

Mestrado Próprio b-learning

Design Gráfico





Mestrado Próprio b-learning

Design Gráfico

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Global University

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/design/mestrado-proprio-b-learning/mestrado-proprio-b-learning-design-grafico

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Porquê fazer este Mestrado
Próprio b-learning?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 18

05

Planificação do ensino

pág. 22

06

Estágios

pág. 34

07

Onde posso fazer os
estágios?

pág. 40

08

Metodologia

pág. 46

09

Certificação

pág. 54

01

Apresentação

A correta apresentação de um conceito visual na comunicação de uma empresa ou marca é essencial para o seu sucesso, razão pela qual a função do designer gráfico é uma das mais importantes dentro de uma equipa criativa. O desenvolvimento de uma estratégia correta adaptada aos objetivos propostos numa perspetiva de marketing requer um conhecimento técnico da projeção visual da mensagem. Por este motivo, a TECH criou esta capacitação com o objetivo de dotar o profissional das mais recentes ferramentas e tendências estéticas do Design Gráfico para promover o seu crescimento neste setor. Além disso, uma vez concluída a fase de aprendizagem teórica 100% online, terá uma experiência prática de 3 semanas numa empresa de relevo onde transferirá todos os conhecimentos adquiridos para um ambiente de trabalho real.



“

Para se destacar no mundo criativo, é essencial manter-se atualizado e dominar competências avançadas. Este Mestrado Próprio b-learning oferece-lhe tudo o que precisa para se desenvolver como um profissional de Design Gráfico"

Nos últimos anos, os desenvolvimentos digitais levaram ao aparecimento de novos conceitos e técnicas de comunicação visual que os designers gráficos devem dominar para se adaptarem às exigências do seu setor. Nesta linha, foram desenvolvidas teorias psicológicas atualizadas sobre o tratamento da cor ou das formas que, com a sua utilização adequada, nos permitem jogar com a mente do espetador para transmitir a intenção desejada. Esta situação levou a que empresas de muitos setores optassem por contratar os serviços de designers gráficos altamente qualificados para extrair o máximo rendimento das suas criações com o objetivo de potenciar os resultados das suas campanhas publicitárias ou de marketing. Neste sentido, a TECH criou este Mestrado Próprio b-learning que proporcionará aos alunos os conhecimentos teóricos e práticos mais vanguardistas em Design Gráfico para impulsionar o seu crescimento profissional numa área em constante crescimento.

Ao longo deste percurso académico, o aluno adquirirá as competências mais úteis para planear, desenvolver e executar qualquer projeto gráfico. Assim, analisará os meandros do design editorial para publicações impressas e digitais ou lidará com as metodologias de design mais atualizadas e eficazes. Do mesmo modo, adotará as competências necessárias para criar o seu próprio estilo artístico ou aprenderá os melhores procedimentos para gerar a imagem corporativa de uma empresa.

Toda a aprendizagem teórica desta capacitação será desenvolvida através de uma metodologia 100% online, um aspeto que permitirá aos alunos compatibilizar os seus estudos com as suas obrigações pessoais ou profissionais. Além disso, terá acesso a excelentes recursos didáticos em formatos como o vídeo explicativo, o resumo interativo ou os testes de avaliação com a intenção de adaptar o estudo às suas necessidades particulares.

Além disso, como complemento da avaliação teórica deste Mestrado Próprio b-learning, existe uma fase prática de 3 semanas numa empresa de prestígio na área do Design Gráfico. Rodeados pelos melhores especialistas e acompanhados por um tutor específico, os alunos aplicarão todos os seus conhecimentos num ambiente de trabalho real, reforçando assim as suas competências e o seu crescimento profissional.

Este **Mestrado Próprio b-learning em Design Gráfico** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 casos práticos apresentados por profissionais especialistas em Design Gráfico
- ♦ O seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações científicas sobre as disciplinas médicas essenciais para a prática profissional
- ♦ Planos globais para uma ação sistematizada sobre os problemas do setor criativo
- ♦ Apresentação de workshops práticos sobre Design Gráfico
- ♦ Sistema interativo de aprendizagem baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações apresentadas
- ♦ Guias de prática e estilo sobre como lidar com os diferentes formatos utilizados na indústria do Design Gráfico
- ♦ Especial atenção às tendências do Design Gráfico para os vários formatos atualizados
- ♦ Tudo isto será complementado por lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à internet
- ♦ Além disso, terá a possibilidade de realizar um estágio num dos melhores centros criativos do mundo



A TECH oferece-lhe uma formação concebida por profissionais especialistas na área do Design Gráfico para que possa elevar o seu nível de desempenho nesta área"

“

Um Mestrado Próprio b-learning que lhe permite estudar a partir do conforto de qualquer dispositivo com ligação à internet, porque a sua metodologia 100% online baseada no Relearning proporciona-lhe um ensino eficiente e ágil. Além disso, conta com um estágio final bem planeado de apenas 3 semanas"

Este Mestrado, de carácter profissionalizante e modalidade blended learning, destina-se à atualização de profissionais das áreas criativas, de marketing ou de comunicação que pretendam alargar os seus conhecimentos no domínio do Design Gráfico e que requeiram um elevado nível de qualificação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências na matéria e orientados de forma didática para integrar os conhecimentos teóricos na prática profissional, sendo que os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização dos conhecimentos e permitirão a tomada de decisões em ambientes complexos.

Graças aos seus conteúdos multimédia, desenvolvidos com a mais recente tecnologia educativa, permitirá ao profissional de Design Gráfico uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva programada para praticar em situações reais. A estrutura deste Mestrado Próprio b-learning baseia-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o aluno deverá resolver as diferentes situações da prática profissional com que se deparam. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas reconhecidos.

Com este Mestrado Próprio b-learning, dominará os novos procedimentos e técnicas atualizadas para criar a imagem corporativa de uma empresa.

Prepare-se para os novos desafios de exercer como Designer Gráfico na era digital de forma a fazer sobressair os seus projetos num mercado tão competitivo.



02

Porquê fazer este Mestrado Próprio b-learning?

No âmbito do Design Gráfico, é tão essencial conhecer as últimas tendências e ferramentas de criação artística como gerir a sua implementação na metodologia de trabalho diária. Por esta razão, a TECH criou esta qualificação que lhe permitirá combinar uma excelente aprendizagem teórica neste domínio com uma experiência prática de 3 semanas numa empresa de prestígio ligada ao Design Gráfico. Com isto, será garantido que o aluno adquira uma série de competências atualizadas e aplicáveis na sua vida profissional.



“

A TECH oferece-lhe uma excelente oportunidade de obter uma grande aprendizagem teórica em Design Gráfico e, posteriormente, de desenvolver estes conhecimentos num ambiente empresarial para potenciar as suas competências profissionais"

1. Atualizar-se com a tecnologia mais recente disponível

A área do Design Gráfico evoluiu nos últimos anos graças ao aparecimento de novas ferramentas digitais, metodologias de design e técnicas criativas que permitem extrair o máximo rendimento de cada composição. Por este motivo, e com a intenção de que o designer domine todas estas inovações a partir de uma perspetiva teórico-prática, a TECH criou este Mestrado Próprio b-learning.

2. Aprofundar conhecimentos recorrendo à experiência dos melhores especialistas

A equipa excecional de especialistas em Design Gráfico que acompanhará o aluno durante a fase prática garante a imensa qualidade deste Mestrado Próprio b-learning. Com um professor particular, o aluno utilizará em ambiente real de trabalho as ferramentas inovadoras para realizar projetos gráficos integrando estas competências na sua atividade profissional diária.

3. Ser introduzido a ambientes profissionais de topo

A TECH seleciona cuidadosamente todos os centros disponíveis para a realização dos estágios deste Mestrado Próprio b-learning. Graças a isso, o especialista terá acesso garantido a uma empresa de prestígio na área do Design Gráfico. Desta forma, poderá vivenciar o trabalho diário nesta área, utilizando sempre as técnicas e ferramentas criativas mais atuais.



4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

No mercado académico atual, existem muitas formações sobrecarregadas sem aplicabilidade no ambiente de trabalho. Por esta razão, a TECH criou esta qualificação que permite ao aluno combinar uma excelente aprendizagem teórica com uma fase prática numa empresa dedicada ao Design Gráfico de forma a adotar uma série de competências eficientes no seu trabalho profissional.

5. Alargar as fronteiras do conhecimento

A TECH oferece-lhe a possibilidade de efetuar esta Formação Prática em centros internacionais. Desta forma, o designer poderá alargar as suas fronteiras e atualizar-se com os melhores profissionais, praticando em empresas de Design Gráfico de topo e em diferentes continentes. Uma oportunidade única que só a TECH, a maior universidade digital do mundo, poderia oferecer.

