

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO			
CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR História da Arte		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO EaD	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Marta Cristina Goulart Braga		CONTATO marta.braga@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Estudo da história da arte ocidental seus estilos e movimentos a partir de uma abordagem contextualizada relacionando aspectos culturais, filosóficos, estéticos, antropológicos, sociais, econômicos. Artes visuais no Brasil. Arte moderna e arte contemporânea.

2.2 OBJETIVOS

Propiciar ao aluno visão histórica e contextualizada centrada nos aspectos sócio-econômicos, culturais, filosóficos, estéticos e antropológicos. Estimular a percepção e o juízo estético. Correlacionar a história da arte ao contexto que envolve a origem e evolução do design.

2.2.1 Competências

- Pensar a arte de forma crítica sabendo situá-la nos diferentes momentos históricos de forma contextualizada.
- Entender a arte como linguagem e os processos de representação artística.
- Conhecer os aspectos estéticos, estilísticos, temáticas, valores e características dos movimentos artísticos em cada período histórico.
- Identificar, analisar e descrever uma obra de arte.
- Ser proativo, solidário, autônomo e consciente na tomada de decisões, considerando o contexto situacional;
- Ser colaborativo e propositivo no trabalho em equipes, grupos e redes, atuando com respeito, cooperação, iniciativa e responsabilidade social.
- Ser expressivo na comunicação de conceitos, ideias e soluções;

2.2.2 Habilidades

- Promover conexões entre os conhecimentos históricos, estéticos e/ou culturais com as demais disciplinas e no percurso do projeto de design (produtos, sistemas e/ou serviços);
- Demonstrar sensibilidade e empatia a questões históricas, estéticas e culturais;
- Demonstrar ética e crítica, estando atento às demandas individuais, sociais e ambientais;
- Promover diálogo e práticas de convivência, compartilhando saberes e conhecimentos;
- Trabalhar em equipe, de forma flexível e colaborativa;
- Formular e articular argumentos e contra-argumentos consistentes em situações sócio comunicativas;
- Ler, interpretar e produzir textos com clareza e coerência.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Introdução à arte e noções básicas de estética e teoria da arte.
- Arte pré-histórica.
- Arte egípcia.
- Arte grega.
- Arte medieval.
- Renascimento italiano.
- Barroco.
- Arte no Séc. XIX.
- Arte moderna.
- Arte Pós-moderna.
- Arte-mídia.
- Pintura no Brasil do Séc. XIX.
- Arte moderna no Brasil.
- Arte indígena.
- Arte contemporânea.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

4. METODOLOGIA

Aula expositiva dialogada. Leituras com debates. Pesquisa. Dinâmica. Apresentação de seminário. Redação de texto. Elaboração de diagramas: linha do tempo, mapa mental. Análise de obra de arte. Trabalho prático a partir de releitura. Problemática. Aprendizagem colaborativa. Apresentação de slides. Apresentação de Vídeos. Visitas a exposições de artes.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

JANSON, H. W. *Iniciação a história da Arte*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
GOMBRICH, E. H. *A História da Arte*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1993.
HAUSER, Arnold. *História Social da Arte e da Literatura*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

5.2 COMPLEMENTARES

LIMA, Luiz Costa (org.). *Teoria da Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
SANTOS, Maria das Graças Vieira Proença. *História da arte*. São Paulo: Ática, 2000.
HEARTNEY, Eleanor. *Pós-Modernismo*. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

5.3 EXTRAS

ARANTES, Priscila. Arte e mídia no Brasil: perspectivas da estética digital. *ARS (São Paulo)*, [s. l.], v. 3, n. 6, p. 52–65, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-53202005000200004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em: 3 fev. 2019.
ITAÚ CULTURAL. *Enciclopédia Itaú Cultural*. [s. d.]. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/>>. Acesso em: 3 fev. 2019.
KONELL, Vania; BARBOSA, Ana Clarisse Alencar. Percepções Sensíveis na Arte Contemporânea: Concepção Estética de Gilles Deleuze e Félix Guattari. *Revista Interdisciplinar Internacional de Artes Visuais - Art&Sensorium*, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 251–263, 2018. Disponível em: <<http://periodicos.unespar.edu.br/index.php/sensorium/article/download/2226/1682>>. Acesso em: 3 fev. 2019.
ZAMORA AGUILA, Fernando. La imagen y el arte, el mito y la historia: caminos de ida y vuelta. *An. Inst. Arte Am. Investig. Estét. Mario J. Buschiazzo*, Buenos Aires, v. 45, n. 1, p. 87-100, jun. 2015. Disponible en <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2362-20242015000100008&lng=es&nrm=iso>. accedido en 03 fev. 2019.

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR História e Evolução do Design		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MODULO 1	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Marta Cristina Goulart Braga		CONTATO marta.braga@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Claudio Sausen Mallmann		CONTATO claudio.mallmann@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

O que é design: definição e conceitos básicos relacionados. Campo de atividade. Relação do design com outras áreas de conhecimento. Design e aspectos humanos, culturais, artísticos, tecnológicos, ambientais e sociais. Origem, história, teoria e estética do design em seus contextos socioculturais, antropológicos, artísticos e filosóficos. Design no Brasil.

Conceito de design. Principais áreas de atuação do designer. Aspectos distintivos do design. Design como área multidisciplinar e interdisciplinar. Design e meio ambiente. Estudo da história e das teorias do Design em seus contextos socioculturais, antropológicos, artísticos e filosóficos. Design no Brasil.

2.2 OBJETIVOS

Capacitar o aluno ao juízo crítico sobre os conceitos, aspectos básicos relacionados ao design e sua história, bem como a compreender o design como área multidisciplinar e interdisciplinar. Propiciar ao aluno visão histórica e prospectiva, centrada nos aspectos socioeconômicos e culturais, revelando consciência das implicações econômicas, sociais, antropológicas, ambientais, estéticas e éticas de sua atividade. Estimular a criatividade a partir do conhecimento das características estético formais dos movimentos e escolas de design.

2.2.1 Competências

- Interpretar de forma crítica o uso do design no decorrer do curso e quando do desempenho da sua atividade
- Reconhecer o contexto situacional para a tomada de decisões, estimulando a pro-atividade, solidariedade e autonomia.
- Demonstrar colaboração, cooperação, iniciativa e respeito no trabalho em equipes, grupos e redes, atuando com responsabilidade social.
- Demonstrar conceitos, ideias e soluções de maneira clara e expressiva.

2.2.2 Habilidades

- Conectar os conhecimentos históricos, estéticos e/ou culturais com as demais disciplinas e no percurso do projeto de design (produtos, sistemas e/ou serviços);
- Demonstrar sensibilidade e empatia a questões históricas, estéticas e culturais;
- Demonstrar ética e crítica, estando atento às demandas individuais, sociais e ambientais;
- Construir diálogo e prática de convivência, compartilhando saberes e conhecimentos;
- Estruturar o trabalho em equipe, de forma flexível e colaborativa;
- Construir e articular argumentos e contra-argumentos consistentes em situações sócio comunicativas;
- Interpretar e produzir textos com clareza e coerência.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
Introdução ao design:

1. Definição e conceito básicos relacionados ao design.
2. Design e necessidades humanas.
3. Principais áreas de atuação do designer.
4. Aspectos distintivos do design.
5. Design como área multidisciplinar e interdisciplinar.
6. Design e meio ambiente.
7. Design como cultura material e imaterial.
8. Funções básicas do design.
9. Objetos do design: categorias dos produtos industriais e objetos do design gráfico.

História do design:

10. Origens do Design: pré-industrial
11. Revolução Industrial.
12. Industrialização e implicações éticas e estéticas no design.
13. Movimentos: Artes e Ofícios.
14. O sistema americano: padronização e intercâmbio de componentes.
15. Art Nouveau
16. Deutscher Werkbund.
17. Revolução e Vanguarda (1914 a 1940): Futurismo, Cubismo, Construtivismo, Dada, De Stijl e Bauhaus. Influências no Design Gráfico.
18. Escola de Ulm e funcionalismo.
19. Produção em massa e Fordismo. Cultura do consumo.
20. A década de 30: Streamline americano.
21. Design e reflexões: utilidade, uso, forma, função, estética, significado e valores.
22. A década de 60, o design italiano e crítica ao moderno.
23. Moderno e Pós-moderno: reflexões sobre a mudança de paradigma no design.
24. Final dos anos 60, anos 70, anos 80, anos 90, atualidades e tendências.
25. 2.16. Design no Brasil.

4. METODOLOGIA

Aula expositiva dialogada. Leituras com debates. Pesquisa. Dinâmica. Apresentação de seminário. Redação de texto. Elaboração de diagramas: linha do tempo, mapa mental. Trabalhos práticos a partir de releitura. Problemática. Aprendizagem colaborativa. Apresentação de slides. Apresentação de Vídeos. Visitas a exposições de artes.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

DENIS, C. Rafael. Uma introdução à história do design. 2a ed. Rev. e amp. São Paulo: Edgar Blucher, 2004.
HOLLIS, Richard. Design Gráfico. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
VILLAS-BOAS, André. O que é e o que nunca foi design gráfico. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

5.2 COMPLEMENTARES

MORAES, D. de. Limites do design. São Paulo: Studio Nobel, 1999.
FUENTES, Rodolfo. A prática do design gráfico. São Paulo: Rosari, 2006.
FLUSSER, Vilém. O mundo codificado. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

5.3 EXTRAS

ANASTASSAKIS, Zoy. O Design brasileiro através do espelho: Lina Bo Bardi, Aloisio Magalhães e a questão da contextualização cultural na historiografia do Design no Brasil. *Anales del IAA*, [s. l.], v. 43, n. 1, p. 81–93, 2015. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2362-20242013000100007&lng=en&tlng=en>. Acesso em: 3 fev. 2019.

DAICHENDT, G. James. The Bauhaus artist-teacher: Walter Gropius's philosophy of art education. **Teaching Artist Journal**, [s. l.], v. 8, n. 3, p. 157–164, 2010. Disponível em: <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15411796.2010.486748>>. Acesso em: 3 fev. 2019.

LANDIM, PC. **Design, empresa, sociedade** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 191 p. ISBN 978-85-7983-093-8. Available from SciELO Books. Disponível em: <<http://books.scielo.org/ld/vtxgm/pdf/landim-9788579830938-02.pdf>>. Acesso em : 3 fev. 2019.

TRIGGS, T. Graphic **Design History**: Past, Present, and Future. *Design Issues*, [s. l.], v. 27, n. 1, p. 3–6, 2011. Disponível em: <<http://search.ebscohost-com.ez46.periodicos.capes.gov.br/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=57201398&lang=pt-br&site=ehost-live&authtype=ip,cookie,uid>>. Acesso em: 3 fev. 2019.




Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design/ADM Sistemas/Contábeis	UNIDADE CURRICULAR Oficina de Comunicação e Expressão		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 1	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Claudio Sausen Mallmann		CONTATO claudio.mallmann@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Claudio Sausen Mallmann		CONTATO claudio.mallmann@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Comunicação oral, escrita e visual. Linguagem escrita, comportamental e gráfica. Comunicação para a solução de problemas por meio da mediação e comunicação não violenta. Habilidades interpessoais. Linguagem e expressão verbal.

2.2 OBJETIVOS

Desenvolver a capacidade de comunicar-se com diferentes tipos de público, bem como as diferentes formas de comunicação verbal e não verbal estimulando os alunos a falar em público, apresentar e argumentar sobre seus trabalhos e ideias.

2.2.1 Competências

- Compreender as manifestações orais, escritas e visuais, em suas dimensões receptivas e produtivas, em diferentes situações ou contextos, com diversos interlocutores ou públicos.
- Compreender e produzir meios de comunicação clara e efetiva, para expressar suas ideias e opiniões de forma oral e escrita aprimorando sua capacidade comunicativa, além de domínio e ação frente a uma câmera e utilização de um microfone.

2.2.2 Habilidades

- Representar e comunicar ideias, conceitos e soluções por meio de linguagens (digitais e/ou analógicas).
- Aplicar as tecnologias da comunicação e da informação nos mais diversos contextos relevantes da vida.
- Apresentar-se oralmente com desenvoltura e de maneira adequada à circunstância; ser ético, pontual e comprometido com a disciplina de Comunicação e Expressão.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Comunicação e Oratória;
- O corpo fala;
- Arquitetura de conteúdo;
- Interpretação de informações textuais e visuais;
- Comunicação para trabalhos em equipe
- Resolução de problemas;
- Tomada de decisão;

- Mediação de aprendizagem;
- Storytelling;
- Comunicação não violenta.

4. METODOLOGIA

A metodologia utilizada será a participativa, onde os aprendizes estarão a todo momento realizando atividades onde serão postos em prática os conhecimentos adquiridos, além disso serão realizadas dinâmicas, jogos e discussões que permitirão o aprofundamento dos conceitos apreendidos. Serão ainda utilizados recursos audiovisuais bem como a disposição da sala para trabalhos em grupo.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

POLITO, Reinaldo. *Superdicas para falar bem : em conversas e apresentações*. Edição: 1. ed.: Saraiva, 2005
MELLO, Silvio Luzardo de Almeida. *Eu! Falando em público? : sim. Agora é a sua vez*. Edição do Autor, 2005
WEIL, Pierre. *O corpo fala : a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal*. Edição: 47. ed.: Vozes, 1986

5.2 COMPLEMENTARES

FARACO, Carlos Alberto. *Prática de texto : para estudantes universitários*. Edição: 11. ed.: Vozes, 1992
BERLO, David Kenneth. *O processo da comunicação : introdução à teoria e a prática*. Edição: 10. ed.: Martins Fontes, 2003
GARCIA, Othon M. *Comunicação em prosa moderna : aprenda a escrever, aprendendo a pensar*. Edição: 22. ed.: FGV, 2002.

