

Mestrado Semipresencial

Design Editorial



Mestrado Semipresencial

Design Editorial

Modalidade: B-learning (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Global University

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

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

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Porquê fazer este Mestrado Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 18

05

Direção do curso

pág. 22

06

Planificação do programa de estágio

pág. 26

07

Estágio

pág. 40

08

Onde posso fazer os estágios?

pág. 46

09

Metodologia

pág. 52

10

Certificação

pág. 60

01

Apresentação

A irrupção das novas tecnologias e da internet provocou uma verdadeira revolução no setor editorial, uma área em que o conteúdo é essencial, mas onde o design desempenha um papel fundamental para atrair o público ou facilitar a leitura, seja em formatos tradicionais ou digitais. Este Mestrado Semipresencial oferece ao designer uma especialização num setor que exige perfis criativos e altamente qualificados para a realização de projetos de qualidade. Um ensino online na sua fase teórica e uma formação prática in situ que permite aos alunos aplicar toda a aprendizagem adquirida num estágio com uma duração de 3 semanas.

“

Este Mestrado Semipresencial dá-lhe a oportunidade de aceder a todos os conteúdos multimédia mais recentes em design desde o primeiro momento”

Livros, jornais, brochuras, blogs: em todos estes formatos está presente a figura do designer gráfico, que é capaz de apresentar e compor diferentes títulos, tornando-os realmente atrativos para os leitores, independentemente do suporte em que estejam escritos.

A indústria editorial continua a manter um bom ritmo de crescimento, com publicações diárias e constantes em todo o mundo. É por isso que a especialidade de Design Editorial na área do design é uma oportunidade profissional para as pessoas que procuram uma especialização num setor que soube adaptar-se à transformação digital.

Este Mestrado Semipresencial proporciona ao designer um amplo conhecimento dos principais conceitos que compõem a área editorial, bem como dos softwares mais utilizados pelos profissionais do setor. Desta forma, estudará em profundidade o planeamento, o desenvolvimento e a fase final do projeto gráfico, os elementos tipográficos e de layout, bem como a ética e a deontologia neste setor. Ao mesmo tempo, este Mestrado Semipresencial distingue-se pela sua ênfase nas ferramentas de paginação e nas tendências visuais e criativas que marcam a escolha de tipos de letra e paletas cromáticas para todos os tipos de projetos editoriais. O Mestrado Semipresencial também se debruça sobre o impacto da fotografia digital neste setor profissional.

Graças a esta aprendizagem, o designer poderá desenvolver-se com naturalidade num setor que requer conhecimentos de encadernação, fotografia, cor e estética. A TECH oferece uma excelente oportunidade para os profissionais que desejam progredir neste setor com uma qualificação que oferece flexibilidade, permitindo o acesso a partir de qualquer dispositivo com ligação à internet ao programa curricular com conteúdos multimédia integrados neste Mestrado Semipresencial. Um ensino 100% online na sua fase teórica, sem horários, que lhe permitirá ampliar os seus conhecimentos, após a qual poderá aplicá-los num estágio prático que também está incluído neste Mestrado Semipresencial.

Este **Mestrado Semipresencial de Design Editorial** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 casos práticos apresentados por especialistas em Design Editorial
- ♦ Os seus conteúdos gráficos, esquemáticos e predominantemente práticos com que está concebido fornecem informações técnicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos
- ♦ Desenvolvimentos e novidades de vanguarda nesta área
- ♦ Os exercícios práticos de autoavaliação para melhorar a aprendizagem
- ♦ Metodologias inovadoras de grande eficácia
- ♦ Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet
- ♦ Tudo isto complementado por palestras teóricas, perguntas à especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual.
- ♦ Além disso, terá a possibilidade de efetuar um estágio numa das melhores empresas do setor



Designs arrojados, clássicos ou modernos, qualquer que seja o seu estilo, aprenda neste Mestrado Semipresencial a seguir as diretrizes essenciais do Design Editorial. Matricule-se agora mesmo”



Faça parte das melhores empresas de design editorial do mundo. Clique e inscreva-se agora mesmo

Este Mestrado de carácter profissionalizante e modalidade b-learning visa a atualização dos profissionais de Design Editorial que exercem suas funções em empresas do setor e que necessitam de um alto nível de qualificação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências científicas e orientados de forma didática para integrar os conhecimentos teóricos na prática do design, sendo que os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização dos conhecimentos e permitirão a tomada de decisões em matéria de criação editorial.

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

Este Mestrado Semipresencial fornecer-lhe-á as ferramentas necessárias para dominar os softwares utilizados na indústria editorial.

Publicações, jornais, brochuras digitais... com este Mestrado Semipresencial, estará preparado para desenhar para qualquer suporte. Matricule-se agora mesmo.



02

Porquê fazer este Mestrado Semipresencial?

Esta modalidade de aprendizagem foi concebida para atualizar de forma prática e teórica os profissionais com qualificação em Design Editorial. Ao longo dos seus estudos, os alunos serão capazes de dominar as principais ferramentas e tendências criativas neste domínio. O Mestrado Semipresencial tem múltiplas características académicas, incluindo a plataforma de estudo inovadora, 100% online e interativa da TECH. Ao mesmo tempo, o aluno poderá realizar um estágio intensivo de topo numa empresa dedicada à elaboração visual de projetos audiovisuais durante 120 horas didáticas.



“

A TECH coloca à sua disposição os softwares mais atualizados para a apresentação de projetos de Design Editorial e os conhecimentos mais complexos para os gerir”

1. Atualizar-se com a tecnologia mais recente disponível

Para a escolha das tipografias, das cores e da disposição dos conteúdos, a disciplina de Design Editorial recorre a vários programas e aplicações. A sua correta utilização e gestão avançada será um dos objetivos académicos deste Mestrado Semipresencial. Assim, os seus alunos destacar-se-ão no mercado de trabalho pelas suas capacidades inovadoras e decisivas.

