



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

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

Código: EGR7134	Disciplina: Identidade de marca		
Carga horária semestral: 72 h/a	Teórica: 36 h/a	Prática: 36 h/a	
Pré-requisito: introdutórias da primeira e segunda fase	Equivalência: — —		Ofertada ao curso: Design
Tipo: Obrigatória	Fase: Módulo de Projeto: Branding		
Professor: Luiz Salomão Ribas Gomez	E-mail do professor: salomao@cce.ufsc.br ou salodesigner@gmail.com		

Ementa	Conceitos de marca. Estabelecimento de relações entre identidade corporativa e imagem corporativa. Fundamentação de identidade visual. Conotação e denotação no desenvolvimento da identidade visual. Análise e definição dos elementos primários de identidade visual. Metodologia aplicada no projeto de identidade visual. Processo do registro de marca e de suas identidades visuais.
Objetivos da Disciplina	Conhecer o conceito de Identidade de Marca e suas relações; Conhecer metodologia de projeto para criação de identidade de marca; Conhecer procedimentos para registro de marca;
Conteúdo Programático	Conceitos de marca e identidade. Identidade de marca e marcas exeprienciais. Elementos de identidade de marca. Sistema de identidade de marca. Critérios estéticos, simbólicos e funcionais no desenvolvimento de marcas. Metodologia de projeto para criação de identidade visual. Manual de Identidade de marca.
Bibliografia	Obrigatórias: e-Books da disciplina disponibilizados na plataforma moodle (GOMEZ, et al. E-books TXM, Florianópolis: UFSC, 2020.) Complementares 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.



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

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

Avaliação	Avaliação Cumulativa (TBL) - 50 % Avaliação Somativa (Manual) 30% Avaliação Formativa (BrandBook) 20%
------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

MATRIZ INSTRUCIONAL

Tópico/tema carga horária e data	Conteúdos	Objetivos de Aprendizagem	Recursos Didáticos	Atividades e Estrat. de Interação	Avaliação e Feedback
Redesign de marca 1ª semana 4 horas/aula	<ul style="list-style-type: none"> Histórico de marcas Identidade de marcas 	Compreender a relação das marcas com os negócios que as sustentam validando o seu DNA	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação e textos em PDF Webinar do conteúdo Ferramentas digitais para pesquisa e execução da atividade. 	<ul style="list-style-type: none"> Leitura de textos Aula Síncrona 1h Realização de pesquisa na internet Fórum no moodle Chat com professor. 	Atividade individual de redesign de marca de destaque global a partir do seu DNA e compartilhamento no ambiente virtual molde
Conceito de marca e aplicações 2ª semana 4 horas/aula	<ul style="list-style-type: none"> Conceitos de marcas Aplicações Marcas mutantes Manual de identidade visual 	Saber aplicar os conceitos da marca na construção de sua identidade	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação e textos em PDF Webinar do conteúdo Ferramentas digitais para pesquisa e execução da atividade. 	<ul style="list-style-type: none"> Leitura de textos Aula Síncrona 1h Realização de pesquisa na internet Fórum no moodle 	Atividade a ser aplicada no projeto.



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

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

Princípios de Composição de Marca gráficas	<ul style="list-style-type: none">• Figura e fundo• Unidade Unificação• Fechamento• Contraste	Saber desenvolver marcas gráficas embasadas em conceitos de composição visual.	<ul style="list-style-type: none">• Apresentação e textos em PDF• Webinar do conteúdo• Ferramentas digitais para pesquisa e execução da atividade.	<ul style="list-style-type: none">• Leitura de textos• Aula Síncrona 1h• Realização de pesquisa na internet• Trabalho colaborativo em softwares gráficos• Chat com professor.	<ul style="list-style-type: none">• Desenvolvimento de marca pessoal• Auto avaliação do resultado
3ª semana 4 horas/aula	<ul style="list-style-type: none">• Equilíbrio• Ritmo movimento• Modularidade				
Desenvolvimento de marca gráfica do projeto	Aplicação das técnicas projetuais	Aplicar os conteúdos teóricos em ações práticas de construção de marcas gráficas	<ul style="list-style-type: none">• Trabalho colaborativo• Acompanhamento do professor - chat	<ul style="list-style-type: none">• Acompanhamento on line com professor (vídeo chat)• Trabalho colaborativos em softwares gráficos.	Compartilhamento de projeto na plataforma moodle.
4ª semana 6 horas/aula					
Análise e validação de marca gráfica	<ul style="list-style-type: none">• Ferramentas de avaliação qualitativas e quantitativas de identidade visual	Compreender e saber realizar avaliação de marcas gráficas - Personas	<ul style="list-style-type: none">• Apresentação e textos em PDF• Sistemas digitais de survey ou forms.	<ul style="list-style-type: none">• Leitura de textos• Aula Síncrona 30 min• Realização de pesquisa na internet• Uso de forms (google) e survey monkey	Discussão coletiva dos resultados obtidos em ambiente virtual ou fórum do moodle.
5ª semana 4 horas/aula					
Construção de Assinatura e aplicações	<ul style="list-style-type: none">• Desenvolvimento de projeto• Validação com o cliente	Aplicar os conteúdos teóricos em ações práticas de construção de marcas gráficas	<ul style="list-style-type: none">• Sala de reunião virtual• Apresentação multimídia	<ul style="list-style-type: none">• Acompanhamento on line com professor (vídeo chat)• Trabalho colaborativos em softwares gráficos• Chat com professor..	Atividade prática de construção de peças gráficas e validação com o cliente.
6ª semana 4 horas/aula					