5.3 EXTRAS

JÚNIOR, Renato Marcelo Resgala. *Retórica e Oratória: apontamentos em torno da comunicação e da linguagem*. Revista Transformar, v. 8, n. 8, p. 249-263, 2016. Disponível em: <http://www.fsje.edu.br/transformar/index.php/transformar/article/view/66>

RIDAO RODRIGO, Susana. «Es un lector, no un orador»: sobre la tricotomía comunicacional verbal, paraverbal y no verbal. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, v. 11, n. 1, p. 77-192, 2017. Disponível em: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2223-25162017000100012&script=sci_arttext&lng=pt

TULLIO, Cláudia Maris; DE BARROS, Giselle Jansen Xavier; VALIGURA, Tatiane. ORATÓRIA: VENCENDO O MEDO DE FALAR EM PÚBLICO. SECRETARIADO EM REVISTA ANO-2016, p. 81, 2016. Disponível em: <https://www.iessa.edu.br/secretariado/revistasecretariado2016.pdf#page=82>



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Projeto Experimental		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 1	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Claudio Sausen Mallmann		CONTATO claudio.mallmann@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Claudio Sausen Mallmann		CONTATO claudio.mallmann@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Reconhecer os principais métodos em Design. Definir os conceitos de criação, inovação e criatividade. Identificar os Bloqueios e Desbloqueadores para a geração de ideias e o processo de criação. Reconhecer e aplicar de forma prática técnicas de geração de ideias e técnicas criativas. Os processos criativos e seu uso no Design

2.2 OBJETIVOS

Estimular o comportamento criativo dos alunos através do uso de técnicas voltadas a resolução de problemas.

2.2.1 Competências

- Identificar o perfil criativo individual
- Reconhecer o processo de criação e os bloqueios que podem ocorrer
- Demonstrar a compreensão do processo de resolução de problemas,
- Demonstrar o trabalho em equipe, a gestão de tempo, o registro e a organização frente a uma demanda de cliente.

2.2.2 Habilidades

- Fazer uso de técnicas para resolução de problemas.
- Estruturar junto ao aluno o pensamento analítico e à síntese.
- Experimentar o processo e a forma para criar flow.
- Experimentar o processo de produção de um projeto de baixa complexidade

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Conceituação de criação, inovação e criatividade.

Criatividade dentro da metodologia de projeto.

Comportamento criativo.

Processo de desenvolvimento da criatividade.

Bloqueios e obstáculos à criatividade.

Técnicas e ferramentas individuais e grupais: brainstorm, mapa mental, escrita livre, cardsorting, desenho a partir de forma, painel de referências, diário de ideias, fotocomposição, elaboração de paleta de cores, etc.

4. METODOLOGIA

A metodologia utilizada será a participativa, onde os aprendizes estarão a todo momento realizando atividades onde serão postos em prática os conhecimentos adquiridos, além disso serão realizadas dinâmicas, jogos e discussões que permitirão o aprofundamento dos conceitos apreendidos. Serão ainda utilizados recursos audiovisuais bem como a disposição da sala para trabalhos em grupo.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

ALENCAR, Eunice Soriano de. O processo de criatividade: produção de idéias e técnicas criativas. São Paulo: Makron Books, 1999.
BARROS, Lilian Ried Miller. A cor no processo criativo – um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe. 2ª ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.
FUENTES, Rodolfo. A prática do design gráfico: uma metodologia criativa. São Paulo: Rosari, 2006. (Col. Fundamentos do Design)

5.2 COMPLEMENTARES

OECH, Roger Von. Um "toc" na cuca - técnicas para quem quer ter mais criatividade na vida. 13ª ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1988.
PRESSFIELD, Steven. A guerra da arte - supere os bloqueios e vença suas batalhas interiores de criatividade. São Paulo: Ediouro, 2005.
DE MASI, Domenico. O ócio criativo. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
DE BONO, Edward. Os seis chapéus do pensamento. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
PREDEBO, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
DI NIZO, Renata. Foco e criatividade: fazer mais com menos. São Paulo: Summus, 2009.

5.3 EXTRAS

Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2009). The concept of flow. In Snyder, C. R., & Lopez, S. J. (Ed.). Oxford handbook of positive psychology. Oxford University Press, USA. 89-105. Disponível em: <http://eweaver.myweb.usf.edu/2002-Flow.pdf>

RAMOS, Daniela Karine; NUNES MARTINS, Patrícia. A FUNÇÃO DO DESIGN NOS JOGOS EDUCATIVOS: IMERSÃO, IDENTIDADE E AFETIVIDADE. Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia, [S.l.], p. 75-83, oct. 2016. Disponível em: <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/book/article/view/2656>. Fecha de acceso: 12 feb. 2019

ANTUNES, Jeferson et al. CICLO CRIATIVO DE JOGOS COLABORATIVOS: UM MÉTODO PARA CRIAÇÃO DE JOGOS EDUCATIVOS. HOLOS, [S.l.], v. 2, p. 424-437, jun. 2018. ISSN 1807-1600. Disponível em: <http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/3298>
Acesso em: 13 fev. 2019. doi:<https://doi.org/10.15628/holos.2018.3298>.

FORCELINI, Franciele et al. As técnicas de criatividade no processo de design. Temática, v. 14, n. 01, 2018. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/37953>

LOPES, Ronan Anacleto; TODA, Armando Maciel; BRANCHER, Jacques Duilio. A preliminary study about gamification intrinsic and extrinsic motivators in single and multiuser environments. Brazilian Journal of Computers in Education, v. 23, n. 03, p. 164, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Armando_Toda/publication/288854447_Um_estudo_preliminar_sobre_conceitos_extrínsecos_e_intrínsecos_do_processo_de_Gamification/links/57e3b3d708ae054b20be16d6/Um-estudo-preliminar-sobre-conceitos-extrínsecos-e-intrínsecos-do-processo-de-Gamification.pdf



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO	UNIDADE CURRICULAR		CRÉDITOS
Design	Representação Gráfica		3
CARGA HORÁRIA	MÓDULO	CURRÍCULO	DATA DE APROVAÇÃO
60	1	2018-2	2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR		CONTATO	
Graziella Carrara		graziella.carrara@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	
Claudio Sausen Mallmann		claudio.mallmann@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

O desenho como linguagem, expressão, representação e comunicação das ideias. Técnicas e materiais de desenho e modelagem. Composição de elementos. Desenho à mão livre, desenho de observação, desenho técnico e desenho de perspectiva. Desenho de pictograma.

2.2 OBJETIVOS

Representar ideias e conceitos por meio de formas bidimensionais e tridimensionais.

2.2.1 Competências

- Reconhecer técnicas de representação gráfica.
- Compreender o processo de representação gráfica.
- Traduzir ideias e conceitos em elementos materiais

2.2.2 Habilidades

- Aplicar o desenho como ferramenta de comunicação.
- Aplicar o desenho e a modelagem como ferramenta para a criação e apresentação de projetos gráficos.
- Experimentar materiais de desenho e modelagem.
- Demonstrar a capacidade de materializar ideias e conceitos.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Conteúdo 1: O desenho como linguagem, expressão, representação e comunicação das ideias

- Desenho: conceitos e definições
- Elementos do desenho
- Linguagem visual

Conteúdo 2: Técnicas e materiais de desenho e modelagem

- Instrumentos e materiais de desenho e de modelagem
- Técnicas de desenho com lápis, canetas e marcadores
- Técnicas de modelagem com papel e plastilina

Conteúdo 3: Composição de elementos

- Desenho e composição visual

3.2 Composições figurativas e composições abstratas

Conteúdo 4: Desenho à mão livre, desenho de observação, desenho técnico e desenho de perspectiva

4.1 Técnicas de desenho à mão livre: exercícios de traço e exercícios de croquis rápidos

4.2 Técnicas de desenho de observação: exercícios de observação, representação de luz e sombra, proporção e o uso de linhas auxiliares para construção de desenhos

4.3 Técnicas de desenho técnico

4.4 Técnicas de desenho de perspectiva

Conteúdo 5: Desenho de pictograma

5.1 Pictograma: conceitos e definições

5.2 Desenho e utilização de pictogramas em projetos gráficos

4. METODOLOGIA

Aula teóricas com auxílio de slides e aulas práticas. Leitura de textos.

Materiais para as aulas: Lápis H, HB, 2B, 4B, 6B e 8B; lápis de cor, borracha; estilete; tesoura; régua de 30 cm - preferencialmente de metal; compasso, transferidor 180° ou 360°; esquadro, cola branca e/ou cola de bastão, caneta nanquim 0,3, caneta nanquim 1,0 ou 1,2; marcadores coloridos; bloco de papel Canson A4 140g/m²; bloco de papel sulfite A4 90g/m²; 1 metro de arame com 1mm; plastilina 500g; fita crepe e papel alumínio.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

JULIÃO, Fernando. Desenho para designers industriais. Lisboa: Editorial Estampa, 2005.

SPECK, Henderson José. Manual de desenho técnico. Florianópolis: Editora da UFSC, 2007.

5.2 COMPLEMENTARES

EDWARD, Betty. Desenhando com o lado direito do cérebro. Rio de Janeiro: Ediouro, 1984

KANDINSKY, Wassily. Ponto e linha sobre plano: contribuição à análise dos elementos da pintura. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

WHITE, Gwen. Perspectiva para artistas, arquitetos e desenhadores. Lisboa: Presença, 2000.

5.3 EXTRAS

<https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/18681/1/Tese%20Anelise%20Zimmermann%202016%20C.pdf>
<https://www.pesquisaemdesenho.com/>



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Teoria da Cor e da Forma		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 1	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Tiago R. Mattozo		CONTATO tiago.mattozo@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Claudio Sausen Mallmann		CONTATO claudio.mallmann@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Fundamentos e princípios básicos da cor. Percepção e sensação. Composição das cores. Conceitos. Cor luz e cor pigmento. Uso da cor no design gráfico e de produto. Princípios de teoria da forma. Linguagem visual e linguagem verbal. Padrões e valores formais. Conhecimento Visual. Técnicas de comunicação visual. Composição formal. Anatomia da Mensagem Visual. Gestalt.

2.2 OBJETIVOS

Perceber, operar e analisar diferentes organizações cromáticas e formais, bem como seus significados. Desenvolver a percepção e a atenção dirigida às estruturas visuais. Agrupar recursos teóricos para o reconhecimento e conceituação das organizações visuais percebidas. Exercitar a organização, representação e análise de estruturas visuais.

2.2.1 Competências

- Compreender as teorias da cor e da forma.
- Interpretar a percepção humana acerca das cores e das formas.
- Explicar composições cromáticas e formais.

2.2.2 Habilidades

- Aplicar e compor cores em projetos gráficos de maneira alinhada à teoria da cor.
- Relacionar as soluções de projeto aos sistemas de cores existentes.
- Interpretar proposições de projeto em relação à coerência e ordenamento formais de forma crítica
- Construir composições visuais coerentes.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Aspectos básicos das cores;
- O processo de percepção visual;
- Estrutura do sistema visual;
- Tom, saturação, luminosidade e contraste;
- Psicologia das cores (realidade, significado, influência e reação);
- Pesquisas sobre a teoria da cor;
- Utilização prática das cores (função, tendências e suas relações comerciais);
- Forma, coisa, substância e objeto;
- Linguagem e comunicação visual;

- Padrões e valores formais;
- Conhecimento e alfabetismo visual;
- Contraste e Harmonia;
- Composição formal (conceitual x visual);
- Elementos visuais;
- Representação, abstração e simbolismo;
- Teoria da Gestalt.

4. METODOLOGIA

Aulas dialogadas/teóricas com auxílio de slides. Aulas teórico-práticas com auxílio de exercícios e dinâmicas de equipes. Apresentação de estudos de caso como forma exemplificar a aplicação do conteúdo, exibindo e explicando aplicações práticas das teorias. Exibição de vídeos e filmes como complemento ao conteúdo teórico, diversificando as mídias utilizadas no processo de aprendizagem.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

DONIS, Dondis. A Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Edgard Blücher, 1986.
GOMES FILHO, João. Gestalt do Objeto. São Paulo: Escrituras, 2000.

5.2 COMPLEMENTARES

GUIMARÃES, Luciano. A cor como Informação. São Paulo: Annablume, 2002.
MUNARI, Bruno. Design e comunicação Visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
WHITE, Jan V. Edição e design. São Paulo: JSN editora LTDA, 2006.

5.3 EXTRAS

CASTRO, Rosana Costa Ramalho de. O pensamento criativo de Paul Klee: arte e música na constituição da Teoria da Forma. Per musi, Belo Horizonte, n. 21, p. 07-18, 2010. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-75992010000100002&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 01 fev. 2019.
LUIZ DE SOUSA, Richard Perassi. Estudos gráficos de artefatos arqueológicos na composição de marcas regionais para projetos de design. Design e Tecnologia, [S.l.], v. 2, n. 03, p. 64-70, dez. 2011. ISSN 2178-1974. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/13>. Acesso em: 01 fev. 2019.
RAMOS, A. P. M. et al. Estudo preliminar da preferência de cor para rotas e seta de manobra em mapa de sistemas de guia de rota. Boletim de Ciências Geodésicas, [S.l.], v. 20, n. 2, jun. 2014. ISSN 1982-2170. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/bcg/article/view/36745>. Acesso em: 01 fev. 2019.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Edição Vetorial		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 2	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Daniel Ranzi Werle		CONTATO daniel.werle@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Tiago R. Mattozo		CONTATO tiago.mattozo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR

2.1 EMENTA

Introdução ao aprendizado de softwares de vetorização. Familiarização com o uso dos programas utilizados e disponíveis no mercado para criação, manipulação e comunicação de projetos de design gráfico. Práticas laboratoriais.

2.2 OBJETIVOS

Alfabetizar o aluno através da sintaxe visual, buscando o entendimento, a coordenação e utilização dos elementos visuais e das técnicas manipulativas.

