

Mestrado Próprio Semipresencial

Design Editorial





Mestrado Próprio Semipresencial Design Editorial

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: www.techtute.com/br/design/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-design-editorial

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Por que fazer este Mestrado
Próprio Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 18

05

Direção do curso

pág. 22

06

Conteúdo programático

pág. 26

07

Estágio

pág. 40

08

Onde posso realizar
o Estágio?

pág. 46

09

Metodologia

pág. 52

10

Certificado

pág. 60

01

Apresentação

A irrupção das novas tecnologias e da internet representou uma verdadeira revolução no setor editorial, um campo onde o conteúdo é fundamental, mas onde o design desempenha um papel fundamental para atrair o público ou tornar a leitura mais fácil, seja em formatos tradicionais ou digitais. Esta certificação oferece aos designers uma especialização em uma indústria que requer perfis criativos e altamente capacitados para criar designs de qualidade. O ensino é ministrado online durante a fase teórica, e a capacitação prática possibilita que os alunos coloquem em prática todo o conhecimento adquirido ao longo de um período de 3 semanas.

“

*Esse Mestrado Próprio Semipresencial
lhe dá a oportunidade de acessar todo
o conteúdo multimídia mais recente em
design desde o primeiro momento”*

Livros, jornais, folhetos, blogs: em todos esses formatos, a figura do designer gráfico está presente, sendo capaz de diagramar e compor diferentes títulos de forma atrativa para os leitores, independentemente do meio em que estejam escritos.

A indústria editorial continua a manter um sólido ritmo de crescimento, com publicações diárias e constantes em todo o mundo. Por esse motivo, a especialização em Design Editorial no campo do design representa uma saída profissional para aqueles que buscam se especializar em um setor que soube se adaptar à transformação digital.

Este Mestrado Próprio Semipresencial proporciona aos designers um amplo conhecimento dos principais conceitos que compõem o campo editorial, bem como dos softwares mais utilizados pelos profissionais do setor. Isso inclui aprofundar na fase de planejamento, desenvolvimento e conclusão de projetos gráficos, elementos tipográficos, diagramação, bem como questões éticas e conduta neste setor. Ao mesmo tempo, este plano de estudos se destaca pelo foco nas ferramentas de diagramação e nas tendências visuais e criativas que influenciam a escolha de tipografias e paletas de cores para todos os tipos de projetos editoriais. A certificação também explora o impacto da fotografia digital nesse setor profissional.

Graças a essa aprendizagem, o designer será capaz de se destacar em uma indústria que exige conhecimentos de encadernação, fotografia, cores e estética. A TECH oferece uma excelente oportunidade para profissionais que desejam progredir neste setor, proporcionando uma capacitação que oferece flexibilidade ao permitir o acesso a partir de qualquer dispositivo com conexão à internet ao plano de estudos com conteúdo multimídia integrado neste programa. O ensino é 100% online na fase teórica, sem horários fixos, o que lhe permitirá expandir seus conhecimentos e aplicá-los em um estágio prático que ocorrerá após a conclusão da parte teórica deste Mestrado Próprio Semipresencial.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em Design Editorial** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 estudos de caso propostos por especialistas na área de Design Editorial
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e extremamente prático fornece informações técnicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Conteúdo gráfico, esquemático e extremamente prático
- ♦ Novidades e avanços nesta área
- ♦ Exercícios práticos, onde é realizado o processo de autoavaliação para melhorar a aprendizagem
- ♦ Metodologias inovadoras e altamente eficientes
- ♦ Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e trabalhos individuais de reflexão
- ♦ Disponibilidade ao conteúdo através de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à internet
- ♦ Tudo isto complementado por aulas teóricas, perguntas à especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Além disso, será possível realizar um estágio em uma das melhores empresas da área do setor



Designs arrojados, clássicos ou modernos, seja qual for o seu estilo, aprenda neste curso a seguir as orientações essenciais do Design Editorial. Matricule-se já"

“

Particpe das melhores empresas de design editorial do mundo. Clique e matricule-se”

Nesta proposta de Mestrado Próprio, de natureza profissionalizante e modalidade semipresencial, o programa destina-se a atualizar os profissionais de Design Editorial que trabalham em empresas do setor e que exigem um alto nível de capacitação. O conteúdo é baseado nas mais recentes evidências científicas e orientado de forma didática para integrar o conhecimento teórico à prática do design, e os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização do conhecimento e possibilitarão a tomada de decisões da criação editorial.

Graças ao seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, eles permitirão ao profissional de design um aprendizado situado e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um aprendizado imersivo programado para capacitar em situações reais. Este programa se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, em que o aluno deverá resolver as diferentes situações da prática profissional que surgirem ao longo do curso. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos neste setor.

Esse Mestrado Próprio Semipresencial lhe fornecerá as ferramentas necessárias para dominar os softwares usados no setor editorial.

Publicações, jornais, panfletos digitais... com este Mestrado Próprio Semipresencial, você estará preparado para criar designs para qualquer mídia. Matricule-se já.



02

Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Essa modalidade de aprendizado foi projetada para atualizar de forma prática e teórica profissionais com experiência no campo do Design Editorial. Ao longo do programa, eles serão capazes de dominar as principais ferramentas e tendências criativas nesse campo. O programa oferece várias vantagens acadêmicas, incluindo a inovadora plataforma de estudos da TECH, totalmente online e interativa. Além disso, o aluno terá a oportunidade de concluir um estágio intensivo de alto nível em uma empresa dedicada à produção visual de projetos audiovisuais, com uma duração de 120 horas didáticas.



“

A TECH coloca à sua disposição o software mais atualizado para a diagramação de projetos de Design Editorial e o conhecimento mais complexo para lidar com eles"

tech 10 Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

Na escolha de tipografias, cores e na diagramação de conteúdo, a disciplina do Design Editorial faz uso de várias ferramentas e aplicativos. O uso correto e avançado dessas ferramentas será um dos objetivos acadêmicos deste programa. Como resultado, seus alunos se destacarão no mercado de trabalho devido às suas habilidades inovadoras

2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas

Através deste Mestrado Próprio Semipresencial, os alunos aprimorarão suas habilidades, resolverão dúvidas e esclarecerão conceitos de interesse com os especialistas mais renomados no campo do Design Editorial. Esses especialistas estarão disponíveis em dois momentos educacionais essenciais: durante o estudo teórico de todos os temas didáticos e no período de prática profissional.

3. Participar de ambientes de excelência em Design Editorial

Para este formato de estudos, a TECH escolheu cuidadosamente centros de prestígio internacional que receberão seus alunos durante as 3 semanas. Todas as empresas escolhidas para este programa têm ampla experiência e tecnologias especializadas em Design Editorial.





4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

Atualmente, muitos programas de estudo não conseguem conciliar os interesses profissionais dos estudantes com uma assimilação rápida e viável de conhecimentos práticos. É por isso que a TECH desenvolveu esta certificação na qual os alunos aprenderão ao lado dos especialistas mais exigentes e competentes no campo do Design Editorial.

5. Ampliar as fronteiras do conhecimento

Este Mestrado Próprio Semipresencial foi projetado para ampliar os horizontes de seus alunos a uma escala internacional. Isso é possível graças à rede de contatos e acordos disponíveis na TECH, a maior universidade digital do mundo no momento.

“

Você realizará uma imersão prática completa no centro de sua escolha”

03

Objetivos

O objetivo deste Mestrado Próprio Semipresencial é proporcionar aos profissionais do design uma aprendizagem ampla, atualizada e com conteúdo de ponta no campo acadêmico, de modo que possam ingressar com sucesso na indústria. Ele facilitará a consolidação de conhecimentos por meio do sistema *Relearning*, baseado na repetição de conteúdos, implementado pela TECH em todos os seus programas.

“

*Alcance seus objetivos com essa certificação
e seja um especialista em Design Editorial.
Faça sua matrícula agora”*



Objetivo geral

- Este Mestrado Próprio Semipresencial em Design Editorial tem como objetivos que os alunos sejam capazes de elaborar um desenvolvimento gráfico, determinar os materiais adequados para realizar o design, definir as técnicas ideais de acordo com a situação gráfica comunicativa, realizar todo o processo de criação de peças, adaptá-las a diferentes formatos e aplicar corretamente a arte final.

