

Mestrado Próprio

Design Gráfico





Mestrado Próprio

Design Gráfico

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Tempo Dedicado: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/design/mestrado-proprio/mestrado-proprio-design-grafico

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Estrutura e conteúdo

pág. 18

05

Metodologia

pág. 30

06

Certificação

pág. 38

01

Apresentação

O Design Gráfico exige uma atualização constante por parte do profissional. A oferta permanente de novas tecnologias, software ou aplicações determina não só a forma de proceder, como também novas expectativas nos produtos gráficos criados, o domínio dos aspetos técnicos e de desenvolvimento. Neste completo programa compilámos todos os conhecimentos de que necessita para estar na vanguarda desta profissão. Um percurso de aprendizagem que o levará a desenvolver projetos de Design Gráfico competitivos e de qualidade.



“

Uma formação completa que lhe proporcionará os conhecimentos mais avançados em Design Gráfico, com a aprendizagem das novas ferramentas e tendências estéticas do panorama profissional atual”

O profissional de Design Gráfico precisa de conhecer os fenómenos em mudança da comunicação gráfica. A influência de alguns meios sobre outros, as diferentes combinações de meios e os novos produtos gráficos que incorporam diferentes técnicas e abordagens de outras áreas comunicativas, englobam um conhecimento que abrirá novas linhas de pensamento e de trabalho.

Neste sentido, ter conhecimentos em todos os aspetos possíveis do trabalho abre uma porta para possibilidades muito interessantes e caminhos exploráveis.

Como tal, esta formação abordará os aspetos que um designer precisa de conhecer para planear, desenvolver e finalizar qualquer projeto gráfico. É um caminho que irá gradualmente aumentar as competências do estudante para o ajudar a alcançar os desafios de um profissional de primeira linha.

O Design Gráfico surge como uma opção viável para um profissional que decide trabalhar de forma independente mas também fazer parte de qualquer organização ou empresa. Um caminho de desenvolvimento profissional interessante que irá beneficiar dos conhecimentos específicos que agora temos à sua disposição neste programa.

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

- ◆ Desenvolvimento de grandes quantidades de casos práticos apresentados por especialistas
- ◆ Conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático
- ◆ Novidades e novidades de ponta nesta área
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de auto-avaliação pode ser utilizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Metodologias inovadoras e altamente eficientes
- ◆ Palestras teóricas, perguntas ao perito, fóruns de discussão sobre temas controversos e tarefas individuais de reflexão
- ◆ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com ligação à internet



Um Mestrado Próprio que não só lhe ensinará como utilizar as ferramentas do Design Gráfico, como também lhe dará os critérios necessários para tomar as decisões criativas acertadas no seu trabalho”

“

Todo o conhecimento necessário para trabalhar em Design Gráfico compilado num Mestrado Próprio altamente eficiente, que otimizará o seu esforço com os melhores resultados”

O desenvolvimento deste programa está centrado na prática da aprendizagem teórica proposta. Através dos sistemas de ensino mais eficazes e dos métodos comprovados importados das universidades mais prestigiadas do mundo, poderá adquirir novos conhecimentos de uma forma eminentemente prática. Desta forma, esforçamo-nos para converter os seus esforços em competências reais e imediatas.

O nosso sistema online é outro dos pontos fortes da nossa proposta. Com uma plataforma interativa que conta com as vantagens dos desenvolvimentos tecnológicos de última geração, colocamos ao seu serviço as ferramentas digitais mais interativas. Desta forma, podemos oferecer-lhe uma forma de aprendizagem totalmente adaptável às suas necessidades, para que possa combinar perfeitamente esta formação com a sua vida pessoal ou profissional.

Todas as áreas necessárias para a criação de peças gráficas perfeitas serão desenvolvidas de forma clara e precisa para que o estudante as possa assimilar de forma rápida e permanente.

Este programa permitir-lhe-á melhorar as suas competências e atualizar os seus conhecimentos em Design Gráfico.



02

Objetivos

O objetivo deste Mestrado Próprio em Design Gráfico é oferecer aos profissionais uma forma completa de adquirir conhecimentos e competências atualizadas para trabalhar em Design Gráfico, através de um método de aprendizagem baseado na prática, este programa permitir-lhe-á terminar a sua formação com os conhecimentos necessários para realizar o seu trabalho com total segurança e competência.





“

O nosso objetivo é simples: ajudá-lo a obter a mais completa atualização em Design Gráfico com um programa totalmente compatível com as suas obrigações laborais e pessoais”



Objetivos gerais

- ◆ Desenvolver um projecto de Design Gráfico completo
- ◆ Determinar os materiais apropriados para o seu desenvolvimento
- ◆ Definir as técnicas ideais para cada situação gráfica comunicativa
- ◆ Realizar todo o processo de criação dw peças, adaptando-as a diferentes formatos

“

Uma oportunidade criada para profissionais que procuram um programa intensivo e eficaz, com o qual possam dar um passo significativo no exercício da sua profissão”