2.2.1 Competências

- Conhecer *softwares* de ilustração e edição – Adobe Illustrator e Adobe Photoshop – como ferramenta técnica de design;
- Materializar seu projeto de peça gráfica a partir do uso de um *software* vetorial;
- Entender possibilidades e limitações de edição vetorial e sua finalização em diversos suportes;
- Compreender às peças gráficas desenvolvidas, utilizando linguagem específica de composição visual em uma lógica vetorial.

2.2.2 Habilidades

- Aplicar os princípios de ilustrações e procedimento de cores;
- Trabalhar com criação de grids e layouts;
- Manipular objetos vetoriais (contorno, textura, mistura, perspectiva e extrusão);
- Editar textos e imagens via *software*.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Introdução aos *softwares* de ilustração e edição vetorial
- Configurações de réguas, grades e linhas-guia
- Desenhos vetoriais
- Criação vetorial e ilustrações com objetos deformados
- Manipulação de objetos
- Grid e layout
- Preenchimentos básicos e complexos
- Contornos

- Edição de textos e aplicação avançada de textos
- Efeitos especiais
- Ferramentas de criação de linhas
- Mídia artística, faca e envelopes
- Mistura e distorções
- Criação de modelos 3D simples
- Texturas e padronagem

4. METODOLOGIA

- Aulas expositivas em sala intercaladas com atividades práticas em laboratório de software;
- Desenvolvimento de trabalhos integrados com outras disciplinas do PIM;
- Apresentação de peças gráficas para a classe utilizando *design critique*
- Avaliações em laboratório de software;

5. REFERÊNCIAS

5.1 BÁSICAS

MORAZ, Eduardo. *Treinamento prático em Corel Draw* – desvende os recursos da nova versão deste software. São Paulo: Digerati, 2006.

MECKLER, R. Wippo. KOREN, Leonard. *Design gráfico receitas*. São Paulo: GUSTAVO GILI, 2003.

MENEGOTTO, José Luis. *O desenho digital*. São Paulo: Interciência, 2000.

5.2 COMPLEMENTARES

HORIE, Ricardo Minoru. *Corel Draw*. São Paulo: Bytes & Types, 2006. Col.Dicas, Truques e Macetes.

BOTTMANN, Denise. SAMARA, Timothy. *Grid - construção e desconstrução*. São Paulo: COSAC NAIFY, 2007.

HURLBURT, Allen. *Layout - o design da pagina impressa*. São Paulo: Nobel, 1986.

CESAR, Newton. *Mídia impressa: Como fazer um anúncio de jornal e revista*. Rio de Janeiro: 2AB, 2008.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSOS Administração, Ciências Contábeis, Design Gráfico e Sistemas da Informação	UNIDADE CURRICULAR Metodologia da Pesquisa Científica		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 2	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Dra. Deborah Riegenbach		CONTATO deborah@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Tiago R. Mattozo		CONTATO tiago.mattozo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR

2.1 EMENTA

Formas de conhecimento. Processo de leitura. Normas técnicas. Trabalhos acadêmicos: tipologia, aplicação e características. Características da pesquisa científica. Planos de trabalho, projetos de pesquisa e estágio. Diagnóstico organizacional. Formulação de problema, objetivos e hipóteses de pesquisa. Classificações da pesquisa. População e amostra. Técnicas de coleta de dados. Procedimentos de análise e apresentação dos dados.

2.2 OBJETIVO

Capacitar o aluno à compreensão e realização da pesquisa científica, por meio da utilização de métodos científicos, de modo a garantir maior eficiência nos estudos acadêmicos e profissionais.

2.2.1 Competências

- Distinguir as diferentes formas de conhecimento da realidade;
- Compreender a função social do saber científico;
- Esclarecer o papel do pesquisador como um intérprete da realidade apresentada;
- Clarificar a relevância social e científica na pesquisa;
- Compreender o método que envolve o Diagnóstico Organizacional;
- Depreender sobre o processo de construção de hipóteses;
- Entender a linguagem científica: oral e escrita;
- Identificar os componentes de um projeto de pesquisa;
- Reconhecer as diferentes abordagens de pesquisa;
- Entender o processo da construção da análise e apresentação dos dados;
- Identificar as diferentes fontes de informação;
- Entender as questões éticas que envolvem o conhecimento científico.

2.2.2 Habilidades

- Elaborar perguntas diagnósticas exploratórias;
- Decompor categorias e variáveis de pesquisa;
- Realizar levantamentos bibliográficos;
- Elaborar textos dissertativos na revisão teórica;
- Construir roteiro para a elaboração de diagnóstico organizacional;
- Aplicar diferentes tipos de instrumento de coleta de dados;

- Transformar informações em dados;
- Avaliar o estado da arte da pesquisa;
- Elaborar planos de trabalho para a construção de projetos de pesquisa;
- Interpretar os dados da pesquisa científica;
- Aplicar métodos de tratamento e análise de dados;
- Demonstrar visualmente a pesquisa científica;
- Comunicar-se com postura científica para a argumentação de dados.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE 1: As formas de conhecimento e o processo de leitura

- Os diferentes tipos de saber: senso comum, tradição, autoridade e científico;
- A função social do saber e o papel do pesquisador;
- Processo de leitura: a compreensão textual e o processo argumentativo;
- Normas técnicas, citações e referências;
- Aspectos éticos do conhecimento na prática profissional.

UNIDADE 2: Diagnóstico organizacional e a pesquisa científica

- Construção de roteiro para realização de diagnóstico organizacional;
- Formulação de tópicos de estudo;
- Planos de trabalho e projetos de pesquisa;
- Elaboração de perguntas de pesquisa;
- Decomposição de variáveis de estudo;
- Identificação de fontes de informação;
- Estudo sobre o estado da arte;
- Revisão bibliográfica;
- Bases de dados para a pesquisa;
- Relevância social e científica de um estudo.

UNIDADE 3: Componentes da pesquisa científica

- Estrutura do trabalho científico;
- Abordagens da pesquisa: qualitativa e quantitativa;
- Classificação da pesquisa;
- População e tipos de amostra;
- Instrumentos de coleta de dados;
- Fontes de informação primárias e secundárias;
- Formas de tratamento dos dados quantitativos e qualitativos;
- Técnicas de análise dos dados.

UNIDADE 4: Comunicação científica

- Apresentação escrita da pesquisa;
- Apresentação visual de um estudo;
- Apresentação verbal e postura pessoal para demonstração dos dados para diferentes públicos.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

4. METODOLOGIA

Para a facilitação do processo de aprendizagem serão utilizadas aulas expositivas e dialogadas, estudos de caso, atividades de imersão em grupos de estudo, dinâmicas de grupo e vídeos.

5. REFERÊNCIAS

Básica:

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

Complementar:

BOOTH, W.C.; COLOMB, G.C. e WILLIAMS, J.M. *A arte da pesquisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LAVILLE, Christian e DIONNE, Jean. *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre: ARTMED, 1999.

LUNA, S.V. *Planejamento de pesquisa: uma introdução*. São Paulo: EDUC, 1996.

SCHEIN, Edgar H. *Princípios da Consultoria de Processos: para construir relações que transformam*. São Paulo: Instituto Fonte para o Desenvolvimento Social, 2008.

Artigos

RIOS, Terezinha Azerêdo. A ética na pesquisa e a epistemologia do pesquisador. *Psicologia em Revista*. Belo Horizonte, v.12, n.19. Junho, 2016. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682006000100008&lng=pt&nrm=iso&tng=pt

VOLPATO, Gilson Luiz. O método lógico para redação científica. *RECIIS*. v.9, n.1. 2015. Disponível em: <https://www.recis.icict.fiocruz.br/index.php/recis/article/view/932/1577>




Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO	UNIDADE CURRICULAR		CRÉDITOS
Design	Projeto de Identidade Visual		3
CARGA HORÁRIA	MÓDULO	CURRÍCULO	DATA DE APROVAÇÃO
60	2	2018-2	2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR		CONTATO	
Tiago R. Mattozo		tiago.mattozo@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	
Tiago R. Mattozo		tiago.mattozo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Projeto, processo e metodologia. Desenvolvimento de marca. Elaboração de diagnóstico e definição da problemática. Geração de alternativas. Viabilidade técnica e econômica. Elaboração de relatório final de projeto. Processo de implantação. Apresentação do projeto.

2.2 OBJETIVOS

Desenvolver um projeto de identidade visual de forma sistemática equacionando os diferentes atributos inerentes às marcas.

2.2.1 Competências

- Desenvolver um projeto de identidade visual de forma sistemática e criativa;
- Atuar em equipe de forma flexível e colaborativa na pesquisa e execução do projeto;
- Relacionar as metodologias projetuais à projetos de diferentes contextos e características;
- Dialogar com diferentes áreas de conhecimento e atividades humanas em situações de projeto;
- Desenvolver visão sistêmica do projeto a partir de aspectos materiais e imateriais do objeto de estudo.

2.2.2 Habilidades

- Utilizar ferramentas para análise de dados e seleção de alternativas;
- Aplicar técnicas para o levantamento de dados do cliente e sobre o tema;
- Avaliar as soluções segundo o delineamento do projeto e a viabilidade técnica;
- Propor soluções adequadas às necessidades do cliente e aos processos de produção;
- Identificar os pontos de contato da marca e aplicar a identidade visual em diferentes mídias.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
3.1 CONCEITUAÇÃO DE MARCA

- Assinatura visual;
- Identidade visual;
- Identidade corporativa;
- Logotipo e símbolo;
- Comunicação visual;
- Elementos institucionais;
- Gestão da marca;

3.2 PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL

- Projeto, processo, método e metodologia;
- Briefing, problematização e contextualização;
- Levantamento e análise de dados;
- Conceitos e requisitos;
- Soluções existentes;
- Geração de ideias e processo criativo;
- Documentação e gestão visual;
- Aplicações, ergonomia e design gráfico;
- Metodologia Projetual (inspiração, ideação e implementação).

3.3 GESTÃO DO PROJETO

- Relações com a produção e o mercado;
- Sustentabilidade, materiais e processos;
- Viabilidade técnica;
- Proposta de valor;
- Pontos de contato;
- Marca e produto;
- Registro de marcas;

4. MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

- Cultura empresarial;
- Manifestações visuais;
- Normas e recomendações;
- Orientações para uso;
- Combinações e restrições;
- Versões da marca;
- Tipografia;
- Código cromático;
- Padrões gráficos;
- Originais para reprodução.

4. METODOLOGIA

Aulas expositivas e dialogadas. Utilização de materiais on-line, produzidos pelo professor e por terceiros, para que o tempo em sala de aula seja otimizado, utilizando os encontros presenciais para dúvidas e projeto.

Atividades desenvolvidas em equipes para que o aprendizado seja feito em conjunto, de forma colaborativa, e que haja compartilhamento/discussão de ideias.

Realização de atividades práticas (guiadas e orientadas) para que os estudantes adquiram conhecimento por meio da busca de soluções para os desafios. As soluções propostas serão apresentadas e receberão feedback do professor.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

WHEELER, Alina. *Design de Identidade da Marca*. Porto Alegre: Bookman, 2008.
STRUNCK, Gilberto. *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.
CHAMMA, Norberto; PASTORELO, Pedro D. *Marcas & sinalização: Prática em design corporativo*. São Paulo: Senac, 2007.

5.2 COMPLEMENTARES

PINHO, J. B. *O Poder das Marcas*. Rio de Janeiro: Summus, 1996.
PEÓN, Maria Luísa. *Sistemas de identidade visual*. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
COSTA, Joan. *A imagem da marca: Um fenômeno social*. São Paulo: Rosari, 2008.

5.3 EXTRAS

TAI, Hsuan-Na. *Design: conceitos e métodos*. São Paulo: Blucher, 2017.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

TEIXEIRA, J. M.; GARCIA, L. J.; MERINO, E. A. D. Brand Target: hierarquia e gerenciamento de marca. Revista Logo. v.2, n.1. 2011. [<http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/eRevistaLOGO/article/view/2840>].
GARCIA, L. J.; TEIXEIRA, J. M.; MERINO, E. A. D.; GONTIJO, L. A. Gestão de Marca: influências da hierarquia e arquitetura no posicionamento empresarial. Projética Revista Científica de Design. v.2, n.2. 2011. [<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/8865>].




Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO			
CURSO	UNIDADE CURRICULAR		CRÉDITOS
Design	Semiótica		3
CARGA HORÁRIA	MÓDULO	CURRÍCULO	DATA DE APROVAÇÃO
60	2	2018-2	2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR		CONTATO	
Marta Cristina Goulart Braga		marta.braga@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	
Tiago R. Mattozo		tiago.mattozo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Conceitos das Teorias da informação e da comunicação. Teoria da Informação e Comunicação aplicada ao design. Veículos de transmissão da informação. Introdução ao conhecimento. Imagem, representação e signo. Cultura e símbolos. Mídia e cultura. Processos da comunicação humana. Introdução às teorias do signo: antecedentes históricos, conceitos, principais linhas de estudo. Semiótica, taxonomia de signo e tipologia dos Signos. Análise semiótica voltadas ao design. Aplicação da semiótica ao design.

2.2 OBJETIVOS

Capacitar o aluno a correlacionar a Teoria da Informação, os processos de comunicação e princípios da semiótica ao Design, na geração de um pensamento crítico sobre o conhecimento e a utilização das mídias de disseminação da informação, bem como, análise da semiótica de objetos, símbolos, assinaturas gráficas e peças gráficas do design, aplicando os conhecimentos teóricos na prática do Design.