“

Alcance seus objetivos com essa certificação e seja um especialista em Design Editorial. Faça sua matrícula agora”





Objetivos específicos

Módulo 1. História do design

- ♦ Ter conhecimentos básicos em ciências humanas e sociais para poder conceber futuras pesquisas de acordo com as necessidades de cada projeto de design
- ♦ Compreender criticamente a história das práticas artísticas e do design contemporâneo, os argumentos e pressupostos teóricos que as sustentam e as estratégias e mecanismos envolvidos para se adaptar às novas questões e desafios do design digital
- ♦ Entender o desenvolvimento do design ao longo da história como uma integração de várias disciplinas: arte, cultura contemporânea, filosofia, sociologia, história dos meios no design digital, linguística-semiótica
- ♦ Desenvolver um espírito crítico e avaliador para adquirir habilidades de análise e síntese na prática e execução das funções de um designer
- ♦ Atuar como mediadores entre tecnologia e arte, ideias e objetivos, cultura e design
- ♦ Compreender a relação entre patrimônio e design e entender que é uma característica da cultura contemporânea

Módulo 2. Introdução às cores

- ♦ Compreender a importância da cor no ambiente visual
- ♦ Adquirir a capacidade de observar, organizar, discriminar e administrar cores
- ♦ Aplicar as bases psicológicas e semióticas da cor no design
- ♦ Capturar, manipular e preparar a cor para uso em mídias físicas e virtuais
- ♦ Adquirir a capacidade de fazer julgamentos independentes através de argumentos
- ♦ Saber documentar-se, analisando e interpretando fontes documentais e literárias de forma criteriosa

Módulo 3. Design editorial

- ♦ Conhecer os fundamentos do Design Editorial tanto no contexto impresso quanto no digital, bem como sua inter-relação com outras áreas
- ♦ Entender o escopo e a importância do designer no campo editorial
- ♦ Familiarizar-se com a terminologia específica, técnicas e linguagem utilizadas nos processos de design, incluindo pré-impressão, sistemas de impressão, técnicas e suportes digitais e multimídia
- ♦ Elaborar publicações editoriais levando em conta o conjunto gráfico e seus elementos
- ♦ Capturar, manipular e preparar texto e imagem para uso em diferentes mídias
- ♦ Projetar comunicações visuais que sejam atraentes e atendam aos padrões gráficos atuais
- ♦ Iniciar o uso do Adobe InDesign e conhecer adequadamente os elementos disponíveis no programa para criar ideias gráficas próprias

Módulo 4. Metodologia do design

- ♦ Compreender os processos básicos da metodologia científica na história do Design: revisão bibliográfica, análise abrangente de obras de design, reformulação de problemas, busca de informações inéditas, formulação de hipóteses, processos críticos de síntese e formulação ordenada de conclusões
- ♦ Entender como a inovação funciona como um motor de design
- ♦ Identificar problemas relacionados ao design, coletar e analisar as informações necessárias para avaliar e oferecer soluções com base em critérios de eficiência: funcional, ambiental, estrutural, construtiva e expressiva no âmbito profissional
- ♦ Justificar por meio de uma argumentação coerente e crítica o desenvolvimento de um projeto de design

- ♦ Ter um profundo entendimento da dinâmica da gestão do design, que permite a aplicação de conhecimentos de marketing e administração empresarial em projetos de design
- ♦ Compreender a prática do design como um método de pesquisa por si só, baseado na criatividade

Módulo 5. Design gráfico

- ♦ Entender os fundamentos do design gráfico e sua interligação com outras áreas: design gráfico publicitário, design editorial, design de identidade corporativa, design web, design de embalagens, design tipográfico, cartazes, sinalização, design multimídia, design de novas mídias, 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 cenário atual
- ♦ Compreender os elementos básicos e formais do design gráfico
- ♦ Aprender sobre as ferramentas digitais mais utilizadas no campo do design gráfico
- ♦ Conhecer e aplicar elementos básicos de organização e gestão de projetos

Módulo 6. Ética, legislação e ética profissional

- ♦ Adquirir a capacidade de reunir e interpretar dados relevantes a fim de fazer julgamentos que incluam a reflexão sobre questões éticas, ambientais e sociais
- ♦ Exercer a profissão de forma ética, respeitando as leis e os direitos universais
- ♦ Desenvolver habilidades de aprendizado necessárias para empreender estudos posteriores com alto grau de autonomia
- ♦ Entender a relação profissional entre designer e cliente
- ♦ Adquirir competências que demonstrem a capacidade de resolver problemas por meio de argumentação e crítica construtiva
- ♦ Desenvolver a capacidade de decidir antecipadamente o que precisa ser feito, quem precisa fazer e como deve ser feito

Módulo 7. Imagem Corporativa

- ♦ Capturar, manipular e preparar texto e imagem para uso em diferentes mídias
- ♦ Conhecer as noções básicas da tecnologia fotográfica e audiovisual
- ♦ Conhecer a linguagem e os recursos expressivos da fotografia e do audiovisual
- ♦ Conhecer obras fotográficas e audiovisuais relevantes
- ♦ Integrar as linguagens formal e simbólica com funcionalidade específica
- ♦ Manusear equipamentos básicos de iluminação e medição na fotografia
- ♦ Compreender o comportamento e as características da luz, valorizando suas qualidades expressivas

Módulo 8. Tipografia

- ♦ Conhecer os princípios sintáticos da linguagem gráfica e aplicar suas regras para descrever objetos e ideias de forma clara e precisa
- ♦ Conhecer a origem das letras e sua importância histórica
- ♦ Reconhecer, estudar e aplicar a tipografia de forma coerente em processos gráficos
- ♦ Conhecer e aplicar os fundamentos estéticos da tipografia
- ♦ Saber como analisar a disposição dos textos no objeto do design
- ♦ Realizar trabalhos profissionais com base na composição tipográfica



Esse programa 100% online em sua estrutura teórica lhe dará a oportunidade de consultar o conteúdo mais recente em Design Editorial"



Módulo 9. Diagramação

- ♦ Elaborar publicações editoriais levando em conta o conjunto gráfico e seus elementos
- ♦ Compreender a função de um diagramador e a importância de sua presença no campo editorial
- ♦ Compreender as mídias digitais e sua importância no contexto atual
- ♦ Utilizar Adobe InDesign para o desenvolvimento adequado de projetos gráficos
- ♦ Usar as redes sociais com uma perspectiva artística, ciente da importância de uma estratégia gráfica eficaz
- ♦ Desenvolver linguagem editorial para anunciar um produto ou serviço, com um objetivo claro e específico

Módulo 10. Arte Final

- ♦ Compreender a terminologia específica, técnicas e linguagem aplicadas aos processos de design: pré-impressão e sistemas de impressão, técnicas, suportes digitais e multimídia
- ♦ Conhecer os sistemas de impressão para poder avaliar qual é a melhor alternativa ao transformar um projeto gráfico em um formato físico
- ♦ Entender os procedimentos necessários para preparar corretamente uma arte final para impressão
- ♦ Conhecer o que é a encadernação e saber sobre seus diferentes tipos
- ♦ Adquirir o vocabulário técnico necessário para estabelecer uma comunicação eficaz com técnicos e profissionais envolvidos na produção editorial

04

Competências

Este Mestrado Próprio Semipresencial proporciona ao designer um amplo conhecimento do setor editorial, com o objetivo de adquirir as habilidades técnicas necessárias para dominar com absoluta confiança todas as ferramentas e elementos que compõem um Design Editorial excelente. O uso de estudos de caso práticos incluídos neste programa será de grande utilidade no processo de aprendizado deste programa.



“

Especialize-se em um setor que passou por uma grande transformação no campo digital. Atualize seus conhecimentos”

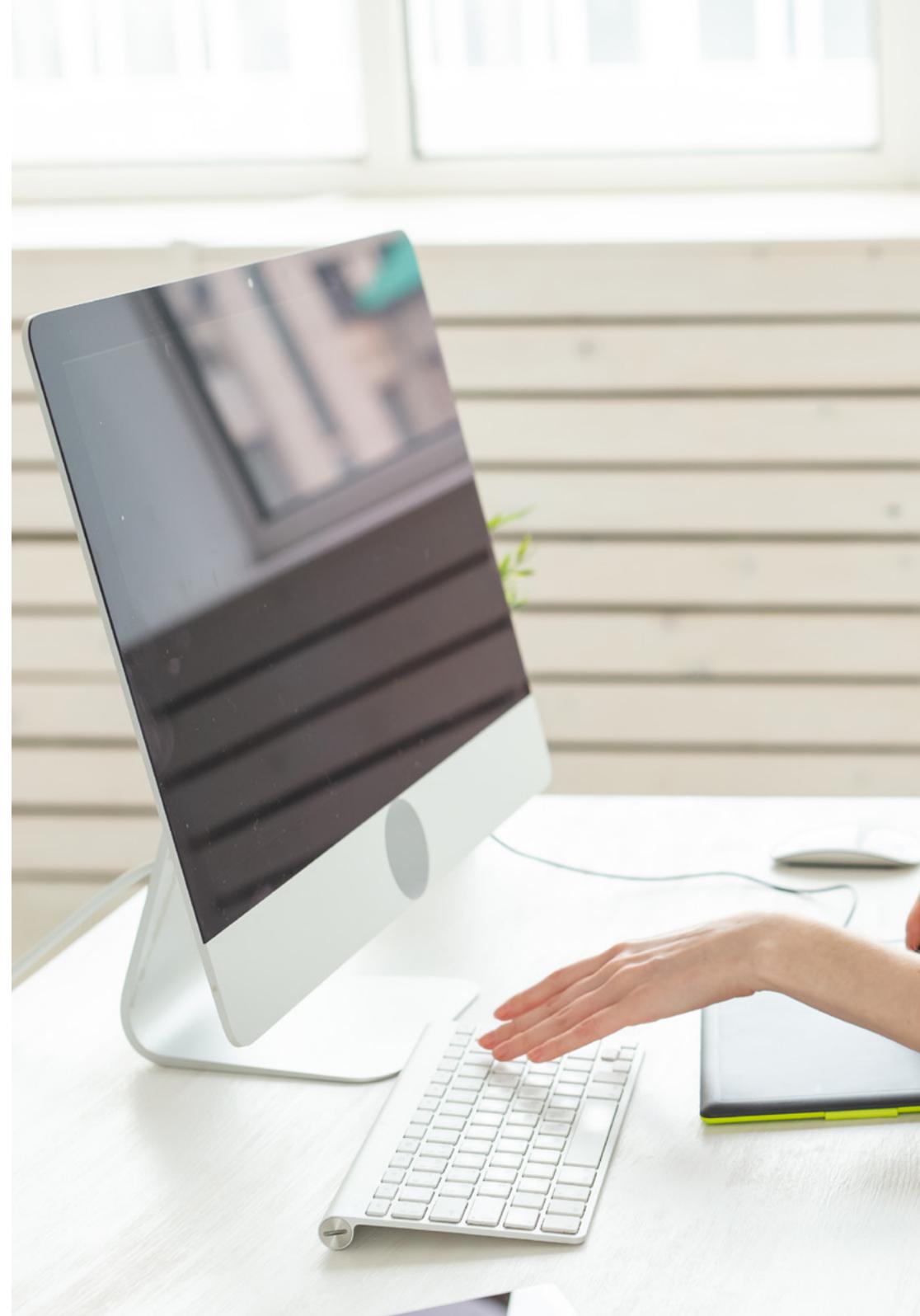


Competências gerais

- Criar e projetar várias peças de design gráfico
- Analisar a adequação das diferentes abordagens
- Impactar o público-alvo de forma eficaz
- Controlar os processos internos e externos de produção das peças criadas

