



Plano de Ensino para o Ano Letivo de 2020

IDENTIFICAÇÃO		
Disciplina: Técnicas Digitais II		Código da Disciplina: DSG140
Course: Digital Techniques II		
Materia: Técnicas Digitais II		
Periodicidade: Semestral	Carga horária total: 80	Carga horária semanal: 00 - 04 - 00
Curso/Habilitação/Ênfase: Design Design	Série: 1 1	Período: Noturno Matutino
Professor Responsável: Everaldo Pereira	Titulação - Graduação Bacharel em Comunicação Social	Pós-Graduação Mestre
Professores: Everaldo Pereira	Titulação - Graduação Bacharel em Comunicação Social	Pós-Graduação Mestre
OBJETIVOS - Conhecimentos, Habilidades, e Atitudes		
<p>C1 -Compreensão da linguagem visual.</p> <p>C2 -Estudo da programação visual.</p> <p>C3 -Compreensão da produção de ilustração digital em software vetorial.</p> <p>H1 -Elaboração de trabalhos de artes visuais.</p> <p>H2 -Reflexão sobre o uso das técnicas visuais no design.</p> <p>H3 -Identificação de problemas e de possíveis causas e soluções referentes à criação gráfica para o design de produto.</p> <p>H4 -Uso de software vetorial.</p> <p>A1 -Ser pró-ativo.</p> <p>A2 -Pensar visualmente sobre a questão de design.</p> <p>A3 -Interagir com alunos e educadores no sentido de aglutinar conhecimentos.</p>		
EMENTA		
<p>Introdução à Programação Visual. Introdução ao Projeto de Identidade Visual. Introdução aos softwares vetoriais. Identidade visual corporativa. Desenvolvimento de conceitos visuais. Criação da assinatura da marca. Criação de pontos de contato. Padronização visual da marca. Introdução aos segmentos de produtos. Aplicação em interfaces físicas e visuais. Problemática; objetivos, justificativa, Pesquisa visual, base teórica, referências bibliográficas do projeto, conceito visual e estudos de desenvolvimento. Criação de conceitos, linha visual. Detalhes, usabilidades e dinâmicas. Apresentação dos projetos de programação visual de produto.</p>		



SYLLABUS

Introduction to Visual Programming. Introduction to the Visual Identity Project.

Introduction to vector software. Corporate visual identity. Development of visual concepts. Creation of the trademark signature. Creation of contact points. Brand visual standardization. Introduction to product segments. Application in physical and visual interfaces. Problematization; Objectives, justification, visual research, theoretical basis, bibliographical references of the project, visual concept and development studies. Creation of concepts, visual line. Details, usability and dynamics. Presentation of visual product programming projects.

TEMARIO

Introducción a la programación visual. Introducción al proyecto de identidad visual. Introducción al software vector. marca corporativa. El desarrollo de conceptos visuales. Creación de la firma de la marca. La creación de puntos de contacto. estandarización visual de la marca. Introducción a segmentos de productos. La aplicación de interfaces físicas y visuales. cuestionamiento; objetivos, justificación, búsqueda visual, fondo teórico, diseño referencias, concepto visual y estudios del desarrollo. Creación de conceptos, la línea visual. Detalles, facilidad de uso y dinámica. Presentación de proyectos de programación visual de productos.

ESTRATÉGIAS ATIVAS PARA APRENDIZAGEM - EAA

Aulas de Exercício - Sim

LISTA DE ESTRATÉGIAS ATIVAS PARA APRENDIZAGEM

- Sala de aula invertida
- Design Thinking
- Project Based Learning
- Problem Based Learning

METODOLOGIA DIDÁTICA

- Aulas expositivas e laboratoriais
- Atividades em grupo e exercícios
- Pesquisa extraclasse
- Realização de projetos gráficos

CONHECIMENTOS PRÉVIOS NECESSÁRIOS PARA O ACOMPANHAMENTO DA DISCIPLINA

Conhecimentos básicos de software de edição de imagens digitais.



CONTRIBUIÇÃO DA DISCIPLINA

Proporcionar ao aluno a visão analítica, crítica e expressiva da linguagem do design gráfico, integrando-as à realidade contemporânea e desenvolver trabalhos com o uso de software vetorial.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica:

ADOBE Illustrator CS4: classroom in a book: guia oficial de treinamento. Adobe Creative Team (Ed.), FURMANKIEWICZ, Edson (Trad.). Porto Alegre: Bookman, 2010. 477 p. ISBN 9788577805723.

ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criador. Trad. de Ivonne Terezinha de Faria; sup Editorial de Vicente di Grado. São Paulo: Thomson Learning, 2006. 503 p. ISBN 8522101485.

PEÓN, Maria Luísa. Sistemas de identidade visual. 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2009. 76 p. ISBN 8586695157.

Bibliografia Complementar:

AIREY, David. Design de logotipos que todos amam: um guia para criar identidades visuais. Trad. Orlando Coutinho, Rev. téc. Alvaro Magalhães. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2010. 202 p. ISBN 9788576084754.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos de design criativo. Trad. de Edson Furmankiewicz. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 175 p. ISBN 9788577803545.

BERGSTRÖNN, Bo. Fundamentos da comunicação visual. Trad. de Rogério Bettoni. São Paulo, SP: Rosari, 2009. 240 p. ISBN 9788588343856.