2.2.1 Competências

- Analisar mensagens imagéticas.
- Conhecer o design como linguagem.
- Compreender o significado dos produtos do design.
- Ser colaborativo e propositivo no trabalho em equipes, grupos e redes, atuando com respeito, cooperação, iniciativa e responsabilidade social.
- Ser expressivo na comunicação de conceitos, ideias e soluções;

2.2.2 Habilidades

- Integrar a dimensão simbólica ao projeto no que concerne às funções básicas do design: forma/função/significado;
- Promover diálogo e práticas de convivência, compartilhando saberes e conhecimentos;
- Trabalhar em equipe, de forma flexível e colaborativa;
- Formular e articular argumentos e contra-argumentos consistentes em situações sócio comunicativas;
- Ler, interpretar e produzir textos com clareza e coerência.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
1. Teoria da Informação.

- 1.1. Teoria da informação e comunicação: contexto e conceitos, quantificação da informação, forma e informação; probabilidade, incerteza, ruído, redundância, periodicidade, mensagem, código, ordem, estrutura, repertório, originalidade e previsibilidade.
- 1.2. Abraham Moles e a informação estética e "não-estética".
- 1.3. Roman Jakobson e as funções da linguagem.
- 1.4. Aplicação dos conceitos da Teoria da Informação e Comunicação ao design.
- 1.5. Processos de Comunicação; modelos de comunicação; comunicação verbal e não verbal; evolução das mídias.

2. Conhecimento

- 2.1. O que é conhecimento.
- 2.2. Realidade lógica e ontológica. Realidade significada, tangível e comunicável.
- 2.3. O problema da verdade.
- 2.4. A cognição humana. Informação e significação. Código e linguagem.
- 2.10. Processo perceptivo: estímulo, filtros sensoriais, filtros motivacionais, ideologia, autoconceito e percepção seletiva.
- 2.11. Processo cognitivo, memória, aprendizagem e significação. Como operamos com os signos.
- 2.12. Imagem e Representação. Simulação e Simulacro. Cultura e símbolos. Mídia e cultura.

3. Semiótica

- 3.1. Introdução às teorias do signo: principais linhas de estudo. Antecedentes históricos. Semiótica e
- 3.2. semiologia. Conhecendo alguns autores ligados à semiótica e semiologia.
- 3.3. Curso de linguística geral de Saussure.
- 3.4. Teoria geral dos signos de Charles S. Peirce.
- 3.5. O fenômeno semiótico: semiose, raciocínio e abdução.
- 3.6. Definição de signo. Taxonomia dos signos. Tipologia dos signos.
- 3.7. Análise semiótica voltada ao design.
- 3.8. Aplicação da semiótica ao design gráfico.
- 3.9. Marca e semiótica.
- 3.10. Adequação da tipologia dos signos ao conceito de projeto.
- 3.11. Mascotes e semiótica.
- 3.12. Cor e semiótica.

4. METODOLOGIA

Aula expositiva dialogada. Leitura de textos com debates. Pesquisa. Dinâmica. Jogos. Redação de texto. Trabalhos práticos. Problemática. Aprendizagem colaborativa. Apresentação de slides. Apresentação de Vídeos.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

NETTO, J. Teixeira Coelho. *Semiótica, Informação e Comunicação*. São Paulo: Perspectiva, 2006.
NÓTH, Winfried; SANTAELLA, Lúcia. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1999.
SANTAELLA, Lucia. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

5.2 COMPLEMENTARES

ECO, Umberto. *Tratado geral de semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1980.
PEIRCE, C.S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2012.
PIGNATARI, Décio. *Informação. Linguagem. Comunicação*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

5.3 EXTRAS

MELLO, Andrea Olympio De. A semiótica líquida do pinguim: um mergulho na análise triádica do @pontofrio. *Signos do Consumo*, [s. l.], v. 9, n. 1, p. 46, 2017. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/114981>>. Acesso em: 3 fev. 2019.
MIRANDA, Luciana Lobo. A cultura da imagem e uma nova produção subjetiva. *Psicol. clin.*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 25-39, 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pc/v19n1/03.pdf>>. Acesso em: 03 fev. 2019.
SANTAELLA, Lucia, A ecologia pluralista das mídias locais. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*. Acesso em: 03 fev. 2019. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550193004>.

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Branding		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 2	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Inara Antunes Vieira Willerding		CONTATO Inara.willerding@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Tiago R. Mattozo		CONTATO tiago.mattozo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR

2.1 EMENTA

Definindo a marca – propósito e benefícios. Branding e design gráfico. A marca como: estímulo emocional, personalidade, símbolo de lealdade. Evidência da vantagem competitiva exclusiva da marca. O surgimento e o crescimento das marcas de varejo. Estratégia comercial e posicionamento de marca. Marcas de sucesso. Mídia, merchandising e propaganda. A relação de exposição: ambiente x cenário. Funções e necessidades: protetiva, material, industrial e mercadológica. Sistemas e linhas de embalagens. Linguagem de categorias. PDV. Unidade 3D e Pallet. Expositor e Display.

2.2 OBJETIVOS

Capacitar o aluno a desenvolver a atmosfera de uma marca, e a partir desta apresentar diferenciais competitivos perante o mercado em que estará inserida.

2.2.1 Competências

- Compreender a marca para a geração de valor;
- Identificar novas oportunidades de negócio;
- Pesquisar as tendências de mercado analisando e traduzindo todas as informações coletadas no mercado, indicando os pontos fortes e fracos;
- Estudar o comportamento do consumidor relacionando as suas necessidades;
- Analisar constante das demandas do consumidor e acompanhamento das atividades do concorrente;
- Refletir sobre a construção das marcas e o impacto que elas geram nas experiências diárias da sociedade;
- Identificar a marca como uma personalidade;
- Identificar o propósito da marca;
- Interpretar a marca como função, sensação, símbolo e atitude;
- Definir estratégias de branding e comunicação da marca;
- Evidenciar a atribuição da marca e a sua estratégia comercial;
- Gerenciar materiais corporativos e promocionais planejado para estabelecer e manter o branding;
- Estabelecer relações entre a metodologia do design estratégico transformando conceitos gerados em um processo de design em projetos mercadologicamente viáveis.

2.2.2 Habilidades

- Interpretar a visão de negócios por meio da marca;
- Manter a integridade da marca através de todas as atividades de marketing e de comunicação da empresa;
- Desenvolver pesquisas que envolvam projetos de gerenciamento de marcas;
- Verificar o posicionamento de uma marca ou como ampliá-la;

- Verificar como uma marca pode ser ampliada e reprojeta no mercado;
- Criar planos de desenvolvimento das diferentes linhas do portfólio observando as oportunidades de mercado;
- Atuar com flexibilidade para lidar com novos e diferentes contextos de comunicação.
- Planejar a comunicação e atividades publicitárias em todos os canais, incluindo online e mídia social;
- Elaborar pesquisas de mercado e estratégias para o aumento de visibilidade da marca;
- Elaborar estratégias de venda de produtos e serviços, realizando pesquisas de mercado em prol das necessidades dos clientes/consumidores;
- Elaborar projetos que visem satisfazê-las, aumentando o alcance e melhoria da imagem da marca, estabelecendo o público-alvo.
- Estabelecer estratégias da marca para o mercado - a curto e longo prazo;
- Executar os planos de comunicação desenvolvidos em todos os canais mercadológicos;
- Conduzir trabalhos colaborativos e coletivos;
- Criar materiais corporativos e promocionais para estabelecer e manter o branding;
- Prestar assessoria a pequenas e médias empresas, elaborando estratégias evidenciando a imagem da marca.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Conteúdo 1: Da marca à identidade corporativa**
 - ✓ Marca, identidade visual, identidade corporativa, branding: conceitos
 - ✓ Sua marca é a sua empresa e vice-versa
- Conteúdo 2: O que são mascas hoje**
 - ✓ Os papéis das marcas no contexto contemporâneo
 - ✓ O valor da marca.
- Conteúdo 3: As oportunidades de mercado**
 - ✓ Encontrando oportunidades de mercado: análise da concorrência e do público-alvo
 - ✓ Segmentação e concorrência
 - ✓ Público-alvo como defini-lo e atingi-lo.
- Conteúdo 4: A busca do posicionamento**
 - ✓ Definição de um diferencial de mercado;
 - ✓ Laddering: uma escada de conexão com o consumidor.
- Conteúdo 5: Identidade da marca**
 - ✓ Desenvolvimento da identidade da marca;
 - ✓ Propósito da marca;
 - ✓ A marca como função, sensação, símbolo e atitude.
- Conteúdo 6: Planejamento estratégico**
 - ✓ Desenvolvimento de um plano de branding;
 - ✓ Aplicação do plano de branding desenvolvido.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

4. METODOLOGIA

Aulas expositivas sobre os conteúdos teóricos apresentados, bem como atividades práticas realizadas em sala de aula para fixação do conteúdo.

5. REFERÊNCIAS

5.1 BÁSICAS

CHAMMA, Norberto; PASTORELO, Pedro D. **Marcas & Sinalização**: prática em design corporativo. São Paulo: Senac, 2007.

COSTA, Tadeu. **Do Maiz a Maizena**. São Paulo: Rosari, 2006.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a Edição do Novo Milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

5.2 COMPLEMENTARES

COSTA, Ivan Freitas da. **Marketing cultural**: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca. São Paulo: Atlas, 2004.

KOTLER, P; ROBERTO, E. L. **Marketing social**: estratégias para alterar o comportamento social. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

SCHWERINER, Mario E. Renê. **Brandsendência**: o espírito das marcas. São Paulo: Saraiva, 2011.

5.3 EXTRAS

DOMINGUES, Priscilla de Fatima Bomfim. SELOW, Marcela Lima Cardoso. Posicionamento de Marca na Internet: estratégias de comunicação digital. **Vitrine Prod. Acad.**, Curitiba, v.3, n.2, p.300-650, jul/dez. 2015. file:///D:/Download/76-78-1-PB%20(1).pdf.

QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves; TAVARES, Leandro. Estratégias De Branding: diretrizes para gestão de marcas em organizações públicas e privadas. **XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III IVOVARSE – Responsabilidade Social Aplicada**. Rio de Janeiro - RJ, set. 2016. http://www.inovarse.org/sites/default/files/T16_303.pdf.

RASLAN, Eliane Meire Soares. Posicionamento, identidade e visibilidade da marca. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 2, n. 1, p. 136, julho, 2014. <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/viewFile/4467/3442>.

SILVA, Glauber Vilvert da. OLIARI, Deivi Eduardo. Branding: o impacto de uma boa gestão na construção do posicionamento e valor de uma marca. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul** – Caxias do Sul – RS, jun. 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2017/resumos/R55-1760-2.pdf>.




Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Gestão Visual de Projeto		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	Módulo EaD	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Marta Cristina Goulart Braga		CONTATO marta.braga@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM -		CONTATO -	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Bases para entender a gestão visual de projeto no contexto do desenvolvimento de produtos. A gestão visual origem e conceitos relacionados. Gestão enxuta (Lean). Ferramentas e técnicas de gestão visual. Modelos de gestão visual. Infográficos: texto, imagem e ilustração. Dicotomia entre imagem real e imagem representada. Concisão e organização da informação. Design e Jornalismo.

2.2 OBJETIVOS

- Conhecimentos sobre a gestão visual de projetos e as ferramentas visuais.
- Capacitar o aluno para compreensão e construção de soluções gráficas para transmissão de informações no contexto de projetos de design.

2.2.1 Competências

- Compreender os conceitos relacionados à gestão visual de projeto.
- Conhecer os dispositivos de apresentação de informações relacionados à gestão visual de projetos.
- Identificar representações verbais, gráficas e numéricas de um mesmo significado;
- Exercitar o pensamento visual.
- Capacitar o aluno na construção de peças gráficas com suporte informativo;
- Compreender os elementos da comunicação visual;
- Conhecer a relação do design e a composição gráfica da linguagem jornalística;
- Ter visão sistêmica e multidisciplinar, quanto à gestão de projetos e à inovação.

2.2.2 Habilidades

- Aplicar uma maneira visual de comunicação e colaboração em projetos.
- Aplicar as ferramentas visuais nas etapas de planejamento, concepção e modelagem de processos.
- Produzir peças gráficas para uso jornalístico.
- Expressar e comunicar ideias, conceitos e soluções por meio de linguagens (digitais e/ou analógicas).
- Trabalhar em equipe, de forma flexível e colaborativa.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
GESTÃO VISUAL DE PROJETO

- Breve histórico da área de gestão. O que é gestão de projeto. Objetivos da gestão de projeto. Como surgem os projetos. O que é um projeto.
- Visão panorâmica sobre a gestão de projetos tradicional: O PMI e o PMBOK. Partes interessadas: stakeholders. O ciclo de vida de um projeto. Etapas do projeto. Estimativa da duração das atividades de um projeto. A importância da comunicação na gestão de projeto. Os documentos de um projeto. Como garantir a qualidade.
- Hierarquia organizacional. Habilidades para o gerenciamento de projetos.
- O que é desenvolvimento de produto. Fases do desenvolvimento de produto.
- Design: projeto X produto. A gestão no contexto de um projeto de design gráfico.
- Problemas do gerenciamento de projetos.
- A transformação de um modelo tradicional para o modelo da gestão visual como inovação.
- Introdução à gestão visual. O que é gestão visual. Objetivo da gestão visual. Benefícios da gestão visual. Em quais situações aplicar a gestão visual.
- Como os designers pensam.
- Antecedentes da linguagem gráfico-visual. A visão como eixo condutor do processo. Recepção e visualização de dados e informações. A representação visual: Mapas, indicadores, dashboards, KPI'S, infográficos.
- O gerenciamento ágil e seus métodos.
- Gestão visual como parte integrante do Lean. O que é Lean. Princípios do Lean. Planejamento, controle e melhoria contínua.
- Como aplicar o pensamento Lean na gestão de projetos do design gráfico.
- Ferramentas e técnicas: Comunicação visual. Controle visual. Painéis. Gerenciamento visual no espaço de trabalho. Visualizando métricas e processos. Visualizando agendamento de tarefas. Estabelecer padrões visuais.
- Modelos de gestão visual: BMG - Business Model Generation - Canvas, Kanban, A3 storyboard, Fichas Lean, Local para acesso à informação, Cartões recado, Os 5S. Como adaptar os modelos da gestão visual a um projeto de design gráfico?