Objetivos específicos

Módulo 1. História do design

- ◆ Ter um conhecimento básico das Ciências Humanas e Sociais a fim de poder planejar investigações futuras, em função das necessidades de cada projeto de concepção
- ◆ Compreender criticamente a história das práticas artísticas e do design contemporâneo, os argumentos e pressupostos teóricos que os sustentam e as estratégias e mecanismos em que intervêm para se adaptarem aos novos problemas e desafios do design digital
- ◆ Compreender o desenvolvimento do **design** ao longo da história como uma integração de várias disciplinas: Arte, Cultura Contemporânea, Filosofia, Sociologia, História dos Media em Design Digital, Linguística-Semiótica
- ◆ Desenvolver um espírito avaliativo e crítico a fim de adquirir a capacidade de análise e síntese na prática e execução das funções de um designer
- ◆ Atuar como mediadores entre tecnologia e arte, ideias e fins, cultura e design
- ◆ Compreender a relação entre património e design e saber que esta é uma característica da cultura contemporânea

Módulo 2. Introdução à cor

- ◆ Compreender a importância da cor no ambiente visual
- ◆ Adquirir a capacidade de observar, organizar, discriminar e gerir a cor
- ◆ Aplicar os fundamentos psicológicos e semióticos da cor na concepção
- ◆ Capturar, manipular e preparar a cor para utilização em meios físicos e virtuais
- ◆ Adquirir a capacidade de formar juízos independentes, por meio de argumentos
- ◆ Saber documentar, analisar e interpretar fontes documentais e literárias com os seus próprios critérios

Módulo 3. Introdução à forma

- ◆ Compreender a natureza da imagem e dos gráficos de movimento, bem como os princípios básicos de composição e estrutura que articulam a imagem, os gráficos e o som no tempo
- ◆ Aplicar transformações e efeitos espaço-temporais com intenções narrativas para projetar e realizar comunicações visuais com um objetivo claro e específico
- ◆ Desenvolver competências espaciais, analisando as formas que são construídas no ambiente
- ◆ Saber a importância da forma no desenvolvimento de procedimentos mais complexos
- ◆ Identificar visualmente os tipos de formas, a fim de criar novas formas a partir das mesmas
- ◆ Compreender e analisar a componente emocional atribuída a certas formas

Módulo 4. Design editorial

- ◆ Conhecer os fundamentos do **design** editorial no contexto impresso e digital, bem como as suas inter-relações com outras áreas
- ◆ Conhecer o alcance e a importância do **designer** no âmbito editorial
- ◆ Conhecer a terminologia, as técnicas e as linguagens específicas aplicadas aos processos de design: sistemas de pré-impressão e impressão, técnicas e suportes digitais e multimédia
- ◆ Conceber publicações editoriais tendo em conta o conjunto gráfico e os seus elementos
- ◆ Capturar, manipular e preparar texto e imagem para utilização em diferentes suportes
- ◆ Projetar comunicações visuais chamativas e que cumpram com os critérios gráficos atuais
- ◆ Começar a utilizar o Adobe InDesign e conhecer adequadamente os elementos disponíveis no programa para projetar as suas próprias ideias gráficas

Módulo 5. Metodologia do design

- ◆ Conhecer os processos básicos da metodologia científica na história do design: estados da questão, análise integral do trabalho de design, reformulação de problemas, procura de informação inédita, formulação de hipóteses, processos críticos de síntese, formulação ordenada de conclusões
- ◆ Compreender o funcionamento da inovação como motor de design
- ◆ Identificar os problemas relacionados com o design, compilar e analisar a informação necessária para avaliar e fornecer soluções de acordo com critérios de eficiência: funcionais, ambientais, estruturais, construtivos e expressivos no domínio da profissão
- ◆ Justificar o desenvolvimento de um projeto de design por meio de uma argumentação coerente e crítica
- ◆ Ter um conhecimento profundo da dinâmica da gestão do design que permite a aplicação de conhecimentos de marketing e de administração de empresas aos projetos de design
- ◆ Compreender a prática do design como um método de investigação em si mesmo, baseado na criatividade

Módulo 6. Design Gráfico

- ◆ Conhecer os fundamentos do Design Gráfico, bem como a sua inter-relação com outras áreas: design gráfico publicitário; design editorial; design de identidade corporativa; web design; design de embalagens; design tipográfico, de cartazes e de sinalização; design multimédia; design de novos meios, etc.
- ◆ Conhecer as bases, as funções e o valor do Design Gráfico
- ◆ Analisar o perfil de um designer gráfico ao longo da história e no panorama atual
- ◆ Compreender os elementos básicos e formais no Design Gráfico
- ◆ Saber quais são as ferramentas digitais mais utilizadas no âmbito do Design Gráfico
- ◆ Conhecer e aplicar elementos básicos de organização e gestão de projetos

Módulo 7. Imagem corporativa

- ◆ Compreender os conceitos básicos que fazem parte da política de comunicação de uma organização: a sua identidade, a sua cultura, a forma como comunica, a sua imagem, a sua marca, a sua reputação e a sua responsabilidade social
- ◆ Perceber quais as áreas estratégicas que um designer gráfico deve gerir no processo comunicativo da identidade gráfica e visual das marcas
- ◆ Conhecer as ferramentas e estratégias teórico-práticas que facilitam a gestão da comunicação empresarial e institucional em organizações de todo o tipo
- ◆ Saber selecionar corretamente um método de organização da informação e comunicação para o uso adequado de uma marca
- ◆ Investigar e 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. Creação de portefólio

