

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: NÚCLEO CTL - BALNEÁRIO CAMBORIU	
Disciplina: METODOLOGIA DE PESQUISA	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2017 / 2
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 30 (36 horas-aula)	Créditos: 2
OBJETIVO GERAL	
Elaborar projeto de pesquisa e outros trabalhos acadêmico-científicos fundamentando-se em referencial teórico-metodológico e normas técnicas indispensáveis ao processo de produção e divulgação do conhecimento.	
EMENTA	
Ciência, pesquisa e metodologia. Trabalho acadêmico- científico: tipos e normas. Projetos de pesquisa e seus componentes. Pesquisa e Divulgação de Resultados.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Ciência, pesquisa e metodologia. 1. Tipos de conhecimento: empírico, científico, filosófico, teológico 2. A pesquisa e suas classificações: contribuições ao processo de produção 3. Metodologia científica	
UNIDADE 2 - Trabalho acadêmico- científico: tipos e normas. 1. Elaboração de trabalhos acadêmicos 2. Estrutura do trabalho acadêmico científico 3. Normalização - Normas da ABNT	
UNIDADE 3 - Projetos de pesquisa e seus componentes. 1. Planejamento da pesquisa 2. Elaboração e validação de instrumentos para coleta de dados 3. Ética na pesquisa	
UNIDADE 4 - Pesquisa e Divulgação de Resultados. 1. Pesquisa em Desenvolvimento: coleta, análise e discussão de dados 2. Redação de textos científicos 3. Formas e meios de divulgação	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊ FERRI, Cássia; HOSTINS, Regina Célia Linhares; LEAL, Elisabeth Juchem Machado. Pesquisa na universidade: elaboração de projetos e relatórios. Itajaí, SC: Ed. da Univali, 2004. 85 p. (Didática ; 4). ISBN 8586447749. ◊ GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008. xiv, 200 p. ISBN 9788522451425. ◊ LUNA, Sergio Vasconcelos de. Planejamento de pesquisa: uma introdução, elementos para uma análise metodológica. São Paulo, SP: EDUC, 1996. 108 p. (Trilhas). ISBN 8528301036 (broch.). ◊ SEVERINO, Antonio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. 23. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Editora CORTEZ, 2007. 304 p. ISBN 9788524913332.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊ GOLDENBERG, Mirian. A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

9. ed. São Paulo, SP: Record, 2005. 107 p. ISBN 8501049654.

◊MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007. 225 p. ISBN 9788522448784.

◊MEDEIROS, João Bosco. Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas . 12. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014. xii, 331 p. ISBN 9788522490264.

◊MINAYO, Maria Cecília de Souza. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 25. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. 108 p. (Coleção Temas sociais). ISBN 9788532611451.

◊PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. Metodologia da pesquisa: abordagem teorico-pratica. 6.ed. rev. e ampl. Campinas, SP: Papirus, 2000. 120p (Coleção magistério : formação e trabalho pedagógico) ISBN 8530806077 (broch.).

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: PROCESSO DE DESIGN	
Período: 2º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Gerenciar e executar o processo de design no planejamento de um projeto de design gráfico, aplicando métodos, técnicas e ferramentas de projeto, que permitam um desenvolvimento estruturado e sistemático.	
EMENTA	
Conceitos e definições. Processo de criação e desenvolvimento. Metodologia de projeto. Ferramentas de projeto.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Conceitos e definições 1. Conceitos de Design 2. O que é um método? 3. Tipos de metodologias de design	
UNIDADE 2 - Processo de criação e desenvolvimento 1. Processo de design aplicado no desenvolvimento do projeto - Fases Projetuais 2. Definição do problema e objetivos do projeto 3. Ferramentas de Criatividade	
UNIDADE 3 - Metodologia de projeto 1. Metodologia Projetual - Definições e Características 2. O projeto sistêmico e sua prática 3. Geração de Alternativas	
UNIDADE 4 - Ferramentas de projeto 1. Briefing 2. Ferramentas de análise de mercado - Benchmarking , público alvo, estilo de vida. 3. Mapa Mental e Mapa Conceitual 4. Análise Diacrônica 5. Análise de Similares 6. Brainstorm e Brainwriting 635	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. rev. São Paulo, SP: Blucher, 2000. 260 p. ISBN 9788521202655. ◉BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro, RJ: Campus, c2010. 249 p. ISBN 9788535238624. ◉FRASCARA, Jorge. Diseño gráfico y comunicación. 6. ed. Buenos Aires [Argentina]: Ediciones Infinito, 1998. 127 p. ISBN 9879637054. ◉MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2008. 378 p. (Coleção A). ISBN 9788533634375.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