“

*Terá uma imersão prática total
no centro da sua escolha"*

03

Objetivos

A estrutura deste Mestrado Próprio b-learning permitirá aos alunos adquirirem as competências necessárias para atualizarem os seus conhecimentos na profissão após estudarem em profundidade os aspetos fundamentais do Design Gráfico baseado na prática. O conhecimento vertido em cada um dos pontos do plano de estudos promoverá o bom desempenho do profissional numa perspetiva ampla, desenvolvendo plenas faculdades num campo fundamental para as diferentes áreas do Marketing e da comunicação a nível empresarial, orientando-o para a excelência num setor em constante evolução. Por esta razão, a TECH estabelece uma série de objetivos gerais e específicos para a maior satisfação do aluno.



“

Ver em primeira mão os resultados de um processo criativo nos principais centros da indústria permitir-lhe-á alargar a sua visão e perspetiva, para além da teoria, do que significa ser um Designer Gráfico hoje em dia”



Objetivo geral

- ♦ Um dos objetivos gerais deste Mestrado Próprio b-learning em Design Gráfico é o de reforçar as capacidades criativas do profissional, com conhecimentos sobre as novas tendências do design aplicadas a diferentes áreas de interesse. Assim, serão capazes de desenvolver um projeto completo a partir da ideia inicial, determinando os materiais e técnicas adequados para o seu desenvolvimento de acordo com cada situação comunicativa, sendo capazes de adaptar cada peça a diferentes formatos



Um Mestrado Próprio b-learning exclusivo da TECH para o atualizar nos estudos mais avançados em Design Gráfico. Com uma metodologia 100% online e uma fase prática nos melhores centros criativos. Inscreva-se agora mesmo”





Objetivos específicos

Módulo 1. História do design

- ♦ Compreender os aspetos essenciais das ciências humanas e sociais e a sua aplicação de acordo com as necessidades de cada projeto de design
- ♦ Dominar a história das práticas artísticas, o design contemporâneo e tudo o que o rodeia, para se adaptar às novas questões e desafios do design digital
- ♦ Compreender a relação entre património e design como característica da cultura contemporânea

Módulo 2. Introdução à cor

- ♦ Compreender a importância da cor no ambiente visual
- ♦ Aplicar os fundamentos psicológicos e semióticos da cor na conceção
- ♦ Capturar, manipular e preparar a cor para utilização em meios físicos e virtuais

Módulo 3. Introdução à forma

- ♦ Compreender os princípios básicos de composição e estrutura que articulam imagem, grafismo e som no tempo, bem como a natureza da imagem e dos gráficos em movimento
- ♦ Conceber e produzir comunicações visuais com um objetivo claro e específico, aplicando transformações e efeitos espaço-temporais com intenções narrativas
- ♦ Desenvolver as competências espaciais, analisando as formas que são construídas no meio envolvente
- ♦ Compreender a importância da forma no desenvolvimento de procedimentos mais complexos
- ♦ Identificar visualmente os tipos de formas para criar novas formas a partir destas
- ♦ Compreender e analisar a componente emocional que é atribuída a certas formas

Módulo 4. Design editorial

- ♦ Conhecer os fundamentos do Design Editorial no contexto impresso e digital, bem como a sua inter-relação com outras áreas
- ♦ Analisar o âmbito e a importância do designer no âmbito editorial
- ♦ Dominar a terminologia, as técnicas e as linguagens específicas aplicadas aos processos de design: pré-impressão e sistemas de impressão, técnicas e suportes digitais e multimédia
- ♦ Compreender o conjunto gráfico e os seus elementos nas publicações editoriais
- ♦ Projetar comunicações visuais apelativas e que respeitem as normas gráficas atuais
- ♦ Utilizar ferramentas como o Adobe InDesign para projetar as suas próprias ideias gráficas

Módulo 5. Metodologia de design

- ♦ Conhecer os processos básicos da metodologia científica na história do design
- ♦ Identificar problemas relacionados com o design, recolher e analisar as informações necessárias para avaliar e apresentar soluções de acordo com critérios de eficiência
- ♦ Aprender a argumentar de forma coerente e crítica sobre o desenvolvimento de um projeto de design
- ♦ Compreender como funciona a inovação enquanto motor de design
- ♦ Dominar a dinâmica própria da gestão do design que permite a aplicação de conhecimentos de marketing e de administração de empresas em projetos de design
- ♦ Compreender a prática do design como um método de investigação por si só, baseado na criatividade

Módulo 6. Design Gráfico

- ♦ Gerir os fundamentos do Design Gráfico, bem como a sua inter-relação com outras áreas
- ♦ Compreender as bases, funções e o valor do Design Gráfico
- ♦ Dominar os elementos básicos e formais do Design Gráfico
- ♦ Aprender a utilizar as ferramentas digitais mais utilizadas no domínio do Design Gráfico
- ♦ Aplicar elementos básicos de organização e gestão de projetos

Módulo 7. Imagem corporativa

- ♦ Compreender os conceitos básicos da política de comunicação de uma organização
- ♦ Perceber quais as áreas estratégicas que um designer gráfico deve gerir no processo comunicativo da identidade gráfica e visual das marcas
- ♦ Dominar as ferramentas e estratégias teórico-práticas que facilitam a gestão da comunicação empresarial e institucional em organizações de todo o tipo
- ♦ Selecionar corretamente um método de organização da informação e comunicação para o uso adequado de uma marca
- ♦ Identificar os elementos mais significativos da empresa-cliente, bem como as suas necessidades, para a criação de estratégias e mensagens comunicativas
- ♦ Desenvolver um sistema regulamentado por normas gráficas básicas baseadas em elementos de identidade visual/marca





Módulo 8. Criação do portfólio

- ♦ Aplicar corretamente critérios de usabilidade e interatividade nas narrações audiovisuais
- ♦ Conhecer o perfil do designer no mercado de trabalho
- ♦ Dominar técnicas, métodos, ferramentas e redes para promover o trabalho pessoal
- ♦ Compreender o protocolo ético a ser seguido na prática profissional
- ♦ Aplicar a análise dos pontos fortes e fracos no trabalho desenvolvido

Módulo 9. Ética, legislação e deontologia profissional

- ♦ Recolher e interpretar dados pertinentes para formular juízos que incluam uma reflexão sobre questões éticas, ambientais e sociais
- ♦ Exercer a sua atividade profissional de forma ética, respeitando a lei e os direitos universais
- ♦ Adquirir competências que demonstrem a resolução de problemas através da argumentação e da crítica construtiva

Módulo 10. Tipografia

- ♦ Gerir os princípios sintáticos da linguagem gráfica para descrever objetos e ideias de forma clara e precisa
- ♦ Aplicar os fundamentos estéticos da tipografia
- ♦ Dominar a correta disposição dos textos no objeto de design
- ♦ Produzir trabalhos profissionais baseados na composição tipográfica

04

Competências

Após ser aprovado nas avaliações do Mestrado Próprio b-learning em Design Gráfico, o profissional terá adquirido as competências necessárias para o correto desempenho das suas funções numa empresa ou grupo criativo, bem como de forma autónoma, sendo capaz de criar projetos gráficos completos em qualquer contexto comunicativo.



“

*Após a conclusão deste Mestrado
Próprio b-learning, o profissional terá
um vasto leque de possibilidades no
mercado de trabalho atual e futuro"*



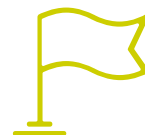
Competências gerais

- Criar projetos gráficos completos em qualquer contexto de comunicação
- Analisar a adequação das diferentes abordagens
- Impactar os públicos-alvo de uma forma eficiente
- Controlar os processos de produção internos e externos das peças produzidas

“

*Graças a esta capacitação,
dominará as técnicas criativas mais
eficazes para desenvolver a imagem
corporativa de uma empresa”*





Competências específicas

- ♦ Descrever os diferentes momentos históricos do Design Gráfico
- ♦ Gerir as cores na sua aplicação gráfica
- ♦ Conhecer a utilização da forma no Design Gráfico
- ♦ Trabalhar em design editorial
- ♦ Utilizar as diferentes metodologias existentes no Design Gráfico
- ♦ Desenvolver uma imagem corporativa
- ♦ Criar um portfólio
- ♦ Conhecer a ética profissional e o código deontológico do Design Gráfico
- ♦ Utilizar de forma eficiente diferentes tipos de letra

05

Planificação do ensino

O conteúdo foi concebido para a aprendizagem teórica e prática dos fundamentos do Design Gráfico e da sua correta aplicação em diferentes ambientes comunicativos. Ajustado à metodologia online, atendendo às rigorosas especificações da TECH com o inovador método de *Relearning* que, através da reiteração de conceitos, permite uma aprendizagem mais ágil e eficaz. Além disso, é combinado com um estágio final de 3 semanas num centro especializado. Estabelecendo assim um plano de estudos dividido em 10 módulos bem detalhados que oferecem uma perspetiva ampla do Design Gráfico.