“

Gerencie a cor em sua aplicação gráfica com perfeição com este Mestrado Próprio Semipresencial”





Competências específicas

- ◆ Descrever a história do design gráfico
- ◆ Gerenciar as cores em sua aplicação gráfica
- ◆ Realizar design editorial
- ◆ Estabelecer a metodologia apropriada para cada tipo de design
- ◆ Conhecer o quadro legal no qual o design gráfico opera
- ◆ Trabalhar com imagens digitais
- ◆ Reconhecer as diferentes tipografias adequadas para cada design
- ◆ Diagramar publicações
- ◆ Criar artes-finais

05

Direção do curso

A TECH reuniu uma equipe de professores excepcional para desenvolver um programa de capacitação de alto nível em Design Editorial. Com ampla experiência internacional em publicações renomadas, como a revista TIME, esses especialistas oferecem aos alunos habilidades diferenciadas em um campo altamente competitivo. Essa colaboração garante a mais alta qualidade e relevância dos conteúdos, adaptados aos requisitos profissionais mais exigentes.





“

Beneficie-se do conhecimento de editores de renome internacional e de sua experiência nas melhores publicações do mundo”

Diretor Internacional Convidado

D.W. Pine é uma figura de destaque internacional no campo do design editorial. Como Diretor Criativo da revista Time, ele é responsável por projetar, comercializar e supervisionar a impressão de uma das publicações editoriais mais importantes do mundo. Ao longo de sua carreira, ele projetou mais de 850 capas, incluindo a supervisão de sete projetos "Pessoa do Ano".

Nesse cargo, Pine é responsável por criar e produzir a capa da Time todas as semanas, além de gerenciar uma equipe criativa composta por mais de uma dúzia de diretores de arte, designers, artistas infográficos e pesquisadores. Ele também supervisiona o design da marca Time e outras propriedades digitais, como o Time for Kids.

Além de seu trabalho no campo do design, Pine ocasionalmente escreve artigos para a revista Time e possui mais de 1.100 peças publicadas como redator no Atlanta Journal-Constitution.

Como palestrante, Pine esteve presente em eventos e workshops em todo o mundo, incluindo um workshop de design para jornalistas em Pequim, China, e outras conferências de alto nível na Europa. Ele também fez apresentações em conferências, universidades e festivais nos Estados Unidos, incluindo Nova York, São Francisco, San Diego, Washington, D.C., Portland, Tampa e Atlanta.

Seu trabalho recebeu dezenas dos principais prêmios da indústria, incluindo duas aparições na lista Folio 100 (2016 e 2017) e os prêmios de Melhor Revista Projetada em 2013 e Melhor Capa do Ano em 2017 da American Society of Magazine Editors.



Sr. Pine D.W.

- Diretor Criativo da Revista TIME, Nova York
- Diretor criativo da revista Time
- Designer da capa semanal da revista Time
- Designer do Atlanta Journal-Constitution
- Formado em Marketing e Administração pela Universidade de Georgia
- Prêmios: Best Designed Magazine 2013, Best Cover of the Year 2017 e Lista Folio 2016 e 2017
- Palestrante em eventos de design na Ásia, Europa e Américas

“

*Graças à TECH você
será capaz de aprender
com os melhores
profissionais do mundo”*

06

Conteúdo programático

O conteúdo programático dessa certificação foi elaborado para oferecer uma visão global da história do design, a fim de proporcionar aos alunos um conhecimento básico essencial antes de se aprofundar nos aspectos mais técnicos e igualmente necessários, como diagramação, tipografia e fotografia. Tudo isso é complementado com uma biblioteca de recursos multimídia e leituras essenciais feitas por especialistas na área de Design Editorial.



“

Os estudos de caso oferecidos neste curso serão de grande utilidade e aplicação no setor editorial”

Módulo 1. História do design

- 1.1. Qual é o objetivo de saber sobre a história?
 - 1.1.1. Valorização da história
 - 1.1.2. Antecipando o futuro
 - 1.1.3. O passado nos liberta
 - 1.1.4. Conclusões
- 1.2. Considerando a "História do Design" como uma disciplina
 - 1.2.1. Como fazemos história a partir da história?
 - 1.2.2. Antecedentes considerados
 - 1.2.3. O desenvolvimento da disciplina: 70, 80 e 90
 - 1.2.4. O objeto de estudo da história do design
 - 1.2.5. Tendências e linhas de pesquisa
- 1.3. Revolução Industrial e outras correntes
 - 1.3.1. Consequências da Revolução Industrial no design
 - 1.3.2. Influência oriental
 - 1.3.3. Arts & Crafts. William Morris
 - 1.3.4. Esteticismo
 - 1.3.5. Art Nouveau
- 1.4. Curso Histórico I
 - 1.4.1. Secessão de Viena
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. Construtivismo russo
 - 1.4.4. O movimento De Stijl e o Neoplasticismo
- 1.5. Escola de Bauhaus
 - 1.5.1. O que é Escola de Bauhaus?
 - 1.5.2. Primeira fase
 - 1.5.3. Segunda fase
 - 1.5.4. Terceira fase
 - 1.5.5. Princípios básicos
 - 1.5.6. Influências
- 1.6. Curso Histórico II
 - 1.6.1. Art Déco
 - 1.6.2. Estilo Internacional
 - 1.6.3. Design 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 um estilo
- 1.8. Curso 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. *Minimalista*
 - 1.9.4. *Kitsch*
- 1.10. A era digital
 - 1.10.1. A revolução da informação
 - 1.10.2. O projeto com auxílio do computador
 - 1.10.3. *Biodesign*, neobiomorfismo, design *responsivo*
 - 1.10.4. Imagens digitais e novas tipografias

Módulo 2. Introdução às cores

- 2.1. Cor, princípios e propriedades
 - 2.1.1. Introdução às cores
 - 2.1.2. Luz e cor: Sinestesia cromática
 - 2.1.3. Atributos das cores
 - 2.1.4. Pigmentos e corantes
- 2.2. As 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 de cor: harmonia e contraste
- 2.3. Psicologia das cores
 - 2.3.1. Construção do significado de uma cor
 - 2.3.2. A carga emocional
 - 2.3.3. Valor denotativo e conotativo
 - 2.3.4. Marketing emocional O peso da cor
- 2.4. Teoria da cor
 - 2.4.1. Uma teoria científica. Isaac Newton
 - 2.4.2. A teoria das cores de Goethe
 - 2.4.3. Juntando-se à teoria da cor de Goethe
 - 2.4.4. Psicologia das cores de acordo com Eva Heller
- 2.5. Insistindo na classificação por cores
 - 2.5.1. O cone duplo de Guillermo Ostwald
 - 2.5.2. O sólido de Albert Munsell
 - 2.5.3. O cubo de Alfred Hicethier
 - 2.5.4. O triângulo CIE (Commsión Internationale de l'Eclairage)
- 2.6. O estudo individual das cores
 - 2.6.1. Preto e Branco
 - 2.6.2. Cores neutras A escala de cinza
 - 2.6.3. Monocromático, bicromático, policromático
 - 2.6.4. Aspectos simbólicos e psicológicos das cores
- 2.7. Modelos coloridos
 - 2.7.1. Modelo subtrativo. Modo CMYK
 - 2.7.2. Modelo aditivo Modo RGB
 - 2.7.3. Modelo HSB
 - 2.7.4. Sistema Pantone Pantone
- 2.8. Da Escola de Bauhaus a Murakami
 - 2.8.1. A Escola de Bauhaus e seus artistas
 - 2.8.2. A teoria Gestalt a serviço da cor
 - 2.8.3. Josef Albers. A interação das cores
 - 2.8.4. Murakami, as conotações da ausência de cor
- 2.9. 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 a partir de diferentes pontos de vista 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 temos que ter em mente

