



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input type="checkbox"/> ELETIVO	<input checked="" type="checkbox"/> OPTATIVO
--------------------------------------	----------------------------------	--

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
DIND0021	DESIGN E CIÊNCIA – GRÁFICO - IDENTIDADE VISUAL PARA MEIOS IMPRESSOS	30	30	3	60	

Pré-requisitos	nenhum	Co-Requisitos	nenhum	Requisitos C.H.	nenhum
----------------	--------	---------------	--------	-----------------	--------

EMENTA

Introdução a Identidade Visual. Marca: classificação, análise e Metodologia de Projeto. Introdução ao Branding. Sistemas de Identidade Visual. Manual de identidade visual. Apresentação de Seminários.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Fundamentos de comunicação visual: a importância dos elementos formais, cromáticos, imagéticos e tipográficos.
 Introdução à identidade corporativa: identidade visual e imagem corporativa.
 A marca gráfica: conceituação, classificação, componentes e análise de cases.
 Metodologia Projetual para o desenvolvimento de identidades visuais para meios impressos.
 Introdução ao Branding; estratégias de aplicação voltadas ao projeto gráfico corporativo.
 Desenvolvimento do sistema de identidade visual: papelaria, componentes institucionais, informacionais e material promocional.
 Assessoramento dos projetos gráficos.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BAER, Lorenzo. Produção Gráfica. 6. ed. São Paulo: Senac, 2005.
 COSTA, Joan. A imagem da marca: um fenômeno social. São Paulo: Rosari, 2008.
 PEÓN, Maria Luísa. Sistemas de identidade visual. 4.ed. Teresópolis, RJ: 2AB Ed., 2009.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AMBROSE, Gavis e HARRIS, Paul. Fundamentos de design criativo. Porto Alegre: Bookman, 2009.
 RODRIGUES, Delano. Naming: o nome da marca. Rio de Janeiro: 2AB, 2011.
 STOLARSKI, André. Alexandre Wollner e a formação do design moderno no Brasil: depoimentos sobre o design visual brasileiro. São Paulo: CosacNaify, 2005.
 STRUNCK. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. 3. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.
 WILLEN, Bruce; STRALS, Nolen. Lettering & type: creating letters and designing typefaces. New York: Princeton Architectural Press, 2009. 129p.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

Núcleo de Design e Comunicação

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

Bacharelado em Design

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



Emitido em 09/10/2020

EMENTA Nº 947/2020 - SECGC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 15/10/2020 14:34)

LUCAS JOSE GARCIA

COORDENADOR

1138533

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
947, ano: **2020**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **09/10/2020** e o código de verificação: **2dc0f6e0d1**