2. Aprofundar conhecimentos recorrendo à experiência dos melhores especialistas

Através deste Mestrado Semipresencial, os alunos irão alargar as suas competências, resolver dúvidas e clarificar conceitos de interesse em conjunto com os mais distintos especialistas em Design Editorial. Estes especialistas estarão à sua disposição em dois momentos educativos fundamentais: durante o estudo teórico de todas as disciplinas didáticas e no período de prática profissional.

3. Aprofundar conhecimentos em ambientes de excelência dentro do Design Editorial

Para este tipo de estudos, a TECH selecionou cuidadosamente centros de renome internacional que acolherão os seus alunos durante 3 semanas. Todas as empresas selecionadas para este Mestrado Semipresencial possuem vasta experiência e tecnologias especializadas em Design Editorial.





4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

Atualmente, muitas formações não conseguem conciliar os interesses profissionais dos seus alunos com uma assimilação rápida e viável dos conhecimentos práticos. Por este motivo, a TECH criou esta qualificação, na qual os alunos aprenderão com os especialistas mais exigentes e competentes do setor do Design Editorial.

5. Alargar as fronteiras do conhecimento

Este Mestrado Profissional foi concebido para alargar os horizontes dos seus alunos a uma escala internacional. Isto apenas é possível graças à rede de contactos e acordos disponíveis na TECH, a maior universidade digital do mundo neste momento.

“

Terá uma imersão prática total no centro da sua escolha”

03

Objetivos

O objetivo deste Mestrado Semipresencial é oferecer aos profissionais de design uma experiência de aprendizagem abrangente e atualizada, com conteúdos na vanguarda do ensino académico, para que possam entrar com sucesso nesta indústria. O sistema *Relearning*, baseado na reiteração de conteúdos, implementado pela TECH em todos os seus cursos, facilitará a cimentação de conhecimentos.

“

Alcance os seus objetivos com este Mestrado Semipresencial e torne-se num especialista em Design Editorial. Inscreva-se agora mesmo”



Objetivo geral

- ♦ Os objetivos deste Mestrado Semipresencial em Design Editorial são que os alunos sejam capazes de conceber 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, adaptando-as a diferentes formatos e aplicando corretamente a arte final



Alcance os seus objetivos com este Mestrado Semipresencial e torne-se num especialista em Design Editorial. Matricule-se agora mesmo"





Objetivos específicos

Módulo 1. História do *design*

- ♦ Possuir conhecimentos básicos das ciências humanas e sociais para futuras investigações, em função das necessidades de cada projeto de design
- ♦ Compreender criteriosamente a história das práticas artísticas e do design contemporâneo, os argumentos e pressupostos teóricos que as sustentam e as estratégias e mecanismos que utilizam para se adaptarem às novas problemáticas 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 Meios de Comunicação em Design Digital, Linguística-Semiótica
- ♦ Desenvolver um espírito avaliativo e crítico de modo a 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 objetivos, cultura e design
- ♦ Compreender a relação entre património e design e compreender que este 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 conceção
- ♦ Capturar, manipular e preparar a cor para utilização em meios físicos e virtuais
- ♦ Adquirir a capacidade de formular juízos independentes, por meio de argumentos
- ♦ Saber informar-se, analisando e interpretando fontes documentais e literárias com critérios próprios

Módulo 3. Design editorial

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

Módulo 4. Metodologia de design

- ♦ Conhecer os processos básicos da metodologia científica na história do design: estados da questão, análise integral do trabalho de design, reconsideração de problemas, procura de informações inéditas, formulação de hipóteses, processos críticos de síntese e formulação ordenada de conclusões
- ♦ Compreender como funciona a inovação enquanto motor de design
- ♦ Identificar problemas relacionados com o design, recolher e analisar as informações necessárias para avaliar e fornecer soluções de acordo com critérios de eficiência: funcional, ambiental, estrutural, construtiva e expressiva no âmbito da profissão
- ♦ Justificar, através de uma argumentação coerente e crítica, o desenvolvimento de um projeto de design

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

Módulo 5. 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, cartazes, sinalética, design multimédia, design de novos meios de comunicação, etc.
- ♦ Compreender as bases, 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 do Design Gráfico
- ♦ Aprender a utilizar as ferramentas digitais mais utilizadas no âmbito do Design Gráfico
- ♦ Conhecer e aplicar elementos básicos de organização e gestão de projetos

Módulo 6. Ética, legislação e deontologia profissional

- ♦ Adquirir a capacidade de recolher e interpretar dados pertinentes para formular juízos que incluam uma reflexão sobre questões éticas, ambientais e sociais
- ♦ Exercer a sua atividade profissional de forma ética, respeitando a lei e os direitos universais
- ♦ Desenvolver habilidades de aprendizagem necessárias para realizar estudos posteriores com um alto grau de autonomia
- ♦ Compreender a relação profissional entre o designer e o cliente
- ♦ Adquirir competências que demonstrem a resolução de problemas através da argumentação e da crítica construtiva
- ♦ Desenvolver a capacidade de decidir antecipadamente o que tem de ser feito, quem tem de o fazer e como deverá ser feito

Módulo 7. Imagem corporativa

- ♦ Capturar, manipular e preparar a imagem para utilização em diferentes suportes
- ♦ Conhecer os princípios básicos da tecnologia fotográfica e audiovisual
- ♦ Conhecer a linguagem e os recursos expressivos da fotografia e do audiovisual
- ♦ Conhecer obras fotográficas e audiovisuais relevantes
- ♦ Interrelacionar linguagens formais e simbólicas com a funcionalidade específica
- ♦ Manusear os equipamentos básicos de iluminação e medição em fotografia
- ♦ Compreender o comportamento e as características da luz e apreciar as suas qualidades expressivas

Módulo 8. 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 trabalhos profissionais baseados na composição tipográfica