- ◆ Criar narrativas audiovisuais aplicando de forma correta os critérios de usabilidade e interactividade
- ◆ Identificar a figura do designer no mercado de trabalho
- ◆ Conhecer técnicas, métodos, ferramentas e redes para promover o trabalho pessoal
- ◆ Compreender o protocolo ético a ser seguido na prática profissional
- ◆ Ser capaz de identificar os próprios pontos fortes e fracos
- ◆ Saber valorizar economicamente o próprio trabalho

Módulo 9. Ética, legislação e deontologia profissional

- ◆ Adquirir a capacidade de recolher e interpretar dados relevantes para fazer julgamentos que incluam uma reflexão sobre questões éticas, ambientais e sociais
- ◆ Realizar a prática profissional de uma forma ética, respeitando a lei e de acordo com os direitos universais
- ◆ Desenvolver as competências de aprendizagem necessárias para empreender mais estudos com um elevado grau de autonomia
- ◆ Compreender a relação profissional entre designer e cliente
- ◆ Adquirir competências que demonstrem que os problemas podem ser resolvidos por meio de argumentação e crítica construtiva
- ◆ Desenvolver a capacidade de decidir antecipadamente o que tem de ser feito, quem tem de o fazer e como o deve ser feito

Módulo 10. Tipografia

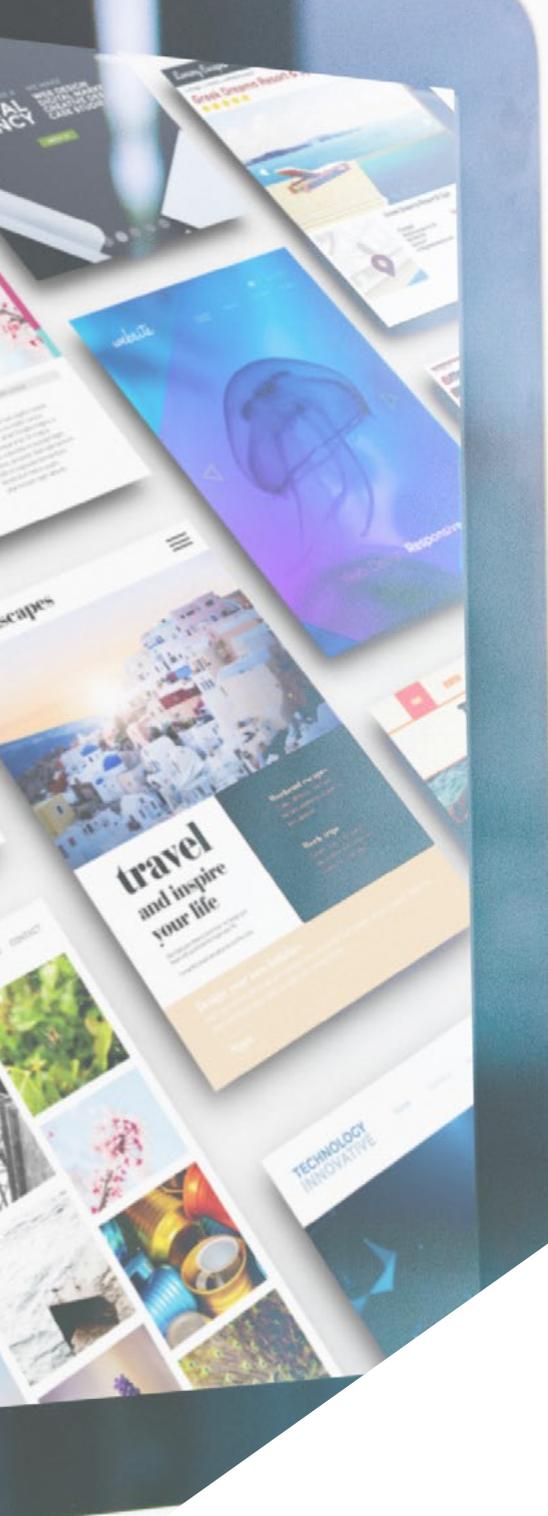
- ◆ Conhecer os princípios sintáticos da linguagem gráfica e aplicar as suas regras para descrever objetos e ideias de forma clara e precisa
- ◆ Conhecer a origem das letras e a sua importância histórica
- ◆ Reconhecer, estudar e aplicar a tipografia aos processos gráficos de forma coerente
- ◆ Conhecer e aplicar os fundamentos estéticos da tipografia
- ◆ Saber analisar a disposição dos textos no objeto de design
- ◆ Ser capaz de produzir trabalho profissional baseado na composição tipográfica



03 Competências

Este programa é uma ferramenta altamente qualificada para o profissional de Design Gráfico. A sua aprendizagem intensiva formá-lo-á para trabalhar em todas as áreas relacionadas com este setor com a confiança de um especialista na matéria.





