Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão
Departamento de Design e Expressão Gráfica
Curso de Graduação em Design

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

Código: EGR7132	**Disciplina:** Projeto - Branding		
Carga horária semestral: 72 h/a	**Teórica:** 00	**Prática:** 72	
Pré-requisito: Módulo Introdutório	**Equivalência:** EGR5135 ou EGR5403	**Ofertada ao curso:** Design	
Tipo: obrigatória	**Fase:** Módulo de Projetos		
Professor: Marília Matos Gonçalves	**E-mail do professor:** marilinhamt@gmail.com		

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 Sistema de Identidade de Marca (SIM) - Elaboração do Brand book - PITCH
Bibliografia	**Briefing:** https://www.blucher.com.br/livro/detalhes/como-se-cria-86 (clique em amostra) **Reconheça que a marca são ativos estratégicos:** https://loja.grupoa.com.br/on-branding-20-principios-que-de- cidem-o-sucesso-das-marcas-ebook-p987919?tsid=34 (clique em amostra)

	Introdução à indústria da moda: https://loja.grupoa.com.br/como-montar-e-gerenciar-uma-mar- ca-de-moda-ebook-p986171?tsid=34 (clique em amostra) **Ser Reconhecido ou Ser Apenas Mais Um Nome na Multidão:** https://loja.grupoa.com.br/gestao-de-marcas-em-merca- dos-b2b-ebook-p986723?tsid=34 (clique em amostra) **Constatação: situando a prática das marcas:** https://loja.grupoa.com.br/marcas-a-prova-de-pratica-p987009?tsid=34 (clique em amostra) **O básico das marcas:** https://loja.grupoa.com.br/design-de-identidade-da-marca-5ed9788582605134-p1005508?tsid=34 (clique em amostra) **Propósito de marca:** http://tede.ufsc.br/teses/PGDE0124-D.pdf **Análise SWOT no Brand DNA Process:** http://tede.ufsc.br/teses/PGDE0082-D.pdf JANNING. Thiago. **TXM branding aplicada à criação do sistema de identidade de marca de um estúdio criativo**. 2016. PCC - Projeto de Conclusão de Custo (Bacharelado em Design). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em:https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/164591. Acesso em: 16 dez. 2020. LEITE, Adriele Marie Yamaguchi. Metodologia **TXM Branding aplicada à construção de marca da mind the graph**. 2016. PCC - Projeto de Conclusão de Custo (Bacharelado em Design). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/173164. Acesso em: 16 dez. 2020. *Conforme o andamento das aulas, outros textos podem ser incorporados a esta lista.*
Avaliação	Nota 1: Brand Book (70%) Nota 2: PITCH (30%)

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

Matriz instrucional

Tópico/tema e carga horária	**Conteúdos**	**Objetivos de aprendizagem**	**Recursos didáticos**	**Atividades e estratégias de interação**	**Avaliação e feedback**
Apresentação da disciplina Conceitos Metodologia Atividades do Projeto 72 h/a 19,5 h/a síncrona 52,5 h/a assíncrona	- Projeto de Sistema de Identidade de Marca (SIM) - Elaboração do Brand book - PITCH - recuperação de conteúdo	- 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 ;	- Aula síncrona (ao vivo online: 07:30 – 09:00) **07 de abril – 13 de maio (especial tira dúvidas)** **19 e 20 de maio (especial tira dúvidas de recuperação EGR7133; EGR7134 e EGR7135)**	- Acompanhamento do projeto - Acompanhamento da elaboração do projeto - Acompanhamento a elaboração do PITCH	*ATIVIDADE 1:* Brand Book *ATIVIDADE 2:* PITCH *Feedback:* Retorno dos arquivos corrigidos Data: até 13 de maio (até 23h)

Registro de frequência:
O registro da frequência se dará mediante entrega das atividades propostas e participação em atividades síncronas.

- nas atividades síncronas a presença será registrada através do acesso ao ambiente da aula online
- nas atividades assíncronas a presença será registrada através da entrega das atividades propostas (ATIVIDADES 1, 2)

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

Estratégias de Interação e feedback:
As aulas serão síncronas e assíncronas (organizadas basicamente através de aulas online e material em PDF), propostas no ambiente Moodle, de maneira que todos os discentes possam ter acesso ao conteúdo. Os materiais das aulas serão postados no Moodle para leitura e desenvolvimento das atividades a serem propostas A interação entre professor e alunos se dará em ambiente virtual e por meio de envio de mensagens de e-mail, entre outros.
Para o desenvolvimento das atividades, serão realizados atendimentos online para discussão e dúvidas, etc.

* Plano de ensino e matriz instrucional elaborados conforme a Resolução Normativa 140/2020/CUn.