- 0SANTOS, Flávio Anthero dos. O design como diferencial competitivo: o processo de design desenvolvido sob o enfoque da qualidade e da gestão estratégica. 2. ed. Itajaí, SC: Ed. da Univali, 2000. 125 p. ISBN 8586447420.
- 0AAKER, David A. Criando e administrando marcas de sucesso. 3. ed. São Paulo, SP: Futura, 2001. 398 p. ISBN 858608221X.
- 0Strunck. Viver de design. 3.ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2001. 148 p. (Oficina (2AB)). ISBN 8586695114.
- 0Strunck. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: [um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores] / Gilberto Luis Teixeira Strunck. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro, RJ: Rio Books, 2003. 160 p. ISBN 8588482010.
- 0PHILLIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design. São Paulo, SP: Blucher, c2008. 183 p. ISBN 9788521204381.
- 0MANZINI, Ezio. Design para inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro, RJ: E-papers, 2008. 103 p. + DVD (Cadernos do Grupo de Altos Estudos do PEP ; 1) ISBN 9788576501701.
- 0PAZMINO, Ana Veronica. Como se cria: 40 métodos para design de produtos . São Paulo, SP: Blucher, 2015. 279 p. ISBN 9788521207047.
- 45654BONSIEPE, Gui. Design como prática de projeto. São Paulo: Blucher, 2012.
- 41482MORAES, Dijon de. Metaprojeto: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: NÚCLEO CTL - BALNEÁRIO CAMBORIU	
Disciplina: SEMIÓTICA	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2017 / 2
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Acessar uma base de conhecimentos da semiótica para melhor compreensão e análise das diversas linguagens de comunicação e, demais paisagens que compõem o universo de (re)significações de imagens do cotidiano e da criação.	
EMENTA	
Fundamentos de semiótica e semiologia. Sistemas de significação e processos de comunicação. Signos e a linguagem semiótica na imagem. Análise imagética.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Fundamentos de semiótica e semiologia 1. Cultura Estética e Poética 2. Princípios da semiologia de Sausurre e da semiótica de Peirce	
UNIDADE 2 - Sistemas de significação e processos de comunicação. 1. Sistema sógnico 2. As categorias de Pearce nas diversas formas de comunicação, com ênfase nas linguagens artísticas como teatro, dança, cinema, música e artes visuais.	
UNIDADE 3 - Signos e a linguagem semiótica na imagem. 1. Ler o mundo como imagem 2. Semiótica Francesa e Cultural	
UNIDADE 4 - Análise imagética. 1. Análise semiótica da imagem. 2. As relações da lógica / discurso e poética	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◦ PEIRCE, Charles S. Semiótica. 4. ed. São Paulo, SP: Perspectiva, 2010. xii, 337 p. (Coleção estudos ; 46). ISBN 9788527301947.</p> <p>◦ PIGNATARI, Décio. Semiótica da arte e da arquitetura. 2. ed. São Paulo, SP: Cultrix, 1989. 144 p.</p> <p>◦ SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. 1. ed. São Paulo, SP: Brasiliense, c1983. 131 + [1] p. (Coleção Primeiros Passos ; 103). ISBN 851101103.</p>	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
<p>◦ COELHO NETTO, J. Teixeira. Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo. 6. ed. São Paulo, SP: Perspectiva, 2003. 217 p. (Coleção Debates). ISBN 8527301709.</p> <p>◦ ECO, Umberto. Tratado geral de semiotica. 4. ed. São Paulo, SP: Perspectiva, 2002. 282 p. (Estudos (Perspectiva) ; 73) ISBN 9788527301206.</p> <p>◦ MUKAROVSKY, Jan. Escritos sobre estética e semiotica da arte. Lisboa [Portugal]: Estampa, 1997. 350 p (Teoria da arte 5) ISBN 9723309262 (broch.).</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

- NÖTH, Winfried. A semiótica no século XX. 3. ed. São Paulo, SP: ANNABLUME, 2005. 265 p. (Coleção E ; n.5) ISBN 8585596600.
- SANTAELLA, Lúcia. Semiótica aplicada. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2012. 186 p. ISBN 9788522102761.
- BARTHES, Roland. Aula. 7.ed. São Paulo, SP: Cultrix, c1978. 89p ISBN 8531600294 (broch.).