INFOGRAFIA:

- **Introdução a infografia:** História da infografia.
- Definição, características e componentes da infografia. Aplicação.
- Usabilidade como princípio para a apresentação da informação e arquitetura da informação.
- **Infografia: tipos e modos de usar:**
- Tipos de gráficos e tipos de infográficos.
- Cartografia, estatística, diagrama ilustrado e gráficos interativos.
- Infografia digital, animação e 3D.
- Análise crítica de infográficos.
- **Planejamento gráfico:**
- Infográficos empresariais. Design e Jornalismo.
- Narrativas nos infográficos.
- Elementos de um infográfico. Metáforas.
- Textos nos infográficos.
- Metodologia para elaboração de infográfico.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

4. METODOLOGIA

Aula expositiva por meio de vídeo disponibilizados no ambiente virtual de aprendizagem. Disponibilização de conteúdos em pdf (textos e apostilas). Debates utilizando fórum no ambiente virtual de aprendizagem. Problemática. Aprendizagem colaborativa. Apresentação de Vídeos. Exercícios de fixação. Tarefas e trabalhos práticos para a solução de problemas.

5. REFERÊNCIAS

5.1 BÁSICAS

KEELLING, Ralph. **Gestão de projeto**: uma abordagem global. São Paulo: Editora Saraiva, 2002.
LAUGENI, Fernando Piero, MARTINS, Petrônio Garcia. **Administração da produção**. São Paulo: Saraiva, 2006.
AGNER, L. **Ergodesign e arquitetura de informação : trabalhando com o usuário**, Quartet, 2009.
SAMARA, Timothy. **Grid** : construção e desconstrução. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.
CARVALHO, Pedro Carlos de. **O programa 55 e a qualidade total**. Campinas: Alínea, 2011.

5.2 COMPLEMENTARES

DONIS, Dondis. **A Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
GUIMARÃES, L. **As cores na mídia: a organização da cor-informação no jornalismo** 1 ed, São Paulo: AnnaBlume, 2003.
WILLIAMS, Robin. **Design para quem não é designer** : noções básicas de planejamento visual. São Paulo. Callis, 1995.
FERREIRA, Ademir Antonio. **Gestão empresarial** : de Taylor aos nossos dias : evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Pioneira, 2002.

5.3 EXTRAS

KANNO, Mário. **Infografe**: como e porque usar infográficos para criar visualizações e comunicar de forma imediata e eficiente. Edição Eletrônica. São Paulo: Infolide.com, 2013. Disponível em: <
<https://designlyn.files.wordpress.com/2014/06/Infografemariokannopagsimples-130822154840-phpapp02.pdf> >.
TEIXEIRA, Tattiana. **Infografia e jornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2010
<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/20642/3/Infografia%20e%20Jornalismo.pdf>>.
TEIXEIRA, J.M. **Julio Montex**. Disponível em: <http://www.juliomontex.com.br/>. Acesso em: 11 ago. 2018.
LAZARD, A.; ATKINSON, L. Putting Environmental Infographics Center Stage: The Role of Visuals at the Elaboration Likelihood Model's Critical Point of Persuasion. **Science Communication**, SAGE PublicationsSage CA: Los Angeles, CA, 2015, v. 37, n. 1, p. 6–33. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1075547014555997>. Acesso em: 10 fev. 2019.
AL-KASSAB, J. et al. Information visualization to support management decisions. **International Journal of Information Technology & Decision Making**, World Scientific Publishing Company, 2014, v. 13, n. 02, p. 407–428. Disponível em: <http://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S0219622014500497>. Acesso em: 10 fev. 2019.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO			
CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Bases humanas e sociais		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 3	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Gelazio Pitz		CONTATO gelaziofean@gmail.com	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Genilda Oliveira de Araújo		CONTATO genilda.araujo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Dimensões simbólicas e culturais. Organização e funcionamento do mundo social contemporâneo. Modelos dualistas: natureza x cultura; indivíduo x sociedade. Política, Poder e Cidadania. Direitos Humanos e Políticas Sociais. Ética, valores e normas morais. Relações Étnico-Raciais e de Gênero. Antropologia urbana. Implicações do conhecimento sociofilosófico na formação profissional.

2.2 OBJETIVOS

A partir de estudos, debates e fundamentações teóricas prévias, oferecer condições para que o acadêmico desenvolva uma compreensão crítica a respeito das diversas questões humanas e sociais, de modo a promover atitudes proativas para a transformação da realidade, tanto por meio da sua atuação pessoal quanto profissional.

2.2.1 Competências

- Descrever as formas pelas quais se constroem as realidades sociais;
- Caracterizar as dimensões simbólicas e culturais na cultura humana;
- Entender o modo pelo qual se organiza e funciona o mundo social contemporâneo;
- Reconhecer os modelos dualistas que envolvem a natureza, cultura, indivíduo e sociedade;
- Interpretar questões éticas, de valores e normas sociais;
- Compreender as relações étnico-raciais e de gênero;
- Refletir a respeito da diversidade social;

2.2.2 Habilidades

- Ser capaz de atuar de forma proativa para a transformação da realidade humana e social;
- Desenvolver atitudes de compreensão e cooperação em meio à diversidade social e cultural;
- Produzir práticas cidadãs críticas, compreensivas e edificadoras para a convivência/coexistência humana;
- Atuar de forma politizada e esclarecida frente aos desafios cotidianos e no exercício da cidadania;
- Identificar e relacionar problemas em vista de produzir soluções práticas para a realidade social conflituosa.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
UNIDADE I

A construção da realidade social.

Dimensões simbólicas e culturais na cultura humana.

Multiculturalismo, interculturalidade, etnocentrismo e sociocentrismo.
Organização e funcionamento do mundo social contemporâneo.
Modelos dualistas: natureza x cultura; indivíduo x sociedade.

UNIDADE II

Política, Poder e Cidadania.

Direitos Humanos e Políticas Sociais.

Ética, valores e normas morais.

A Cidadania e a Ética na Sociedade Civil Contemporânea

UNIDADE III

Sociedades indígenas: processo histórico e caracterização da cultura.

O negro na sociedade brasileira: a interação de classes, estereótipos e formação da identidade.

Relações de Gênero: identidade da mulher na sociedade. ;

Estatuto do Deficiente;

Estatuto do Idoso;

Estatuto da Criança e do Adolescente.

UNIDADE IV

Antropologia urbana.

Identidades sociais na sociedade moderna.

Implicações do conhecimento sociofilosófico na formação profissional.

4. METODOLOGIA

- Utilização de textos acadêmicos (livros, artigos, revistas);
- Vídeo aulas;
- Interação por meio de chat e fóruns de debates virtuais;
- Aplicação de exercícios que promovam a reflexão e o debate;
- Atividades avaliativas (exercícios, trabalhos, provas)

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

SOUZA, Nelson Rosário de. Pensamento Político Brasileiro. Curitiba: IESDE, 2011.

SOUZA, Maria Antônia de. Movimentos Sociais e Sociedade Civil. Curitiba: IESDE, 2011.

NETO, Francisco Quintanilha Veras. SANTOS, Sidney Francisco Reis dos. Sociologia dos Direitos Fundamentais. Curitiba: IESDE, 2011.

MELLO, Luiz Gonzaga de. Antropologia Cultural. Petrópolis: Vozes, 1986.

DIAS, Reinaldo. Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2011.

5.2 COMPLEMENTARES

DIWAN, Pietra. Raça pura – uma história da eugenia no Brasil e no mundo. Editora Contexto, São Paulo, 2007.

FRY, Peter; et all (orgs). Divisões Perigosas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

FRY, Peter. A persistência da raça – ensaios antropológicos sobre o Brasil e a África austral. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2005.

HARRIS, Marvin. Antropologia Cultural. Madri: Alianza, 1990.

JUNG, Carl G. O homem e seus símbolos. São Paulo: Nova Fronteira, 1988.

BARROS, Ricardo P. de; HENRIQUES, Ricardo; MENDONÇA, Rosane. Desigualdade e pobreza no Brasil: retrato de uma estabilidade inaceitável. Revista. Bras. de Ciências Sociais, v.15, n.42, p.123-142, fev. 2000.

5.3 EXTRAS

Os desafios da destruição e conservação do patrimônio cultural no Brasil

(file:///C:/Documents%20and%20Settings/Master/Meus%20documentos/Downloads/OS_DESAFIOS_DA_DESTRUICAO_E_CONSERVACAO_DO_PATRIMONIO.pdf)

Problemas ambientais, saúde coletiva e ciências sociais (<https://www.scielo.org/article/csc/2003.v8n1/137-150/>)

Diversidade cultural: panorama atual e reflexões para a realidade brasileira (<https://www.redalyc.org/html/4011/401137448001/>)



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Estudos Tipográficos		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 3	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Genilda Oliveira de Araújo		CONTATO genilda.araujo@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Genilda Oliveira de Araújo		CONTATO genilda.araujo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR

2.1 EMENTA

Conceitos básicos, história e evolução. Anatomia da fonte e famílias tipográficas. Nomenclatura e classificação dos tipos. Fundamentos da composição tipográfica. Legibilidade e leituraabilidade. A tipografia nos meios impresso e digital. Fundamentos da editoração eletrônica.

2.2 OBJETIVOS

Estimular no estudante a capacidade de aplicar a tipografia como suporte ao desenvolvimento de projetos informacionais.

2.2.1 Competências

- Conhecer as características anatômicas da tipografia e sua evolução histórica;
- Conhecer técnicas de composição tipográfica e diagramação;
- Aprender como aplicar tipografia nos meios impresso e digital.

2.2.2 Habilidades

- Ser capaz de selecionar a tipografia adequada ao projeto;
- Ser capaz de construir mensagens visuais hierarquizando a tipografia;
- Ser capaz de sistematizar o uso da tipografia ao longo de um projeto, incorporando suas definições ao grid.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O que é tipografia, caligrafia e lettering;
- Anatomia tipográfica e desenvolvimento histórico da letra. Tipógrafos importantes;
- Classificação tipográfica: esquema Vox-ATypI;
- Composição tipográfica e conceitos relacionados: entrelinha, entrepalavra, entreletra, kerning, corpo e alinhamento;
- Hierarquia tipográfica;
- Relacionamento entre tipografia e grid;
- Legibilidade e Leituraabilidade;
- Editoração eletrônica no Indesign: páginas mestras, estilos de parágrafos, estilos de caractere, imagens, tabelas, sumários e índices.

4. METODOLOGIA

Aulas expositivas sobre os conteúdos teóricos, bem como atividades práticas realizadas em sala de aula para fixação.

5. REFERÊNCIAS

5.1 BÁSICAS

BRINGHURST, Robert. *Elementos do Estilo Tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
LUPTON, Ellen. *Pensar com tipos: um guia para designers, escritores, editores e estudantes*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
NIEMEYER, Lucy. *Tipografia: uma apresentação*. Rio de Janeiro: ZAB Editora, 2000.

5.2 COMPLEMENTARES

WILLBERG, Hans Peter; FORSSMAN, Friedrich. *Primeiros Socorros em Tipografia*. São Paulo: Rosari, 2007.
FERLAUTO, Claudio. *O livro da gráfica*. Rosari, 2001.
PRING, Roger. *WWW.tipografia: 300 desenhos tipográficos para sítios web*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.

5.3 EXTRAS

LIMA, M.; GONÇALVES, B.; "MATRIZ PARA SELEÇÃO TIPOGRÁFICA: CONSTRUÇÃO E APLICAÇÃO", p. 92-102. In: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014.

HAMMERSCHMIDT, C.; SPINILLO, C.; "TIPOGRAFIA PARA LEITURA EM TELAS DE DISPOSITIVOS DE INTERAÇÃO MÓVEL: a resolução dos suportes ainda constitui um problema para os designers?", p. 180-189. In: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014.

ARAUJO, G.; MAGER, G.; "LAYOUT NO EDITORIAL DIGITAL: UMA RELEITURA DE CONCEITOS CLÁSSICOS DE TIPOGRAFIA E GRID PARA UM PROJETO DIGITAL", p. 238-249. In: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO	UNIDADE CURRICULAR		CRÉDITOS
Design	Fotografia e Tratamento de Imagem		3
CARGA HORÁRIA	MÓDULO	CURRÍCULO	DATA DE APROVAÇÃO
60	3	2018-2	2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR		CONTATO	
Sharlene Melanie Martins de Araújo		sharlene.araujo@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	
Genilda Oliveira de Araújo		genilda.araujo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

O que é fotografia. História da Fotografia. Aspectos técnicos do equipamento fotográfico. Enquadramentos, luz, forma, contraste, profundidade de campo. Planejamento e análise da imagem fotográfica. Ensaio fotográfico. Imagens digitais. Softwares de tratamento e manipulação da imagem. RAW e HDR. Digitalização e de calibração de imagens. Gerenciamento de cores.

2.2 OBJETIVOS

Desenvolver a percepção do estudante sobre o entendimento da fotografia e suas possibilidades de uso no Design, tornando-o autônomo para criação, edição e direção na construção da imagem.

2.2.1 Competências

- Compreender os aspectos gerais da fotografia no contexto histórico, técnico e conceitual;
- Desenvolver capacidade técnica e crítica para realização de atividades em fotografia e tratamento de imagem e suas devidas aplicações no campo do design;
- Dominar o uso de softwares de tratamento e manipulação de imagem;
- Conhecer os aspectos técnicos do equipamento fotográfico.