Módulo 9. Paginação

- ♦ Conceber publicações editoriais tendo em conta o conjunto gráfico e os seus elementos
- ♦ Conhecer a tarefa de um designer de paginação e a importância do seu papel no âmbito editorial
- ♦ Compreender os meios digitais e a sua importância no contexto atual
- ♦ Utilizar o Adobe InDesign para o desenvolvimento adequado de projetos gráficos
- ♦ Utilizar as redes sociais numa perspetiva artística com consciência da importância de uma boa estratégia gráfica
- ♦ Desenvolver uma linguagem editorial para publicitar um produto ou serviço com um objetivo claro e específico

Módulo 10. Arte final

- ♦ Conhecer a terminologia, as técnicas e as linguagens específicas aplicadas aos processos de design: pré-impressão e sistemas de impressão, técnicas e suportes digitais e multimédia
- ♦ Conhecer os sistemas de impressão para poder avaliar qual a melhor alternativa para a expressão física de um projeto gráfico
- ♦ Conhecer os procedimentos a seguir para preparar corretamente um trabalho artístico final para impressão
- ♦ Saber o que é a encadernação e aprender mais sobre os diferentes tipos existentes
- ♦ Incorporar o vocabulário técnico necessário para conseguir uma comunicação fluida com os técnicos e setores envolvidos na edição



Este Mestrado Semipresencial com uma fase teórica 100% online dar-lhe-á a oportunidade de aceder aos mais recentes conteúdos em matéria de Design Editorial"

04

Competências

Este Mestrado Semipresencial proporciona ao designer um amplo conhecimento do setor editorial para adquirir as competências técnicas necessárias para dominar com absoluta confiança cada uma das ferramentas e elementos que compõem um excelente Design Editorial. A utilização de casos práticos previstos neste Mestrado Semipresencial será muito útil no processo de aprendizagem do mesmo.



“

Qualifique-se num setor que sofreu uma grande transformação no campo digital. Atualize os seus conhecimentos"



Competências gerais

- Criar e conceber as diferentes peças de um design gráfico
- Analisar a adequação das diferentes abordagens
- Impactar os públicos-alvo de uma forma eficiente
- Controlar os processos de produção internos e externos das peças produzidas

“

Gira a cor na sua aplicação gráfica até à perfeição com este Mestrado Semipresencial”





Competências específicas

- ♦ Descrever a história do design gráfico
- ♦ Gerir as cores na sua aplicação gráfica
- ♦ Praticar design editorial
- ♦ Estabelecer a metodologia adequada para cada tipo de design
- ♦ Conhecer o quadro jurídico em que se insere o design gráfico
- ♦ Trabalhar com imagens digitais
- ♦ Reconhecer os diferentes tipos de letra adequados a cada design
- ♦ Pagar publicações
- ♦ Realizar artes finais

05

Direção do curso

A TECH reuniu um corpo docente excecional para desenvolver um Mestrado Semipresencial de topo em Design Editorial. Com vasta experiência internacional em publicações de renome, como a revista TIME, estes especialistas proporcionam aos alunos competências distintivas num campo altamente competitivo. Esta colaboração garante a máxima qualidade e pertinência dos conteúdos, adaptados aos requisitos profissionais mais exigentes.



“

Beneficie dos conhecimentos de editores de renome internacional e da sua experiência nas melhores publicações do mundo”

Diretor Internacional Convidado

D.W. Pine é uma referência internacional no campo do design editorial. Como Diretor Criativo da revista Time, é responsável pela concepção, comercialização e direção das tiragens de uma das principais publicações editoriais do mundo. Ao longo da sua carreira, concebeu mais de 850 capas e supervisionou também 7 projetos de "Personalidade do Ano".

Nesta função, Pine é responsável pela concepção e produção da capa da Time todas as semanas e pela gestão de uma equipa criativa composta por mais de uma dúzia de diretores artísticos, designers, artistas infográficos e investigadores. Também supervisiona o design da marca Time e de outras propriedades digitais, como a Time for Kids.

Para além do seu trabalho em design, Pine escreve ocasionalmente para a revista Time e tem mais de 1100 peças publicadas como redator do Atlanta Journal-Constitution.

Como orador, Pine marcou presença em eventos e workshops por todo o mundo, incluindo o workshop de design para jornalistas em Pequim, China, bem como outras conferências de alto nível na Europa. Também esteve presente em conferências, universidades e festivais nos Estados Unidos, incluindo Nova Iorque, São Francisco, San Diego, Washington, D.C., Portland, Tampa e Atlanta.

O seu trabalho recebeu dezenas dos principais prémios da indústria, incluindo ser nomeado duas vezes para a lista Folio 100 (2016 e 2017) e receber os prémios Best Designed Magazine 2013 e Best Cover of the Year 2017 da American Society of Magazine Editors.



Dr. D.W. Pine

- Diretor Criativo da Revista TIME, Nova Iorque
- Diretor Criativo da Revista Time
- Designer da Capa Semanal da Revista Time
- Designer do Atlanta Journal-Constitution
- Licenciatura em Marketing e Gestão na Universidade da Geórgia
- Prémios: Best Designed Magazine 2013, Best Cover of the Year 2017 e Lista Folio 2016 e 2017
- Orador em Eventos de Design na Ásia, Europa e Américas

“

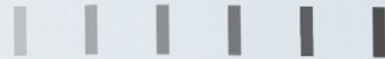
Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo"

06

Planificação do programa de estágio

O plano de estudos deste Mestrado Semipresencial foi concebido para proporcionar uma visão global da história do design, de forma a dotar os alunos de um conhecimento básico indispensável antes de se aprofundarem nos aspetos mais técnicos e igualmente necessários como a paginação, a tipografia e a fotografia. Tudo isto é complementado por uma biblioteca de recursos multimédia e leituras essenciais com a contribuição de especialistas na área do Design Editorial.