“

Os recursos didáticos a que terá acesso nesta formação estão disponíveis em diferentes formatos, como vídeo ou resumo interativo, com o objetivo de lhe proporcionar uma experiência de aprendizagem agradável e individualizada”

Módulo 1. História do *design*

- 1.1. Para que serve conhecer a história?
 - 1.1.1. Valorização da história
 - 1.1.2. Antecipar o futuro
 - 1.1.3. O passado liberta-nos
 - 1.1.4. Conclusões
- 1.2. Considerando a “História do Design” uma disciplina
 - 1.2.1. Como fazemos história a partir da história?
 - 1.2.2. Antecedentes considerados
 - 1.2.3. O desenvolvimento da disciplina: Anos 70, 80 e 90
 - 1.2.4. O objeto de estudo da história do design
 - 1.2.5. Tendências e linhas de investigação
- 1.3. Revolução Industrial e outras correntes
 - 1.3.1. Consequências da Revolução Industrial para o design
 - 1.3.2. A influência oriental
 - 1.3.3. *Arts and Crafts*. William Morris
 - 1.3.4. Esteticismo
 - 1.3.5. Art Nouveau
- 1.4. Percurso histórico I
 - 1.4.1. Secessão Vienense
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. O Construtivismo russo
 - 1.4.4. O movimento De Stijl e o Neoplasticismo
- 1.5. A Bauhaus
 - 1.5.1. O que é a Bauhaus?
 - 1.5.2. Primeira etapa
 - 1.5.3. Segunda etapa
 - 1.5.4. Terceira etapa
 - 1.5.5. Princípios básicos
 - 1.5.6. Influências
- 1.6. Percurso histórico II
 - 1.6.1. Art Deco
 - 1.6.2. Estilo internacional
 - 1.6.3. Design do pós-guerra
 - 1.6.4. A Escola de Ulm
 - 1.6.5. A escola suíça
- 1.7. O funcional e o funcionalista
 - 1.7.1. A visão funcionalista
 - 1.7.2. O belo e o prático
 - 1.7.3. As analogias do funcionalismo
 - 1.7.4. O funcionalismo como estilo
- 1.8. Percurso histórico III
 - 1.8.1. A Escola de Nova Iorque
 - 1.8.2. Aerodinamismo americano
 - 1.8.3. Design escandinavo
 - 1.8.4. Design democrático
- 1.9. Outras tendências
 - 1.9.1. O Pop
 - 1.9.2. High-Tech
 - 1.9.3. Minimalismo
 - 1.9.4. Kitsch
- 1.10. A era digital
 - 1.10.1. A revolução da informação
 - 1.10.2. O design apoiado por computador
 - 1.10.3. *Biodesign*, neobiomorfismo, design ecológico
 - 1.10.4. A imagem digital e as novas tipografias

Módulo 2. Introdução à cor

- 2.1. Cor, princípios e propriedades
 - 2.1.1. Introdução à cor
 - 2.1.2. Luz e cor: sinestesia cromática
 - 2.1.3. Atributos da cor
 - 2.1.4. Pigmentos e corantes
- 2.2. Cores no círculo cromático
 - 2.2.1. O círculo cromático
 - 2.2.2. Cores frias e quentes
 - 2.2.3. Cores primárias e derivadas
 - 2.2.4. Relações cromáticas: harmonia e contraste
- 2.3. Psicologia da cor
 - 2.3.1. Construção do significado de uma cor
 - 2.3.2. Carga emocional
 - 2.3.3. Valores denotativos e conotativos
 - 2.3.4. *Marketing* emocional. Carga da cor
- 2.4. Teoria das cores
 - 2.4.1. Uma teoria científica. Isaac Newton
 - 2.4.2. A teoria das cores de Goethe
 - 2.4.3. Aderir à teoria das cores de Goethe
 - 2.4.4. Psicologia da cor de acordo com Eva Heller
- 2.5. Insistir na classificação da cor
 - 2.5.1. O cone duplo de Wilhelm Ostwald
 - 2.5.2. O sólido de Albert Munsell
 - 2.5.3. O cubo de Alfred Hicethier
 - 2.5.4. O triângulo CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)
- 2.6. O estudo individual das cores
 - 2.6.1. Branco e preto
 - 2.6.2. Cores neutras. A escala de cinza
 - 2.6.3. Monocromático, bicromático, policromático
 - 2.6.4. Aspectos simbólicos e psicológico das cores
- 2.7. Modelos a cor
 - 2.7.1. Modelo subtrativo. Modo CMYK
 - 2.7.2. Modelo aditivo. Modo RGB
 - 2.7.3. Modelo HSB
 - 2.7.4. Sistema Pantone. A paleta de cores
- 2.8. De Bauhaus a Murakami
 - 2.8.1. A Bauhaus e os seus artistas
 - 2.8.2. Teoria da Gestalt ao serviço da cor
 - 2.8.3. Josef Albers. A interação da cor
 - 2.8.4. Murakami, as conotações da ausência de cor
- 2.9. A cor no projeto de *design*
 - 2.9.1. *Pop Art*. A cor das culturas
 - 2.9.2. Criatividade e cor
 - 2.9.3. Artistas contemporâneos
 - 2.9.4. Análise de diferentes óticas e perspectivas
- 2.10. Gestão das cores no ambiente digital
 - 2.10.1. Espaços de cor
 - 2.10.2. Perfis da cor
 - 2.10.3. Calibração de monitores
 - 2.10.4. O que devemos ter em conta

Módulo 3. Introdução à forma

- 3.1. A forma
 - 3.1.1. Definição, o que é?
 - 3.1.2. Qualidades e características
 - 3.1.3. Contorno, silhueta, figura e perfil, aspetos de uma mesma realidade.
 - 3.1.4. Representação essencial
- 3.2. Tipologia da forma. Estética da forma funcional
 - 3.2.1. Tipos de formas de acordo com a sua origem
 - 3.2.2. Tipos de formas de acordo com a sua configuração
 - 3.2.3. Tipos de forma de acordo com o seu significado
 - 3.2.4. Tipos de forma segundo a sua relação com o espaço
 - 3.2.5. Tipos de formas de acordo com a sua relação fundo-forma
- 3.3. As primeiras formas gráficas
 - 3.3.1. O rabisco
 - 3.3.2. A forma da mancha
 - 3.3.3. O ponto e a linha
 - 3.3.4. Despertar a criatividade através do Hirameki
 - 3.3.5. A forma do Haiku
- 3.4. Composição da forma
 - 3.4.1. Forma aberta e forma fechada
 - 3.4.2. Composição formal, semiformal e informal
 - 3.4.3. A simetria
 - 3.4.4. Os eixos. Simetria axial e radial
- 3.5. A importância da proporção na forma
 - 3.5.1. A proporção
 - 3.5.2. Retângulo de ouro
 - 3.5.3. A escala
 - 3.5.4. Tipos de escala
- 3.6. Ismos: uma aplicação prática
 - 3.6.1. Cubismo
 - 3.6.2. Suprematismo
 - 3.6.3. Construtivismo
 - 3.6.4. Dadaísmo
- 3.7. O ser humano como medida
 - 3.7.1. O cânone
 - 3.7.2. Diferentes cânones na figura humana
 - 3.7.3. A representação da figura humana na arte
 - 3.7.4. A ergonomia
- 3.8. Perceção visual e forma
 - 3.8.1. Perceção visual
 - 3.8.2. Gestalt
 - 3.8.3. O pensamento visual
 - 3.8.4. Inter-relação das formas
- 3.9. Psicologia das formas
 - 3.9.1. O círculo
 - 3.9.2. O quadrado
 - 3.9.3. O triângulo
 - 3.9.4. Outras formas
- 3.10. Introdução à forma digital
 - 3.10.1. Do analógico ao mundo digital
 - 3.10.2. A forma positiva e negativa
 - 3.10.3. Repetição e reflexão
 - 3.10.4. Combinar técnicas