BRINGHURST, Robert. Elementos do estilo tipo gráfico: versão 3.2. [Trad. de André Stolarski]. 2. ed. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2011. 423 p. ISBN 9788575068567.

CLAPIN, Steve; BANKS, Adam. O essencial da ilustração. [Illustration pocket essentials]. São Paulo, SP: SENAC, 2012. 224 p. ISBN 9788539601547.

COSTA, Joan. A imagem da marca: um fenômeno social. Trad. Osvaldo Antonio Rosiano. São Paulo, SP: Edições Rosari, 2011. 167 p. (Coleção Fundamentos do Design). ISBN 9788588343696.

FARIAS, Priscila. Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2001. 2001 p. ISBN 8586695092.



FUENTES, Rodolfo. A prática do design gráfico: uma metodologia criativa. São Paulo, SP: Rosari, 2009. 144 p. (Coleção Fundamentos do Design). ISBN 9788588343436.

GOMES FILHO, João. Design do objeto: bases conceituais: design do produto/design gráfico/design de moda/design de ambientes/design conceitual. São Paulo, SP: Escrituras, 2006. 2006 p. ISBN 8575312219.

HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. Trad. de Edmilson O. Conceição e Flávio M. Martins. São Paulo, SP: Nobel, 2002. 159 p. ISBN 8521304269.

MONO. Identidad corporativa: del brief a la solucion fin. Barcelona: Gustavo Gili, 2007. 160 p. ISBN 9788425220746.

O VALOR do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. 5. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2010. 224 p. ISBN 9788573599466.

SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2011. 208 p. ISBN 9788575036297.

SILVA, Rafael Souza. Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa. São Paulo: Summus, 1985. 147 p. (Novas Buscas em Comunicação). ISBN 853230236X.

VILLAS-BOAS, André. O que é [e o que nunca foi] design gráfico. 6. ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2007. 111 p. (Série Design). ISBN 9788586695353.

WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. [The non-designer's design book]. Trad. de Laura Karin Gillon; rev. de Nelson Barbosa. 3. ed. São Paulo, SP: Callis, 2009. 191 p. ISBN 8574162388.

AValiação (conforme Resolução RN CEPE 16/2014)

Disciplina semestral, com trabalhos.

Pesos dos trabalhos:

k_1 : 1,0 k_2 : 1,0

INFORMAÇÕES SOBRE PROVAS E TRABALHOS

A avaliação P1 consta de 4 atividades laboratoriais: elaboração de a) exercício vetoriais; b) identidade visual corporativa vetorial; c) assinatura padrão vetorial e d) padronização visual vetorial.

A avaliação P2 consta de 4 atividades laboratoriais: elaboração de a) pranchas



de apresentação vetorial; b) Design gráfico vetorial aplicado a produto; c) Visual aplicado a design de produto I; d) Visual aplicado a design de produto II.



OUTRAS INFORMAÇÕES

**SOFTWARES NECESSÁRIOS PARA A DISCIPLINA**

Adobe Photoshop CC 2018
Adobe Illustrator CC 2018
Adobe Dimension CC 2018
Adobe InDesign CC 2018
Adobe Bridge CC 2018
Adobe XD CC 2018
Adobe Lightroom CC 2018
Adobe Portfolio CC 2018
Adobe Behance CC 2018
Adobe Acrobat DC 2018



APROVAÇÕES

Prof.(a) Everaldo Pereira
Responsável pela Disciplina

Prof.(a) Claudia Alquezar Facca
Coordenador(a) do Curso de Design

Data de Aprovação:



PROGRAMA DA DISCIPLINA		
Nº da semana	Conteúdo	EAA
22 E	Introdução à Programação Visual. Problem Based Learning	41% a 60%
23 E	Introdução ao Projeto de Identidade Visual. Problem Based Learning	91% a 100%
24 E	Softwares vetoriais - primeiros passos. Problem Based Learning	91% a 100%
25 E	Edição e efeitos em software vetoriais. Problem Based Learning	91% a 100%
26 E	Identidade visual corporativa. Sala de aula invertida.	41% a 60%
27 E	Desenvolvimento de conceitos visuais. Design Thinking.	91% a 100%
28 E	Criação da assinatura da marca. Design Thinking	91% a 100%
29 E	Criação de pontos de contato. Project Based Learning	91% a 100%
30 E	Padronização visual da marca. Project Based Learning	91% a 100%
31 E	Revisão dos projetos de identidade visual corporativa. Project Based Learning	91% a 100%
32 E	Introdução aos segmentos de produtos. Sala de aula invertida.	41% a 60%
33 E	Aplicação em interfaces físicas. Design Thinking	91% a 100%
34 E	Aplicação em interfaces visuais. Design Thinking	91% a 100%
35 E	Problematização; objetivos, justificativa. Design Thinking.	91% a 100%
36 E	Pesquisa visual, base teórica, referências bibliográficas do projeto. Design Thinking.	91% a 100%
37 E	Conceito visual e estudos aplicação. Project Based Learning	91% a 100%
38 E	Criação de conceitos, linha visual. Project Based Learning	91% a 100%
39 E	Detalhes, usabilidades e dinâmicas. Project Based Learning	91% a 100%
40 E	Apresentação dos projetos de programação visual de produto. Project Based Learning	91% a 100%
41 E	Revisão dos projetos de programação visual de produto. Project Based Learning	91% a 100%
Legenda: T = Teoria, E = Exercício, L = Laboratório		