2.2.2 Habilidades

- Saber aplicar as técnicas da fotográfica, tais como: Enquadramentos, luz, forma, contraste, profundidade de campo.
- Aplicar os aspectos técnicos do equipamento fotográfico.
- Saber operar os softwares de tratamento e manipulação da imagem.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Produção fotográfica: aspectos conceituais e técnicos.
- Aspectos técnicos e estéticos da fotografia e do uso de equipamentos em estúdio.
- Destaques relevantes da História e da poética fotográfica.
- Produção fotográfica: aspectos conceituais e técnicos.
- Concepções, conceitos e desenvolvimento temático em fotografia.
- Conceitos e técnicas de tratamento e manipulação da imagem.

- Projeto fotográfico completo: planejamento, composição e iluminação fotográfica, ensaio, manipulação, arte finalização e aplicação.

4. METODOLOGIA

Realização de atividades práticas (guiadas e orientadas) para que os estudantes adquiram conhecimento por meio da busca de soluções. Aulas expositivas e dialogadas. Atividades desenvolvidas em equipes para que o aprendizado seja feito em conjunto, de forma colaborativa, e que haja compartilhamento/discussão de ideias. Aulas expositivas e dialogadas.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

KUBRUSLY, Cláudio. O que é fotografia? São Paulo: Brasiliense, 1983.
HEDGECOE, John. O novo manual de fotografia. São Paulo: Senac, 2006.
DALY, Tim. Guia básico de fotografia digital. Lisboa: Editorial Estampa, 2002.

5.2 COMPLEMENTARES

OLIVEIRA, Azor. Santa Catarina. Florianópolis: S.I., 1996.
FREEMAN, Michael. Manual de fotografia digital: retrato fotográfico. Livros e Livros: Lisboa, ANG, TOM. Fotografia Digital – uma introdução. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

5.3 EXTRAS

SONTAG, Susan. Sobre fotografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta. São Paulo: HUCITEC, 1985
BERGER, John. Modos de ver. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Materiais e Processos		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 3	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Tiago R. Mattozo		CONTATO tiago.mattozo@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Graziella Dellare Carrara		CONTATO graziella.carrara@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Pesquisa de materiais e processos de produção de produtos gráficos. Estudo de viabilidade técnica e econômica, bem como dos impactos ambientais de produtos gráficos. Técnicas e ferramentas de projeto, pré-produção, produção e pós-produção de produtos gráficos. Especificação técnica de materiais e processos de produção de produtos gráficos.

2.2 OBJETIVO

Conhecer diferentes materiais e processos com o intuito de formar a capacidade de especificar projetos gráficos para produção.

2.2.1 Competências

- Compreender os atributos e características dos materiais e processo de produção gráfica.
- Definir os materiais e processos mais adequados para cada projeto gráfico.
- Descrever os aspectos técnicos acerca dos materiais e processos de produção relativos aos projetos gráficos.

2.2.2 Habilidades

- Solucionar problemas de projeto associados aos materiais e processos de produção gráfica.
- Planejar o uso coerente e técnico dos materiais e processo, de acordo com as possibilidades e restrições de cada projeto gráfico.
- Estruturar e interpretar orçamentos gráficos.
- Acompanhar e verificar o processo de produção gráfica.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Características técnicas de materiais:
 - plásticos, vidros, papéis, metais, entre outros.
- Métodos de transformação de materiais:
 - plásticos, vidros, papéis e metais, entre outros.
- Métodos de impressão de materiais:
 - jato de tinta, offset, flexografia e serigrafia, entre outros.
- Relação entre processos e escala produtiva.
- Relação entre custos e investimentos.
- Sustentabilidade e design circular: conceitos e princípios.

- Matriz de decisão.
- Desenvolvimento de facas especiais.
- Elaboração de modelos tridimensionais.
- Preparação de arquivos e desenhos técnicos.
- Acompanhamento de produção.
- Memorial descritivo.
- Solicitação e leitura de orçamentos.

4. METODOLOGIA

Aulas dialogadas/teóricas com auxílio de slides. Aulas teórico-práticas com auxílio de exercícios e dinâmicas de equipes. Apresentação de estudos de caso como forma exemplificar a aplicação do conteúdo, exibindo e explicando aplicações práticas das teorias. Exibição de vídeos e filmes como complemento ao conteúdo teórico, diversificando as mídias utilizadas no processo de aprendizagem. Visitas técnicas.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

COLLARO, Antônio Celso. Produção Visual e Gráfica. São Paulo: Summus, 2005.
VILLAS-BOAS, André. Produção Gráfica para Designers. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2008.
MAGALHÃES, Marco Antônio. Introdução aos materiais e processos para designers. São Paulo: Ciência Moderna, 2006.

5.2 COMPLEMENTARES

SCOREL, Ana Luisa. O efeito multiplicador do design. São Paulo: Editora SENAC. São Paulo, 2000.
LESKO, Jim. Design Industrial: Materiais e processos de fabricação. São Paulo: Edgard Bluncher, 2004.
FERNANDES, Amaury. Fundamentos de produção gráfica para quem não é produtor gráfico. Rio de Janeiro: Rubio, 2003.

5.3 EXTRAS

ARAÚJO, Manoel Deisson Xenofonte; SANTOS, Deborah Macêdo. Fotografia Tátil: Desenvolvimento de modelos táteis a partir de fotografias com a utilização de impressora 3D. Revista Brasileira de Design da Informação. São Paulo, v. 12, n. 1, p. 62 – 76. 2015. ISSN 1808-5377. Disponível em: <https://www.infodesign.org.br/infodesign/article/view/311>. Acesso em 02 fev. 2019
CASSARO, Juliana Cristina da Silva; REZENDE, Edson José Carpintero. Livro impresso e digital – Impactos ambientais e possibilidades. Revista Metropolitana de Sustentabilidade (ISSN 2318-3233), [S.l.], v. 7, n. 1, p. 127-140, abr. 2017. ISSN 2318-3233. Disponível em: <http://www.revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/view/1190>. Acesso em: 02 fev. 2019.
FERREIRA, F. C. M.; MIRANDA, L. F. M.; MORAS, M. Impacto dos e-books na cadeia editorial brasileira: Uma análise exploratória. RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 58, n. 5, Setembro-Outubro, p.494-505, 2018. ISSN . Disponível em: <https://rae.fgv.br/node/5855/vol58-num5-2018/impacto-books-na-cadeia-editorial-brasileira-analise-exploratoria-versao>. Acesso em 02 fev. 2019



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO	UNIDADE CURRICULAR		CRÉDITOS
Design	Empreendedorismo		3
CARGA HORÁRIA	MÓDULO	CURRÍCULO	DATA DE APROVAÇÃO
60	4	2018-2	2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR		CONTATO	
Inara Antunes Vieira Willerding		inara.willerding@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	
Graziella Dellare Carrara		graziella.carrara@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Empreendedorismo. Empreendedorismo no cenário brasileiro. Profissional empreendedor. Empreendedor corporativo. Características e perfil do empreendedor. Comportamento, capacidade e competência empreendedora. Ações empreendedoras. Gestão empreendedora. Empreendedorismo social e suas consequências na responsabilidade social e ambiental. Empreendedorismo Ético. Modelo de negócio.

2.2 OBJETIVO

Introduzir aos alunos um espírito empreendedor, por meio de uma visão ampla e geral da área de empreendedorismo, enfocando aspectos necessários à formação de empreendedores perante o ambiente de negócios competitivo, sintonizados com as novas tendências mundiais, identificando oportunidades para aplicar os conhecimentos de forma criativa, com capacidade inovadora, espírito de liderança e visão empresarial.

2.2.1 Competências

- Definir o conceito de empreendedorismo, com suas bases históricas;
- Identificar o perfil do empreendedor e o motivo pelo qual as pessoas buscam tornar-se empresárias;
- Compreender os aspectos comportamentais do empreendedor;
- Reconhecer as capacidades empreendedoras;
- Reconhecer as competências empreendedoras;
- Demonstrar sensibilidade para as questões sociais, ambientais e éticas.

2.2.2 Habilidades

- Analisar os fundamentos da gestão empreendedora;
- Demonstrar as características de um empreendedor;
- Trabalhar em equipes de modo colaborativo;
- Assumir uma atitude moral, ética e política;
- Interpretar o empreendedorismo no cenário local e nacional;
- Investigar e interpretar problemas, equacionando soluções, pensando estrategicamente, introduzindo modificações no processo produtivo identificando as oportunidades do mundo do trabalho;
- Estruturar o modelo de gestão.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
EMPREENDEADORISMO

- Conceitos relacionados ao empreendedorismo;
- A importância da atividade empreendedora;
- O empreendedor, o gerente e o líder;
- Características empreendedoras;
- Comportamento do empreendedor;
- Capacidade empreendedora;
- Competência empreendedora.

EMPREENDEADORISMO CORPORATIVO
EMPREENDEADORISMO INDIVIDUAL
GESTÃO EMPREENDEDORA

- A visão empreendedora e a concretização de negócios;
- Etapas para o estabelecimento de uma visão empreendedora;
- Gestão diferenciada;
- Liderança;
- Motivação.

O EMPREENDEADORISMO NO BRASIL

- Identificação das oportunidades de negócios;
- Conceitos e definições sobre crise e oportunidades;
- Técnicas de Identificar oportunidades.

MODELO DE NEGÓCIOS

- Business Model Generation (Canvas);
- Design Thinking;
- Definição, características, noções e aspectos de um Plano de Negócios.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

4. METODOLOGIA

Aulas expositivas sobre os conteúdos teóricos apresentados, bem como atividades práticas realizadas em sala de aula para fixação do conteúdo.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

DEGEN, Ronald. **O Empreendedor**. Fundamentos da Iniciativa Empresarial. Ed. McGraw-Hill, São Paulo, 1989.
SAVIANI, José Roberto. **O analista de negócios e da informação**: o perfil de um profissional que utiliza informática para alavancar os negócios empresariais. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1998.
DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

5.2 COMPLEMENTARES

BENEVIDES, Sérgio. **Empreendedorismo**: assim se faz o futuro. Rumos, Brasília, p. 26-33, dez. 2002.
CHER, Rogério. **A Gerência das Pequenas e Médias Empresas**. Ed. Maltese, 1990.
DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
DRUKER, Peter F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.
FILION, Louis Jacques. **Empreendedorismo**: empreendedores e proprietários – gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração da USP*, São Paulo, v. 34, n. 2, 1999.

FILION, Louis Jacques. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. **Revista de Negócios**, Blumenau, v. 9, n. 2, p. 65-80, abr./jun. 2004.

PINCHOT, Gifford. **Intropreneuring**: por que você não precisa deixar a empresa para tornar-se um empreendedor. São Paulo: Harbra, 1989.

RESNIK, Paul. A Bíblia da Pequena Empresa. Makron Books Editora, São Paulo, 1988.

URIARTE, Luiz Ricardo. **Identificação do perfil intraempreendedor**. 2000. 120f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina, 2000.

WILLERDING, Inara Antunes Vieira. Empreendedorismo social na educação: um estudo de caso sobre o Projeto Curso Pré-Vestibular da UFSC – Inclusão para a Vida. In: LAPOLLI, Édis Mafra; FRANZONI, Ana Maria Benciveni. **Capacidade Empreendedora**: teoria e casos práticos. Florianópolis: Pandion, 2009.

WILLERDING, Inara Antunes Vieira. ; PRADO, M. L. ; LAPOLLI, E. M. **A Trilogy of Entrepreneurship**: Performance, Capacity And Competence as a Factor of Success for Micro and Small Enterprises. Revista IEEE América Latina, v. 10, p. 2017-2024, 2012.

WILLERDING, Inara Antunes Vieira. ; FRANZONI, A. M. B.; FELICIANO, Antonio Marcos. **Ações intraempreendedoras**: projeto de inclusão social através da educação. Revista do CCEI, v. 15, p. 16-34, 2011.

5.3 EXTRAS

WILLERDING, Inara Antunes Vieira; TORQUATO, Mirian. CARACTERÍSTICAS E COMPORTAMENTOS DE EMPREENDEDORES NO ESTADO DE SANTA CATARINA. **REVISTA DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE MPE - REGMPE**, v. 1, p. 65-79, 2016. Disponível

em: [http://files.comunidades.net/robsontavares/6 Artigo Empreendedores do estado de Santa Catarina sem i](http://files.comunidades.net/robsontavares/6%20Artigo%20Empreendedores%20do%20estado%20de%20Santa%20Catarina%20sem%20identificacao.pdf)
[dentificacao.pdf](http://files.comunidades.net/robsontavares/6 Artigo Empreendedores do estado de Santa Catarina sem i)

WILLERDING, Inara Antunes Vieira.; PRADO, M. L.; LAPOLLI, E. M. . A TRILOGY OF ENTREPRENEURSHIP: PERFORMANCE, CAPACITY AND COMPETENCE AS A FACTOR OF SUCCESS FOR MICRO AND SMALL ENTERPRISES. **Revista IEEE América Latina JCR**, v. 10, p. 2017-2024, 2012. Disponível

em: http://www.ewh.ieee.org/reg/9/etrans/ieee/issues/vol10/vol10issue5Sept.2012/10TLAS_01ANTUNESVIEIRAWILLERDING.pdf




Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Ergonomia		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 4	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Marta Cristina Goulart Braga		CONTATO marta.braga@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Graziella Dellare Carrara		CONTATO graziella.carrara@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Fundamentos e aplicação da ergonomia. Princípios físicos, cognitivos e sociais da ergonomia. Ergonomia como sistema. Projeto centrado no usuário. Usabilidade. Ergonomia inclusiva. Design universal. Princípios e regras da ergonomia e usabilidade aplicadas ao design. Arquitetura da informação.

2.2 OBJETIVOS

Conhecer e aplicar os fundamentos e princípios da ergonomia na atividade do design.

2.2.1 Competências

- Considerar na abordagem projetual de design (produtos, sistemas e/ou serviços) os aspectos físicos, cognitivos e emocionais.
- Adequar as diversas tecnologias na produção de design respeitando as diferenças socioculturais, ergonômicas e ambientais.
- Ser ético e crítico, atento às demandas individuais, sociais e ambientais.