“

Aprenda a criar projetos gráficos de alta qualidade, incluindo nos seus designs os critérios mais vanguardistas em termos de alcance de objetivos propostos"



Competências gerais

- ◆ Criar projetos gráficos completos em qualquer contexto comunicativo
- ◆ Analisar a conveniência de diferentes abordagens
- ◆ Impactar o público-alvo de uma forma eficiente
- ◆ Controlar os processos internos e externos de produção das peças produzidas

“

Inscriva-se no melhor programa de Mestrado Próprio em Design Gráfico no panorama universitário atual”





Competências específicas

- ◆ Descrever os diferentes momentos históricos do Design Gráfico
- ◆ Manusear as cores na sua aplicação gráfica
- ◆ Conhecer a utilização da forma em Design Gráfico
- ◆ Trabalhar em design editorial
- ◆ Conhecer a metodologia utilizada em Design Gráfico
- ◆ Desenvolver uma imagem corporativa
- ◆ Criar um portfólio
- ◆ Conhecer a ética profissional e o código deontológico
- ◆ Utilizar tipografias diferentes de forma eficiente

04

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos deste programa levá-lo-á desde o mais básico ao mais especializado no processo de idealização, desenvolvimento e conclusão de um projeto de Design Gráfico. Com as abordagens mais atualizadas e o estudo das tendências atuais e dos requerimentos estéticos do setor.





“

Todos os aspetos que o designer gráfico deve conhecer para o exercício solvente e bem sucedido da sua profissão, reunidos para si num programa abrangente e eficiente que impulsionará a sua capacidade de trabalhar ao mais alto nível”

Módulo 1. História do design

- 1.1. Qual é a utilidade do conhecimento da história?
 - 1.1.1. Valorizando a história
 - 1.1.2. Antecipar-se ao futuro
 - 1.1.3. O passado liberta-nos
 - 1.1.4. Conclusões
- 1.2. Considerando a "História do Design" como disciplina
 - 1.2.1. Como fazemos história 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 no design
 - 1.3.2. Influência oriental
 - 1.3.3. *Artes e Ofícios*. 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. 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. Contexto histórico II
 - 1.6.1. Art Deco
 - 1.6.2. Estilo Internacional
 - 1.6.3. Design de 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. Funcionalismo como estilo
- 1.8. Contexto 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. Mínimo
 - 1.9.4. Kitsch
- 1.10. A era digital
 - 1.10.1. A revolução da informação
 - 1.10.2. Design assistido por computador
 - 1.10.3. *Biodesign*, neobiomorfismo, *design amigo do ambiente*
 - 1.10.4. Imagem digital e 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 Alfredo Hicethier
 - 2.5.4. O triângulo CIE (Comissão Internacional 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, duocromático, 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 de 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 isso?
 - 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 de forma funcional
 - 3.2.1. Tipos de forma de acordo com a sua origem
 - 3.2.2. Tipos de formulário de acordo com a sua configuração
 - 3.2.3. Tipos de forma de acordo com o seu significado
 - 3.2.4. Tipos de forma de acordo com a sua relação com o espaço
 - 3.2.5. Tipos de formas de acordo com a sua relação entre fundo e 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 de 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. Simetria
 - 3.4.4. Eixos. Simetria axial e radial
- 3.5. A importância da proporção na forma
 - 3.5.1. A proporção
 - 3.5.2. Retângulo áureo
 - 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. Percepção visual e forma
 - 3.8.1. Percepção visual
 - 3.8.2. Gestalt
 - 3.8.3. 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 digital
 - 3.10.2. Forma positiva e negativa
 - 3.10.3. Repetição e reflexão
 - 3.10.4. Técnicas de combinação
- 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 em design editorial
 - 4.1.3. O designer editorial e as suas competências
 - 4.1.4. Fatores no 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. Desde o século XIX até aos dias de hoje
 - 4.3. Fundamentos do design editorial impresso e digital
 - 4.3.1. O formato
 - 4.3.2. A retícula
 - 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: títulos, cabeçalhos, secções introdutórias, corpo do texto
 - 4.4.3. Manipulações: dobra e encadernação
 - 4.4.4. Impressão
 - 4.5. Meios de publicação digital
 - 4.5.1. Publicação digital
 - 4.5.2. Aspetos de forma em 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. Iniciação ao InDesign II: aprofundamento da ferramenta
 - 4.7.1. O formato da publicação
 - 4.7.2. A retícula no espaço de trabalho
 - 4.7.3. A grelha de base e a sua importância

- 4.7.4. Utilização de réguas e criação de guias. Modo de exibição
- 4.7.5. O painel e a ferramenta de páginas. As páginas mestras
- 4.7.6. Trabalhar com camadas
- 4.8. Gestão de cor e imagem no InDesign
 - 4.8.1. A paleta de amostras. Criação de cores e tonalidades
 - 4.8.2. A ferramenta conta-gotas
 - 4.8.3. As inclinações
 - 4.8.4. Organização da imagem e gestão da cor
 - 4.8.5. Utilização de vinhetas e objetos ancorados
 - 4.8.6. Criação e configuração de uma tabela
- 4.9. Texto no InDesign
 - 4.9.1. Texto: escolha de fontes
 - 4.9.2. Molduras de texto e as suas opções
 - 4.9.3. Painel de caracteres e painel de parágrafos
 - 4.9.4. Inserção de 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. Pensando na ideia