Módulo 4. Design editorial

- 4.1. Introdução ao design editorial
 - 4.1.1. O que é o design editorial?
 - 4.1.2. Tipos de publicações no design editorial
 - 4.1.3. O designer editorial e as suas competências
 - 4.1.4. Fatores do design editorial
- 4.2. História do design editorial
 - 4.2.1. A investigação da escrita. O livro na Antiguidade
 - 4.2.2. A revolução de Gutenberg
 - 4.2.3. A livraria do Antigo Regime (1520-1760)
 - 4.2.4. A Segunda Revolução do Livro (1760 -1914)
 - 4.2.5. Do século XIX à atualidade
- 4.3. Fundamentos do design editorial impresso e digital
 - 4.3.1. O formato
 - 4.3.2. A grelha
 - 4.3.3. A tipografia
 - 4.3.4. A cor
 - 4.3.5. Os elementos gráficos
- 4.4. Meios editoriais impressos
 - 4.4.1. Campos de trabalho e formatos
 - 4.4.2. O livro e os seus elementos: título, cabeçalho, introdução, corpo do texto
 - 4.4.3. Manuseamento: dobragem e encadernação
 - 4.4.4. A impressão
- 4.5. Meios editoriais digitais
 - 4.5.1. Publicações digitais
 - 4.5.2. Aspetos da forma nas publicações digitais
 - 4.5.3. Publicações digitais mais utilizadas
 - 4.5.4. Plataformas para publicação digital

- 4.6. Introdução ao InDesign I: primeiros passos
 - 4.6.1. A interface e a personalização do espaço de trabalho
 - 4.6.2. Painéis, preferências e menus
 - 4.6.3. O *Fat-Plan*
 - 4.6.4. Opções para criar novos documentos e guardar
- 4.7. Introdução ao InDesign II: um conhecimento mais aprofundado da ferramenta
 - 4.7.1. O formato da publicação
 - 4.7.2. A grelha no espaço de trabalho
 - 4.7.3. A grelha de base e a sua importância
 - 4.7.4. Utilização de regras e criação de diretrizes. Modo de visualização
 - 4.7.5. O painel e a ferramenta de páginas. As páginas principais
 - 4.7.6. Trabalhar com camadas
- 4.8. Gestão da cor e imagens no InDesign
 - 4.8.1. A paleta de amostras. Criação de cores e tonalidades
 - 4.8.2. A ferramenta conta-gotas
 - 4.8.3. Os gradientes
 - 4.8.4. Organização de imagens e gestão da cor
 - 4.8.5. Utilização de vinhetas e objetos ancorados
 - 4.8.6. Criação e configuração de uma tabela
- 4.9. O texto no InDesign
 - 4.9.1. O texto: escolha de tipos de letra
 - 4.9.2. As molduras de texto e as suas opções
 - 4.9.3. Painel de caracteres e painel de parágrafos
 - 4.9.4. Inserir notas de rodapé. Tabulações
- 4.10. Projeto editorial
 - 4.10.1. Relação de designers editoriais: projetos
 - 4.10.2. Criação de um primeiro projeto no InDesign
 - 4.10.3. Que elementos devem ser incluídos?
 - 4.10.4. Pensar bem a ideia

Módulo 5. Metodologia de design

- 5.1. Sobre a metodologia e o design
 - 5.1.1. O que é a metodologia do design?
 - 5.1.2. Diferenças entre método, metodologia e técnica
 - 5.1.3. Tipos de técnicas metodológicas
 - 5.1.4. Dedução, indução e abdução
- 5.2. Introdução à investigação em design
 - 5.2.1. Herdar o método científico
 - 5.2.2. Conceitos gerais dos processos de investigação
 - 5.2.3. Fases principais do processo de investigação
 - 5.2.4. Calendário
- 5.3. Algumas propostas metodológicas
 - 5.3.1. Propostas para uma nova metodologia por Bernhard Bürdek
 - 5.3.2. Método Sistemático para Designers de Bruce Archer
 - 5.3.3. Design generalizador integrado de Victor Papanek
 - 5.3.4. Metodologia de projetos de Bruno Munari
 - 5.3.5. O processo criativo de solução de problemas de Bernd Löbach
 - 5.3.6. Outros autores e esquemas de outros métodos
- 5.4. Definição do problema
 - 5.4.1. Identificação e análise da necessidade
 - 5.4.2. O *brief*, o que é?
 - 5.4.3. O que deve conter um bom *brief*?
 - 5.4.4. Conselhos para preparar um *brief*
- 5.5. Investigação para o projeto
 - 5.5.1. Estudo de antecedentes
 - 5.5.2. Implicação do projeto
 - 5.5.3. Estudo do público-alvo ou target
 - 5.5.4. Ferramentas no estudo do target
- 5.6. O ambiente competitivo
 - 5.6.1. Em relação ao mercado
 - 5.6.2. Análise de competência
 - 5.6.3. Proposta de Valor
- 5.7. Estudo de viabilidade
 - 5.7.1. Viabilidade social. Análise SWOT
 - 5.7.2. Viabilidade técnica
 - 5.7.3. Viabilidade económica
- 5.8. Soluções possíveis para o *brief*
 - 5.8.1. A emotividade nos processos criativos
 - 5.8.2. Divergência, transformação e convergência
 - 5.8.3. Chuva de ideias, *brainstorming*
 - 5.8.4. Comparação de ideias
- 5.9. Definição de metas
 - 5.9.1. Objetivo geral
 - 5.9.2. Objetivos específicos
 - 5.9.3. Objetivos técnicos
 - 5.9.4. Objetivos estéticos e de comunicação
 - 5.9.5. Objetivos de mercado
- 5.10. Desenvolvimento de ideias
 - 5.10.1. O feedback na fase de ideação
 - 5.10.2. Os esboços
 - 5.10.3. Apresentação de ideias
 - 5.10.4. Métodos de controlo e avaliação crítica

Módulo 6. Design Gráfico

- 6.1. Introdução ao design gráfico
 - 6.1.1. O que é o design gráfico?
 - 6.1.2. Funções do design gráfico
 - 6.1.3. Áreas de ação no Design Gráfico
 - 6.1.4. O valor do design gráfico
- 6.2. O design gráfico como atividade profissional
 - 6.2.1. A influência da tecnologia no desenvolvimento da profissão
 - 6.2.2. Qual é o papel do designer gráfico?
 - 6.2.3. Áreas profissionais
 - 6.2.4. O designer como cidadão
- 6.3. Elementos básicos
 - 6.3.1. O ponto
 - 6.3.2. A linha
 - 6.3.3. A forma
 - 6.3.4. A textura
 - 6.3.5. O espaço
- 6.4. Elementos formais
 - 6.4.1. O contraste
 - 6.4.2. O equilíbrio
 - 6.4.3. A proporção
 - 6.4.4. O ritmo
 - 6.4.5. A harmonia
 - 6.4.6. O movimento
 - 6.4.7. A unidade
- 6.5. Referências no design gráfico nos séculos XX e XXI
 - 6.5.1. Os designers gráficos que deixaram a sua marca na história
 - 6.5.2. Os designers mais influentes
 - 6.5.3. Designers gráficos de hoje
 - 6.5.4. Referências visuais
- 6.6. Cartazes
 - 6.6.1. O cartaz publicitário
 - 6.6.2. Funções
 - 6.6.3. Os cartazes do século XIX
 - 6.6.4. Referências visuais
- 6.7. O estilo gráfico
 - 6.7.1. A linguagem icónica e a cultura de massas
 - 6.7.2. O design gráfico e a sua relação com a arte
 - 6.7.3. O estilo gráfico próprio
 - 6.7.4. O design não é uma profissão, é um estilo de vida
- 6.8. Das ruas para a agência
 - 6.8.1. O design como última vanguarda
 - 6.8.2. A arte urbana ou *Street Art*
 - 6.8.3. Arte urbana aplicada à publicidade
 - 6.8.4. A arte urbana e a imagem de marca
- 6.9. Ferramentas digitais mais utilizadas
 - 6.9.1. Adobe Lightroom
 - 6.9.2. Adobe Photoshop
 - 6.9.3. Adobe Illustrator
 - 6.9.4. Adobe InDesign
 - 6.9.5. CorelDRAW
- 6.10. Iniciação do projeto de design
 - 6.10.1. O *brief*
 - 6.10.2. Definição
 - 6.10.3. Justificação
 - 6.10.4. Implicação
 - 6.10.5. Objetivos
 - 6.10.6. Metodologia