Os casos práticos fornecidos neste Mestrado Semipresencial serão de grande utilidade e aplicação no setor editorial"

Módulo 1. História do *design*

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

Módulo 2. Introdução à cor

- 2.1. Cor, princípios e propriedades
 - 2.1.1. Introdução à cor
 - 2.1.2. Luz e cor: A 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 Hickethier
 - 2.5.4. O triângulo CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)

- 2.6. O estudo individual das cores
 - 2.6.1. Branco e preto
 - 2.6.2. Cores neutras. A escala de cinza
 - 2.6.3. Monocromático, 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. A 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. Design editorial

- 3.1. Comunicação escrita manual e tecnologia da informação
 - 3.1.1. Introdução
 - 3.1.2. As primeiras formas de escrita
 - 3.1.3. Os suportes de escrita à mão
 - 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 o desenvolvimento do alfabeto: a independência do sinal escrito
 - 3.1.7. A escrita, memória de informação
 - 3.1.8. As formas da escrita alfabética latina: observação diacrónica
 - 3.1.9 As 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. A imitação, o denominador comum das primeiras cópias mecânicas de informação
 - 3.2.4. Antecedentes da reprodução mecanizada da informação 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 prensa de Gutenberg
 - 3.2.7. A prensa de Gutenberg
 - 3.2.8. O desenvolvimento das fases de composição e impressão da informação escrita
- 3.3. Formulários e funções de elementos de design jornalístico
 - 3.3.1. Introdução
 - 3.3.2. O que é o design jornalístico da comunicação e informação escritas?
 - 3.3.3. Os elementos do design jornalístico
- 3.4. As imagens
 - 3.4.1. Introdução
 - 3.4.2. As imagens jornalísticas
 - 3.4.3. A infografia: natureza, características, funções e formas
 - 3.4.4. Os recursos gráficos não textuais e não icónicos





- 3.5. A cor
 - 3.5.1. Introdução
 - 3.5.2. Natureza, função e processos de síntese da cor
 - 3.5.3. Separação de cores nas artes gráficas
 - 3.5.4. Funções e possibilidades expressivas da cor num suporte escrito
 - 3.5.5. Características de cores planas
- 3.6. Tipos de letra: identidade e utilização
 - 3.6.1. Introdução
 - 3.6.2. O que é a tipografia?
 - 3.6.3. A morfologia do carácter: implicações semânticas
 - 3.6.4. Classificações dos tipos de letra
 - 3.6.5. As funções da tipografia
 - 3.6.6. A tipografia informática
- 3.7. Formatos e design de informação jornalística
 - 3.7.1. Introdução
 - 3.7.2. Evolução diacrónica do design jornalístico na imprensa escrita
 - 3.7.3. O formato, a primeira circunstância espacial
 - 3.7.4. A disposição 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 apresentação de páginas
 - 3.8.5. Sistemas de equilíbrio na expressão de significantes informativos
 - 3.8.6. Princípios básicos aplicáveis ao design jornalístico
 - 3.8.7. A primeira página
 - 3.8.8. As páginas interiores do jornal

- 3.9. Mudança tecnológica nos processos de comunicação
 - 3.9.1. Introdução
 - 3.9.2. A mudança tecnológica nos processos de comunicação e informação escrita imediatamente anterior à digitalização
 - 3.9.3. A digitalização: mudar de velocidade no desenvolvimento da comunicação e informação escrita
- 3.10. A mediação digital no jornalismo de hoje
 - 3.10.1. Introdução
 - 3.10.2. A mediação digital no jornalismo de hoje
 - 3.10.3. Informação escrita no jornalismo editorial digital

Módulo 4. Metodologia de design

- 4.1. Sobre a metodologia e o design
 - 4.1.1. O que é a metodologia do 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 investigação em design
 - 4.2.1. Herdar o método científico
 - 4.2.2. Conceitos gerais dos processos de investigação
 - 4.2.3. Fases principais do processo de investigação
 - 4.2.4. Calendário
- 4.3. Algumas propostas metodológicas
 - 4.3.1. Propostas para uma nova metodologia por Burdek Bernhard
 - 4.3.2. Método Sistemático para Designers de Bruce Archer
 - 4.3.3. Design generalizador integrado de Victor Papanek
 - 4.3.4. Metodologia de projetos de Bruno Munari
 - 4.3.5. O processo criativo de solução de problemas de Bernd Löbach
 - 4.3.6. Outros autores e esquemas de outros métodos
- 4.4. Definição do problema
 - 4.4.1. Identificação e análise da necessidade
 - 4.4.2. O *briefing*, o que é?
 - 4.4.3. O que deve conter um bom *briefing*?
 - 4.4.4. Conselhos para preparar um *briefing*

- 4.5. Investigação para o projeto
 - 4.5.1. Estudo de antecedentes
 - 4.5.2. Implicação do 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 de competência
 - 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. Viabilidade económica
- 4.8. Soluções possíveis para o *briefing*
 - 4.8.1. A emotividade nos processos criativos
 - 4.8.2. Divergência, transformação e convergência
 - 4.8.3. Discussão 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 de comunicação
 - 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 controlo e avaliação crítica

Módulo 5. Design gráfico

- 5.1. Introdução ao design gráfico
 - 5.1.1. O que é o design gráfico?
 - 5.1.2. Funções do design gráfico
 - 5.1.3. Áreas de ação no design gráfico
 - 5.1.4. O valor do design gráfico
- 5.2. O design gráfico como 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. Áreas 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 no design gráfico nos séculos XX e XXI
 - 5.5.1. Os designers gráficos que deixaram a sua marca na história
 - 5.5.2. Os designers mais influentes
 - 5.5.3. Designers gráficos de hoje
 - 5.5.4. Referências visuais
- 5.6. Cartazes
 - 5.6.1. O cartaz publicitário
 - 5.6.2. Funções
 - 5.6.3. Os cartazes do século XIX
 - 5.6.4. Referências visuais
- 5.7. O estilo gráfico
 - 5.7.1. A linguagem icónica e a cultura de massas
 - 5.7.2. O design gráfico e a sua relação com a arte
 - 5.7.3. O estilo gráfico próprio
 - 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 última vanguarda
 - 5.8.2. A arte urbana ou *street art*
 - 5.8.3. Arte urbana aplicada à publicidade
 - 5.8.4. A arte urbana e a imagem de marca
- 5.9. Ferramentas digitais mais utilizadas
 - 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. Iniciação do projeto de design
 - 5.10.1. O *briefing*
 - 5.10.2. Definição
 - 5.10.3. Justificação
 - 5.10.4. Implicação
 - 5.10.5. Objetivos
 - 5.10.6. Metodologia