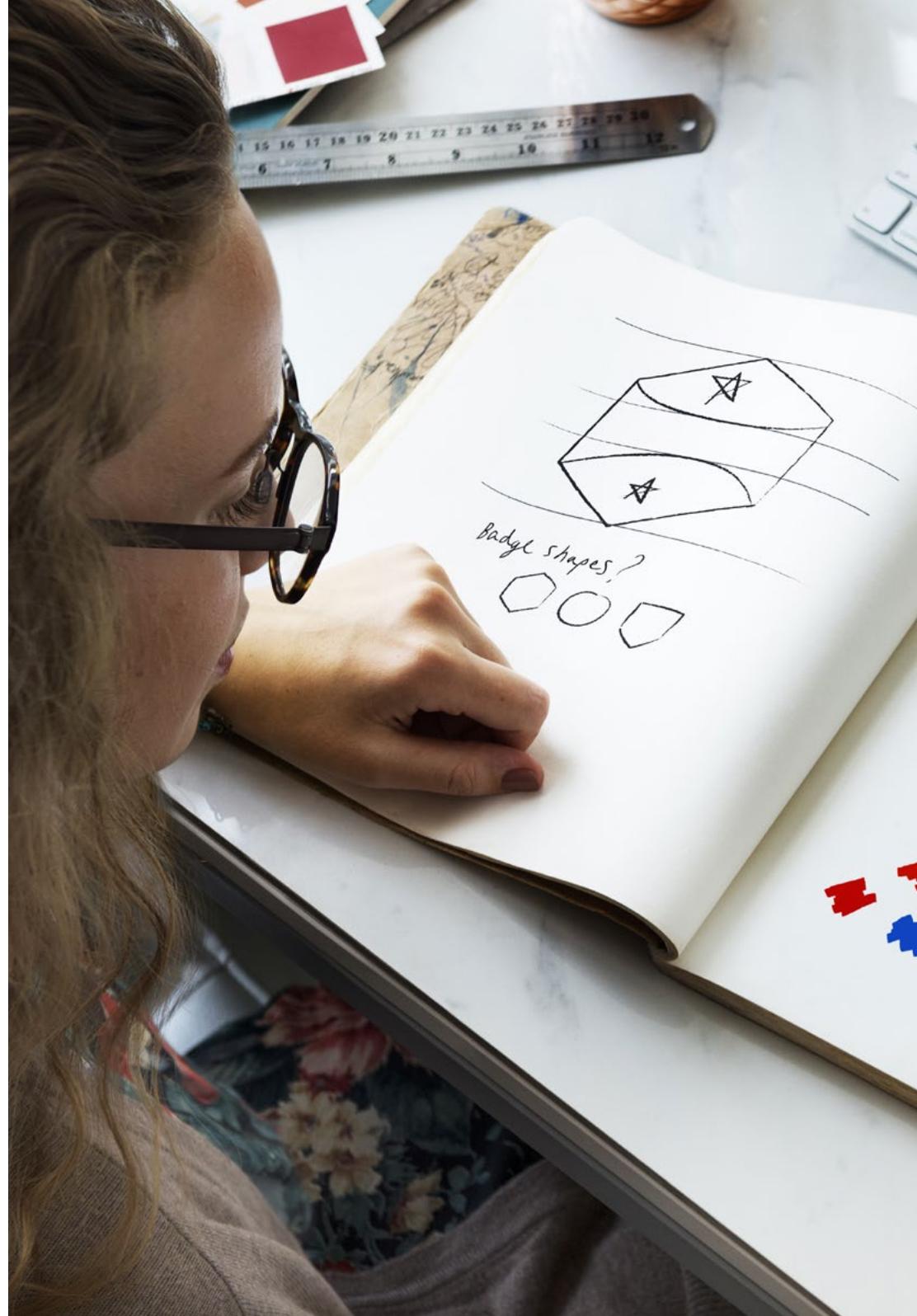
Módulo 5. Metodologia do design

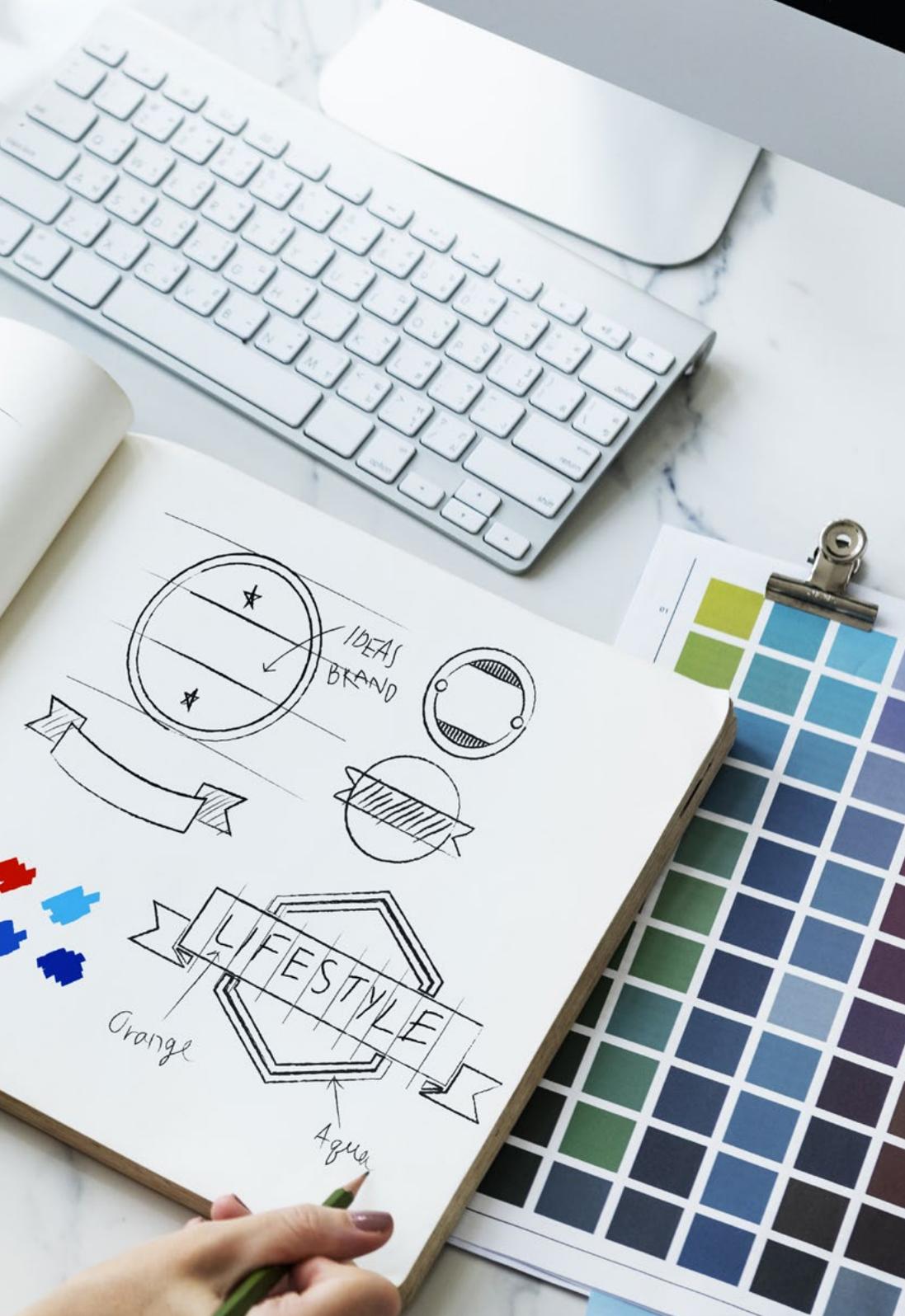
- 5.1. Sobre metodologia e design
 - 5.1.1. O que é a metodologia do design?
 - 5.1.2. Diferenças entre método, metodologia e técnica
 - 5.1.3. Tipos de técnicas metodológicas
 - 5.1.4. Dedução, Indução e Abdução
- 5.2. Introdução à investigação em design
 - 5.2.1. Herdar o método científico
 - 5.2.2. Conceitos gerais dos processos de investigação
 - 5.2.3. Principais fases do processo de investigação
 - 5.2.4. Cronograma
- 5.3. Algumas propostas metodológicas
 - 5.3.1. Propostas para uma nova metodologia de Bürdek Bernhard
 - 5.3.2. Método sistemático para designers de Bruce Archer
 - 5.3.3. Design generalista integrado de Victor Papanek
 - 5.3.4. O método de projeto de Bruno Munari
 - 5.3.5. Processo criativo de resolução de problemas por 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 que é o *briefing*?
 - 5.4.3. O que deve conter um bom *briefing*?
 - 5.4.4. Dicas para preparar um *briefing*
- 5.5. Investigação para o projeto
 - 5.5.1. Pesquisa de antecedentes
 - 5.5.2. Implicação do projeto
 - 5.5.3. Estudo do público-alvo
 - 5.5.4. Ferramentas no estudo do público-alvo
- 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 DAFO
 - 5.7.2. Viabilidade técnica
 - 5.7.3. Viabilidade económica
- 5.8. Possíveis soluções para o *briefing*
 - 5.8.1. Emocionalidade 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 objetivos
 - 5.9.1. Objetivo geral