2.2.2 Habilidades

- Planejar e elaborar projetos de ação e intervenção ergonômicas, a partir da análise de necessidades, de forma coerente, em contextos diversos.
- Aplicar os princípios de usabilidade em projetos de design.
- Promover o design universal.
- Organizar, interpretar e sintetizar informações para tomada de decisões.
- Trabalhar em equipe, de forma flexível e colaborativa.
- Fazer escolhas éticas e responsabilizar-se por suas consequências.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Conceito de Ergonomia, história e evolução, ergonomia no Brasil, fases da ergonomia, a natureza interdisciplinar da ergonomia, formas de ocorrência da ergonomia, o enfoque americano e o europeu, finalidade e aplicação. Áreas de especialização da ergonomia.
- Abordagens em Ergonomia: abordagem sistêmica e Postos de trabalho. Sistema homem-máquina-ambiente. Sistema homem-máquina-tarefa.
- Ergonomia organizacional: Fatores humanos no trabalho, segurança. Organização no trabalho. Fatores ambientais. Legislação: ABNT, ISOs.
- O projeto centrado no usuário. Usabilidade. Acessibilidade. Design universal.

- Ergonomia cognitiva – Ergonomia informacional: Percepção, comunicação, o processo sógnico, recepção da informação, fatores cognitivos: memória, organização e processamento da informação.
- A visão: estrutura do olho humano, características e problemas relacionados a visão, movimento dos olhos, discriminação e compreensão dos signos visuais, Aspectos críticos da percepção visual. Conforto: iluminação e cor.
- Projeto ergonômico informacional: consistência, visibilidade, legibilidade e compreensibilidade. Compreensão de caracteres alfanuméricos e de símbolos iconográficos. Compreensão de caracteres alfanuméricos e de símbolos iconográficos. Dispositivos de informação.
- Arquitetura da informação.
- Ergonomia física. Biomecânica e fisiologia. Antropometria: medidas, tabelas antropométricas, aplicação.
- Fundamentos de ergonomia de produto: definição de produto, adequação ergonômica de produto, qualidades desejadas no produto, manejo, processo de desenvolvimento de produto, ciclo de vida do produto, manutenção, normas e padrões. Fatores Ergonômicos Básicos: requisitos de projeto, ações de manejo, ações de percepção. Intervenção ergonômica.

4. METODOLOGIA

Aula expositiva dialogada. Debates. Seminários. Pesquisa. Dinâmica. Problemáticação. Aprendizagem colaborativa. Apresentação de slides. Apresentação de Vídeos. Exercícios práticos.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

KROEMER, K. H. E. Manual de ergonomia. Porto Alegre: Bookman, 2005.
GOMES FILHO, João. Ergonomia do objeto. Sistema técnico de leitura ergonômica. São Paulo: Escrituras, 2012.
MORAES, Anamaria de. Ergodesign: Produtos e processos. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2001.

5.2 COMPLEMENTARES

IIDA, Itiro. Ergonomia: projeto e produção. São Paulo: Edgard Bluncher, 1990.
MORAES, Anamaria. Avisos, advertências e projeto de sinalização. Rio de Janeiro: Rio Books, 2005.
AGNER, Luiz. Ergodesign e arquitetura de informação: trabalhando com o usuário. Rio de Janeiro: Quartet, 2012.

5.3 EXTRAS

CAMBIAGHI, S.S.; MAUCH, L.H. DA S. Moradia acessível para a independência de pessoas com deficiência. *Inclusão Social*, v. 10, n. 2, 2017. Disponível em: <http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/4043>. Acesso em: 10 fev. 2019.
HENSLER, S.; HERREN, D.B.; MARKS, M. New technical design of food packaging makes the opening process easier for patients with hand disorders. *Applied Ergonomics*, Elsevier, 2015, v. 50, p. 1–7. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0003687015000198>. Acesso em: 10 fev. 2019.
SILVA, C.P. da, PASCHOARELLI, L. C. (orgs.). *A evolução histórica da ergonomia no mundo e seus pioneiros*. São Paulo: Unesp, 2010. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/b5b72>
PASCHOARELLI, L.C., MENEZES, M.S., orgs. *Design e ergonomia: aspectos tecnológicos*. São Paulo: Editora UNESP, 2009. Disponível em: <http://books.scielo.org/id/yixnr>
WALLER, S. et al. Making the case for inclusive design. *Applied Ergonomics*, Elsevier, 2015, v. 46, p. 297–303. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0003687013000513>. Acesso em: 10 fev. 2019.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Projeto de Embalagem		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 4	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Graziella Carrara		CONTATO graziella.carrara@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Graziella Carrara		CONTATO graziella.carrara@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

As múltiplas funções das embalagens. A importância e os impactos das embalagens em diferentes setores da sociedade. Design de embalagens: técnicas e ferramentas de pesquisa; criação de embalagens estruturais; criação de rótulos; avaliação e seleção de materiais e processos a partir de critérios técnicos, econômicos, culturais, sociais e ambientais; construção de modelos físicos para testes e apresentação.

2.2 OBJETIVOS

Desenvolver projetos de design de embalagens.

2.2.1 Competências

- Compreender as múltiplas funções das embalagens;
- Compreender como materiais, formas, imagens, cores e tipografias interferem na comunicação, usabilidade e experiência das embalagens;
- Conhecer aspectos econômicos, legais e normativos.

2.2.2 Habilidades

- Organizar, estruturar e apresentar projetos de design de embalagens;
- Relacionar materiais e processos produtivos às características de projeto;
- Interpretar viabilidade técnica e econômica de projetos;
- Construir memoriais descritivos de produtos gráficos.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Conteúdo 1:** As múltiplas funções das embalagens.

1.1 Conceitos e aplicações.

- Conteúdo 2:** A importância e os impactos das embalagens em diferentes setores da sociedade.

2.1 Embalagem e indústria;
2.2 Embalagem e consumo;
2.3 Análise de impactos e ciclo de vida;
2.4 Leis e normas regulatórias;
2.5 Desenvolvimento de projetos em conformidade com os princípios da sustentabilidade.

- Conteúdo 3:** Design de embalagens: técnicas e ferramentas de pesquisa; criação de embalagens estruturais e de rótulos; avaliação e seleção de materiais e processos a partir de critérios técnicos, econômicos, culturais, sociais e ambientais; construção de modelos físicos para testes e apresentação.
- 3.1 Metodologias de projeto de design de embalagens;
- 3.2 Técnicas e ferramentas de pesquisa;
- 3.3 Técnicas e ferramentas de criação de embalagens estruturais e de rótulos;
- 3.4 Avaliação e seleção de materiais e processos a partir de critérios técnicos, econômicos, culturais, sociais e ambientais;
- 3.5 Técnicas e ferramentas de construção de modelos físicos para testes e apresentação.

4. METODOLOGIA

Aula teóricas com auxílio de slides e aulas práticas. Leitura de textos. Estudos de caso.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. O desenvolvimento de produtos sustentáveis. São Paulo, EdiUSP, 2002.
MESTRINER, Fábio. Design de Embalagem: Curso Avançado. São Paulo: Ed. Makron Books, 2004.
MESTRINER, Fábio. Design de Embalagem: Curso Básico. São Paulo: Ed. Makron Books, 2002.
NEGRÃO, Celso; CAMARGO, Eleida. Design de embalagem: do marketing à produção. São Paulo: Novatec Editora, 2008.

5.2 COMPLEMENTARES

MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
MORAES, Anamaria. Avisos, advertências e projeto de sinalização. Rio de Janeiro: Rio Books, 2005. CHAMMA, Norberto.
FRUTIGER, Adrian. Sinais & Símbolos – desenho, projeto e significado. 3a ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

5.3 EXTRAS

PHILLIPS, Peter L. Briefing: A gestão do projeto de design. São Paulo: Ed. Edgar Blucher, 2008.
OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. Business Model Generation. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.
BROWN, T. Design Thinking: Uma Metodologia Poderosa para Decretar o Fim das Velhas Ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
<http://www.abre.org.br/>



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Sustentabilidade aplicada ao design		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 4	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Graziella Carrara		CONTATO graziella.carrara@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Graziella Carrara		CONTATO graziella.carrara@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR

2.1 EMENTA

Princípios do desenvolvimento sustentável e da economia circular. Ecodesign: o design sustentável e suas implicações ambientais, sociais, econômicas, culturais e tecnológicas. Seleção de materiais e processos.

2.2 OBJETIVOS

Desenvolver projetos de design gráfico em conformidade com os princípios da sustentabilidade.

2.2.1 Competências

- Conhecer os conceitos de sustentabilidade e seus impactos no universo do design;
- Conhecer as leis e normas regulatórias;
- Interpretar as variáveis de projeto relacionadas aos materiais e processos;
- Explicar tecnicamente a seleção de materiais e processos.

2.2.2 Habilidades

- Aplicar os princípios da sustentabilidade no desenvolvimento de projetos de design;
- Construir modelos de negócios baseados nos princípios da sustentabilidade;
- Relacionar os materiais e processos propostos com os princípios da sustentabilidade.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- **Conteúdo 1:** Princípios do desenvolvimento sustentável e da economia circular.
 - 1.1 Sustentabilidade: análise histórica e evolução do tema;
 - 1.2 Principais teorias e aplicações;
 - 1.3 Leis e normas regulatórias.
- **Conteúdo 2:** Ecodesign: o design sustentável e suas implicações ambientais, sociais, econômicas, culturais e tecnológicas.
 - 2.1 Ecodesign: análise histórica e evolução do tema;
 - 2.2 Análise de impactos no ciclo de vida de produtos gráficos;
 - 2.3 Desenvolvimento de projetos em conformidade com os princípios da sustentabilidade.
- **Conteúdo 3:** Seleção de materiais e processos.
 - 3.1 Pesquisa, avaliação e seleção de materiais e processos;
 - 3.2 Redução de materiais;
 - 3.3 Descarte, reaproveitamento e reciclagem de materiais.

4. METODOLOGIA

Aula teóricas com auxílio de slides e aulas práticas. Leitura de textos. Estudos de caso.

5. REFERÊNCIAS

5.1 BÁSICAS

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. O desenvolvimento de produtos sustentáveis. São Paulo, Edusp, 2002.
KAZAZIAN, Thierry. Haverá a idade das coisas leves: Design e desenvolvimento sustentável. São Paulo: Senac, 2008.
FUAD-LUKE, Alastair. Ecodesign. EUA: Chronicle Books, 2008.

5.2 COMPLEMENTARES

BELLEN, Hans Michael Van. Indicadores de sustentabilidade - uma análise comparativa. São Paulo: FGV, 2005.
FERLAUTO, Claudio. O livro da gráfica. 3. ed. São Paulo: Rosari, 2001.
VILLAS-BOAS, André. Produção Gráfica para Designers. Rio de Janeiro: ZAB Editora, 2008.
ESCOREL, Ana Luisa. O efeito multiplicador do design. São Paulo: Editora SENAC. São Paulo, 2000.

5.3 EXTRAS

MCDONOUGH, William; BRAUNGART, Michael. Cradle to cradle: remaking the way we make things. New York: North Point Press, 2002.
KRUCKEN, Lia. Design e território: valorização de identidade e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.
SEN, Amartya. Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
KARASKI, Thiago Urtado. Embalagem e sustentabilidade: desafios e orientações no contexto da economia circular. São Paulo: CETESB, 2016.
<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/fundacao-ellen-macarthur/a-fundacao>
<https://circulab.eu/>



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO	UNIDADE CURRICULAR		CRÉDITOS
Design	Projeto Audiovisual		3
CARGA HORÁRIA	MÓDULO	CURRÍCULO	DATA DE APROVAÇÃO
60	5	2018-2	2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR		CONTATO	
Genilda Oliveira de Araujo		genilda.araujo@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	
Genilda Oliveira de Araujo		genilda.araujo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR

2.1 EMENTA

Conceitos da animação aplicados a animação 2D; fluxo do processo e etapas da animação tradicional e digital. Definição de problemática, geração de alternativas, viabilidade, elaboração de diagnóstico, apresentação de projeto, elaboração de relatório final de projeto. Desenvolvimento de projeto de animação.

2.2 OBJETIVOS

Estimular o aluno a capacidade de criar projetos de animação focando na necessidade de comunicação de uma mensagem a um público específico.

2.2.1 Competências

- Compreender os conceitos da animação aplicados a animação 2D;
- Compreender processos de narrativas audiovisuais;
- Interpretar a necessidade de comunicação criando projetos de animação.

2.2.2 Habilidades

- Estruturar as etapas do desenvolvimento de um projeto de animação;
- Construir uma animação 2D com recursos de computação gráfica;
- Elaborar planejamento de uma animação por meio da elaboração de roteiros e storyboards;
- Desenvolver práticas de trabalho com imagens sequenciais;
- Relacionar a atividade do designer com a atividade dos profissionais ligados à produção de animação.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Projeto de animação e suas etapas de desenvolvimento;
- Pesquisa e desenvolvimento do conceito da animação;
- Conceitos e técnicas para elaboração de roteiro.
- Conceitos e técnicas para elaboração de storyboard;
- Planejamento da Animação;
- Elaboração de storyboard e animatic;
- Elaboração de cenários e personagens;
- Produção da Animação.

4. METODOLOGIA

Aulas expositivas sobre os conteúdos teóricos apresentados, bem como atividades práticas realizadas em sala de aula para fixação do conteúdo.

5. REFERÊNCIAS

5.1 BÁSICAS

CHONG, Andrew. *Animação digital*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
PURVES, Barry. *Stop-motion*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
WELLS, Paul. QUINN, Joanna. MILLS, Les. *Desenho para animação*. Porto Alegre: Bookman, 2012.

