publicitaria. Técnicas generales de la redacción publicitaria. Las funciones básicas del mensaje publicitario. Los elementos redaccionales del anuncio. Los titulares. El cuerpo del texto. La conclusión del mensaje. Elementos complementarios del mensaje. El Slogan. Técnica redaccional en la prensa diaria. Técnica redaccional en las revistas. Técnica redaccional en la publicidad directa. Técnico redaccional en la publicidad exterior y en los mensajes en punto de venta. Medios diversos. Técnica redaccional en radio. Técnica redaccional en televisión y cine.

Organización empresarial

La Empresa. Qué es la Empresa. Elementos esenciales. Algunas clases de empresas. Sistemas capitalistas. Algunas consecuencias derivadas de esta organización. Reforma de la empresa capitalista. Autofinanciación. Cooperativas.

La Empresa y sus funciones. Función comercial, técnica y social. La información en la Empresa. Función administrativa. Teoría de Henri Fayol. Tareas de dirección. Función directiva. Teoría de Octave Gelinier.

Planificación y previsión. La planificación. Conocimientos de los hechos. Políticas. Objetivos. Programas. Presupuestos. Elaboración de la planificación.

Estructura de responsabilidad en la organización. La estructura. El ámbito de supervisión. El organigrama.

La estructura en la Empresa. Estructura lineal, funcional, de línea staff. Estructuras derivadas de la línea-staff. Estructura de agrupación áreas, divisional y mixtas.

Programación y control de la actividad. Planeamiento y control de avanza. Preparación del trabajo y distribución. Programación y lanzamiento. Control de existencias.

Estudios de costos. Conceptos fundamentales de costos. Sistemas de costos. El costo y su control.

Mejora de métodos. Objetivos y etapas. Gráficas. Diagramas. Movimientos en lugar de trabajo. Tiempos. Estudio de tiempos. Técnicas de cronometraje. Concepto de actividad. El tiempo-tipo.

Valoración y remuneración del salario. El salario. Sistemas de valoración del puesto de trabajo. Sistemas de salarios. Concepto y metodología del marketing.

Funciones específicas del marketing. Canales de distribución. Integración del marketing en la planificación económica.

Legislación

El derecho mercantil. Actos de comercio. El Registro Mercantil.

Los libros de comercio. Los agentes mediadores de comercio. Las bolsas de comercio. Contratos mercantiles. Sus clases. Sociedades mercantiles. Sus clases.

Las obligaciones como medio de financiación. Aspecto jurídico de la banca. Contratos especiales de carácter mercantil.

La letra de cambio y otros documentos mercantiles. Concepto de divisas, su regulación.

Situaciones anormales del comercio. Suspensión de pagos y quiebra.

La prescripción.

Seguridad e Higiene

Los riesgos profesionales. Alteraciones y modificaciones del ambiente provocadas por el trabajo. El trabajo como origen del riesgo profesional.

Los daños profesionales. Clasificación de los daños profesionales: El accidente de trabajo, la enfermedad profesional, la fatiga, la insatisfacción, el envejecimiento prematuro.

Las técnicas de lucha. Seguridad, medicina del trabajo, higiene industrial, ergonomía, psicología, política social.

Seguridad científica. Teoría de la causalidad. Modalidades de la seguridad. El accidente de trabajo. Definición legal, definición desde el punto de vista de la seguridad. El factor material y el factor humano.

La economía de la seguridad. Los accidentes de trabajo en España. Su repercusión económica. El coste de los accidentes de trabajo para la Empresa. Métodos para su valoración: Método de Heinrich, método de Simonds, método de los elementos de producción. Repercusiones humanas y sociales.

Responsabilidades legales. Definición de responsabilidad. Responsabilidad y obligaciones del empresario. Administrativa Ci-

vil y penal. Responsabilidad y obligaciones del personal directivo, técnico y mandos intermedios. Responsabilidad y obligaciones de los operarios.

Investigaciones de accidentes. La notificación. Accidentes que hay que notificar. Quién debe hacer la notificación, cómo se ha de notificar. El registro de accidentes. La investigación. La localización de riesgos.