Módulo 7. Imagem corporativa

- 7.1. A identidade
 - 7.1.1. Ideia de identidade
 - 7.1.2. Porque procuramos a identidade?
 - 7.1.3. Tipos de identidade
 - 7.1.4. Identidade digital
- 7.2. Identidade corporativa
 - 7.2.1. Definição. Porquê ter uma identidade corporativa?
 - 7.2.2. Fatores que influenciam a identidade corporativa
 - 7.2.3. Componentes da identidade corporativa
 - 7.2.4. Comunicação da identidade
 - 7.2.5. Identidade corporativa, *branding* e imagem corporativa
- 7.3. Imagem corporativa
 - 7.3.1. Características da imagem corporativa
 - 7.3.2. Para que serve a imagem corporativa?
 - 7.3.3. Tipos de imagem corporativa
 - 7.3.4. Exemplos
- 7.4. Os sinais básicos de identificação
 - 7.4.1. O nome ou *naming*
 - 7.4.2. Logótipos
 - 7.4.3. Monogramas
 - 7.4.4. Imagótipo
- 7.5. Fatores de memorização da identidade
 - 7.5.1. Originalidade
 - 7.5.2. Valor simbólico
 - 7.5.3. Pregnância
 - 7.5.4. Repetição
- 7.6. Metodologia para o processo de criação de uma marca
 - 7.6.1. Estudo do setor e da concorrência
 - 7.6.2. *Briefing*, modelo
 - 7.6.3. Definir estratégia e personalidade da marca. Os valores
 - 7.6.4. Público-alvo
- 7.7. O cliente
 - 7.7.1. Intuir como é o cliente
 - 7.7.2. Tipologias de clientes
 - 7.7.3. O processo de reunião
 - 7.7.4. A importância de conhecer o cliente
 - 7.7.5. Instauração de um orçamento
- 7.8. Manual de identidade corporativa
 - 7.8.1. Normas de construção e aplicação da marca
 - 7.8.2. Tipografia corporativa
 - 7.8.3. Cores corporativas
 - 7.8.4. Outros elementos gráficos
 - 7.8.5. Exemplos de manuais empresariais
- 7.9. **Redesign** da identidade
 - 7.9.1. Razões para optar pelo **redesign** de uma identidade
 - 7.9.2. Gerir uma mudança na identidade corporativa
 - 7.9.3. Boas práticas. Referências visuais
 - 7.9.4. Más práticas. Referências visuais
- 7.10. Projeto de identidade da marca
 - 7.10.1. Apresentação e explicação do projeto. Referências
 - 7.10.2. *Brainstorming*. Análise do mercado
 - 7.10.3. Público-alvo, valor da marca
 - 7.10.4. Primeiras ideias e esboços. Técnicas criativas
 - 7.10.5. Estabelecimento do projeto. Tipografias e cores
 - 7.10.6. Entrega e correção de projetos

Módulo 8. Criação do portfólio

- 8.1. O portfólio
 - 8.1.1. O portfólio como carta de apresentação
 - 8.1.2. A importância de um bom portfólio
 - 8.1.3. Orientação e motivação
 - 8.1.4. Conselhos práticos
- 8.2. Características e elementos
 - 8.2.1. O formato físico
 - 8.2.2. O formato digital
 - 8.2.3. A utilização de maquetes
 - 8.2.4. Erros comuns
- 8.3. Plataformas digitais
 - 8.3.1. Comunidades de aprendizagem contínua
 - 8.3.2. Redes Sociais: *Twitter, Facebook, Instagram*
 - 8.3.3. Redes Profissionais: *LinkedIn, InfoJobs*
 - 8.3.4. Portfólios na nuvem: *Behance*
- 8.4. O designer no esquema laboral
 - 8.4.1. Saídas profissionais para um designer
 - 8.4.2. As agências de design
 - 8.4.3. Design gráfico empresarial
 - 8.4.4. Casos de sucesso
- 8.5. Como apresentar-se profissionalmente?
 - 8.5.1. Manter-se atualizado e em constante reciclagem
 - 8.5.2. O curriculum vitae e a sua importância
 - 8.5.3. Erros comuns num *curriculum vitae*
 - 8.5.4. Como criar um bom *curriculum vitae*
- 8.6. Os novos consumidores
 - 8.6.1. A perceção do valor
 - 8.6.2. Definição do seu público-alvo
 - 8.6.3. Mapa de empatia
 - 8.6.4. As relações pessoais
- 8.7. A minha marca pessoal
 - 8.7.1. Empreendedorismo: a procura de sentido
 - 8.7.2. Transforme a sua paixão num emprego
 - 8.7.3. O ecossistema em torno da sua atividade
 - 8.7.4. O modelo Canvas
- 8.8. A identidade visual
 - 8.8.1. O *Naming*
 - 8.8.2. Os valores de uma marca
 - 8.8.3. As grandes questões
 - 8.8.4. Moodboard. O uso do Pinterest
 - 8.8.5. Análise de fatores visuais
 - 8.8.6. Análise de fatores temporais
- 8.9. Ética e responsabilidade
 - 8.9.1. Decálogo ético para a prática do design
 - 8.9.2. Direitos de autor
 - 8.9.3. Design e objeção de consciência
 - 8.9.4. O “bom” design
- 8.10. O preço do seu trabalho
 - 8.10.1. Precisa de dinheiro para viver?
 - 8.10.2. Contabilidade básica para empreendedores
 - 8.10.3. Tipos de despesas
 - 8.10.4. O seu preço/hora. Preço de venda ao público

Módulo 9. Ética, legislação e deontologia profissional

- 9.1. A ética, a moral, o direito e a deontologia profissional
 - 9.1.1. Questões básicas sobre ética. Alguns dilemas morais
 - 9.1.2. Análise conceptual e origem etimológica
 - 9.1.3. Diferenças entre moral e ética
 - 9.1.4. A relação entre ética, moral, direito e deontologia
- 9.2. A propriedade intelectual
 - 9.2.1. O que é a propriedade intelectual?
 - 9.2.2. Tipos de propriedade intelectual
 - 9.2.3. O plágio e a violação dos direitos de autor
 - 9.2.4. Anticopyright
- 9.3. Aspetos práticos da ética atual
 - 9.3.1. Utilitarismo, consequencialismo e deontologia
 - 9.3.2. Agir de forma coerente versus agir com base em princípios
 - 9.3.3. Eficiência dinâmica da ação com base em princípios
- 9.4. A legislação e a moral
 - 9.4.1. Conceito de legislação
 - 9.4.2. Conceito de moralidade
 - 9.4.3. A relação entre direito e moralidade
 - 9.4.4. Do justo ao injusto com base num raciocínio lógico
- 9.5. Conduta profissional
 - 9.5.1. Lidar com o cliente
 - 9.5.2. A importância de acordar as condições
 - 9.5.3. Os clientes não compram design
 - 9.5.4. A conduta profissional
- 9.6. Responsabilidades para com outros designers
 - 9.6.1. A competitividade
 - 9.6.2. O prestígio da profissão
 - 9.6.3. O impacto noutras profissões
 - 9.6.4. A relação com os outros colegas de profissão. A crítica
- 9.7. Responsabilidades sociais
 - 9.7.1. O design inclusivo e a sua importância
 - 9.7.2. Características a ter em conta
 - 9.7.3. Uma mudança de mentalidade
 - 9.7.4. Exemplos e referências
- 9.8. Responsabilidades para com o ambiente
 - 9.8.1. Design ecológico. Porque é que é tão importante?
 - 9.8.2. Características do design sustentável
 - 9.8.3. Implicações ambientais
 - 9.8.4. Exemplos e referências
- 9.9. Conflitos éticos e tomada de decisões práticas
 - 9.9.1. Conduta e práticas responsáveis no contexto laboral
 - 9.9.2. Boas práticas para o designer digital
 - 9.9.3. Como resolver conflitos de interesses?
 - 9.9.4. Como lidar com as ofertas?
- 9.10. O conhecimento livre: Licenças *Creative Commons*
 - 9.10.1. O que é que são?
 - 9.10.2. Tipos de licença
 - 9.10.3. Simbologia
 - 9.10.4. Utilizações específicas