 - 5.9.2. Objetivos específicos
 - 5.9.3. Objetivos técnicos
 - 5.9.4. Objetivos estéticos e comunicacionais
 - 5.9.5. Objetivos de mercado
- 5.10. Desenvolvimento de ideias
 - 5.10.1. Feedback na fase de idealização
 - 5.10.2. 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. Espaço





- 6.4. Elementos formais
 - 6.4.1. Contraste
 - 6.4.2. O equilíbrio
 - 6.4.3. A proporção
 - 6.4.4. Ritmo
 - 6.4.5. Harmonia
 - 6.4.6. O movimento
 - 6.4.7. Unidade
- 6.5. Referências no Design Gráfico dos séculos XX e XXI
 - 6.5.1. Designers gráficos que deixaram a sua marca na história
 - 6.5.2. Os designers mais influentes
 - 6.5.3. Designers gráficos hoje
 - 6.5.4. Referências visuais
- 6.6. Sinalética
 - 6.6.1. O cartaz publicitário
 - 6.6.2. Funções
 - 6.6.3. Cartazes no século XIX
 - 6.6.4. Referências visuais
- 6.7. Estilo gráfico
 - 6.7.1. Linguagem icónica e cultura de massas
 - 6.7.2. O Design Gráfico e a sua relação com a arte
 - 6.7.3. O estilo gráfico do indivíduo
 - 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 a última vanguarda
 - 6.8.2. Arte urbana ou *Street Art*
 - 6.8.3. Arte urbana aplicada à publicidade
 - 6.8.4. Arte urbana e imagem de marca
- 6.9. Ferramentas digitais mais usadas
 - 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 ao projecto de design
 - 6.10.1. O *briefing*
 - 6.10.2. Definição
 - 6.10.3. Justificação
 - 6.10.4. Implicações
 - 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 de 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 de portefólio

