Projeto Interdisciplinar

Etapa 3: Página Institucional com Aplicação da Identidade Visual

Dando continuidade ao projeto de criação da identidade visual para o seu cliente, agora vocês deverão aplicar os elementos desenvolvidos anteriormente na **criação de uma página web institucional**, que deverá apresentar de forma clara quem é a marca, o que ela faz e como se posiciona no mercado. Para isso, é fundamental que todos os elementos da identidade visual estejam presentes e corretamente aplicados.

**Desenvolvam o layout de uma página web institucional, considerando a aplicação consistente dos seguintes elementos:**

1. **Logotipo da Marca**   
   Deve estar em local de destaque no topo da página (geralmente no cabeçalho), acompanhado ou não por uma versão reduzida (ícone/símbolo).

1. **Paleta de Cores da Marca**   
   Utilize as cores definidas no manual de identidade visual. Aplique-as nos botões, fundos, textos e demais componentes da interface.

1. **Tipografia Oficial**   
   Respeite as fontes previamente escolhidas para títulos, subtítulos e corpo de texto. Evite misturar outras tipografias.

1. **Slogan ou Tagline (se houver)**   
   Inclua de forma estratégica o slogan da marca — pode ser no banner principal, seção “Sobre” ou chamada de ação.

1. **Elementos Gráficos Secundários**   
   Incorpore padrões, ícones, texturas ou outros recursos gráficos que façam parte da identidade visual.

1. **Imagens Representativas (opcional)**   
   Se desejar, inclua fotos ou ilustrações que representem o universo visual da marca (estilo de vida, produtos, clientes etc.), garantindo harmonia com o estilo visual.

1. **Nome da Marca (separado do logotipo, se fizer sentido)**   
   O nome da marca pode aparecer de forma textual em seções específicas da página, como “Quem Somos”, rodapé ou no conteúdo institucional.

1. **Tom de Voz e Mensagem-Chave**   
   O conteúdo textual da página deve seguir o tom de voz definido para a marca (formal, inspirador, técnico, jovem etc.) e apresentar mensagens-chave de forma clara, objetiva e alinhada com os valores do cliente fictício.

**A seguir estão as seções fundamentais que uma página web institucional costuma ter, no entanto, cada equipe pode adaptar a ordem ou incluir outras seções conforme o perfil do seu cliente.**

**Cabeçalho**

* Contém o logotipo, menu de navegação e, opcionalmente, botões de ação (ex: "Login, Fale Conosco, ...").
* É o ponto inicial da navegação, devendo refletir a identidade visual.

**Banner Principal**

* Espaço de destaque com uma mensagem de impacto, slogan, imagem representativa e chamada para ação (CTA).
* Deve captar imediatamente a atenção do visitante e transmitir a essência da marca.

**Sobre a Marca (Quem Somos)**

* Breve descrição da história, missão, visão e valores da empresa.
* Importante para reforçar o posicionamento da marca.

**Produtos ou Serviços**

* Apresenta os principais produtos ou serviços oferecidos.
* Pode incluir ícones, imagens, textos curtos e botões.

**Diferenciais ou Valores**

* Destaque para o que torna a marca única.
* Pode ser visualmente apresentado com ícones ou gráficos.

**Depoimentos ou Prova Social (opcional)**

* Comentários de clientes, avaliações ou histórias de sucesso.
* Reforça a credibilidade da marca.

**Contato**

* Informações para contato (e-mail, telefone, endereço, redes sociais).
* Pode conter um formulário de envio de mensagem.

**Rodapé**

* Repetição ou resumo do menu, dados da empresa, links úteis, redes sociais e direitos autorais.
* Deve manter a identidade visual e completar a navegação da página.

Design Digital-A947-T-D.S.M.-129-20251