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: DESIGN E MEIO AMBIENTE	
Período: 6º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Aplicar conhecimentos sobre a relação indivíduo-meio ambiente e as ações do design que interferem nessa relação e no coletivo em projetos de design.	
EMENTA	
Sociedade e meio ambiente. Sustentabilidade ambiental e social. Legislação ambiental. Materiais e Tecnologias sustentáveis. Design verde e eco design.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Sociedade e meio ambiente 1. Pegada ecológica 2. Motores sociais	
UNIDADE 2 - Sustentabilidade ambiental e social 1. Glossário e ética ambiental 2. Pilares da sustentabilidade	
UNIDADE 3 - Legislação ambiental 1. Limites da natureza e regulamentação 2. Desejos, necessidades e leis	
UNIDADE 4 - Materiais e Tecnologias sustentáveis 1. Tecnologias econômicas 2. Dimensionamento de recursos	
UNIDADE 5 - Design verde e eco design 1. Métodos focados em desenvolvimento consciente 2. Projeto em eco design	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◦ KAZAZIAN, Thierry. Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável. 2. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2009. 194 p. ISBN 9788573598032.</p> <p>◦ CARVALHO, Monica Almeida de. Artesanato sustentável: natureza, design & arte. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Senac Nacional, 2014. 140, [4] p. ISBN 9788574583532.</p> <p>◦ PELTIER, Fabrice; SAPORTA, Henri. Design sustentável: caminhos virtuosos. São Paulo, SP: SENAC, 2009. 111 p. ISBN 9788573598469.</p> <p>◦ AGENDA 21 brasileira, bases para discussão: comissão de políticas de desenvolvimento sustentável e da agenda 21 nacional. Brasília, DF: MMA/PNUD, 2000. 192 p. ISBN 8587166107.</p> <p>◦ BARBIERI, José Carlos. Desenvolvimento e meio ambiente: as estratégias de mudanças da agenda 21. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. 156 p. (Educação ambiental). ISBN 8532618197.</p> <p>◦ ENGENHARIA para o desenvolvimento: inovação, sustentabilidade e responsabilidade social como novos paradigmas. Brasília, DF: CNI, SENAI, 2010. 212 p. ISBN 9788575193990.</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

ºDIAS, Genebaldo Freire. Pegada ecológica e sustentabilidade humana: as dimensões humanas das alterações ambientais globais, um estudo de caso brasileiro (como o metabolismo ecossistêmico urbano contribui para as alterações ambientais globais). São Paulo, SP: Gaia, 2002. 257 p. ISBN 8585351977.

ºSANTOS, Theotonio dos. Economia mundial, integração regional e desenvolvimento sustentável: as novas tendências da economia mundial e a integração latino-americana. 3.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. 144 p. ISBN 8532609791.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

ºPOR, Francis Dov; Por. M. Scintila do A. P. (Maria Scintila de Al; Universidade de São Paulo. Glossario de ecologia. São Paulo, SP: Instituto de Biociencias da USP, 1995. 43p ISBN 8585658053 (broch.).

ºBURSZTYN, Marcel; PROCÓPIO FILHO, Argemiro. Ciência, ética e sustentabilidade: desafios ao novo século. São Paulo, SP: Editora CORTEZ, 2001. 192 p. ISBN 8524907835.

ºJONER, Gilmar Luis. O princípio da responsabilidade como fundamento filosófico da ética ambiental para a sustentabilidade : contribuições de Hans Jonas. 2010. Dissertação (mestrado em Educação) - Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2010 Disponível em:
[http://Siaibib01.univali.br/pdf/Gilmar Luis Joner.pdf](http://Siaibib01.univali.br/pdf/Gilmar_Luis_Joner.pdf). Acesso em: 2 fev. 2011. (e-book)

ºBORBA, Mônica Pilz. Pegada ecológica: que marcas queremos deixar no planeta? Brasília, DF: WWF- Brasil, 2007. 37 f. ISBN 9788586440205.

ºCOLOMBARI, Carlos. Motivação: ação: desejo ou necessidade? 12. ed. Maringa,: Sthampa [200-]. 80 p.

ºBRANCO, Joaquim Olinto; MARENZI, Adriano Weidner Cacciatori (Org.). Bases ecológicas para um desenvolvimento sustentável. Itajaí, SC: Ed. da Univali, 2006. 292 p. ISBN 8576960087.

ºHOGAN, Daniel Joseph. Dilemas socioambientais e desenvolvimento sustentável. 2. ed. Campinas, SP: Ed. da Unicamp, 1995. 234 p. ISBN 8526802240.