Módulo 10. Tipografia

- 10.1. Introdução à tipografia
 - 10.1.1. O que é a tipografia?
 - 10.1.2. O papel da tipografia no design gráfico
 - 10.1.3. Sequência, contraste, forma e contraforma
 - 10.1.4. Relação e diferenças entre tipografia, caligrafia e lettering
- 10.2. As múltiplas origens da escrita
 - 10.2.1. A escrita ideográfica
 - 10.2.2. O alfabeto fenício
 - 10.2.3. O alfabeto romano
 - 10.2.4. A reforma carolíngia
 - 10.2.5. O alfabeto latino moderno
- 10.3. Os primórdios da tipografia
 - 10.3.1. A imprensa, uma nova era. Primeiros tipógrafos
 - 10.3.2. A Revolução Industrial: a litografia
 - 10.3.3. O modernismo: os primórdios da tipografia comercial
 - 10.3.4. A vanguarda
 - 10.3.5. O período entre guerras
- 10.4. O papel das escolas de **design** na tipografia
 - 10.4.1. A Bauhaus
 - 10.4.2. Herbert Bayer
 - 10.4.3. Psicologia de Gestalt
 - 10.4.4. A escola suíça
- 10.5. Tipografia de atual
 - 10.5.1. 1960-1970, precursores da revolta
 - 10.5.2. Pós-modernismo, desconstrutivismo e tecnologia
 - 10.5.3. Para onde se dirige a tipografia?
 - 10.5.4. Tipografias que definem tendências
- 10.6. Forma tipográfica I
 - 10.6.1. Anatomia da letra
 - 10.6.2. Tamanhos e atributos do tipo
 - 10.6.3. Famílias tipográficas
 - 10.6.4. Maiúsculas, minúsculas e versalete
 - 10.6.5. Diferença entre tipografia, fonte e família tipográfica
 - 10.6.6. Filetes, linhas e elementos geométricos
- 10.7. Forma tipográfica II
 - 10.7.1. A combinação tipográfica
 - 10.7.2. Formatos de tipos de letras (*PostScript-TrueType-OpenType*)
 - 10.7.3. Licenças tipográficas
 - 10.7.4. Quem deve comprar a licença, cliente ou *designer*?
- 10.8. Correção de tipográfica. Composição de textos
 - 10.8.1. Espaçamento entre letras. *Tracking e Kerning*
 - 10.8.2. Espaçamento entre palavras. O quadratim
 - 10.8.3. Espaçamento entre linhas
 - 10.8.4. Corpo da letra
 - 10.8.5. Atributos do texto
- 10.9. O desenho de letras
 - 10.9.1. O processo criativo
 - 10.9.2. Materiais tradicionais e digitais
 - 10.9.3. A utilização do tablet gráfico e do iPad
 - 10.9.4. Tipografia digital: esboços e *bitmaps*
- 10.10. Cartazes tipográficos
 - 10.10.1. Caligrafia como base para o desenho de letras
 - 10.10.2. Como criar uma composição tipográfica que tenha impacto?
 - 10.10.3. Referências visuais
 - 10.10.4. A fase do esboço
 - 10.10.5. Projeto

06

Estágios

Após superar o período de aprendizagem online, o Mestrado Próprio b-learning inclui uma fase de estágio num centro criativo líder na área do Design Gráfico onde o profissional aprenderá a transferir os conhecimentos teóricos adquiridos para um ambiente de trabalho real ao lado dos melhores especialistas nesta área.





“

Ter acesso não só à melhor formação online, mas também a um estágio num centro de prestígio onde se pode interagir com profissionais de design de renome só é possível graças à TECH"

A fase prática desta qualificação consiste numa intensiva jornada de aprendizagem de 3 semanas num centro especializado em Design Gráfico. O estágio ocorrerá de segunda a sexta-feira, 8 horas contínuas. Isto garante que o profissional possa adquirir e reforçar os seus conhecimentos sem interrupções e de forma fluida.

Nesta capacitação, de carácter totalmente prático, as atividades visam desenvolver e aperfeiçoar as competências necessárias ao desenvolvimento das mais recentes técnicas de Design Gráfico ajustadas às tendências do mercado e de acordo com os diferentes setores e que se orientam para a formação específica para o exercício da atividade.

É, sem dúvida, uma grande oportunidade para aprender trabalhando, pondo em prática conhecimentos e competências com a possibilidade de ver em primeira mão os procedimentos utilizados nos centros profissionais de Design Gráfico através de equipamento de última geração e do melhor pessoal especializado.

A parte prática será realizada com a participação ativa do aluno na realização das atividades e procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e orientação dos professores e outros colegas de formação que facilitam o trabalho em equipa e a integração multidisciplinar como competências transversais à praxis do Design Gráfico (aprender a ser e aprender a relacionar-se).



Este Mestrado Próprio b-learning em Design Gráfico permitir-lhe-á criar projetos gráficos completos em qualquer contexto comunicativo"

Os procedimentos descritos a seguir constituirão a base da parte prática da capacitação e a sua aplicação está sujeita à disponibilidade do centro e à sua carga de trabalho, sendo as atividades propostas as seguintes:

Módulo	Atividade Prática
Introdução à cor	Criar diferentes peças gráficas utilizando diferentes cores em função das emoções que cada uma pretende transmitir
	Conceber peças gráficas, aplicando as diferentes teorias da cor a cada uma delas
Design editorial	Gerar trabalhos gráficos orientados para os meios editoriais impressos
	Criar uma composição gráfica para suportes editoriais digitais
	Criar um projeto editorial de raiz com o InDesign
Metodologia de design	Criar a sua própria metodologia de trabalho com base numa série de objetivos que pretenda atingir
	Resolver os problemas que possam surgir na metodologia de trabalho estabelecendo para o efeito uma análise das necessidades
	Realizar e preparar um <i>briefing de design</i>
Design Gráfico	Realizar trabalhos de Design Gráfico destinados a diferentes setores de atividade
	Criar o seu próprio estilo de Design Gráfico
	Utilizar as ferramentas mais populares de Design Gráfico, tais como o Adobe Lightroom ou o Adobe Photoshop
Imagem corporativa	Criar e modificar os esboços de design da imagem corporativa de uma empresa
	Conceber a imagem corporativa final de uma empresa, tendo em conta a mensagem e a percepção que se pretende transmitir
	Gerir o manual de identidade corporativa, detetando as regras de construção e os elementos gráficos relevantes

Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de formação prática na empresa.

Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para tal, esta entidade educativa compromete-se a fazer um seguro de responsabilidade civil que cubra qualquer eventualidade que possa surgir durante o período de estágio no centro onde se realiza a formação prática.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início da formação prática.

Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa prático no centro.



Condições gerais da Mestrado Próprio b-learning

As condições gerais da convenção de estágio para o programa são as seguintes:

1. ORIENTAÇÃO: durante o Mestrado Próprio b-learning, o aluno terá dois orientadores que o acompanharão durante todo o processo, resolvendo todas as dúvidas e questões que possam surgir. Por um lado, haverá um orientador profissional pertencente ao centro de estágios, cujo objetivo será orientar e apoiar o estudante em todos os momentos. Por outro lado, será também atribuído um orientador acadêmico, cuja missão será coordenar e ajudar o aluno ao longo de todo o processo, esclarecendo dúvidas e auxiliando-o em tudo o que necessitar. Desta forma, o profissional estará sempre acompanhado e poderá esclarecer todas as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática como acadêmica.

2. DURAÇÃO: o programa de estágio terá a duração de 3 semanas consecutivas de formação prática, distribuídas por turnos de 8 horas, em 5 dias por semana. Os dias de comparência e o horário serão da responsabilidade do centro, informando o profissional devidamente e antecipadamente, com tempo suficiente para facilitar a sua organização.

3. NÃO COMPARÊNCIA: em caso de não comparência no dia do início do Mestrado Próprio b-learning, o aluno perderá o direito ao mesmo sem possibilidade de reembolso ou de alteração de datas. A ausência por mais de 2 dias de estágio, sem causa justificada/médica, implica a anulação do estágio e, por conseguinte, a sua rescisão automática. Qualquer problema que surja no decurso da participação no estágio deve ser devidamente comunicado, com caráter de urgência, ao orientador acadêmico.

4. CERTIFICAÇÃO: o aluno que concluir o Mestrado Próprio b-learning receberá um certificado que acreditará a sua participação no centro em questão.

5. RELAÇÃO PROFISSIONAL: o Mestrado Próprio b-learning não constitui uma relação profissional de qualquer tipo.

6. ESTUDOS PRÉVIOS: alguns centros podem solicitar um certificado de estudos prévios para a realização do Mestrado Próprio b-learning. Nestes casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágios da TECH, para que seja confirmada a atribuição do centro selecionado.

7. NÃO INCLUI: o Mestrado Próprio b-learning não incluirá qualquer elemento não descrito nas presentes condições. Por conseguinte, não inclui alojamento, transporte para a cidade onde se realizam os estágios, vistos ou qualquer outro serviço não descrito acima.

No entanto, o aluno poderá consultar o seu orientador acadêmico se tiver qualquer dúvida ou recomendação a este respeito. Este fornecer-lhe-á todas as informações necessárias para facilitar os procedimentos envolvidos.

07

Onde posso fazer os estágios?