Módulo 3. Design editorial

- 3.1. Tecnologia manual de comunicação e informação escrita
 - 3.1.1. Introdução
 - 3.1.2. As formas iniciais da escrita
 - 3.1.3. Os formatos de escrita manual
 - 3.1.4. Níveis de representação gráfica na escrita inicial
 - 3.1.5. Classificação geral dos sinais de escrita
 - 3.1.6. O nascimento e desenvolvimento do alfabeto: a independência do sinal escrito
 - 3.1.7. Escrita, memória de informação
 - 3.1.8. As formas da escrita alfabética latina: observação diacrônica
 - 3.1.9. Imagens no mundo da caligrafia
- 3.2. Sistema de impressão
 - 3.2.1. Introdução
 - 3.2.2. Da reprodução manual à reprodução mecanizada da escrita
 - 3.2.3. Imitação, o denominador comum das primeiras cópias mecânicas de informação
 - 3.2.4. A história da reprodução mecanizada de informações na Antiguidade
 - 3.2.5. A xilografia, o antecessor mais próximo da tecnologia de Gutenberg
 - 3.2.6. Conhecimentos e elementos tecnológicos pré-existentes necessários para a imprensa gráfica de Gutenberg
 - 3.2.7. A imprensa gráfica de Gutenberg
 - 3.2.8. O desenvolvimento das fases de composição e impressão das informações escritas
- 3.3. Formas e funções dos elementos de design jornalístico
 - 3.3.1. Introdução
 - 3.3.2. O que é design jornalístico de comunicação e informação escrita?
 - 3.3.3. Os elementos do design jornalístico
- 3.4. As imagens
 - 3.4.1. Introdução
 - 3.4.2. Imagens jornalísticas
 - 3.4.3. Infográficos: natureza, características, funções e formas
 - 3.4.4. Recursos gráficos não textuais e sem ícones





- 3.5. A cor
 - 3.5.1. Introdução
 - 3.5.2. Natureza, função e processos de síntese de cores
 - 3.5.3. Separação de cores em artes gráficas
 - 3.5.4. Funções e possibilidades expressivas de cor em um meio escrito
 - 3.5.5. Características de cores planas
- 3.6. Tipografia: identidade e uso
 - 3.6.1. Introdução
 - 3.6.2. O que é tipografia?
 - 3.6.3. A morfologia do caractere: implicações semânticas
 - 3.6.4. Classificações de caracteres tipográficos
 - 3.6.5. As funções da tipografia
 - 3.6.6. Tipografia informática
- 3.7. Formatos e design jornalístico de informação
 - 3.7.1. Introdução
 - 3.7.2. A evolução diacrônica do design jornalístico na mídia impressa
 - 3.7.3. O formato, primeira circunstância espacial
 - 3.7.4. A diagramação e a arquitetura do espaço da página
 - 3.7.5. O design modular
 - 3.7.6. O diagrama de Gutenberg
 - 3.7.7. O CIV
- 3.8. Design jornalístico e comunicação. Ordem e hierarquia
 - 3.8.1. Introdução
 - 3.8.2. O objetivo fundamental do design jornalístico
 - 3.8.3. Critérios de distribuição da informação
 - 3.8.4. Estruturas básicas de formação da página
 - 3.8.5. Sistemas de equilíbrio na expressão de significantes informativos
 - 3.8.6. Princípios básicos aplicáveis no design jornalístico
 - 3.8.7. Primeira página
 - 3.8.8. As páginas internas do jornal

- 3.9. Mudança tecnológica nos processos de comunicação
 - 3.9.1. Introdução
 - 3.9.2. A mudança tecnológica na comunicação escrita e nos processos de informação imediatamente antes da digitalização
 - 3.9.3. A digitalização, uma mudança de velocidade no desenvolvimento da comunicação e informação escrita
- 3.10. A mediação digital no jornalismo atual
 - 3.10.1. Introdução
 - 3.10.2. A mediação digital no jornalismo atual
 - 3.10.3. Informações escritas no jornalismo de edição digital

Módulo 4. Metodologia do design

- 4.1. Sobre metodologia e design
 - 4.1.1. O que é metodologia de design?
 - 4.1.2. Diferenças entre método, metodologia e técnica
 - 4.1.3. Tipos de técnicas metodológicas
 - 4.1.4. Dedução, indução e abdução
- 4.2. Introdução à pesquisa de design
 - 4.2.1. Herdando o método científico
 - 4.2.2. Conceitos gerais de processos de pesquisa
 - 4.2.3. Principais fases do processo de pesquisa
 - 4.2.4. Cronograma
- 4.3. Algumas propostas metodológicas
 - 4.3.1. Propostas para uma nova metodologia por Burdek Bernhard
 - 4.3.2. Abordagem sistemática de Bruce Archer para designers
 - 4.3.3. Design Generalizado Integrado de Victor Papanek
 - 4.3.4. O método de projeto de Bruno Munari
 - 4.3.5. O processo criativo de solução de problemas de Bernd Löbach
 - 4.3.6. Outros autores e esboços de outros métodos
- 4.4. Definição do problema
 - 4.4.1. Identificação e análise da necessidade
 - 4.4.2. O que é o *Briefing* ?
 - 4.4.3. O que deve conter um bom *Briefing*?
 - 4.4.4. Dicas para preparar um *Briefing*
- 4.5. Pesquisa para o projeto
 - 4.5.1. Estudo histórico
 - 4.5.2. Envolvimento no projeto
 - 4.5.3. Estudo do público-alvo ou *target*
 - 4.5.4. Ferramentas no estudo do *target*
- 4.6. O ambiente competitivo
 - 4.6.1. Em relação ao mercado
 - 4.6.2. Análise da concorrência
 - 4.6.3. Proposta de valor
- 4.7. Estudo de viabilidade
 - 4.7.1. Viabilidade social Análise SWOT
 - 4.7.2. Viabilidade técnica
 - 4.7.3. Via econômica
- 4.8. Possíveis soluções para o *Briefing*
 - 4.8.1. Emocionalidade em processos criativos
 - 4.8.2. Divergência, transformação e convergência
 - 4.8.3. Chuva de ideias, *brainstorming*
 - 4.8.4. Comparação de ideias
- 4.9. Definição de metas
 - 4.9.1. Objetivo geral
 - 4.9.2. Objetivos específicos
 - 4.9.3. Objetivos técnicos
 - 4.9.4. Objetivos estéticos e comunicacionais
 - 4.9.5. Objetivos de mercado
- 4.10. Desenvolvimento de ideias
 - 4.10.1. O *Feedback* na fase de ideação
 - 4.10.2. Os esboços
 - 4.10.3. Apresentação de ideias
 - 4.10.4. Métodos de controle e avaliação crítica

Módulo 5. Projeto gráfico

- 5.1. Introdução ao design gráfico
 - 5.1.1. O que é design gráfico?
 - 5.1.2. Funções do design gráfico
 - 5.1.3. Áreas de atuação no design gráfico
 - 5.1.4. O valor do design gráfico
- 5.2. Design gráfico como uma atividade profissional
 - 5.2.1. A influência da tecnologia no desenvolvimento da profissão
 - 5.2.2. Qual é o papel do designer gráfico?
 - 5.2.3. Campos profissionais
 - 5.2.4. O designer como cidadão
- 5.3. Elementos básicos
 - 5.3.1. O ponto
 - 5.3.2. A linha
 - 5.3.3. A forma
 - 5.3.4. A textura
 - 5.3.5. O espaço
- 5.4. Elementos formais
 - 5.4.1. O contraste
 - 5.4.2. O equilíbrio
 - 5.4.3. A proporção
 - 5.4.4. O ritmo
 - 5.4.5. A harmonia
 - 5.4.6. O movimento
 - 5.4.7. A unidade
- 5.5. Referências em design gráfico dos séculos XX e XXI
 - 5.5.1. Designers gráficos que deixaram sua marca na história
 - 5.5.2. Os designers mais influentes
 - 5.5.3. Designers gráficos hoje
 - 5.5.4. Referências visuais
- 5.6. Cartazes
 - 5.6.1. O cartaz publicitário
 - 5.6.2. Funções
 - 5.6.3. Cartazes do século XIX
 - 5.6.4. Referências visuais
- 5.7. O estilo gráfico
 - 5.7.1. Linguagem icônica e cultura de massa
 - 5.7.2. Design gráfico e sua relação com a arte
 - 5.7.3. O estilo gráfico
 - 5.7.4. O design não é uma profissão, é um estilo de vida
- 5.8. Das ruas para a agência
 - 5.8.1. O design como a última vanguarda
 - 5.8.2. Arte urbana ou *Street Art*
 - 5.8.3. Arte urbana aplicada à publicidade
 - 5.8.4. Arte urbana e imagem da marca
- 5.9. Ferramentas digitais mais usadas
 - 5.9.1. Adobe Lightroom
 - 5.9.2. Adobe Photoshop
 - 5.9.3. Adobe Illustrator
 - 5.9.4. Adobe InDesign
 - 5.9.5. Corel Draw
- 5.10. Início do projeto de design
 - 5.10.1. O *briefing*
 - 5.10.2. Definição
 - 5.10.3. Justificativa
 - 5.10.4. Participação
 - 5.10.5. Objetivos
 - 5.10.6. Metodologia