Módulo 6. Ética, legislação e deontologia profissional

- 6.1. A ética, a moral, o direito e a deontologia profissional
 - 6.1.1. Questões básicas sobre ética. Alguns dilemas morais
 - 6.1.2. Análise concetual e origem etimológica
 - 6.1.3. Diferenças entre moral e ética
 - 6.1.4. A relação entre ética, moral, direito e deontologia
- 6.2. A propriedade intelectual
 - 6.2.1. O que é a propriedade intelectual?
 - 6.2.2. Tipos de propriedade intelectual
 - 6.2.3. O plágio e a violação dos direitos de autor
 - 6.2.4. *Anticopyright*
- 6.3. Aspetos práticos da ética atual
 - 6.3.1. Utilitarismo, consequencialismo e deontologia
 - 6.3.2. Agir de forma consequente versus agir por princípio
 - 6.3.3. Eficiência dinâmica da atuação com base em princípios
- 6.4. A legislação e a moral
 - 6.4.1. Conceito de legislação
 - 6.4.2. Conceito de moralidade
 - 6.4.3. A relação entre direito e moralidade
 - 6.4.4. Do justo ao injusto com base num raciocínio lógico
- 6.5. A conduta profissional
 - 6.5.1. Lidar com o cliente
 - 6.5.2. A importância de acordar as condições
 - 6.5.3. Os clientes não compram design
 - 6.5.4. A conduta profissional
- 6.6. Responsabilidades para com outros designers
 - 6.6.1. A competitividade
 - 6.6.2. O prestígio da profissão
 - 6.6.3. O impacto noutras profissões
 - 6.6.4. A relação com os outros colegas de profissão. A crítica
- 6.7. Responsabilidades sociais
 - 6.7.1. O design inclusivo e a sua importância
 - 6.7.2. Características a ter em conta
 - 6.7.3. Uma mudança de mentalidade
 - 6.7.4. Exemplos e referências
- 6.8. Responsabilidades para com o ambiente
 - 6.8.1. Design ecológico. Porque é que é tão importante?
 - 6.8.2. Características do design 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 contexto laboral
 - 6.9.2. Boas práticas para o designer digital
 - 6.9.3. Como resolver conflitos de interesses?
 - 6.9.4. Como lidar com as prendas
- 6.10. O conhecimento livre: licenças Creative Commons
 - 6.10.1. O que é que são?
 - 6.10.2. Tipos de licença
 - 6.10.3. Simbologia
 - 6.10.4. Utilizações específicas

Módulo 7. Imagem corporativa

- 7.1. A importância da imagem nas empresas
 - 7.1.1. O que é a imagem corporativa?
 - 7.1.2. Diferenças entre identidade corporativa e imagem corporativa
 - 7.1.3. Onde pode ser manifestada a imagem da empresa?
 - 7.1.4. Situações de mudança de imagem corporativa Porquê alcançar uma boa imagem corporativa?
- 7.2. Técnicas de investigação em imagem corporativa
 - 7.2.1. Introdução
 - 7.2.2. O estudo da internacionalização da empresa
 - 7.2.3. Técnicas de pesquisa de imagem corporativa
 - 7.2.4. Técnicas de estudo qualitativo da 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. Planeamento estratégico
- 7.4. Cultura empresarial
 - 7.4.1. O que é a cultura empresarial?
 - 7.4.2. Fatores envolvidos na cultura empresarial
 - 7.4.3. Funções da cultura empresarial
 - 7.4.4. Tipos de cultura empresarial
- 7.5. Responsabilidade Social Empresarial e Reputação Corporativa
 - 7.5.1. RSE: conceito e aplicação da empresa
 - 7.5.2. Diretrizes para a integração da RSE nas empresas
 - 7.5.3. Comunicação da RSE
 - 7.5.4. Reputação empresarial
- 7.6. Identidade visual corporativa e *Naming*
 - 7.6.1. Estratégias de identidade visual corporativa
 - 7.6.2. Elementos básicos
 - 7.6.3. Princípios básicos
 - 7.6.4. Desenvolvimento do manual
 - 7.6.5. O *naming*
- 7.7. Imagem e posicionamento de marca
 - 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 da marca
 - 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 corre mal: comunicação de crise
 - 7.8.3. Casos
- 7.9. A influência das promoções na imagem da empresa
 - 7.9.1. O novo panorama 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 intervenientes na distribuição comercial
 - 7.10.2. A imagem das empresas de distribuição comercial através do posicionamento
 - 7.10.3. Através do seu nome e logótipo