Inspecciones de seguridad. Distintas modalidades de la inspección de seguridad. Planteamiento de la inspección de seguridad. Metodología de la inspección. Lista de verificación de riesgos.

Estadísticas para la seguridad. Accidente de trabajo con baja. Accidente de trabajo sin baja. Incapacidad e invalidez. Índice de frecuencia. Índice de gravedad. Índice de seguridad. Duración media de incapacidades, tasa e incidencia.

Normas de seguridad. Utilidad de las normas de seguridad. Las normas como aplicación de la reglamentación oficial. Clasificación de las normas de seguridad. Características de las normas. Mecanismo normalizador. Divulgación y conocimiento de las normas.

Segundo curso

Tecnología

Relaciones públicas:

Las relaciones públicas como ciencia social. Fundamentación histórico-sociológica de las relaciones públicas. Las relaciones públicas en España. Teoría de los públicos. Públicos reales y públicos potenciales. Fases del proceso de las relaciones públicas. La planificación. La estructura de las responsabilidades. La comunicación y las relaciones públicas. Sus efectos. Creación de opiniones sobre cuestiones nuevas. Los medios masivos de la comunicación. Perspectiva específica de las relaciones públicas en la comunicación. El contacto cultural de la comunicación. Las técnicas de las relaciones públicas. Las publicaciones empresariales. Los medios hablados y las relaciones públicas. Los medios audiovisuales. Los acontecimientos especiales. Otros tipos de manifestaciones. El arte y las relaciones públicas. Utilización de las técnicas de investigación social en las relaciones públicas. La preparación de la investigación en las relaciones públicas. El profesional de las relaciones públicas. Campañas prácticas de relaciones públicas. Las entrevistas. Los cuestionarios.

Medios (radio y televisión):

La radio y la televisión en la publicidad. Factores de la comunicación. El sonido. Su programación. La imagen. Su programación. Reproducción de la imagen. Las tres dimensiones. Elementos estéticos del sonido y de la imagen. La radio. Frecuencia. La radio en España. La radio y el Estado. La programación en radio y televisión y audiencia de la misma. La radio comercial. La producción en la radio. El montaje en la radio. Técnicas. El lenguaje en la radio. La redacción. Fundamentos técnicos de la televisión. Orígenes históricos de la televisión. La televisión en España. El intercambio de programas. Programación en televisión. Planos y movimientos de las cámaras. La producción en el exterior. La planta de producción. Publicidad, propaganda y relaciones públicas en estos medios. Sistemas de registro en televisión. El montaje en y para la televisión. El lenguaje en televisión. La información en radio y televisión. Noticias e informaciones. El guión de televisión. Sus clases. Su planificación. La objetividad. La verdad y sus formas. La especialización y las técnicas no periodísticas. La enseñanza de la radio y la televisión. Relaciones de la radio y la televisión con otros medios. Las agrupaciones sindicales. Los registros profesionales, oficiales, otras actividades.

Estrategia publicitaria:

Fundamento y bases de la estrategia en publicidad. Investigaciones para la estrategia publicitaria: Metodología, investigación publicitaria del producto, la empresa y la competencia. Investigación publicitaria de los mercados y específico. Investigación publicitaria del consumidor. Investigación publicitaria de la distribución, ventas y promociones. Objetivos, ejes y temas de la campaña. Distribución estratégica de la campaña (medios y soporte) y del presupuesto. La estrategia aplicada a la creación publicitaria. Realización de la campaña y estrategia durante su desarrollo. Resultados de la estrategia empleada: Controles y medidas de la campaña. Prácticas de estrategia publicitaria.