Módulo 6. Ética, legislação e conduta profissional

- 6.1. Ética, moralidade, direito e conduta profissional
 - 6.1.1. Questões básicas sobre ética Alguns dilemas morais
 - 6.1.2. Análise conceitual e origem etimológica
 - 6.1.3. Diferenças entre moralidade e ética
 - 6.1.4. A conexão entre ética, moralidade, direito e conduta
- 6.2. Propriedade intelectual
 - 6.2.1. O que é propriedade intelectual?
 - 6.2.2. Tipos de propriedade intelectual
 - 6.2.3. Plágio e violação de direitos autorais
 - 6.2.4. *Anticopyright*
- 6.3. Aspectos práticos da ética atual
 - 6.3.1. Utilitarismo, consequencialismo e deontologia
 - 6.3.2. Atuar de forma consistente x atuar por princípios
 - 6.3.3. Eficiência dinâmica de atuar em base a princípios
- 6.4. Legislação e moralidade
 - 6.4.1. Conceito de legislação
 - 6.4.2. Conceito de moralidade
 - 6.4.3. A conexão entre lei e moralidade
 - 6.4.4. De justo a injusto, com base no raciocínio lógico
- 6.5. Conduta profissional
 - 6.5.1. Lidando com o cliente
 - 6.5.2. A importância de acordar os termos e condições
 - 6.5.3. Os clientes não compram design
 - 6.5.4. Conduta profissional
- 6.6. Responsabilidades para com outros designers
 - 6.6.1. Competitividade
 - 6.6.2. O prestígio da profissão
 - 6.6.3. O impacto em outras profissões
 - 6.6.4. O relacionamento com outros colegas Críticas
- 6.7. Responsabilidades sociais
 - 6.7.1. Design inclusivo e sua importância
 - 6.7.2. Características a serem levadas em conta
 - 6.7.3. Uma mudança de mentalidade
 - 6.7.4. Exemplos e referências
- 6.8. Responsabilidades com o meio ambiente
 - 6.8.1. Concepção ecológica Por que isso é tão importante?
 - 6.8.2. Características de projeto sustentável
 - 6.8.3. Implicações ambientais
 - 6.8.4. Exemplos e referências
- 6.9. Conflitos éticos e tomada de decisões práticas
 - 6.9.1. Conduta e práticas responsáveis no local de trabalho
 - 6.9.2. Boas práticas para o designer digital
 - 6.9.3. Como resolver conflitos de interesse?
 - 6.9.4. Como lidar com presentes
- 6.10. O conhecimento livre: licenças Creative Commons
 - 6.10.1. O que são?
 - 6.10.2. Tipos de licença
 - 6.10.3. Simbologia
 - 6.10.4. Usos específicos

Módulo 7. Imagem Corporativa

- 7.1. A importância da imagem nas empresas
 - 7.1.1. O que é imagem corporativa?
 - 7.1.2. Diferenças entre identidade e imagem corporativa
 - 7.1.3. Onde a imagem corporativa pode ser manifestada?
 - 7.1.4. Situações de mudança da imagem corporativa, por que alcançar uma boa imagem corporativa?
- 7.2. Técnicas de pesquisa de imagem corporativa
 - 7.2.1. Introdução
 - 7.2.2. O estudo da imagem da empresa
 - 7.2.3. Técnicas de pesquisa de imagem corporativa
 - 7.2.4. Técnicas qualitativas de estudo de imagem
 - 7.2.5. Tipos de técnicas quantitativas
- 7.3. Auditoria e estratégia de imagem
 - 7.3.1. O que é a auditoria de imagem?
 - 7.3.2. Diretrizes
 - 7.3.3. Metodologia da auditoria
 - 7.3.4. Planejamento estratégico
- 7.4. Cultura organizacional
 - 7.4.1. O que é cultura organizacional?
 - 7.4.2. Fatores envolvidos na cultura organizacional
 - 7.4.3. Funções da cultura organizacional
 - 7.4.4. Tipos de cultura organizacional
- 7.5. Responsabilidade social corporativa e reputação corporativa
 - 7.5.1. RSC: Conceito e aplicação da empresa
 - 7.5.2. Diretrizes para integrar a RSC nas empresas
 - 7.5.3. A comunicação da RSC
 - 7.5.4. Reputação corporativa
- 7.6. Identidade visual corporativa e o *naming*
 - 7.6.1. Estratégias de identidade visual empresarial
 - 7.6.2. Elementos básicos
 - 7.6.3. Princípios básicos
 - 7.6.4. Elaboração do manual
 - 7.6.5. O *naming*
- 7.7. Imagem e posicionamento de marcas
 - 7.7.1. As origens das marcas
 - 7.7.2. O que é uma marca?
 - 7.7.3. A necessidade de construir uma marca
 - 7.7.4. Imagem e posicionamento das marcas
 - 7.7.5. O valor das marcas
- 7.8. Gestão da imagem através da comunicação de crise
 - 7.8.1. Plano estratégico de comunicação
 - 7.8.2. Quando tudo dá errado: comunicação de crise
 - 7.8.3. Casos
- 7.9. A influência da internacionalização sobre a imagem organizacional
 - 7.9.1. O novo cenário da indústria publicitária
 - 7.9.2. O marketing promocional
 - 7.9.3. Características
 - 7.9.4. Perigos
 - 7.9.5. Tipos e técnicas promocionais
- 7.10. A distribuição e a imagem do ponto de venda
 - 7.10.1. Os principais protagonistas na distribuição comercial
 - 7.10.2. A imagem das empresas de distribuição comercial através do posicionamento
 - 7.10.3. Através de seu nome e logotipo

Módulo 8. Tipografia

- 8.1. Introdução à tipografia
 - 8.1.1. O que é tipografia?
 - 8.1.2. O papel da tipografia no design gráfico
 - 8.1.3. Sequência, contraste, forma e contraforma
 - 8.1.4. Relação e diferenças entre tipografia, caligrafia e lettering
- 8.2. As múltiplas origens da escrita
 - 8.2.1. Escrita ideográfica
 - 8.2.2. O alfabeto fenício
 - 8.2.3. O alfabeto romano
 - 8.2.4. A reforma carolíngia
 - 8.2.5. O alfabeto latino moderno
- 8.3. Início da tipografia
 - 8.3.1. A imprensa gráfica, uma nova era Os primeiros tipógrafos
 - 8.3.2. A Revolução Industrial: a litografia
 - 8.3.3. Modernismo: os primórdios da tipografia comercial
 - 8.3.4. As vanguardas
 - 8.3.5. Período entre guerras
- 8.4. O papel das escolas de design na tipografia
 - 8.4.1. Escola de Bauhaus
 - 8.4.2. Herbert Bayer
 - 8.4.3. Psicologia da Gestalt
 - 8.4.4. A Escola Suíça
- 8.5. Tipografia atual
 - 8.5.1. 1960-1970, precursores da revolta
 - 8.5.2. Pós-modernismo, desconstrutivismo e tecnologia
 - 8.5.3. Para onde se dirige a tipografia?
 - 8.5.4. Tipos de interface que definem as tendências
- 8.6. Forma tipográfica I
 - 8.6.1. Anatomia da letra
 - 8.6.2. Medidas e atributos do tipo
 - 8.6.3. As famílias tipográficas
 - 8.6.4. Maiúsculas, minúsculas e versalitas
 - 8.6.5. Diferença entre tipografia, fonte e família de tipos de letra
 - 8.6.6. Filetes, linhas e elementos geométricos
- 8.7. Forma tipográfica II
 - 8.7.1. A combinação tipográfica
 - 8.7.2. Formatos de fontes tipográficas (PostScript-TrueType-OpenType)
 - 8.7.3. Licenças tipográficas
 - 8.7.4. Quem deve comprar a licença, cliente ou designer?
- 8.8. Revisão de textos Composição de textos
 - 8.8.1. O espaçamento entre as letras. *Tracking* e *Kerning*
 - 8.8.2. O espaço entre as palavras. O espaço fixo
 - 8.8.3. Espaçamento entre linhas
 - 8.8.4. O corpo do texto
 - 8.8.5. Atributos de texto
- 8.9. O Design das letras
 - 8.9.1. O processo criativo
 - 8.9.2. Materiais tradicionais e digitais
 - 8.9.3. O uso do tablet gráfico e do ipad
 - 8.9.4. Tipografia digital: contornos e bitmaps
- 8.10. Cartazes tipográficos
 - 8.10.1. A caligrafia como base para o design das letras
 - 8.10.2. Como fazer uma composição tipográfica impactante?
 - 8.10.3. Referências visuais
 - 8.10.4. A fase de esboço
 - 8.10.5. Projeto