ºMONTIBELLER-FILHO, Gilberto. O mito do desenvolvimento sustentável: meio ambiente e custos sociais no moderno sistema produtor de mercadorias. 2. ed. rev. Florianópolis, SC: Ed. da UFSC, 2004. 306 p. ISBN 8532802125.

ºSCOTTO, Gabriela; CARVALHO, Isabel Cristina de Moura; GUIMARÃES, Leandro Belinaso. Desenvolvimento sustentável. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011. 107 p. ((Conceitos fundamentais)) ISBN 9788532634702.

ºSILVA, Geraldo Eulalio do Nascimento e. Direito ambiental internacional: [meio ambiente, desenvolvimento sustentável e os desafios da nova ordem mundial]. 2. ed., rev. e atual. Rio de Janeiro, RJ: Thex Editora, 2002. xxvi, 357 p. ISBN 8585575867.

ºUNESCO. Tecnologias para o desenvolvimento sustentável: edição 2011 do prêmio Mercosul de ciência e tecnologia. Brasília, DF: UNESCO, 2011. 248 p. ISBN 9788576521549.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: PORTFÓLIO EM DESIGN GRÁFICO	
Período: 6º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 0 (0 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 30 (36 horas-aula)	Créditos: 2
OBJETIVO GERAL	
Analisar o portfólio como ferramenta para apresentação de sua capacidade produtiva e experiência, aplicando técnicas básicas para elaboração e análise de conceitos teóricos e práticos.	
EMENTA	
Concepção. Estrutura e forma. Seleção de Conteúdos. Sistemática de elaboração e divulgação. Gerenciamento.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Concepção 1. Apresentação da Disciplina 2. Conceito de Portfólio	
UNIDADE 2 - Estrutura e forma 1. Ferramentas para elaboração do Portfólio 2. Estrutura do conteúdo	
UNIDADE 3 - Seleção de Conteúdos 1. Critérios para seleção de conteúdo 2. Organização do Conteúdo	
UNIDADE 4 - Sistemática de elaboração e divulgação 1. Desenvolvimento do Portfólio - Conteúdo 2. Arquitetura da Informação 3. Desenvolvimento do Portfólio - Leiaute 4. Compartilhamento do Portfólio Online 5. Fechamento do conteúdo	
UNIDADE 5 - Gerenciamento 1. Gerenciamento do portfólio online 2. Personalização	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◉CLAZIE, Ian. Portfólio digital de design: um guia prático para apresentar seus trabalhos online . São Paulo, SP: Blucher, 2011. 192 p. ISBN 9788521206002.</p> <p>◉GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 9. ed. São Paulo, SP: Escrituras, 2009. 133 p. ISBN 9788586303577.</p> <p>◉BEAIRD, Jason. Princípios do web design maravilhoso. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2012. xiii, 197 p. ISBN 9788576086451.</p>	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◉BUZAN, Tony. Mapas mentais: métodos criativos para estimular o raciocínio e usar ao máximo o potencial do seu cérebro. Rio de Janeiro, RJ: Sextante, 2009. 95 p. ISBN 9788575424933.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

◊ AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Layout: s.m. arranjo de partes etc. de acordo com um plano. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012. [215] p. (Design básico ; 2). ISBN 9788577809806.

◊ SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2007. 207 p. ISBN 9788575036297.

◊ VIEIRA, Anderson da Silva. CorelDRAW X4: guia pra lá de prático e visual. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, c2009. 280 p. ((Guia prático e visual)). ISBN 9788576082972.

◊ HOPPE, Altair. Adobe photoshop: para fotógrafos, designers e operadores digitais [volume 1]. 5. ed. Balneário Camboriú, SC: Photos, c2007. 257 p. ISBN 8598420018.

◊ ADOBE CREATIVE TEAM. Adobe® Illustrator® CS5: classroom in a book® : guia de treinamento oficial. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 475 p. + 1 CD-ROM ISBN 9788577809097.

