**PROGRAMA DE ENSINO[[1]](#footnote-1)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Código** | **Disciplina** |
| EGR7132 | Projeto 4 - Branding |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **H/A** | **Créditos** | **Créditos Teóricos** | **Créditos Práticos** |
| 72 | 4 | 0 | 4 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pré-requisito** | **Equivalência** | **Ofertada ao(s) Curso(s)** |
| Módulo introdutório | EGR5135  EGR5403 | Design |

|  |  |
| --- | --- |
| **Ementa** | Projeto de Identidade Visual, obedecendo a metodologia adequada. Briefing, problematização, pesquisas, geração de alternativas, viabilidade técnica e tecnológica, prototipagem, apresentação e avaliação do projeto. |
| **Objetivos da disciplina** | Habilitar o aluno a criar e desenvolver projetos de Sistema de Identidade de Marca (SIM)  Analisar a constituição do diálogo designer / cliente;  Estabelecer as etapas projetuais em um projeto de SIM;  Compreender as possibilidades de atuação do designer em  projetos de SIM ; |
| **Conteúdo Programático** | - Projeto de Identidade Visual Individual;  - Projeto de Sistema de Identidade de Marca (SIM);  (ambos obedecendo metodologia adequada) |
| **Bibliografia** | CHAMMA, Norberto; PASTORELO, Pedro D. Marcas &  sinalização:  Prática em design corporativo. São Paulo: Senac, 2007.  LUCAS, Luciane. Com credibilidade não se brinca! A identidade  corporativa como diferencial nos negócios. São Paulo: Summus,  2004.  MARTINS, José R. A natureza emocional da marca: como  escolher a imagem que fortalece a sua marca. São Paulo:  Negócio Editora, 1999.  MONO, Estudio. Identidad corporativa: Del brief a la solución  final. Barcelona: Gustavo Gili, 2006.  MUNHOZ, Daniella Michelena. Manual de Identidade visual:  guia para a construção. – Rio de Janeiro: 2AB, 2009.  PEÓN, Maria Luísa. Sistemas de identidade visual. Rio de  Janeiro:  Editora 2AB, 2009.  STRUNCK, Gilberto. Como Criar Identidades Visuais Para  Marcas de Sucesso. Rio de Janeiro: Rio Books, 2006.  WHEELER, Alina. Design de identidade da marca: um guia  completo para a criação, construção e manutenção de marcas  fortes. 2. ed Porto Alegre: Bookman, 2008. |

1. Programa de ensino elaborado conforme recomendações da Resolução Nº 03/CEPE/84 [↑](#footnote-ref-1)