



PLANO DE ENSINO

CURSO	Superior de Tecnologia em Design Gráfico	MATRIZ	748
--------------	--	---------------	-----

FUNDAMENTAÇÃO LEGAL	Lei n. 9.394, de 20/12/1996 Decreto n. 2.208, de 17/04/1997 Portaria n. 1.558, de 27/05/2004
----------------------------	--

DISCIPLINA/UNIDADE CURRICULAR	CÓDIGO	CARGA HORÁRIA (horas)		
		Teórica	Prática	Total
Metodologia de Projeto Gráfico	DI83D	25	60	85

PRÉ-REQUISITO	Não há.
EQUIVALÊNCIA	DI54D

OBJETIVO

Conhecer metodologia de projeto e sua aplicação na execução e apresentação de projetos.
Conhecer aspectos básicos da comunicação visual.

EMENTA

Aspectos básicos da comunicação visual. Aplicação em trabalhos práticos bi e tridimensionais. Aplicação de metodologia para a execução e apresentação de projetos.

ITEM	EMENTA	CONTEÚDO
1	Aspectos básicos da comunicação visual.	Fundamentos da comunicação. Elementos básicos de comunicação visual. Linguagens e códigos de comunicação visual.
2	Aplicação de metodologia para a execução e apresentação de projetos.	Princípios metodológicos projetuais. Planejamento de projeto. Ações sustentáveis.
3	Aplicação em trabalhos práticos bi e tridimensionais.	Elaboração de projetos de identidade visual e peças gráficas.

REFERÊNCIAS

Referências Básicas:

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Thinking**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Rosari, 2006.
LUPTON, Ellen e PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

Referências Complementares:

BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.
BÜRDEK, Bernhard E. **Design: história, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo Edgard Blücher, 2006.
FRUTIGER, Adrian. **Sinais e símbolos**. Desenho, projeto e significado. SP: Martins Fontes, 2001.
MOLES, Abraham. **O cartaz**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1974.
MORAES, Dijon de. **Os limites do design**. São Paulo: Nobel, 1997.
STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores**. Rio de Janeiro: Rio, 2003.
PÉON, M. L. **Sistemas de identidade visual**. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
PHILLIPS, Peter L. **Briefing: a gestão do projeto de design**. São Paulo: Blucher, 2008.
VILLAS-BOAS, A. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

Sistema de Avaliação:

Será promovido por média o aluno que conseguir nota 6,0 (seis) e com frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento).