



IED

**Centro Ricerche
Goiânia**

convênio:



pós-graduação **Design Gráfico e Editorial** aplicado ao design estratégico

público-alvo:

designers – empresários – profissionais de comunicação - marketing – gráficos – publicitários - gerentes.

período: março/2011 a maio/2012

especialização lato sensu com 402 horas – reconhecimento MEC

módulos quinzenais: às sextas-feiras das 18:30h as 22:30h e sábados das 08:00h as 17:00h

OBJETIVOS

Estratégia, idéia criativa e produto final.

O curso de pós-graduação em **Design Gráfico e Editorial** que será realizado em Goiânia em convenio com a FACULDADE ÁVILA é dirigido a graduados em cursos universitários ou equivalentes, profissionais e empresários com experiência na área do Design, da Gráfica, da Comunicação. O objetivo ensinar uma sólida metodologia de projeto que permitirá aos profissionais cumprir, com competência e segurança, seus futuros compromissos profissionais. A formação responde perfeitamente às demandas do mercado de trabalho nacional e internacional, preparando profissionais para o desenvolvimento de pesquisas inovadoras para vencer os desafios tecnológicos dos sistemas industriais.

O curso está centrado no desenvolvimento de projetos de Design editorial, gráfico, e de comunicação com empresas locais, e oferece a possibilidade de pesquisa utilizando as informações de caráter estratégico e tecnológico do sistema industrial.

O incessante desenvolvimento de estratégias empresariais de produto requer integração entre marketing, design e comunicação. Portanto, o profissional deve trabalhar em todos os âmbitos de uma empresa: **no marketing**, para definir as estratégias de produto, **na pesquisa e desenvolvimento**, para analisar os fatores tecnológicos e produtivos, e **na comunicação**, para estabelecer os valores do produto que será apresentado no mercado.

O curso irá repassar conhecimentos sobre a análise de **mercado**, **pesquisa** de necessidades, comportamento do **consumidor**, **design estratégico**, desenvolvimento de **cenários** relativos aos **novos produtos**, bem como **apresentação e comunicação** de projeto, evidenciando os valores específicos que poderão determinar seu êxito.

METODOLOGIA

Design estratégico aplicado ao Design Gráfico e Editorial - pesquisa, inovação e metodologia de projeto.

A pós-graduação em **Design Gráfico e Editorial** utiliza a metodologia do Design Estratégico aplicado para o mercado dos Produtos de Embalagens, Editorial e web aprimorada durante anos de atividade educacional e projetual nas escolas IED e no Centro de Pesquisa – CRIED de São Paulo. O objetivo é desenvolver habilidades

empresariais, analíticas e metodológicas; senso crítico e capacidade de elaborar conceitos inovadores; formar pessoas que possuam sensibilidade, coragem e imaginação para redesenhar tecnologias e produtos.

Atuar no âmbito do Design Estratégico aplicado ao mercado Gráfico e Editorial significa desenvolver capacidades profissionais complexas que permitam compreender necessidades e aspirações dos clientes e reinterpretá-las através de um percurso racional, criativo e objetivo.

O Produto Formativo

A pós-graduação em **Design Gráfico e Editorial** é indicada para pessoas que desejam crescer profissionalmente e construir um futuro como designer, como gráfico ou empresário completo e competente, e é ideal para quem sente necessidade de novos estímulos e oportunidades. Trata-se de um programa de formação, com duração de 14 meses, orientado ao emprego do Design Gráfico e Editorial como estratégia e valor econômico. O curso enfatiza a compreensão do contexto, através de pesquisa e análise do mercado e do consumidor, identificando oportunidades de design e negócios.

Neste processo formativo, os alunos da pós-graduação integram equipes que desenvolvem projetos de Design Gráfico, Web, Livros, Revistas e Material Editorial e de comunicação integrada com empresas do estado de Goiás nos diversos segmentos das indústrias gráficas e editoras constituindo-se em laboratórios de projetos práticos.

Workshops

Os workshops são conduzidos por profissionais de grande competência e conhecimento profissional de mercado, e abordam os diversos temas do sistema Gráfico e Editorial Brasileiro e Europeu, trabalhando criativamente os conceitos nos setores indicados e novos materiais estimulando os alunos à reflexão e à capacidade expressiva.

Projeto de Conclusão

O projeto de conclusão utiliza todas as experiências realizadas durante o processo formativo, e tem como objetivo transformar as oportunidades de design, identificadas em soluções estratégicas de produto condizente com as expectativas do consumidor e sustentáveis na empresa. O brief de projeto será desenvolvido em colaboração com uma empresa e/ou gráficas editoriais/comunicação de Goiânia, sob a orientação e coordenação dos profissionais do IED que integram o

corpo docente. Os alunos devem enfrentar problemas de marketing, design e comunicação, tendo como ênfase a compreensão em profundidade do mercado a partir de cenários futuros.

Módulo Internacional

A pós-graduação em **Design Gráfico e Editorial** que será realizada em Goiânia oferecerá um módulo opcional no mês de abril de 2011 durante o Salão Internacional do Móvel de Milão. Também neste período ocorrem diversos eventos, exposições e mostras dos mais importantes designers de produto e gráfico da Europa, lojas e show-rooms de negócio entre outros. Além disso ocorrerão visitas organizadas às escolas do IED em Milão e Turim e a empresas e fornecedoras de matéria prima, escritórios de design. Este programa terá o acompanhamento de docentes do IED. O valor do Módulo Internacional não está incluído no valor total do curso e deverá ser pago à parte, por ocasião da organização do evento e não conta como carga horária a ser integrada

Grade Curricular

MODULO 1 – 156h

Design Estratégico, Planejamento, Comunicação e Mercado.

Metodologia do Design Estratégico – 36h

Panorama geral sobre aspectos metodológicos do design estratégico, aplicações e demonstrações de cases reais desenvolvidos pelo CRIED Milão e São Paulo com empresas italianas e brasileiras. Imersão completa sobre as possibilidades de atuação do design estratégico em campos específicos do design de produtos, da moda, da gráfica, da embalagem e do mobiliário, das imagens corporativas, das empresas, da comunicação institucional.

Tendências sócio-cultural, Cenário e Mercado – 24h

Analisar o processo da evolução histórica do produto em distintas culturas. Compreender as raízes do gosto e os novos valores atribuídos ao design no mercado atual. Compreender as mutações do contexto cultural e social que influenciam as necessidades e expectativas do mercado. Prospeccionar cenários para entender as perspectivas de evolução do design em um futuro.

Design e Cultura – 24h

Pretende refletir sobre o universo dos sentidos inscritos na cultura de grupos sociais específicos (segmentos) e suas relações com os atores do mercado. As organizações empresariais enquanto atores do mercado que contribuem para criar novas significações sociais e novas práticas de produto. O objetivo é compreender como a cultura condiciona as práticas organizacionais (produto e comunicação) e, simultaneamente, como as organizações contribuem para transformar a cultura.

Planejamento e Gestão de Pequenos Negócios – 24h

Apresenta aos alunos como se desenvolve um Planejamento de Projeto – aspectos estruturais, formais, o estilo de projeto, a exploração das idéias, a interpretação formal, a conceituação visual e a identidade gráfica, o sistema e escala humana nos espaços. *Briefing* de projeto e sustentabilidade do mesmo.

Técnicas de Apresentação de Projeto – 24h

Abordar as técnicas de utilização de recursos audiovisuais para elaboração de projetos de design e de moda; Técnicas de montagem e apresentação gráfica e virtual de projetos em design e de coleção.

Metodologia Científica Aplicada ao TCC – 18h

As diversas finalidades do trabalho acadêmico se resumem em apresentar, demonstrar, difundir, recuperar ou contestar o conhecimento produzido, acumulado ou transmitido. A pesquisa realizada, a ideia concebida ou a dedução feita parecem se não virem a público. Existem diversos canais de publicidade adequados aos diferentes trabalhos e o aluno deve conhecer essas diversas formas de

apresentação para publicar e difundir os conhecimentos adquiridos no curso.

MODULO 2 – 138h

Aspectos Aplicativos e Metodológicos.

Historia do Design Gráfico – 24h

História das artes gráficas no Brasil e no mundo, Bauhaus, a Escola de Ulm e a ESDI, o início do design gráfico, principais designers e produções. Origem e surgimento das empresas no séc. XIX e como se comporta o parque gráfico atual. A revolução do computador nas artes gráficas e sua evolução no século atual.

Digital Design – 24h

Fundamentos e noções de softwares aplicados ao desenvolvimento de projetos gráfico e editorial – INDESIGN. O retoque fotográfico e a ilustração digital para realização e apresentação de projetos gráficos e web, efeitos, tratamentos e dimensionamento.

Tecnologia e Processos Gráficos – 24h

História e evolução das artes gráficas, pré-impressão, escala e controle de cores, retículas, fluxos analógicos e digitais, formatos de arquivo, gerenciamento de cores, sistema de provas, principais tipos de impressão, acabamentos tratamento superficial e gráfica digital.