Módulo 9. Diagramação

- 9.1. Definição e contextualização
 - 9.1.1. Relação entre Design Editorial e diagramação
 - 9.1.2. Evolução no processo de diagramação. O futuro
 - 9.1.3. Fatores do design: proporção, cor, tensão, equilíbrio e o movimento
 - 9.1.4. A importância do espaço em branco
- 9.2. Design editorial de revistas
 - 9.2.1. As revistas, o auge da beleza
 - 9.2.2. Tipos de designs de revistas. Referências
 - 9.2.3. As revistas digitais e sua importância atual
 - 9.2.4. Elementos de publicação
- 9.3. Design editorial de anúncios em jornais
 - 9.3.1. Os jornais, entre a informação e a beleza gráfica
 - 9.3.2. Como diferenciar-se em notícias gerais
 - 9.3.3. Os formatos dos jornais
 - 9.3.4. Tendências editoriais. Referências
- 9.4. Introduzir a publicidade no processo de diagramação
 - 9.4.1. O que é a publicidade? Tipos
 - 9.4.2. Vantagens e desvantagens de introduzir a publicidade em uma diagramação
 - 9.4.3. Como introduzir a publicidade na mídia impressa?
 - 9.4.4. Como introduzir a publicidade na mídia digital?
- 9.5. A escolha da tipografia
 - 9.5.1. Tipografias editoriais
 - 9.5.2. A importância do tamanho
 - 9.5.3. Tipografia em mídia impressa
 - 9.5.4. Tipografia em mídia digital
- 9.6. Ortotipografia
 - 9.6.1. O que é a ortotipografia?
 - 9.6.2. Microtipografia e macrotipografia
 - 9.6.3. Importância da ortotipografia
 - 9.6.4. Falhas na ortotipografia
- 9.7. Diagramar nas redes sociais?
 - 9.7.1. O escopo da diagramação nas redes sociais
 - 9.7.2. A Hashtag e sua importância
 - 9.7.3. A biografia do Instagram
 - 9.7.4. *Grade* no Instagram
- 9.8. Copywriting
 - 9.8.1. O que é o *Copywriting*?
 - 9.8.2. Simplifique o copy. O primeiro impacto é o que conta
 - 9.8.3. Aplicativos de *copywriting*
 - 9.8.4. Tornando-se um bom *copywriter*
- 9.9. Aprendendo mais sobre o InDesign
 - 9.9.1. Adicionar texto em uma faixa
 - 9.9.2. Uso do painel de caracteres e do painel de parágrafos
 - 9.9.3. Diferenças entre o texto sublinhado e as linhas de parágrafo
 - 9.9.4. Controle de linhas viúvas e órfãs
 - 9.9.5. Ortotipografia: ver caracteres ocultos
- 9.10. Projetos de diagramação
 - 9.10.1. Elaborando uma revista no InDesign
 - 9.10.2. Aspectos a serem considerados
 - 9.10.3. Referências visuais: Grandes diagramações no Instagram
 - 9.10.4. Atualizando o Instagram com uma estratégia de diagramação

Módulo 10. Arte Final

- 10.1. Introdução à arte final
 - 10.1.1. O que é uma arte final?
 - 10.1.2. O início da arte final
 - 10.1.3. A evolução da arte final
 - 10.1.4. Ferramentas básicas
- 10.2. Elementos necessários para uma impressão
 - 10.2.1. Suporte
 - 10.2.2. Material de coloração
 - 10.2.3. A forma
 - 10.2.4. As máquinas
- 10.3. Impressão planográfica
 - 10.3.1. O que é impressão planográfica?
 - 10.3.2. Sistemas Offset
 - 10.3.3. Propriedades dos sistemas de impressão Offset
 - 10.3.4. Vantagens e desvantagens
- 10.4. Rotogravura
 - 10.4.1. O que é impressão rotogravura?
 - 10.4.2. Impressão de rotogravura
 - 10.4.3. Propriedades dos sistemas de impressão por rotogravura
 - 10.4.4. Acabamento
- 10.5. Impressão em relevo
 - 10.5.1. O que é impressão em relevo?
 - 10.5.2. Clichês de tipografia e clichês de flexografia
 - 10.5.3. Propriedades
 - 10.5.4. Acabados
- 10.6. Impressão em permeografia
 - 10.6.1. O que é impressão permeográfica?
 - 10.6.2. A serigrafia
 - 10.6.3. Propriedades físico-químicas das telas de serigrafia
 - 10.6.4. Vantagens e desvantagens



- 10.7. Impressão digital
 - 10.7.1. O que é a impressão digital?
 - 10.7.2. Vantagens e desvantagens
 - 10.7.3. Impressão offset ou impressão digital?
 - 10.7.4. Sistemas de impressão digital
- 10.8. Analisando os suportes
 - 10.8.1. Suportes em papel
 - 10.8.2. Suportes rígidos
 - 10.8.3. Suportes têxteis
- 10.9. Encadernação
 - 10.9.1. Em que consiste a encadernação?
 - 10.9.2. Encadernação industrial
 - 10.9.3. A tradição permanece viva
 - 10.9.4. Tipos de encadernação
- 10.10. Preparação das artes finais. Considerações ambientais
 - 10.10.1. O formato PDF: Adobe Acrobat
 - 10.10.2. O preflight. Verificação de cor, tipografia, medidas, etc.
 - 10.10.3. Pensar antes de imprimir. O impacto ambiental
 - 10.10.4. Suportes de impressão sustentáveis



Esse Mestrado Próprio Semipresencial lhe dará toda a experiência necessária para criar designs espetaculares no formato digital e em papel"

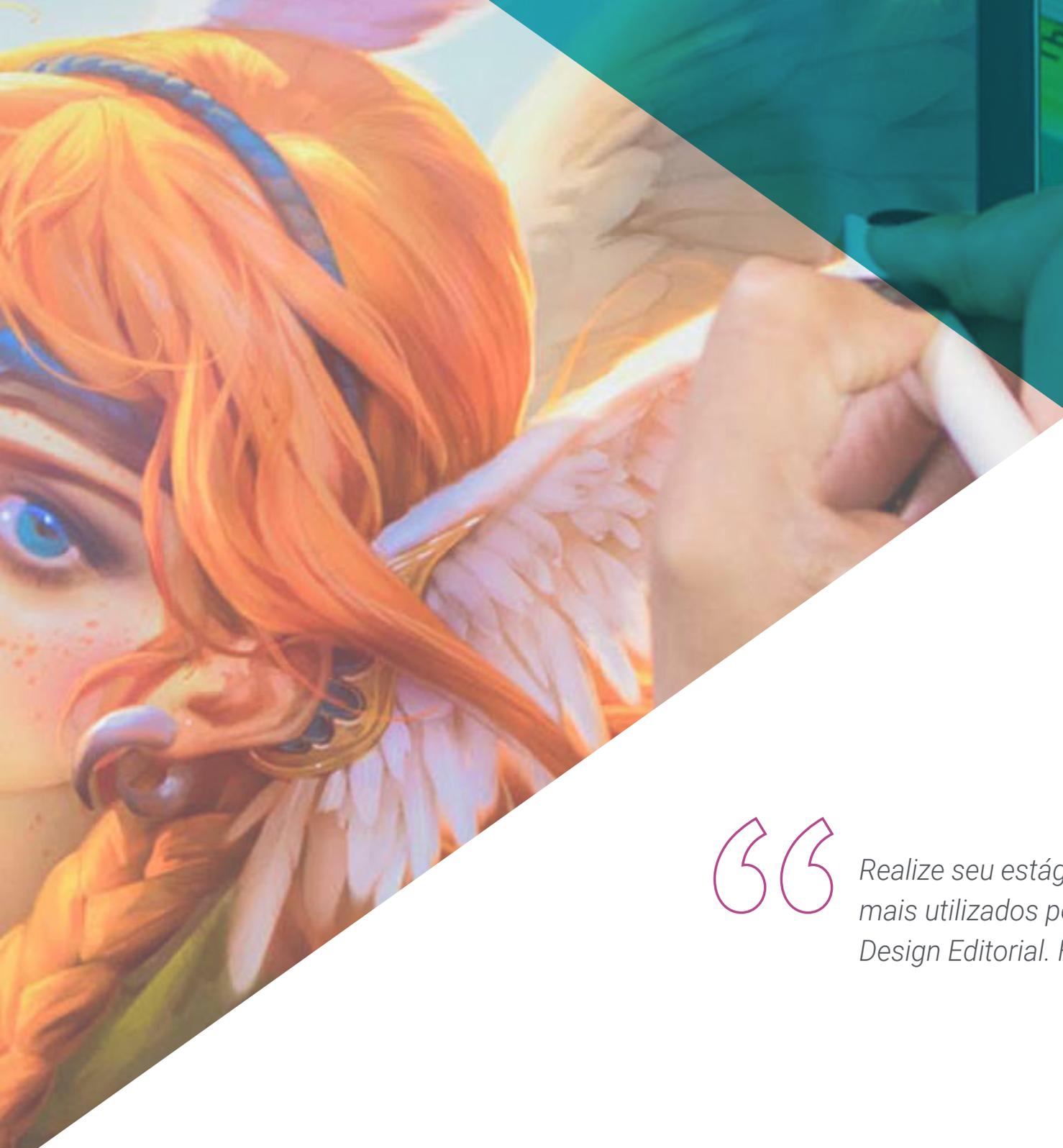


07

Estágio

Uma vez concluída a fase teórica desse Mestrado Próprio Semipresencial, os alunos terão a oportunidade de colocar em prática todo o conhecimento adquirido em uma empresa líder do setor, onde profissionais de design especializados no setor editorial lhes mostrarão as principais técnicas e softwares utilizados.