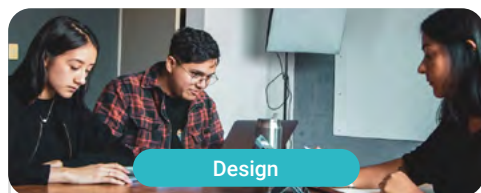
No intuito de oferecer uma educação de elite a todos os seus alunos, este Mestrado Próprio b-learning inclui um estágio de 3 semanas num prestigiado centro criativo. Graças ao processo de seleção exaustivo da TECH, os alunos aplicarão os seus conhecimentos na prática com casos reais e profissionais especializados.



“

Durante 3 semanas, trabalhará ao lado de especialistas na área do design gráfico e viverá uma experiência intensa de aprendizagem e prática”

Os alunos podem efetuar a parte prática deste Mestrado Próprio b-learning nos seguintes centros:



Design

Goose & Hopper

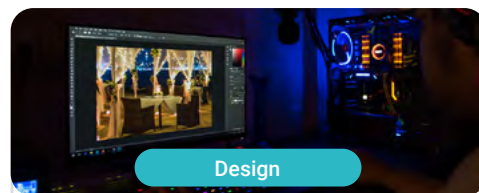
País: México
Cidade: Michoacán de Ocampo

Direção: Avenida Solidaridad Col. Nueva Chapultepec Morelia, Michoacan

Agência de publicidade, design, tecnologia e criatividade

Formações práticas relacionadas:

-Gestão de Comunicação e Reputação Digital
-Modelação 3D Orgânica



Design

Happy Studio Creativos

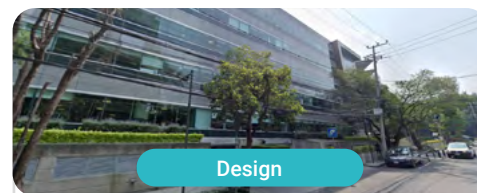
País: México
Cidade: Cidade do México

Direção: Limantitla 6A Santa Úrsula Xitla Tlalpan 14420 CDMX

Empresa criativa dedicada ao mundo audiovisual e da comunicação

Formações práticas relacionadas:

-Fotografia Digital
-Guião Audiovisual



Design

Break Point Marketing

País: México
Cidade: Cidade do México

Direção: Calle Montes Urales 424 4to piso lomas- Virreyes, Lomas de Chapultepec, Miguel Hidalgo C.P 11000 CDMX

Empresa criativa especializada em Marketing Digital e comunicação

Formações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Design Gráfico



Design

Tribalo

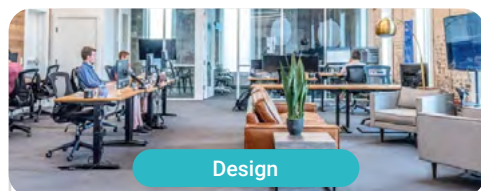
País: México
Cidade: Querétaro de Arteaga

Direção: Ignacio Pérez Sur N°49 El Carrizal Querétaro

Agência de Publicidade e Marketing Digital

Formações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Comunicação Publicitária



Design

Estudio 630

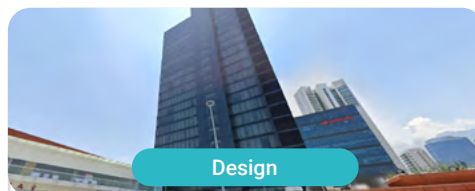
País: México
Cidade: Cidade do México

Direção: Av. Santa Fe 428-Piso 15, Lomas de Santa Fe, Contadero, Cuajimalpa de Morelos, 05300 Ciudad de México, CDMX, México

Empresa criativa para meios digitais

Formações práticas relacionadas:

-Design Gráfico
-Website Management Engineering



Design

Futurité

País: México
Cidade: Nuevo León

Direção: Av. José Vasconcelos 345 piso 21 Col. Santa Engracia San Pedro Garza García Monterrey Nuevo León

Empresa de análise web, design gráfico e software

Formações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Design Gráfico



Design

Grupo Neo

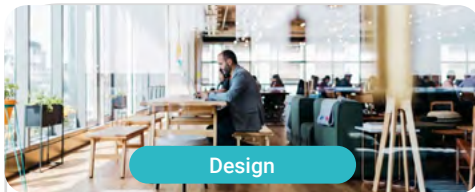
País: México
Cidade: Querétaro de Arteaga

Direção: Fernando Soler 118 Col. La Joya Querétaro C.P. 76180

Empresa especializada em Design Gráfico e trabalhos criativos

Formações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Design Gráfico



Design

The We Company

País
México

Cidade
Querétaro de Arteaga

Direção: Juan N. Frías 19, del Parque,
Constituyentes, 76147 Santiago de Querétaro,
Qro., México

Agência de Marketing Digital

Formações práticas relacionadas:

-Design Gráfico
-Gestão de Redes Sociais Gestor de Comunidade



Design

Innovación Gráfica

País
México

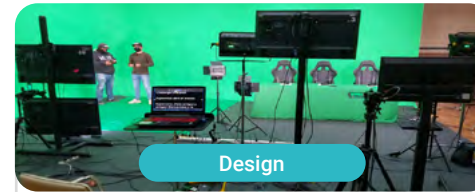
Cidade
Cidade do México

Direção: Calle Juan de Dios Peza N° 115, Col
Obrera, CP. 06800, CDMX

Entidade especializada em marketing
e arquitetura comercial

Formações práticas relacionadas:

-Gestão Comercial e Vendas
-MBA em Marketing Digital



Design

Gaming Partners

País
México

Cidade
Cidade do México

Direção: Poniente 75 Col. 16 de septiembre
Alcaldía Miguel Hidalgo

Empresa especializada no marketing de jogos
e no desenvolvimento de videojogos

Formações práticas relacionadas:

-Gestão de Pessoas
-Gestão Comercial e Vendas



Design

Coppel

País
México

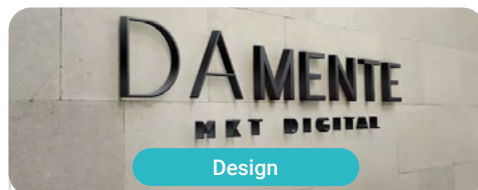
Cidade
Sinaloa

Direção: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos
Hidráulicos 80105 Culican Rosales Sinaloa

Empresa especializada em serviços financeiros e de
consultoria

Formações práticas relacionadas:

-MBA em Marketing Digital
-Design Gráfico



Design

Damente Digital

País
México

Cidade
Cidade do México

Direção: Av. Coyoacán 931 Col. Del Valle
Centro, Benito Juárez C.P. 03100 CDMX

Agência de marketing digital, comunicação e
publicidade

Formações práticas relacionadas:

-Design Gráfico
-MBA em Marketing Digital



Design

Grupo Fórmula

País
México

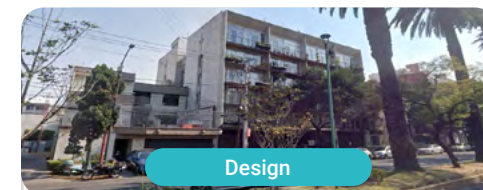
Cidade
Cidade do México

Direção: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc,
Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Empresa líder em comunicação multimídia
e geração de conteúdos

Formações práticas relacionadas:

-Design Gráfico
-Gestão de Pessoas



Design

Amperson

País
México

Cidade
Cidade do México

Direção: Dr. Vertiz 652, int 302, Narvarte
Poniente, Benito Juárez, 03023,
Ciudad de México, México

Agência de Marketing e Comunicação Digital

Formações práticas relacionadas:

-Design Gráfico
-MBA em Gestão de Publicidade e Relações Públicas



Design

Piensamarketing

País
Argentina

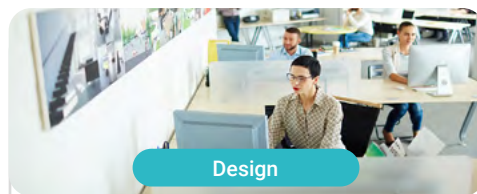
Cidade
Rio Negro

Direção: Campichuelo 580 (8400),
Ciudad de Bariloche, Río Negro

Agência de marketing e comunicação social e
digital

Formações práticas relacionadas:

- Criação e Empreendedorismo na Empresa Digital
- MBA em Marketing Digital



Design

Amplifica

País
Argentina

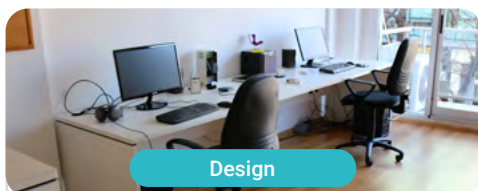
Cidade
Cidade Autónoma
de Buenos Aires

Direção: Chile 576, C1098AAL CABA, Argentina

Agência SEO para a promoção da comunicação e um
posicionamento eficaz

Formações práticas relacionadas:

- Comunicação Publicitária
- Design Gráfico



Design

Buppa

País
Argentina

Cidade
Cidade Autónoma
de Buenos Aires

Direção: Palpa 3088, piso 1 Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Estúdio de marketing e comunicação digital

Formações práticas relacionadas:

- Design Gráfico
- Design Multimédia





Design

Goose & Hopper

País	Cidade
Espanha	Valência

Direção: La Marina de Valencia, Muelle de la Aduana S/N Edificio Lanzadera 46024

Agência de publicidade, design, tecnologia e criatividade

Formações práticas relacionadas:

- Gestão de Comunicação e Reputação Digital
- Modelação 3D Orgânica



Aproveite esta oportunidade para se rodear de profissionais especializados e aprender com a sua metodologia de trabalho"

08

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.