Branding e Gestão de Marcas – 24h

O branding surge como uma ferramenta de construção de identidade e valor para a empresa e seus produtos e uma ferramenta de gestão essencial para garantia do diferencial competitivo. Em busca de profissionais estrategistas que possam administrar e gerenciar esta nova realidade, as empresas investem no potencial da criação, comunicação e design estratégico da marca.

Planejamento Editorial – 24h

Apresentar as técnicas básicas e avançadas da ilustração, fotografia e tipográfica como uma ferramenta da composição do projeto gráfico e editorial dentro do processo da comunicação gráfica. História e linguagem fotográfica e tipográfica. Da construção e desconstrução da imagem. Como transformar a informação escrita em informação visual. O uso correto de gráficos, mapas e outros infogramas. Ênfase e ritmo na edição gráfica. O diálogo entre tipografia, ilustração e fotografia. O que é um planejar um produto Gráfico e Editorial.

Seminários Temáticos – 18h

São conduzidos por profissionais de grande competência e conhecimento profissional do mercado e abordam os diversos temas contemporâneos do design gráfico e editorial brasileiro e europeu.

MODULO 3 – 108h

Workshop, Inovação e Projeto de Conclusão

Projeto Gráfico e Workshop – 48h

Introdução ao Planejamento Gráfico e Editorial – aspectos estruturais, formais e tipográficos; o conteúdo gráfico e a escolha da mídia específica; o estilo editorial e a exploração das perspectivas visuais, a interpretação formal, a conceituação visual e a identidade gráfica. Experimentação de linguagens aplicadas no processo Gráfico e Editorial. Possibilitar ao aluno o uso de ferramentas para desenvolver projetos gráficos e editoriais, colocando em prática as teorias apresentadas.

TCC - Projeto de Conclusão – 60h

Na Conclusão do curso, os estudantes serão orientados pelos coordenadores e professores para desenhar um projeto integrado e inovador. O módulo apresentará um novo conceito de desenvolvimento e produção que integra todos os aspectos relacionados à criação de um projeto de Design Gráfico ou de Design Editorial com expressão tecnológica a ser desenvolvido diretamente com empresas/temas locais indicadas pelo IED.

Coordenador do programa POSdesignIED

Prof. Amilton Arruda – Ph.D. em Design pela Universidade Politécnica de Milão – POLIMI – Itália. Mestre em Design e Biônica pelo Centro Ricerche do Istituto Europeo di Design – CRIED – Itália. Designer pela UFPE. Professor do Curso de Design da UFPE desde 1994. Coordenador do Laboratório de Biodesign da UFPE. Diversos trabalhos e projetos apresentados em congresso nacionais e Internacionais de design – São Paulo, Curitiba, Recife, Manaus, México, Chile, Cuba, Itália. Coordenador em Design Estratégico para criação das Redes Estaduais de Design no Programa Via Design do SEBRAE nos estados: DF, PE, AP, PA, RN, CE, SE e GO. Coordenador e Responsável juntamente com CRIED SP pelos [programas de formação avançada - LAB Design Estratégico] nos estados: SE, CE, MA, RO, MT, GO, SP. Coordenador do programa de pós-graduação em Design [design estratégico – jóias – fashion – interiores] convênio IESB/IED.

CORPO DOCENTE

Amilton Arruda

Ph.D em Design - docente no curso de design na UFPE. Coordenador do programa de pós-graduação em Design Estratégico IED/IESB em Brasília.

Daniel Perfeito

Pós-graduação em Comunicação com o Mercado - ESPM/FINATEC/ UNB. Bacharel em Arquitetura e Urbanismo - FAU/UNB. Criação e Gestão do Escritório Equilíbrio Design, primeira empresa de design incubado e graduado do Brasil. Vice-presidente da ADEGRAF (Associação de Designers Gráficos do Distrito Federal) gestão 2007/2008. Consultor do SEBRAE DF em design gráfico, ambiental e de produto. Docente do programa de pós-graduação IED/IESB em design Estratégico em Brasília.