Mercadotecnia para publicitarios:

La mercadotecnia en la actualidad. Mercadotecnia y creatividad publicitaria. Análisis y estructura del mercado. El consumo y el consumidor. La producción. La función de consumo. La investigación mercadotécnica. Investigación profunda y motivación. El producto y su estrategia. Marcas y envases. El precio. Su política y estrategia. La distribución de productos de consumo. La venta en la mercadotecnia. La promoción de ventas. La publicidad en función de la mercadotecnia. El mercado de prueba. La mercadotecnia y la publicidad de la empresa. El plan de mercadotecnia. La mercadotecnia en la agencia de publicidad. Medidas de la eficacia de la publicidad. La mercadotecnia publicitaria en la práctica. El consumidor, sujeto de la mercadotecnia y la acción publicitaria. El producto,

el envase y la marca desde el punto de vista publicitario. El mercado, las ventas, los precios y los canales de distribución desde el punto de vista publicitario. La investigación de la mercadotecnia y la investigación publicitaria. El plan de mercadotecnia y la campaña de publicidad. El lanzamiento de productos y la publicidad. La promoción y la publicidad. Merca- dotecnia, relaciones públicas y publicidad. Prácticas de merca- dotecnia para publicitarios.

Técnicas de los medios publicitarios:

Los estudios de mercados aplicados a la medición de me- dios. Toma de decisiones y estrategia en la determinación del presupuesto publicitario a medios. El método «part» en la plani- ficación de campañas. El «choix» media en la planificación de campañas. El media «planex» en la planificación de campañas. El «scal» en la planificación de campañas.

Prácticas

De arte publicitario:

Elaboración de: Folletos teóricos. Carteles. Esloganes. Anun- cios de prensa. Artículos. Películas. Propaganda radiofónica. Anuncios aéreos. Propaganda luminosa y de carretera. Libros. Filmes. Propaganda televisiva. Propaganda turística.

De relaciones públicas:

Ruedas y conferencias de prensa. Conferencias técnicas. Ejercicios prácticos sobre cosas reales. Visita a agencias y departamentos internos. Gabinete de investigación.

De medios publicitarios:

Seminarios. Funcionamiento de la agencia de noticias. Es- tudio de su organigrama. Aprender a redactar una noticia. Ins- talaciones de un periódico y análisis de su infraestructura. (ta- ller, redacción, télex, etc.). Análisis del contenido de los medios. Análisis del contenido político, económico, social, publicitario de los medios más relevantes: Radio, prensa, televisión. Análisis de la industria del libro y fabricación del mismo. Proceso pro- ductivo del libro. Composición, impresión, encuadernación. Ins- talaciones de radio y televisión; funcionamiento de las mismas. Debates sobre el medio teatral y de la representación de obras significativas

De grafismo:

Ilustración publicitaria. Rotulación. Grafismo tipográfico. Fo- tografismo. Uso del grafismo en los medios impresos y audio- visuales. Bocetos. Preparación de originales.

Expresión gráfica

Arte publicitario

Arte. Arte comercial y arte publicitario. Historia de los es- tilos de publicidad. Principios de la composición estética y su aplicación a la publicidad. La teoría de los colores y de la publi- cidad. Nociones de artes gráficas. Procedimientos. Fotografa- do. Original y pruebas. Los presupuestos. El arte publicitario en el medio publicidad exterior. El arte publicitario en el me- dio prensa (diarios y revistas). El arte publicitario en la publi- cidad directa. El arte publicitario en los medios audiovisuales. El arte publicitario en otros medios. El envase y su estética. El escaparatismo los «stand» y el diseño industrial.

Teoría del grafismo:

La imagen y la publicidad. El grafismo y la ilustración pu- blicitaria. Diversas técnicas de ilustración y sus aplicaciones. La rotulación y el grafismo tipográfico. El fotografismo. El gra- fismo en los medios impresos. El grafismo en los medios audio- visuales. El grafismo de marca. El estudio o taller del grafista. El equipo y los bocetos. Preparación de originales. Realización del arte final

Organización empresarial

- La profesión publicitaria.
- La Empresa publicitaria.
- El anunciante
- El departamento de publicidad en la Empresa.
- El jefe de publicidad de Empresa.
- La Agencia publicitaria y su estructura.
- Análisis de los departamentos, clave de una agencia.
- El técnico publicitario ejecutivo.
- El técnico publicitario creativo.
- La organización publicitaria de los medios.
- Las asociaciones profesionales

Legislación

Nociones básicas de derecho.
Fuentes legales del régimen publicitario español vigente y organismos públicos reguladores de la actividad publicitaria.
Principios generales de la actividad publicitaria, según el es- tado.
Sujetos de la actividad publicitaria.
Conceptos generales sobre contratación publicitaria.