44072 TAYLOR, Fig. Como criar um portfólio e entrar no mundo profissional. [S.l.]: Gustavo Gili, 2013.

44723 DEL VECHIO, Gustavo. Design gráfico com Adobe Illustrator: um guia para profissionais e estudantes de artes e design. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. (e-book)

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: COMPUTAÇÃO GRÁFICA	
Período: 2º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 0 (0 horas-aula) CH Prática: 60 (72 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Desenvolver ilustrações e figuras digitais por meio da seleção, análise, manipulação e tratamento de imagens com o auxílio de programas específicos de computação gráfica.	
EMENTA	
Editoração eletrônica. Projeto gráfico.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Editoração eletrônica 1. Apresentação da disciplina. Conteúdo programático. 2. Exploração do software 3. Ferramentas de editoração. 11. Manipulações e edições de forma. 12. Desenho digital (Vetorização)	
UNIDADE 2 - Projeto gráfico 1. Conceituação da proposta de projeto gráfico. Recomendações gerais. 2. Seleção e avaliação de estratégias para execução do projeto gráfico. 3. Execução dos componentes do projeto gráfico. 4. Diagramação 5. Considerações finais. Entrega de trabalhos. Fechamento das notas.	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉CAMARENA, Elá. Desenho de moda no coreldraw X5®. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2011. 276 p. ISBN 9788539600182. ◉VIEIRA, Anderson da Silva. CorelDRAW X4: guia pra lá de prático e visual. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, c2009. 280 p. ((Guia prático e visual)). ISBN 9788576082972. ◉ADOBE CREATIVE TEAM. Adobe® Illustrator® CS5: classroom in a book® : guia de treinamento oficial. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 475 p. + 1 CD-ROM ISBN 9788577809097. ◉CONCI, Aura; AZEVEDO, Eduardo. Computação gráfica: geração de imagens. Rio de Janeiro, RJ: Campus: Elsevier, 2003. xv, 353, [8] p. ISBN 8535212523.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◉AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Layout: s.m. arranjo de partes etc. de acordo com um plano. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012. [215] p. (Design básico ; 2). ISBN 9788577809806. ◉COLLARO, Antonio Celso. Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação. 2. ed. São Paulo, SP: Summus, 2000. 181 p. (Novas buscas em comunicação). ISBN 8532302777. ◉SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2007.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

207 p. ISBN 9788575036297.

◊ GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 9. ed. São Paulo, SP: Escrituras, 2009. 133 p. ISBN 9788586303577.

◊ VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. 3. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2010. 191 p. (Série oficina) ISBN 978-85-86695-37-7.

44723 DEL VECHIO, Gustavo. Design gráfico com Adobe Illustrator: um guia para profissionais e estudantes de artes e design. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. (e-book)

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: GESTÃO DE DESIGN	
Período: 6º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 0 (0 horas-aula) CH Prática: 60 (72 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Compreender a Gestão do processo de Design como elemento estratégico nas ações de planejamento, qualidade, eficácia aplicadas no mercado de consumo e produção. Interpretar as estratégias de ações envolvidas na gestão do design e suas ferramentas gerencias e aplicá-las em projeto.	
EMENTA	
Gestão do processo de design. Relação entre Design e Qualidade. Ferramentas gerenciais. Estratégias de Design.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Gestão do processo de design 1. Conceitos de Gestão de Design 2. Gestão de carreira 3. Cases de escritórios e agências de Design 4. Cases de empresas que investem em Design	
UNIDADE 2 - Relação entre Design e Qualidade 1. Design e qualidade. 2. Design e Marketing. 3. Design e inovação	
UNIDADE 3 - Ferramentas gerenciais 1. Ferramentas e técnicas de gestão. 2. Gestão de projetos.	
UNIDADE 4 - Estratégias de Design 1. Gestão operacional do Design. 2. Gestão funcional do Design. 3. Gestão estratégica do Design.	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉SANTOS, Flávio Anthero dos. O design como diferencial competitivo: o processo de design desenvolvido sob o enfoque da qualidade e da gestão estratégica. 2. ed. Itajaí, SC: Ed. da Univali, 2000. 125 p. ISBN 8586447420. ◉PHILLIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design. São Paulo, SP: Blucher, c2008. 183 p. ISBN 9788521204381. ◉BORJA DE MOZOTA, Brigitte; KLÖPSCH, Cássia; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa . Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. xii, 343 p. ISBN 9788577807826.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◉BEST, Kathryn. Fundamentos de gestão de design. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012. 208 p. ISBN 9788540701465.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