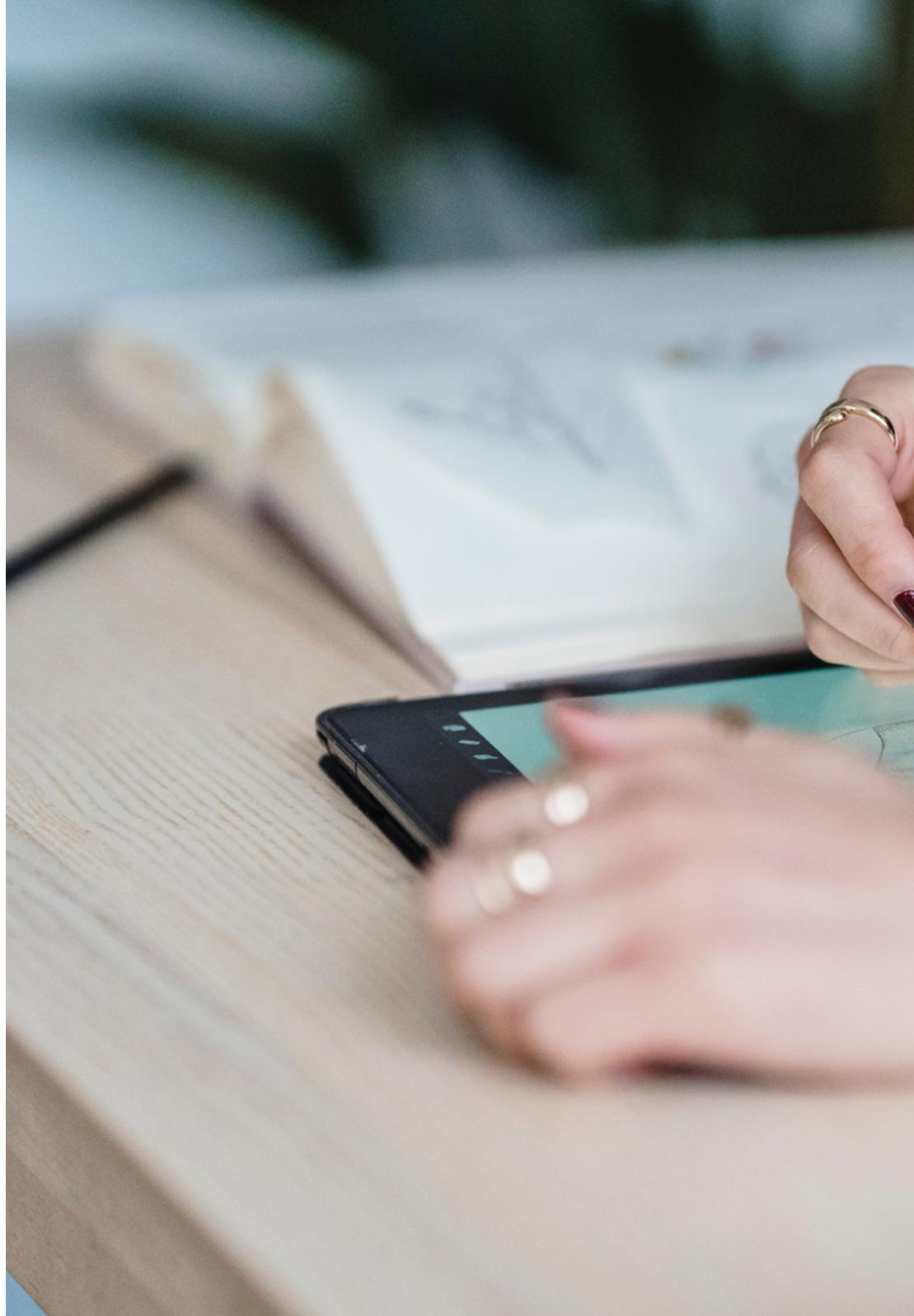
“

Realize seu estágio com os softwares mais utilizados pelas empresas do setor de Design Editorial. Faça sua matrícula agora"

O período de Capacitação Prática deste programa de Design Editorial foi projetado para proporcionar aos alunos uma aprendizagem o mais completa possível, graças a um estágio de 3 semanas em uma empresa líder no campo do Design Editorial. Dessa forma, os alunos passarão de segunda a sexta-feira em um estágio intensivo, com jornadas de 8 horas consecutivas, ao lado de profissionais de design que podem compartilhar todo o seu conhecimento no mundo editorial, diagramação, fotografia, design gráfico, tipografia e identidade corporativa.

É uma excelente oportunidade para profissionais que buscam especialização em um campo que exige o domínio das principais ferramentas de software usadas na indústria, enquanto dominam os conceitos de composição gráfica no Design Editorial, considerando texturas, espaços, contraste, equilíbrio e proporções. Entre as atividades que serão realizadas durante este estágio estão a seleção de uma estratégia adequada para a imagem desejada, a gestão do uso da cor em um projeto prático digital e de Design Editorial, o manuseio de diferentes tipos de tipografia, adaptando-se ao meio de publicação, e o domínio da arte final na diagramação.

O ensino prático será realizado com a participação ativa do aluno executando as atividades e procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e orientação de professores e outros colegas de capacitação que facilitem o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática do design (aprender a ser e aprender a conviver).



Os procedimentos descritos abaixo constituirão a base da parte prática da capacitação, e sua implementação estará sujeita à disponibilidade e carga de trabalho do próprio centro, sendo as atividades propostas as seguintes:

Módulo	Atividade Prática
Design Gráfico e imagem corporativa para o âmbito Editorial	Criar um bom Design Gráfico dentro do campo do Design Editorial, levando em consideração texturas, espaços, contraste, equilíbrio, proporções, etc.
	Produzir materiais de sinalização funcional em formato digital ou tradicional com referências visuais modernas
	Iniciar corretamente o projeto de Design Editorial por meio de um <i>briefing</i> , com uma <i>definição, justificativa e objetivos adequados</i>
	Desenvolver uma estratégia de identidade corporativa para estabelecer diretrizes específicas para o Design Editorial
Metodologias e técnicas de Design Editorial	Integrar imagens e cores de maneira prática no Design Editorial, respeitando a intenção jornalística subjacente
	Desenvolver um formato padrão ao elaborar o Design Editorial, adaptando-se às necessidades da informação e do próprio trabalho
	Analisar o mercado e o ambiente competitivo para estabelecer objetivos gerais, específicos e técnicos realistas
Cores e tipografias de maior relevância para o Design Editorial	Aplicar diferentes tipos de tipografia, adaptando-se ao trabalho necessário e ao meio de publicação
	Utilizar elementos digitais, como <i>Tablets</i> ou iPads, para produzir uma boa tipografia digital.
	Gerenciar o uso da cor em um projeto prático digital e de Design Editorial
Diagramação e arte final no Design Editorial	Diagramar os textos e as imagens em uma boa composição, de acordo com a estratégia de negócios
	Realizar uma diagramação apropriada para o ambiente das redes sociais
	Elaborar diagramação complexa no InDesign
	Ajustar o formato final do trabalho de acordo com o meio de publicação

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 capacitação 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 isso, esta instituição educacional se compromete 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 capacitação prática.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início da capacitação prática. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa prático no centro.



Condições da Capacitação Prática

As condições gerais do contrato de estágio para o programa são as seguintes:

- 1. ORIENTAÇÃO:** durante o Mestrado Próprio Semipresencial o aluno contará com dois orientadores que irão acompanhá-lo durante todo o processo, esclarecendo as dúvidas e respondendo perguntas que possam surgir. Por um lado, contará com um orientador profissional, pertencente ao centro onde é realizado o estágio, que terá o objetivo de orientar e dar suporte ao aluno a todo momento. E por outro, contará com um orientador acadêmico cuja missão será coordenar e ajudar o aluno durante todo o processo, esclarecendo dúvidas e viabilizando o que for necessário. Assim, o aluno estará sempre acompanhado e poderá resolver as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática quanto acadêmica.
- 2. DURAÇÃO:** o programa de estágio terá uma duração de três semanas contínuas de capacitação prática, distribuídas em jornadas de oito horas, cinco dias por semana. Os dias e horários do programa serão de responsabilidade do centro e o profissional será informado com antecedência suficiente para que possa se organizar.
- 3. NÃO COMPARECIMENTO:** em caso de não comparecimento no dia de início do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno perderá o direito de realizá-lo sem que haja a possibilidade de reembolso ou mudança das datas estabelecidas.. A ausência por mais de dois dias sem causa justificada/médica resultará na renúncia ao estágio e, conseqüentemente, em seu cancelamento automático. Qualquer problema que possa surgir durante a realização do estágio, deverá ser devidamente comunicado ao orientador acadêmico com caráter de urgência.

4. CERTIFICAÇÃO: ao passar nas provas do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno receberá um certificado que comprovará o período de estágio no centro em questão.

5. RELAÇÃO DE EMPREGO: RELAÇÃO DE EMPREGO: o Mestrado Próprio Semipresencial não constitui relação de emprego de qualquer tipo.

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

7. NÃO INCLUÍDO: o Mestrado Próprio Semipresencial não incluirá nenhum elemento não descrito nas presentes condições. Portanto, não inclui acomodação, transporte para a cidade onde o estágio será realizado, vistos ou qualquer outro serviço não mencionado anteriormente.

Entretanto, em caso de dúvidas ou recomendações a respeito, o aluno poderá consultar seu orientador acadêmico. Este lhe proporcionará as informações necessárias para facilitar os procedimentos.

08

Onde posso realizar o Estágio?

Este programa de Mestrado Próprio Semipresencial inclui um estágio prático em uma empresa relevante do setor, com profissionais experientes em design gráfico e especializados na indústria editorial em sua equipe. Dessa forma, os alunos adquirirão um aprendizado abrangente e terão a garantia de conhecer em primeira mão o trabalho atual realizado neste campo.