O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.





No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.

Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



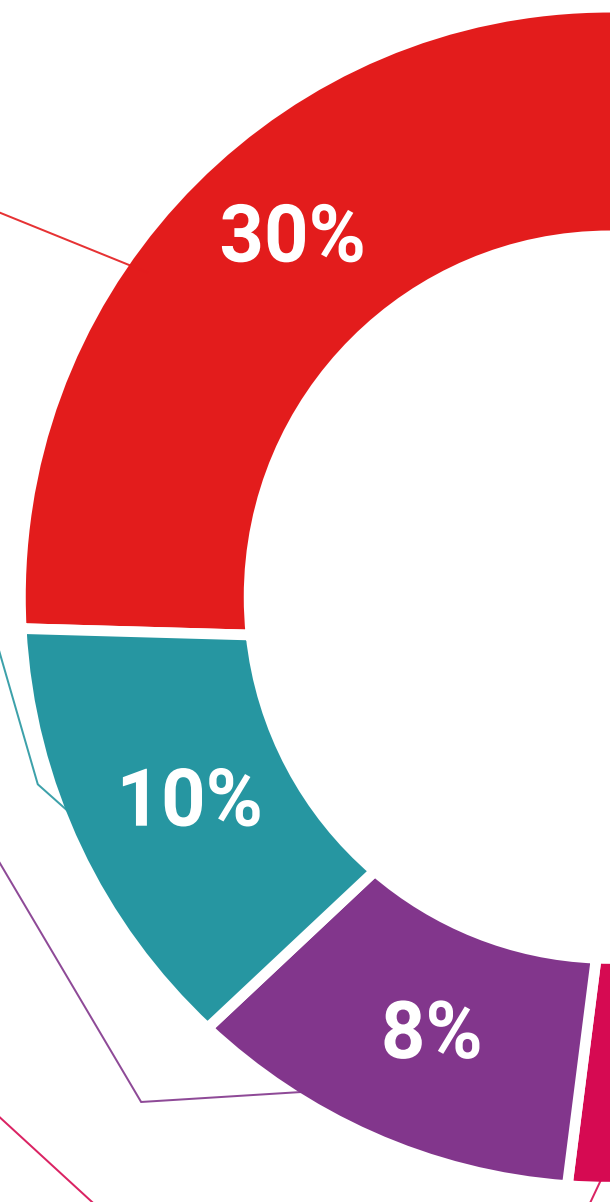
Práticas de aptidões e competências

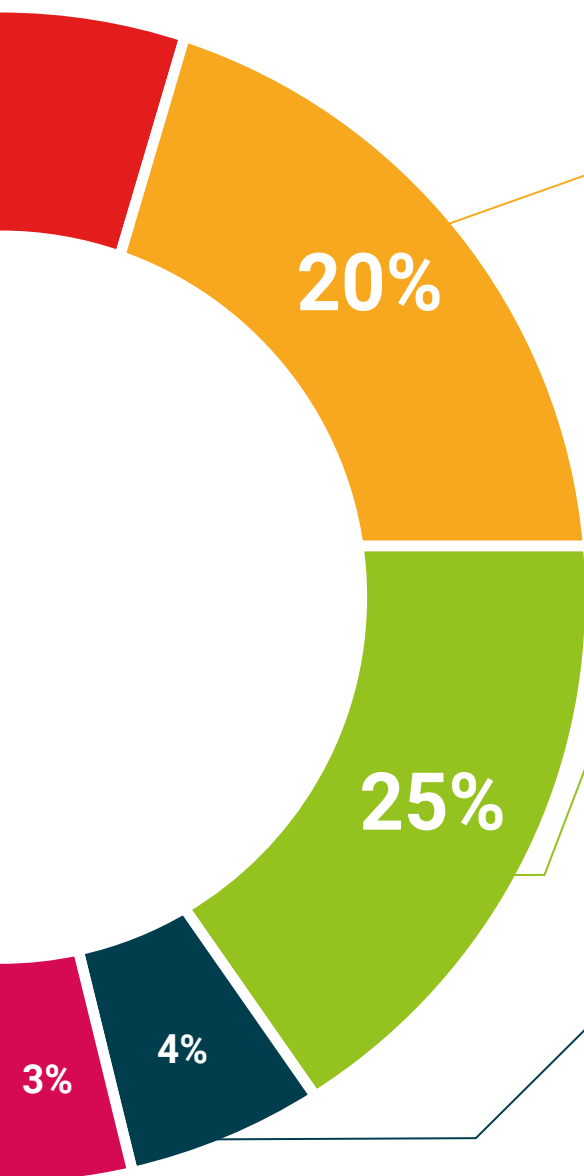
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



09

Certificação

Este programa permitir-lhe-á obter o diploma Mestrado Próprio b-learning em Design Gráfico emitido pela TECH Global University, a maior universidade digital do mundo.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este programa permitirá a obtenção do certificado do **Mestrado Próprio b-learning em Design Gráfico** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

A **TECH Global University** é uma Universidade Europeia Oficial reconhecida publicamente pelo Governo de Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra faz parte do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) desde 2003. O EEES é uma iniciativa promovida pela União Europeia com o objetivo de organizar o modelo de formação internacional e harmonizar os sistemas de ensino superior dos países membros desse espaço. O projeto promove valores comuns, a implementação de ferramentas conjuntas e o fortalecimento de seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, pesquisadores e acadêmicos.

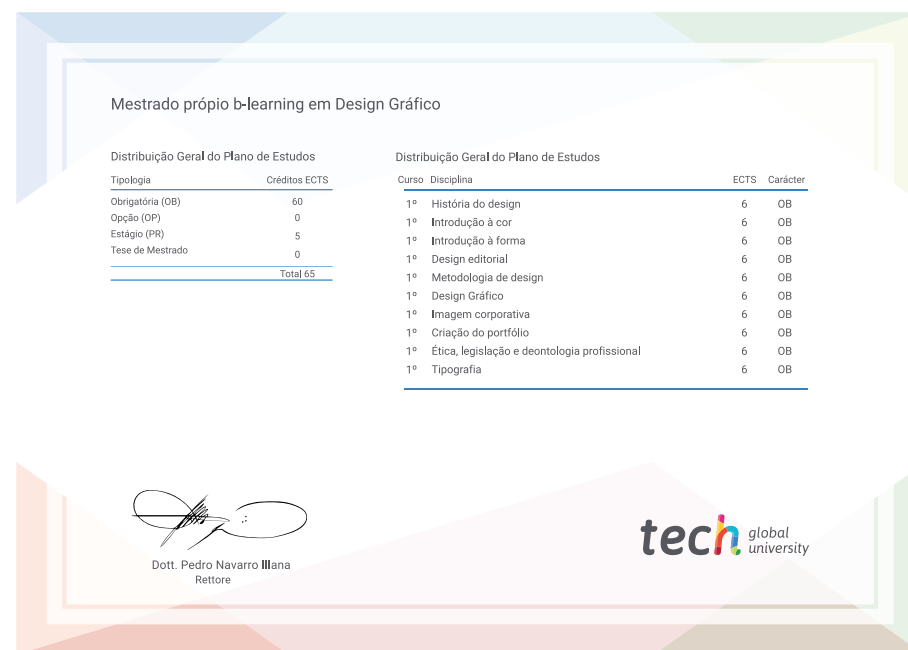
Esse título próprio da **TECH Global University** é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Certificação: **Mestrado Próprio b-learning em Design Gráfico**

Modalidade: **Semipresencial (Online + Estágios)**

Duração: **12 meses**

Créditos: **60 + 5 ECTS**





Mestrado Próprio b-learning

Design Gráfico

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Global University

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

Mestrado Próprio b-learning

Design Gráfico