Análisis de cada uno de los diversos contratos de la publi- cidad.

- Regulación jurídica de los medios de publicidad
- Regulación específica de algunas actividades de publicidad.
- Especial referencia a la publicidad farmacéutica
- Publicidad y jurisdicción. Especial referencia a la actuación del jurado central.
- Régimen fiscal de la publicidad.
- Régimen laboral de la publicidad.
- La publicidad en el derecho comparado.
- Deontología en la profesión publicitaria.

Seguridad e Higiene

Defensa y resguardos. La protección de la maquinaria. Par- tes de las máquinas que necesitan resguardos. Punto de opera- ción, transmisión, piezas dictadas de movimiento. Clases de de- fensas y resguardos. Otros dispositivos de seguridad.

La protección personal. Condiciones que debe reunir el equipo de protección. Selección del equipo adecuado, utiliza- ción y conservación. Clasificación del material de protección personal. La ropa de trabajo, protección de la cabeza, aparato visual, aparato auditivo, extremidades superiores e inferiores, sistema respiratorio.

Orden y limpieza. Color y señalización. Orden y limpieza de los locales de trabajo. El color en la industria. Colores de segu- ridad. Principios generales para su aplicación. El color en el equipo de protección personal. Señalización. Señales y rótulos de seguridad.

Riesgos eléctricos. Factores que influyen en el efecto eléctri- co. Tipos de contactos eléctricos. Medidas de seguridad. Informa- tivas y de protección. La electricidad estática. Riesgo en los trabajos con alta tensión. Primeros auxilios en caso de accident- es eléctricos.

Riesgos en las operaciones de manutención. Operación que re- quiere el desplazamiento de materiales. Levantamiento manual con medios mecánicos. Transporte manual con medios mecá- nicos. Primeros auxilios en caso de quemaduras, hemorragias, fracturas. Asfixia. Respiración artificial. Transporte de accident- ados y enfermos.

FORMACION PROFESIONAL DE SEGUNDO GRADO

Especialidad: Técnico Operador y de Mantenimiento Mínero

REGIMEN: ENSEÑANZAS ESPECIALIZADAS

Peticionario: Instituto de Formación Profesional

Localidad: Peñarroya-Pueblo Nuevo (Córdoba)

Cuadro horario semanal

El primer curso de estas enseñanzas no es específico.

Al segundo curso podrán acceder los alumnos que hayan superado el primero de Formación Profesional de segundo grado de cualquiera de estas especialidades que se imparte en la enti- dad solicitante:

Máquinas herramientas; Electricidad; Automoción. Delmean- te industrial.

Asignaturas	Curso	
	1.º	2.º
Tecnología:		
Maquinaria	3	3
Compresores, perforaciones y sondeos	2	2
Laboro, explosivos y geotecnia	2	2
Topografía y cálculo de movimientos de tierras	2	2
Prácticas	5	5
Técnicas de expresión gráfica	3	3

Segundo curso

Tecnología

Tecnología de maquinaria:

Motores. Principios básicos de los motores. Tipos de moto- res. Motores de combustión interna: Diesel y de exposición. Características fundamentales de los motores. Dimensiones, cil- lindrada, régimen, presión media efectiva, potencia para motor, reserva de par, consumo específico de combustible. Elementos del motor. Descripción y misión de cada uno de estos compo- nentes (pistones, bielas, cigüeñales, etc.).

Sistemas auxiliares de los motores: Refrigeración, lubrica- ción, admisión y escape, inyección y arranque. Mantenimiento de los motores: Aceites, filtros, prefiltros de aire, refrigeran- tes, aditivos. Instrumentos de control que afectan a los distintos sistemas de motor. Interpretación de los mismos. Posibles aver- rías en caso de funcionamiento anormal.

Transmisiones. Fundamentos de una transmisión. Diferentes tipos y elementos que la integran. Estudio de par-velocidad en los trenes de engranajes. Transmisión directa. Embraques me-