Módulo 8. Tipografia

- 8.1. Introdução à tipografia
 - 8.1.1. O que é a 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. A 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. Os primórdios da tipografia
 - 8.3.1. A imprensa, uma nova era. Primeiros tipógrafos
 - 8.3.2. A revolução industrial: a litografia
 - 8.3.3. O modernismo: os primórdios da tipografia comercial
 - 8.3.4. A vanguarda
 - 8.3.5. Período entre guerras
- 8.4. O papel das escolas de **design** na tipografia
 - 8.4.1. A Bauhaus
 - 8.4.2. Herbert Bayer
 - 8.4.3. Psicologia de Gestalt
 - 8.4.4. A escola suíça
- 8.5. Tipografia de 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. Tipografias que definem tendências
- 8.6. Forma tipográfica I
 - 8.6.1. Anatomia da letra
 - 8.6.2. Tamanhos e atributos do tipo
 - 8.6.3. Famílias tipográficas
 - 8.6.4. Maiúsculas, minúsculas e versalete
 - 8.6.5. Diferença entre tipografia, fonte e família tipográfica
 - 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. Correção de tipográfica. Composição de textos
 - 8.8.1. Espaçamento entre letras. *Tracking* e *Kerning*
 - 8.8.2. Espaçamento entre palavras. O quadratim
 - 8.8.3. Espaçamento entre linhas
 - 8.8.4. Corpo da letra
 - 8.8.5. Atributos do texto
- 8.9. O desenho de letras
 - 8.9.1. O processo criativo
 - 8.9.2. Materiais tradicionais e digitais
 - 8.9.3. A utilização do tablet gráfico e do iPad
 - 8.9.4. Tipografia digital: esboços e **bitmaps**
- 8.10. Cartazes tipográficos
 - 8.10.1. Caligrafia como base para o desenho de letras
 - 8.10.2. Como criar uma composição tipográfica que tenha impacto?
 - 8.10.3. Referências visuais
 - 8.10.4. A fase do esboço
 - 8.10.5. Projeto

Módulo 9. Paginação

- 9.1. Definição e contextualização
 - 9.1.1. Relação entre design editorial e paginação
 - 9.1.2. Evolução no processo de paginação. O futuro
 - 9.1.3. Fatores de design: proporção, cor, tensão, equilíbrio e movimento
 - 9.1.4. A importância do espaço em branco
- 9.2. Design editorial de revistas
 - 9.2.1. As revistas, o pináculo da beleza
 - 9.2.2. Tipos de design de revistas. Referências
 - 9.2.3. As revistas digitais e a sua importância nos dias de hoje
 - 9.2.4. Elementos de publicação
- 9.3. Design editorial de jornais
 - 9.3.1. Os jornais, entre a informação e a beleza gráfica
 - 9.3.2. Como se diferenciar na informação generalista
 - 9.3.3. Os formatos dos jornais
 - 9.3.4. Tendências editoriais. Referências
- 9.4. Introduzir a publicidade no processo de paginação
 - 9.4.1. O que é a publicidade? Tipos
 - 9.4.2. Vantagens e desvantagens da introdução de publicidade numa paginação
 - 9.4.3. Como introduzir publicidade em meios impressos?
 - 9.4.4. Como introduzir publicidade nos meios digitais?
- 9.5. A escolha da tipografia
 - 9.5.1. Tipografias editoriais
 - 9.5.2. A importância do tamanho
 - 9.5.3. Tipografia nos meios impressos
 - 9.5.4. Tipografia nos meios digitais
- 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. Erros de ortotipografia
- 9.7. Pagar nas redes sociais?
 - 9.7.1. O âmbito da paginação nas redes sociais
 - 9.7.2. A hashtag e a sua importância
 - 9.7.3. A biografia do Instagram
 - 9.7.4. *Grids* no Instagram
- 9.8. Copywriting
 - 9.8.1. O que é o *copywriting*?
 - 9.8.2. Simplificar o copy. O que conta é o primeiro impacto
 - 9.8.3. Aplicações do *copywriting*
 - 9.8.4. Tornar-se num bom *copywriter*
- 9.9. Aprofundar a utilização do InDesign
 - 9.9.1. Adicionar texto a um esquema
 - 9.9.2. Utilizar o painel de caracteres e o painel de parágrafos
 - 9.9.3. Diferenças entre texto sublinhado e linhas de parágrafo
 - 9.9.4. Controlo das linhas viúvas e órfãs
 - 9.9.5. Ortotipografia: ver caracteres ocultos
- 9.10. Projetos de paginação
 - 9.10.1. Criar uma revista no InDesign
 - 9.10.2. Aspetos a serem considerados
 - 9.10.3. Referências visuais: Grandes paginações no Instagram
 - 9.10.4. Atualizar o Instagram com uma estratégia de paginação

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 realizar uma impressão
 - 10.2.1. Suporte
 - 10.2.2. Matéria corante
 - 10.2.3. A forma
 - 10.2.4. As máquinas
- 10.3. Impressão planográfica
 - 10.3.1. O que é a 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 a rotogravura?
 - 10.4.2. A rotogravura
 - 10.4.3. Propriedades dos sistemas de rotogravura
 - 10.4.4. Acabamentos
- 10.5. Impressão em relevo
 - 10.5.1. O que é a impressão em relevo?
 - 10.5.2. Clichés de tipografia e clichés de flexografia
 - 10.5.3. Propriedades
 - 10.5.4. Acabamentos
- 10.6. Impressão por permeografia
 - 10.6.1. O que é a 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 digital?
 - 10.7.4. Sistemas de impressão digital
- 10.8. Aprofundar conhecimentos sobre os suportes
 - 10.8.1. Suportes em papel
 - 10.8.2. Suportes rígidos
 - 10.8.3. Suportes têxteis
- 10.9. A encadernação
 - 10.9.1. Em que consiste a encadernação?
 - 10.9.2. A encadernação industrial
 - 10.9.3. A tradição mantém-se
 - 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. Controlo da cor, da tipografia, das medidas, etc.
 - 10.10.3. Pensar antes de imprimir. O impacto ambiental
 - 10.10.4. Suportes de impressão sustentáveis

“ *Este Mestrado Semipresencial dar-lhe-á toda a experiência necessária para criar designs espetaculares em formato de papel e digital* ”

07

Estágio

Uma vez concluída a fase teórica deste Mestrado Semipresencial, os alunos terão a oportunidade de pôr em prática todos os conhecimentos adquiridos numa empresa relevante do setor, onde profissionais de design especializados na indústria editorial lhes mostrarão as principais técnicas e softwares utilizados.