“

*Complete seu aprendizado com uma
Capacitação Prática com designers
especializados em Design Editorial”*



O aluno pode fazer a parte prática desse Mestrado Próprio Semipresencial nos seguintes centros:



Design

Goose & Hopper

País	Cidade
Espanha	Valência

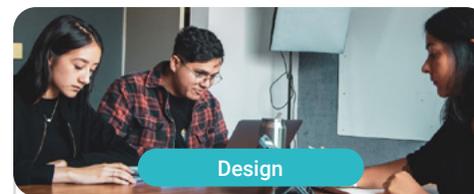
Endereço: La Marina de Valencia, Muelle de la Aduana S/N Edificio Lanzadera 46024

Agência de publicidade, design, tecnologia e criatividade

Capacitações práticas relacionadas:

- Gestão da Comunicação e Reputação Digital
- Modelagem 3D Orgânica





Design

Goose & Hopper

País: México
Cidade: Michoacán de Ocampo

Endereço: Avenida Solidaridad Col. Nueva Chapultepec Morelia, Michoacan

Agência de publicidade, design, tecnologia e criatividade

Capacitações práticas relacionadas:

- Gestão da Comunicação e Reputação Digital
- Modelagem 3D Orgânica



Design

Grupo Fórmula

País: México
Cidade: Cidade do México

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

Empresa líder em comunicação multimídia e criação de conteúdo

Capacitações práticas relacionadas:

- Design Gráfico
- Gestão de Pessoas



Design

Piensemmarketing

País: Argentina
Cidade: Río Negro

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

Agência de marketing e comunicação social e digital

- Capacitações práticas relacionadas:**
- Criação e Empreendedorismo na Empresa Digital
 - MBA em Marketing Digital





“Aproveite esta oportunidade para estar perto de profissionais experientes e aprender com a metodologia de trabalho deles”

09

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. 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 é considerado um dos mais eficazes pelas principais revistas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que tem provado sua enorme eficácia, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as habilidades em um contexto de constante mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais ao redor do mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, tanto nacional quanto internacionalmente. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“

Nosso programa lhe prepara 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, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizado mais utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos vão se deparar com múltiplos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas idéias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, combinando diferentes elementos didáticos em cada lição.

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

Em 2019, entre todas as universidades online em espanhol do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda projetada para capacitar os gerentes do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa Universidade é a única em língua espanhola autorizada a utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online em espanhol.



No nosso programa, o aprendizado não é um processo linear, mas acontece em espiral (aprendemos, desaprendemos, esquecemos e reaprendemos). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de estudantes universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, não sabemos apenas como organizar informações, idéias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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



Neste programa, oferecemos os melhores materiais educacionais, preparados especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi criado pelos especialistas que irão ministrar o curso, especialmente para o curso, fazendo com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



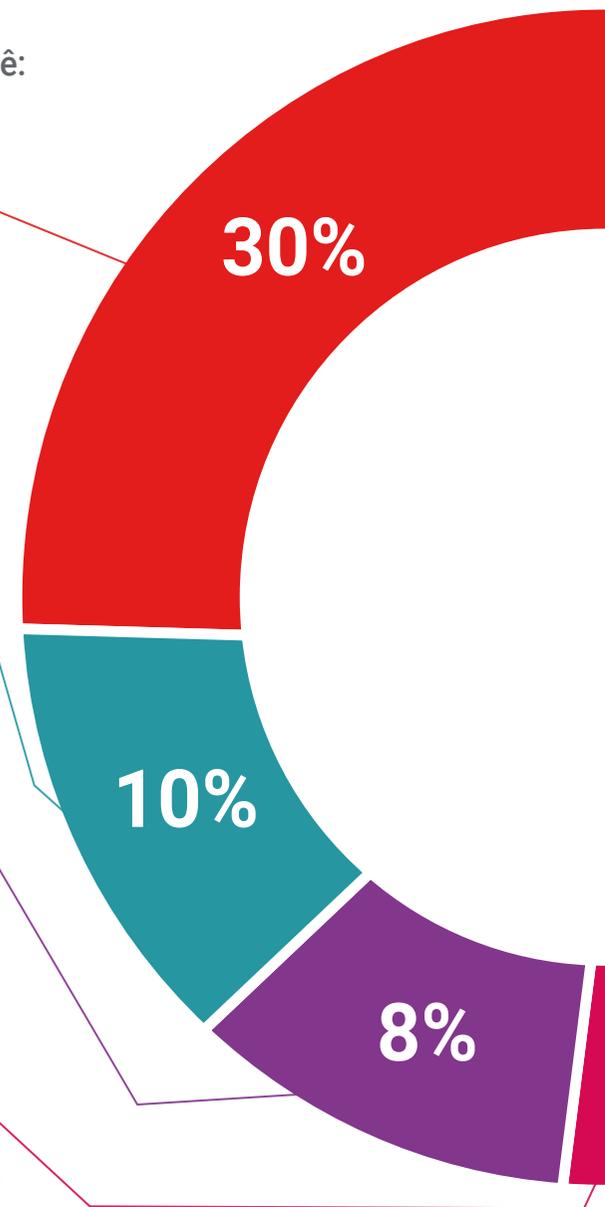
Práticas de habilidades e competências

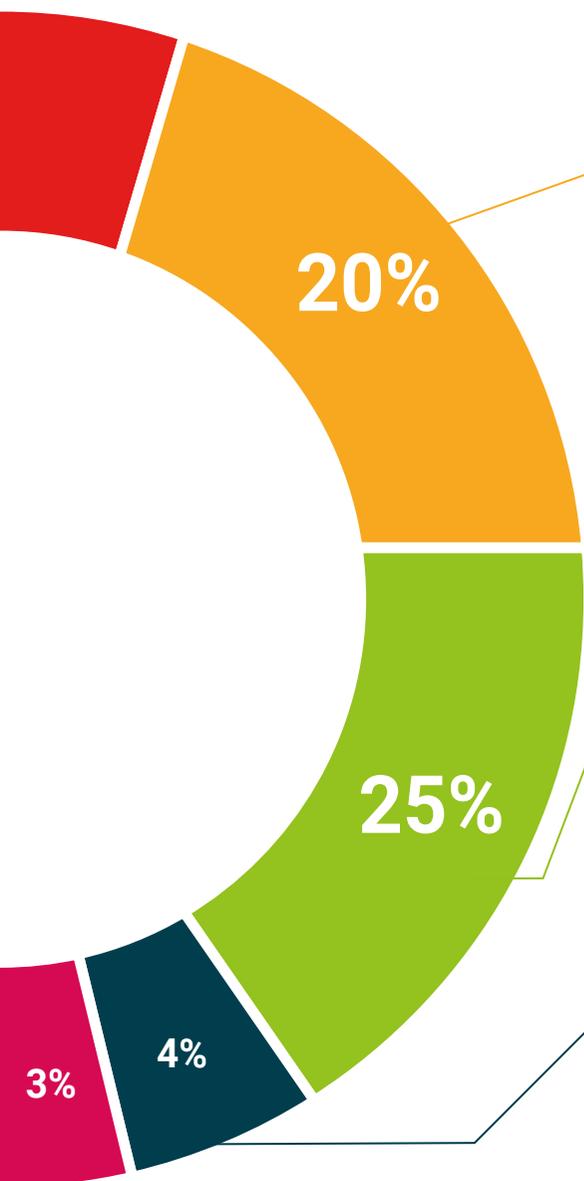
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada disciplina. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as habilidades e competências necessárias para que um especialista possa se desenvolver dentro do contexto globalizado em que vivemos.



Leitura complementar

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Será realizada uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta titulação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais, com o objetivo de reforçar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o seu conhecimento ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



10 Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial em Design Editorial garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

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

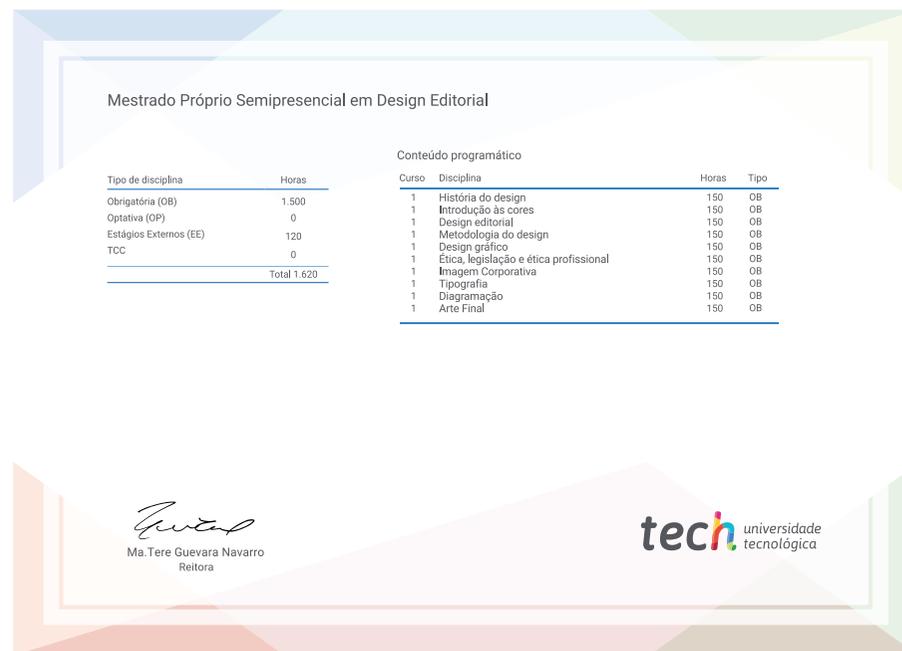
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio Semipresencial** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em Design Editorial**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**



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



Mestrado Próprio
Semipresencial
Design Editorial

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Mestrado Próprio Semipresencial

Design Editorial