**Universidade Federal de Santa Catarina
Centro de Comunicação e Expressão**

Departamento de Design e Expressão Gráfica

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

Sound Branding	<ul style="list-style-type: none"> • Exeperience design • Sound branding • Music branding • Voz da marca 	Saber integrar os conceitos de marca na construção de identidade sonora do negócios	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação e textos em PDF • Webinar do conteúdo • APP spotify para pesquisa e execução da atividade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leitura de textos • Aula Síncrona 1h • Realização de pesquisa na internet • Fórum no moodle • Uso app Spotify • Email com cliente 	Criação e compartilhamento da playlist no spotify, da marca do projeto. Feedback do cliente
7ª semana 4 horas/aula					
Story branding/ storytelling	<ul style="list-style-type: none"> • Roteiro • História • Storytelling • Cases de sucesso e fracasso • Autenticidade de marca 	Saber integrar os conceitos de marca na construção do storytelling do negócios	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação e textos em PDF • Webinar do conteúdo • Ferramentas digitais para pesquisa e execução da atividade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leitura de textos • Aula Síncrona 1h • Realização de pesquisa na internet • Fórum no moodle • Chat com professor. 	Compartilhamento, em produto multimídia a escolha da equipe, do storytelling da marca do projeto na plataforma moodle.
8ª semana 5 horas/aula					
Experience Design em branding	<ul style="list-style-type: none"> • Experience design • Redes sociais • Aprendizagem de marca • Emoção de marca • Outras aplicações 	Saber integrar os conceitos de marca na construção de experiências que o negócio deve transmitir.	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação e textos em PDF • Webinar do conteúdo • Ferramentas digitais para pesquisa e execução da atividade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leitura de textos • Aula Síncrona 1,5h • Realização de pesquisa na internet • Fórum no moodle 	Resultado a ser aplicado na disciplina de estratégia de marca.
9ª semana 4 horas/aula					
SCAMPER no projeto finalizado	SCAMPER - ferramenta criativa	Utilizar ferramentas de criatividade no processo de validação de identi-	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação e textos em PDF • Webinar do conteúdo 	<ul style="list-style-type: none"> • Leitura de textos • Aula Síncrona 1h • Realização de pesquisa 	Compartilhamento com a turma por meio de PDF de modo board na plataforma



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

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

10ª semana 5 horas/aula		dade de marca.	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas digitais para pesquisa e execução da atividade. 	<ul style="list-style-type: none"> na internet Fórum no moodle Chat com professor. Software MIRO.com 	moodle para comentários.
Registro de marca	<ul style="list-style-type: none"> INPI - Propriedade Intelectual Biblioteca Nacional - Direitos autorais 	Entender o processo de registro de uma Marca, saber realizar os pedidos e fazer o acompanhamento dos processos.	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação e textos em PDF Webinar do conteúdo com convidado externo Plataformas INPI e BN. 	<ul style="list-style-type: none"> Participação em webinar interativo (Q&A) 1,5 h Trabalho colaborativo na plataformas de registros. 	Realizar na plataforma do INPI rascunho de registro de marca mista e preparar dossiê para solicitação de direitos autorais.
11ª semana 4 horas/aula					
Apresentação da marca de projeto finalizada	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de oratória Ferramentas multimídia de apresentação Pitch 	Saber apresentar um projeto de identidade de marca para um cliente.	<ul style="list-style-type: none"> Sala de reunião virtual Apresentação multimídia 	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação on line por vídeo conferência. 	Apresentação para banca interna por meio de vídeo conferência da marca finalizada.
12ª semana 4 horas/aula					
Produção do manual de identidade de marca	Produção digital de manual de identidade de marca	Produzir manual de identidade de marca em formato físico e digital.	<ul style="list-style-type: none"> Trabalho colaborativo Acompanhamento do professor -chat 	<ul style="list-style-type: none"> Acompanhamento on line - video chat Uso de ambientes colaborativos 	Construção do manual e validação com professores e cliente.
13ª semana 8 horas/aula					
Entrega do manual de identidade de marca	Entrega de manual	Conclusão do trabalho	<ul style="list-style-type: none"> Sala de reunião virtual Apresentação multimídia 	<ul style="list-style-type: none"> Postagem no moodle 	<ul style="list-style-type: none"> Reunião de feedback com cliente Cumprimento de prazos



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

PLANO DE ENSINO

2020.2 | Não Presencial

14ª semana 0 horas/aula					• Aplicações
Registro de Frequência	Via moodle com entrega de atividade. O Professor vai estar on Line em todos os momentos para dúvidas e acompanhamento das atividades. Os alunos podem ser chamados a participar em atividades on Line com respostas síncronas e assíncronas. A Disciplina atua conjuntamente com as do módulo de Branding.				

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