“

Realize o seu estágio com os softwares mais utilizados pelas empresas de Design Editorial. Inscreva-se"

O período de Formação Prática deste Mestrado Semipresencial de Design Editorial foi concebido para que os alunos obtenham a aprendizagem mais completa possível graças a um estágio de 3 semanas numa empresa líder no setor do Design Editorial. Desta forma, de segunda a sexta-feira, os alunos passarão 8 horas consecutivas num estágio intensivo com profissionais de design que poderão contribuir com todos os seus conhecimentos no mundo editorial, paginação, fotografia, design gráfico, tipografia ou imagem corporativa.

Esta é uma excelente oportunidade para os profissionais que pretendem especializar-se numa área que exige o domínio dos principais softwares utilizados, bem como dos conceitos de composição gráfica no âmbito do Design Editorial, prestando atenção a texturas, espaços, contrastes, equilíbrios e proporções. Assim, entre as atividades que serão realizadas durante este estágio estão a escolha de uma estratégia de imagem correta, a gestão do uso da cor num projeto prático de design digital e editorial, o manuseamento de diferentes tipografias, a adaptação ao meio em que vai ser publicado e o domínio da arte final da paginação.

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



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

Módulo	Atividade Prática
Design Gráfico e imagem corporativa para o setor editorial	Compor um bom Design Gráfico no âmbito do Design Editorial, prestando atenção a texturas, espaços, contrastes, equilíbrios, proporções, etc.
	Criar cartazes funcionais em formato digital ou tradicional com referências visuais modernas
	Iniciar corretamente o projeto de Design Editorial através de um <i>briefing</i> com uma definição, justificação e objetivos adequados
	Construir uma estratégia de imagem corporativa para estabelecer diretrizes específicas para o Design Editorial
Metodologias e técnicas do Design Editorial	Integrar imagens e cor de forma prática no Design Editorial respeitando a intenção jornalística subjacente
	Criar um formato pré-determinado para o Design Editorial, adaptando-o às necessidades da informação e do próprio trabalho
	Analisar o mercado e o ambiente competitivo de forma a estabelecer objetivos gerais, específicos e técnicos realistas
Cores e tipos de letra mais relevantes para o Design Editorial	Aplicar diferentes tipos de letra adaptando-se ao trabalho a realizar e ao suporte em que vai ser publicado
	Utilizar elementos digitais, como <i>tablets</i> ou iPads, para produzir uma boa tipografia digital
	Gerir a utilização da cor num projeto prático digital e de Design Editorial
Layout gráfico e arte final em Design Editorial	Dispor adequadamente os textos e imagens de acordo com a estratégia empresarial
	Adaptar o layout ao ambiente das redes sociais
	Criação de layouts complexos no InDesign
	Ajustar o formato final do trabalho efetuado de acordo com o suporte em que vai ser publicado

Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de formação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

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

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



Condições Gerais do Mestrado Semipresencial

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

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

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

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

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

5. RELAÇÃO PROFISSIONAL: o Mestrado Semipresencial não constitui uma relação profissional de qualquer tipo.

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

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

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

08

Onde posso fazer os estágios?

Este Mestrado Semipresencial inclui um estágio prático numa empresa relevante do setor e com profissionais da sua equipa com experiência em design gráfico e especializados na indústria editorial. Desta forma, os alunos adquirem uma aprendizagem completa com garantias de conhecimento em primeira mão do trabalho atual que se realiza neste campo.



“

Complete a sua aprendizagem com uma Formação Prática com designers especializados em Design Editorial”



Os alunos podem efetuar a parte prática deste Mestrado Semipresencial nos seguintes centros:



Design

Goose & Hopper

País	Cidade
Espanha	Valência

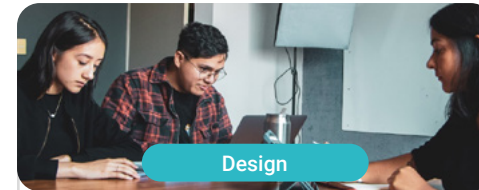
Endereço: La Marina de Valencia, Muelle de la Aduana S/N Edificio Lanzadera 46024

Agência de publicidade, design, tecnologia e criatividade

Formações práticas relacionadas:

- Gestão de Comunicação e Reputação Digital
- Modelação 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

Formações práticas relacionadas:

-Gestão de Comunicação e Reputação Digital
-Modelação 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 geração de conteúdos

Formações práticas relacionadas:

-Design Gráfico
-Gestão de Pessoas



Design

Piensamarketing

País
Argentina

Cidade
Rio Negro

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

Agência de marketing e comunicação social e
digital

Formações práticas relacionadas:

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



“

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

09

Metodologia

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



“

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

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

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

“

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



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



Um método de aprendizagem inovador e diferente

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



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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Material de estudo