- 8.1. O portefólio
 - 8.1.1. O portefólio como carta de apresentação
 - 8.1.2. A importância de um bom portefólio
 - 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 mockups
 - 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 e Infojobs*
 - 8.3.4. Portefólios na Cloud: *Behance*
- 8.4. O designer no esquema laboral
 - 8.4.1. Oportunidades de carreira para um designer
 - 8.4.2. 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 renovação
 - 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 percepção de valor
 - 8.6.2. Definir o seu público-alvo
 - 8.6.3. Mapa de empatia
 - 8.6.4. Relações pessoais
- 8.7. A minha marca pessoal
 - 8.7.1. Empreendedorismo: a procura de um sentido
 - 8.7.2. Transforme a sua paixão num trabalho
 - 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. Os grandes temas

- 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. Preço/hora. Preço da venda ao público

Módulo 9. Ética, legislação e deontologia profissional

- 9.1. Ética, moralidade, direito e deontologia profissional
 - 9.1.1. Questões éticas básicas. Alguns dilemas morais
 - 9.1.2. Análise conceitual e origem etimológica
 - 9.1.3. Diferenças entre moralidade e ética
 - 9.1.4. A ligação entre ética, moralidade, direito e deontologia
- 9.2. Propriedade intelectual
 - 9.2.1. O que é a propriedade intelectual?
 - 9.2.2. Tipos de propriedade intelectual
 - 9.2.3. O plágio e o incumprimento dos direitos de autor
 - 9.2.4. Anticopyright
- 9.3. Aspectos práticos da ética atual
 - 9.3.1. Utilitarismo, Consequencialismo e Deontologia
 - 9.3.2. Agir de forma consistente vs. agir com base em princípios
 - 9.3.3. Eficiência dinâmica de atuação por princípio
- 9.4. Legislação e moralidade
 - 9.4.1. Conceito de legislação
 - 9.4.2. Conceito de moralidade
 - 9.4.3. Ligação entre direito e moralidade
 - 9.4.4. De justo a injusto, com base num raciocínio lógico

- 9.5. Conduta profissional
 - 9.5.1. Lidar com o cliente
 - 9.5.2. A importância de concordar com os termos e condições
 - 9.5.3. Os clientes não compram design
 - 9.5.4. Conduta profissional
- 9.6. Responsabilidades para com outros designers
 - 9.6.1. Competitividade
 - 9.6.2. Prestígio da profissão
 - 9.6.3. Impacto sobre outras profissões
 - 9.6.4. A relação com outros colegas de profissão. A crítica
- 9.7. Responsabilidades sociais
 - 9.7.1. 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. Ecodesign. Porque é tão importante?
 - 9.8.2. Características do design sustentável
 - 9.8.3. Implicações no meio ambiente
 - 9.8.4. Exemplos e referências
- 9.9. Conflitos éticos e tomada de decisões práticas
 - 9.9.1. Conduta e práticas responsáveis no local de trabalho
 - 9.9.2. Boas práticas do designer digital
 - 9.9.3. Como resolver conflitos de interesse?
 - 9.9.4. Como lidar com presentes?
- 9.10. Conhecimento livre: Licenças *Creative Commons*
 - 9.10.1. O que são?
 - 9.10.2. Tipos de licenças
 - 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 criação de letras
- 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. 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

05 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.



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

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 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.