Germana Araújo

Doutoranda do programa Pós-Cultura da FACOM/UFBA, Mestra pelo Programa de Pós-Graduação Stricto Senso em Desenho Cultural e Interatividade/UEFS/BA (MDCi) em 2008, Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas – FANESE/Aracaju/SE em 2006, bacharel em Desenho Industrial, pela Universidade Federal da Paraíba/UFPB em 2000. Em Aracaju, entre abril de 2003 a dezembro de 2005, lecionou disciplinas de projeto no Curso de Design Gráfico da Universidade Tiradentes/SE, assim como orientou projetos de Trabalho de Conclusão de Curso. Concomitantemente a atividade desenvolvida na UNIT, foi gestora do Núcleo de Inovação e Design Gráfico da Rede Sergipe Design, exercendo a prática de gerenciamento de pessoas e projetos em design com o foco no mercado local. Atualmente é professora visitante da pós-graduação e graduação no Instituto Europeo di Design São Paulo – IED, e é Diretora de Projetos da OSCIP Sociedade do Cangaço

Sergio Lage

Bacharel em Ciências Sociais pela USP, Especialização em Publicidade e Mercado – Pós Graduação no Departamento de Relações Públicas e Publicidade. Tema da Monografia: A Massofisticção: As Marcas de Luxo na Era da Reprodutibilidade Industrial. Mestre em Sociologia pela USP. Doutorando pela USP com tese: Cultura Consumo e Identidade. Professor de Mercado, Consumo & Tendências e Mercado do Luxo nos cursos de pós-graduação da FIA, RIO Branco, Belas Artes e IED SP. Atualmente coordenador do curso de pós-graduação em Branding do IED de SP. Áreas de especialização e interesse: Comportamento do Consumidor e Antropologia do Consumo, Globalização, Mercado e Relações Interculturais Branding e Análise Estratégica de Cenários e Tendências

Vicente Carvalho

Formado em Comunicação e Propaganda pela Universidade de Rondônia. Designer contratado pelo SEBRAE RO para gerenciar Núcleos de Design com CETENE. Participou do programa de Formação em Gestores em Design Estratégico do CRIED Itália. Especialização em Design pelo IED de SP. Designer sênior do CRIED SP. Desenvolveu vários projetos na área do design gráfico e design de comunicação. Atualmente é docente do IED SP em InDesign, Photoshop e Design de Apresentação.

Anderson Lima

Formado em Desenho Industrial pela Universidade de Brasília. Consultor contratado pelo SEBRAE DF para gerenciar Núcleos de Design. Participou do programa de Formação em Gestores em Design Estratégico do CRIED/SEBRAE. Foi professor de design gráfico na UnB e Faculdade Brasília. Atualmente é docente da pós-graduação nos cursos do IED/IESB em Brasília e Goiânia. Diretor e proprietário da GRUPODESIGN. Prêmios “Melhor selo postal estrangeiro 2004” concedido pela Sociedade Filatélica de Pequim e “Olho de Boi – Melhor selo postal brasileiro 2008” concedido pela Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos

Andrea Faria

Formação em Marketing. Professora da pós-graduação do IESB em Marketing e Gestão de pequenos negócios nos cursos de Design Estratégico e Gestão de Eventos. Tutora em Gestão de Marketing e Formulação Estratégica do MBA Executivo em Gestão e Negócios do Desenvolvimento Regional Sustentável pela UNB. Coordenação Nacional do SEBRAE em Gestão de Projetos e Produtos da Área de Atendimento e Mercado. Responsável pela coordenação e gestão de projetos nacionais na Sede do SEBRAE em Brasília.

Gustavo Soares

Formado pela ESPM em Comunicação e Gráfica. Especialista pela Miami Ad School de SP na área de Design Gráfico e Editorial. Mestrado em Design da Informação na The University of Reading – Inglaterra. Mestre em Design de Tipografia pela Royal Academy of Art – The Hague – NL. Diretor e sócio do escritório Gr2 especializado em design gráfico e editorial. Trabalhou na Revista Abril. Professor do curso de design gráfico do IED de SP. www.gr2s.com.br

Sara Goldchmit

Arquiteta FAU USP, mestrado na FAU-USP em 2008, cursos e projetos fora do Brasil. Grande experiência no mercado do design editorial, ilustração, fotografia e tipografia. Em 2008, docente no IED São Paulo para turmas do trienal de Moda e para o Máster de Design Estratégico e Design Editorial. Trabalha como designer gráfica independente, com ênfase no mercado editorial (design e ilustração). Paralelamente escreve sobre design para a revista eletrônica AGITPROP, da Ethel Leon e Marcello Montorre, e mantém um blog Design Diário (<http://www.designdiario.com.br>).

Delano Rodrigues

O designer Delano Rodrigues é colunista do portal DesignBrasil. É consultor de identidade de marca, MBA em Marketing e mestre em design pela PUC-Rio. Desde 1997 leciona em cursos de design e comunicação e atualmente é professor da PUC-Rio.

Branding é o tema central da coluna de Delano Rodrigues.