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

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



Masterclasses

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

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



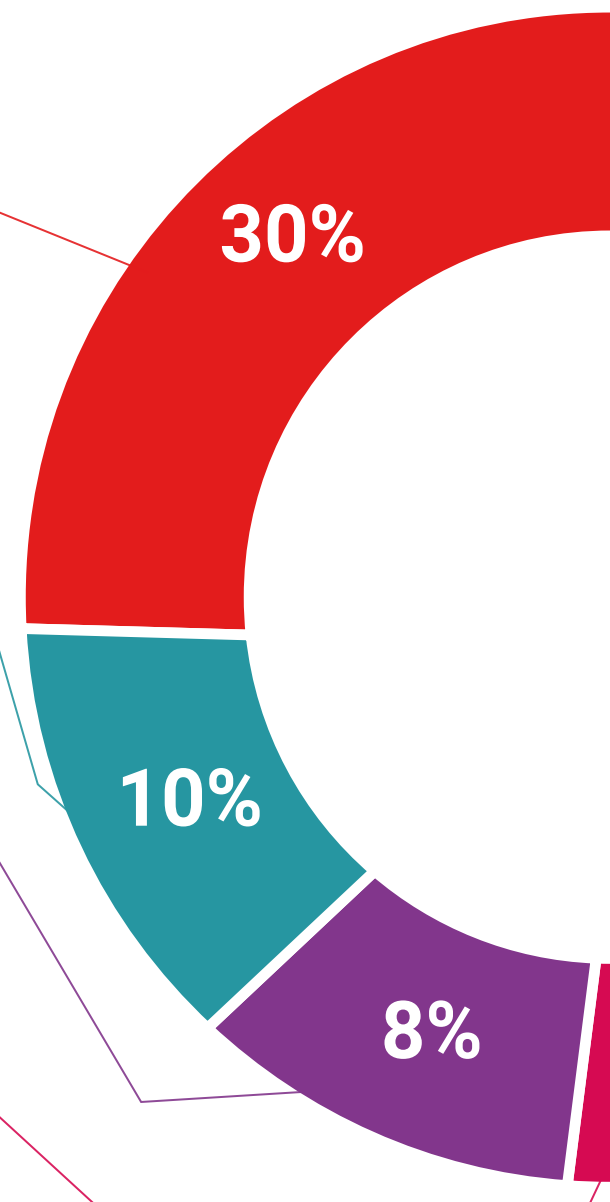
Práticas de aptidões e competências

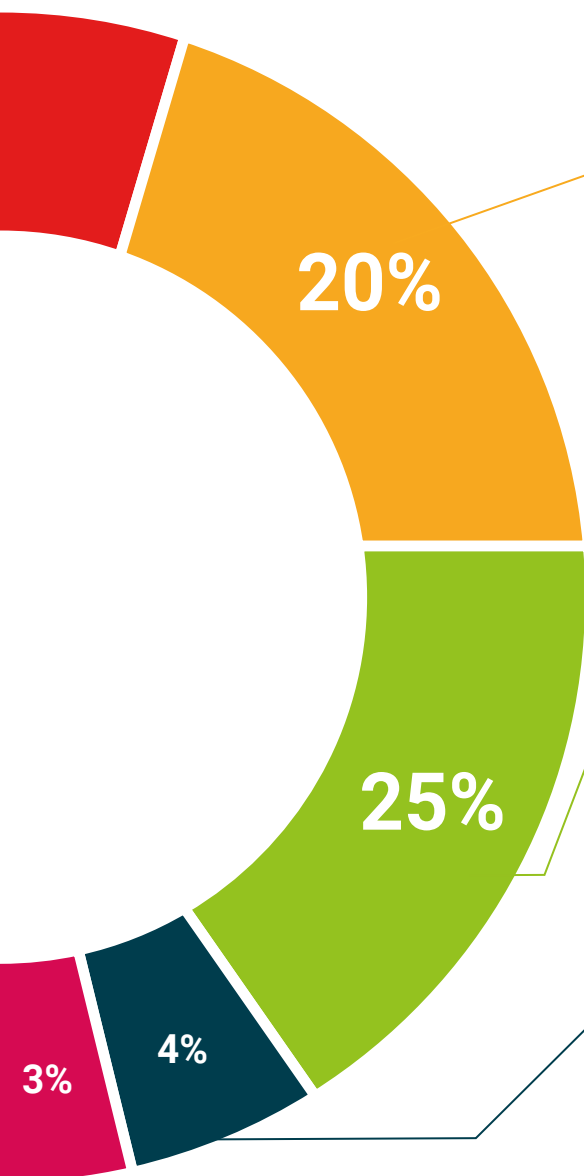
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

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





Case studies

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



Resumos interativos

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

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



Testing & Retesting

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



10 Certificação

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



“

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

Este programa permitirá a obtenção do certificado do **Mestrado Semipresencial em Design Editorial** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

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

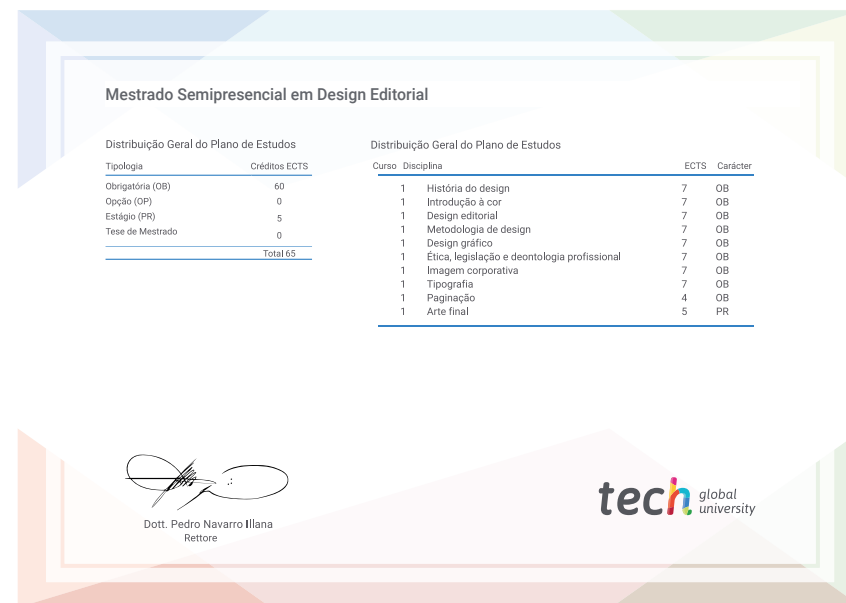
Esse título próprio da **TECH Global University** é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Certificação: **Mestrado Semipresencial em Design Editorial**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Créditos: **60 + 5 ECTS**





Mestrado Semipresencial Design Editorial

Modalidade: B-learning (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Global University

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

Mestrado Semipresencial

Design Editorial