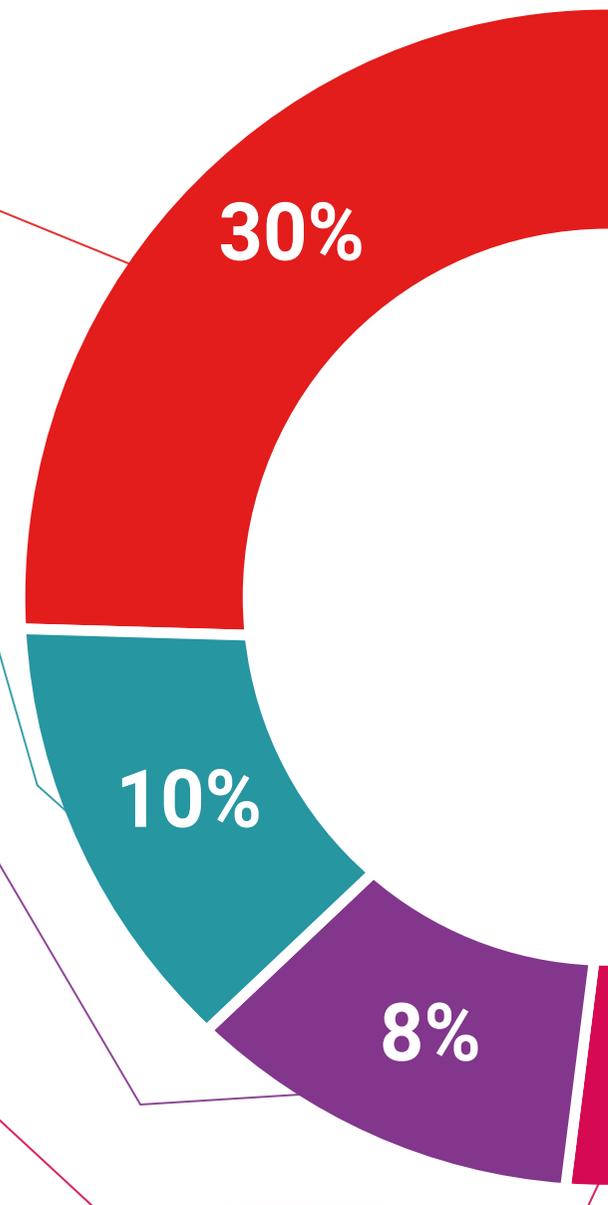
Práticas de aptidões e competências

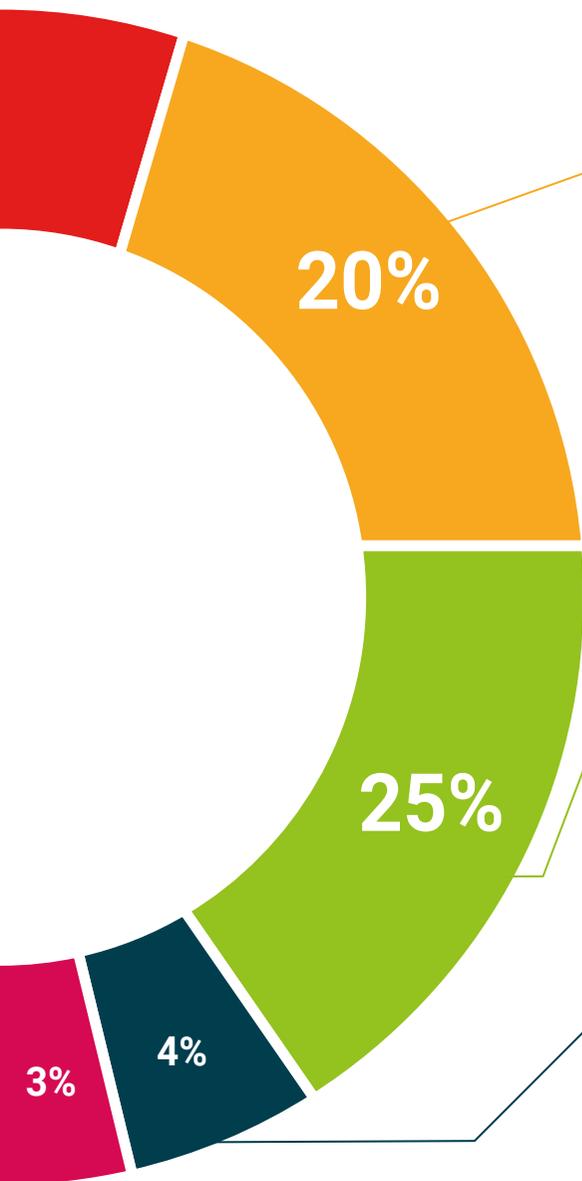
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



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.



06

Certificação

O Mestrado Próprio em Design Gráfico garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio em Design Gráfico** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

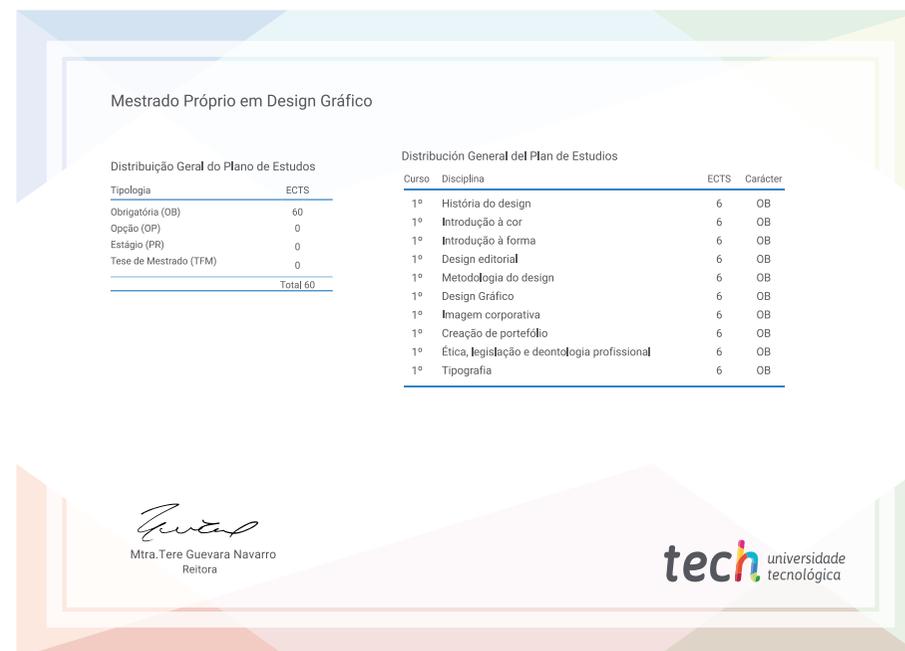
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Título: **Mestrado Próprio em Design Gráfico**

ECTS: **60**

Carga horária: **1.500 horas**



*Apostila de Haia Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo com um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento site

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

Design Gráfico

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Tempo Dedicado: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Mestrado Próprio
Design Gráfico

DeSign