5.2 COMPLEMENTARES

WATTS, Harris. *On Camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo: Summus, 1990.
LUCENA JUNIOR, Alberto. *Arte da animação - técnica e estética através da história*. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.
SAUCIER, Christine. *Animação e interatividade na web*. São Paulo: Market Books, 2001.

5.3 EXTRAS

RIBEIRO, T.; SILVA, M., GONÇALVES, B., VIEIRA, M., BRAVIANO, G. Patterns audiovisuais – o fenômeno audiovisual da animação sob o ponto de vista do design. *DAPesquisa*, v. 11, n. 17, p. 47 – 58, 2016.

SENNA, Marcelus Gaio Silveira de; GAMBA JUNIOR, Nilton Gonçalves; "A FOTOGRAFIA E A CONSTRUÇÃO DE LINGUAGEM MATERIAL DO PERSONAGEM DE ANIMAÇÃO", p. 1513-1521. In: *Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 9, n. 2]. São Paulo: Blucher, 2016.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO	UNIDADE CURRICULAR		CRÉDITOS
Design	Tópicos Especiais		3
CARGA HORÁRIA	MÓDULO	CURRÍCULO	DATA DE APROVAÇÃO
60	5	2018-2	2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR		CONTATO	
Tiago R. Mattozo		tiago.mattozo@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	
Genilda Oliveira Araujo		genilda.araujo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Apresentação de tópicos atuais e relevantes ao perfil do curso de Design da FEAN, contribuindo para uma formação sempre atualizada, dinâmica e multidisciplinar. Introdução ampla e flexível de temas diversos, de cunho histórico, tecnológico, teórico, metodológico e projetual, tais como: sustentabilidade, inovação, empreendedorismo, ergonomia e história da arte.

2.2 OBJETIVOS

Complementar a formação dos alunos por meio de temas atuais e pertinentes à atuação do Design na sociedade e no mercado profissional.

2.2.1 Competências

- Identificar questões atuais relativas aos impactos da atuação do design.
- Interpretar os reflexos positivos e negativos acerca dos projetos de design, segundo as perspectivas humana, social e ambiental.
- Relacionar decisões de projeto a partir de reflexões e discussões de tópicos atuais.
- Explicar atualidades sobre o design e suas ramificações.

2.2.2 Habilidades

- Experimentar novas formas de atuação do design.
- Aplicar métodos inovadores de projeto e gestão.
- Justificar suas decisões de projeto por meio das possibilidades, necessidades e restrições do cliente e do cenário.
- Propor novos caminhos para a atuação do design, frente às questões atuais do mundo e da profissão.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Sinaes;
- Enade no Sinaes;
- Enade e Mercado de Trabalho;
- Arte, Cultura e Filosofia;
- Avanços tecnológicos: Ciência, Tecnologia e Inovação;
- Democracia, ética e cidadania;
- Ecologia/biodiversidade;
- Globalização e geopolítica; mapas geopolíticos e socioeconômicos;

- Políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, transporte, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável;
- Relações de trabalho;
- Redes sociais e responsabilidade social: setor público, privado e terceiro setor;
- Tecnologias de Informação e Comunicação; inclusão/exclusão digital.

4. METODOLOGIA

Aulas dialogadas/teóricas com auxílio de slides e textos. Aulas teórico-práticas com auxílio de exercícios e dinâmicas de equipes. Apresentação de estudos de caso como forma exemplificar a aplicação do conteúdo, exibindo e explicando aplicações práticas das teorias. Exibição de vídeos e filmes como complemento ao conteúdo teórico, diversificando as mídias utilizadas no processo de aprendizagem.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

COELHO, Luiz Antônio L. (org.). Conceitos-chave em Design. Rio de Janeiro: PUC Rio/ Novas ideias, 2008.
CYBIS, Walter. Ergonomia e usabilidade. São Paulo: Novatec, 2010.
MOZOTA, Brigitte Borja de. CASSIA, Klöpsch. FILIPE, Campelo Xavier da Costa. Gestão do design – usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2010.

5.2 COMPLEMENTARES

BESSANT, John. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.
DIAS, Reinaldo. Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade. São Paulo: Atlas, 2011.
MORAES, Anamaria de. Ergodesign: Produtos e processos. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2001.

5.3 EXTRAS

Especifique de 3 a 5 artigos científicos de revistas e congressos, nacionais e internacionais.
GALEMBECK, Fernando. Innovation for sustainability. *Quím. Nova*, São Paulo, v. 36, n. 10, p. 1600-1604, 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-40422013001000018&lng=en&nrm=iso Acesso em: 10 fev. 2019.
MACEDO, Mayara; MIGUEL, Paulo Augusto; CASAROTTO FILHO, Nelson. A caracterização do Design Thinking como um modelo de inovação. *INMR - Innovation & Management Review*, v. 12, n. 3, p. 157-182, 29 set. 2015. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rai/article/view/101357> Acesso em 10 fev. 2019.
PEREIRA, Priscila Zavadil; SILVA, Régio Pierre. Design de embalagem e sustentabilidade: uma análise sobre os métodos projetuais. *Design e Tecnologia*, [S.l.], v. 1, n. 02, p. 29-43, dez. 2010. ISSN 2178-1974. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/34> Acesso em: 10 fev. 2019.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO Design	UNIDADE CURRICULAR Caligrafia (Optativa)		CRÉDITOS 3
CARGA HORÁRIA 60	MÓDULO 6	CURRÍCULO 2018-2	DATA DE APROVAÇÃO 2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR Genilda Oliveira de Araujo		CONTATO genilda.araujo@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM Genilda Oliveira de Araujo		CONTATO genilda.araujo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Conceitos básicos e história da caligrafia e do lettering. Técnicas caligráficas e sua influência sobre a anatomia das letras. Lettering e a construção de mensagens visuais.

2.2 OBJETIVOS

Estimular no estudante a capacidade de utilização da forma das letras como meio de expressão visual.

2.2.1 Competências

- Compreender a história e os diversos processos caligráficos;
- Compreender a anatomia e a proporção das letras;
- Criar repertório visual e caligráfico;

2.2.2 Habilidades

- Desenvolver peças gráficas usando técnicas experimentais manuais.
- Aprender a usar materiais, instrumentos e técnicas de escrita caligráfica;
- Elaborar mensagens visuais usando lettering.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Conceitos e história da caligrafia e do lettering;
- Técnicas caligráficas com penas de ponta chata: letras humanistas e góticas;
- Técnicas caligráficas com penas de ponta fina: alfabeto cursivo e brush;
- Técnicas e lettering;
- Projeto visual usando caligrafia e lettering.

4. METODOLOGIA

Aulas expositivas sobre os conteúdos teóricos apresentados, bem como atividades práticas realizadas em sala de aula para fixação do conteúdo.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

FRUTIGER, Adrian. *Sinais e Símbolos: desenho, projeto e significado*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
BRINGHURST, Robert. *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
ROCHA, Cláudio. *Tipografia comparada: 108 fontes clássicas analisadas e comentadas*. São Paulo: Rosari, 2004.

5.2 COMPLEMENTARES

PRING, Roger. *WWW.tipografia: 300 desenhos tipográficos para sites web*. Barcelona: Gustavo Gili, 2000.
JACQUES, João Pedro. *Tipografia pós-moderna*. 2AB, 2002.
NIEMEYER, Lucy. *Tipografia: uma apresentação*. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2000.

5.3 EXTRAS

FETTER, Sandro Roberto; LIMA, Edna Lucia da Cunha; LIMA, Guilherme Silva da Cunha; "CRESCI, O RENOVADOR DOS MODELOS CALIGRAFICOS ITALIANOS", p. 910-921. In: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014.
D'ELBOUX, José Roberto; "O ENSINO DE CALIGRAFIA, DESENHO DE LETRAS E TIPOGRAFIA NO LICEU DE ARTES E OFÍCIOS DE SÃO PAULO", p. 369-381. In: *Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 9, n. 2]. São Paulo: Blucher, 2016.
NOVAIS, Carlos Eduardo Brito; MIRANDA, Eva Rolim; "ENSINO DE CALIGRAFIA CANÔNICA NO BRASIL: ANÁLISE DO MATERIAL DIDÁTICO E TÉCNICAS UTILIZADAS EM CURSOS INTRODUTÓRIOS", p. 2631-2641. In: *Anais do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design* [= *Blucher Design Proceedings*, v. 9, n. 2]. São Paulo: Blucher, 2016.



Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN

MISSÃO DA FACULDADE ENERGIA

Formar profissionais competentes e eficientemente preparados para atuar no mercado, aptos a prever, antecipar e intervir positivamente nas mudanças e oportunidades.

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

CURSO	UNIDADE CURRICULAR		CRÉDITOS
Design	Inovação e Gestão pelo Design		3
CARGA HORÁRIA	MÓDULO	CURRÍCULO	DATA DE APROVAÇÃO
60	6	2018-2	2018-2
PROFESSOR DA UNIDADE CURRICULAR		CONTATO	
Inara Antunes Vieira Willerding		inara.willerding@fean.com.br	
PROFESSOR RESPONSÁVEL PELO PIM		CONTATO	
Genilda Oliveira de Araujo		genilda.araujo@fean.com.br	

2. SOBRE A UNIDADE CURRICULAR
2.1 EMENTA

Conceitos e definições de design. Metodologias e ferramentas da gestão. Importância do Design como ferramenta estratégica. Processos e interdisciplinaridade. Relação cliente e métodos de controle. Aspectos financeiros. Conceitos, tipos e metodologias de inovação. Gestão de mudanças e planejamento estratégico da inovação. Cultura e liderança para inovação. A tecnologia da inovação. Gestão integrada da inovação. Conhecimento como fator de inovação. Da ideia à inovação. Modelos de negócio para inovação. Conceitos básicos de gerenciamento de projetos. Planejamento e estruturação de um projeto. Análise da viabilidade de um projeto.

2.2 OBJETIVO

Proporcionar aos alunos os conhecimentos necessários relativos ao design como estratégia para a gestão empresarial voltados a inovação.

2.2.1 Competências

- Debater as relações da gestão do design no processo de promoção das inovações;
- Discutir conceitos e modelos inovação de produto, de processo, de gestão e de negócio;
- Fornecer elementos para o entendimento da importância da inovação para o sucesso de qualquer tipo de organização;
- Discutir as bases teóricas da gestão do design.
- Compreender a abordagem da cultura empresarial voltada para o design.
- Correlacionar sociedade, mercado, organização, imagem, marca, produto.
- Estimular a cocriação e o trabalho em equipe;
- Reconhecer e definir problemas, equacionando soluções;
- Interpretar o modelo de gestão.

2.2.2 Habilidades

- Estimular a criatividade;
- Desenvolver projetos;
- Gerir projetos;
- Viabilizar projetos;
- Trabalhar em equipe;
- Desenvolver habilidades de cocriação;
- Identificar os tipos de inovação;
- Realizar diagnósticos sobre produtos inovadores;
- Gerir projetos com foco em inovação.

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO
GESTÃO DO DESIGN

- Por que Gestão do Design;
- Gestão Empresarial;
- Gestão do Design;
- Design, Marketing, Inovação e Estratégia;
- Gestão Operacional do Design;
- Gestão Funcional do Design;
- Gestão Estratégica do Design;
- Gestão do Projeto de Design.

CONCEITOS E FUNDAMENTOS DA INOVAÇÃO

- Invenção X Inovação
- O que é inovação?
- Por que inovar?
- Tipos de inovação
- Indicadores de inovação
- Inovação e Sustentabilidade
- Inovação Organizacional
- Inovação Social

INOVAÇÃO: CULTURA E FERRAMENTAS

- O manual de Oslo
- Ferramentas de apoio à inovação
- Criação da cultura de inovação
- Redes de inovação
- Práticas de Estímulo à Inovação
- Cultura e Clima organizacional para a Inovação
- Fatores facilitadores e dificultadores da Inovação
- Inovação e a era da informação
- Meios de fomento à inovação

A EQUIPE DE INOVAÇÃO E O PROCESSO DE GERAÇÃO DE IDEIAS

- O líder e a equipe de inovação
- Métodos e técnicas de geração de ideias

AS FASES DO SISTEMA DE RECOMPENSAS

- Sistemas de recompensa por resultados alcançados
- Processo de inovação na empresa

INSTRUMENTOS DE APOIO À INOVAÇÃO
4. METODOLOGIA

Aulas expositivas sobre os conteúdos teóricos apresentados, bem como atividades práticas realizadas em sala de aula com metodologias ativas e significativas para fixação da aprendizagem.

5. REFERÊNCIAS
5.1 BÁSICAS

BARBARÁ, Saulo; FREITAS, Sydney. Design: gestão, métodos, projetos, processos. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.
 BESSANT, John. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.
 MOLINARI, Leonardo. Inovação e automação. São Paulo: Érica, 2010.



Valtair Pacheco dos Santos
 Secretário Acadêmico
 Faculdade Energia - FEAN

MOZOTA, Brigitte Borja de. CASSIA, Klöpsch. FILIPE, Campelo Xavier da Costa. Gestão do design – usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2010.

STRUNK, Gilberto. Viver de Design. Rio de Janeiro: 2AB Editora, 2001.

5.2 COMPLEMENTARES

BRANT, Leonardo. Mercado cultural: investimento social, formação e vendas de projetos, gestão e patrocínio, política cultural. São Paulo: Escrituras, 2002.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor - práticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

FERREIRA, Ademir Antônio. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração de empresas. São Paulo: Pioneira, 2002.

LAPOLLI, Édis Mafra (org.). Empreendedorismo e desenvolvimento sustentável: visão global e ação local. Florianópolis: Pandion, 2009.

MATTAR, Fauze Nagib. Gerência de produtos: como tornar seu produto um sucesso. Atlas, São Paulo, Brasil, 1999.

QUALMAN, Erik. Socialnomics. São Paulo: Saraiva, 2011.




Valtair Pacheco dos Santos
Secretário Acadêmico
Faculdade Energia - FEAN