- º ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS. O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. 5. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2010. 224 p. ISBN 9788573599466.
- º WHEELER, Alina. Design de identidade da marca: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas . 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012. 320 p. ISBN 9788577808120.
- º OSTERWALDER, Alexander. Value proposition design: como construir porpostas de valor inovadoras. São Paulo, SP: HSM DO BRASIL, 2014. 289, [3] p. (Strategyzer) ISBN 9788567389257.
- º Strunck. Viver de design. 3.ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2001. 148 p. (Oficina (2AB)). ISBN 8586695114.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: DESIGN PARA PDV	
Período: 5º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Conhecer, compreender e aplicar técnicas de merchandising visual no Ponto de Venda.	
EMENTA	
Materiais para Ponto de Venda. Pesquisa, gestão e desenvolvimento de projetos para Ponto de Venda. Espaço de venda. dução, fundamentação e recomendações da ergonomia e suas especificidades (física, cognitiva, informacional e de interfaces).	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Materiais para Ponto de Venda 1. Fundamentos do Merchandising Visual no PDV 2. Materiais, formas, composição, funções e aplicações 3. Construção formal de peças 4. Persuasão Aristotélica na construção de mensagens	
UNIDADE 2 - Pesquisa, gestão e desenvolvimento de projetos para Ponto de Venda 1. Mix de marketing 2. Pesquisa e observação no PDV 3. Metodologia do desenvolvimento de materiais para PDV	
UNIDADE 3 - Espaço de venda 1. Layout de loja: Posicionamento de produtos e segmentação estratégica de mercado 2. Comportamento do consumidor	
UNIDADE 4 - dução, fundamentação e recomendações da ergonomia e suas especificidades (física, cognitiva, informacional e de interfaces). 1. observação	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊BLESSA, Regina. Merchandising no ponto-de-venda. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2006.. xvi, 195 p. ISBN 8522444102. ◊MAIER, Huguette; DEMETRESCO, Sylvia. Vitruas entre_vistas: merchandising visual. São Paulo, SP: SENAC, 2004. 264 p. ISBN 8573593911. ◊CZINKOTA, Michael R.; DICKSON, Peter R. Marketing: as melhores práticas. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001. 559 p. ISBN 8573077794. ◊SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do consumidor. 6.ed. Rio de Janeiro, RJ: Livros Técnicos e Científicos, c2000. xiv, 475 p. ISBN 8521612206. ◊MESTRINER, Fabio. Design de embalagem: curso avançado. 2. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Prentice Hall, 2007. xi, 178 p. ISBN 8576050234. ◊PREDEBON, José; ZOGBI, Edson. Inovação no varejo: o que faz o lojista criativo. São Paulo, SP: Atlas, 2005 xii, 139 p. ISBN 8522440484.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

ºEBSTER, Claus; GARAUS, Marion; MALHOTRA, Naresh K. Design de loja e merchandising visual: criando um ambiente que convida a comprar. 1. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2013. 219 p. ISBN 9788502210387.

ºStrunck. Compras por impulso! trade marketing, merchandising, e o poder da comunicação e do design no varejo . Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2011. 223 p. ISBN 9788586695575.

ºZENONE, Luiz Claudio; BUAIRIDE, Ana Maria Ramos. Marketing da promoção e merchandising: conceitos e estratégias para ações bem-sucedidas . São Paulo, SP: Thomson, c2005. viii, 179 p. ISBN 8522104638.

ºBARROS, Lilian Ried Miller. A cor no processo criativo: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe. 4. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2011. 336 p. ISBN 9788573598773.

ºBEUTTEN-MULLER, Alberto. Aldir: geometria da cor. São Paulo, SP: Arte Aplicada, 19. 93p ISBN Enc..

ºFRASER, Tom; BANKS, Adam. O essencial da cor no design. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, c2012. 256 p. ISBN 9788539601530.

ºGUIMARÃES, Luciano. A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. 3. ed. São Paulo, SP: ANNABLUME, 2004. 147 p. ISBN 857419168X.

44965 DEMETRESCO, Sylvia. Tipologia e estética do visual merchandising. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

44331 MORGAN, Tony. Visual merchandising: vitrines e interiores comerciais. São Paulo: Gustavo Gili, 2011.

37206 BAMBINI, Laura. O comportamento na loja. HSM Management, n. 54, jan./fev. 2006.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: MARKETING DIGITAL	
Período: 6º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 15 (18 horas-aula) CH Total: 30 (36 horas-aula)	Créditos: 2
OBJETIVO GERAL	
Promover o conhecimento dos pilares do Marketing digital e sua aplicabilidade no mercado.	
EMENTA	
Planejamento digital. Estratégias e ações no espaço virtual. Criação e produção digital. E-Commerce.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Planejamento digital 1. Pilares do Planejamento Digital 2. O Processo de Planejamento digital	
UNIDADE 2 - Estratégias e ações no espaço virtual 1. Ferramentas de Marketing digital 2. Marketing em Redes Sociais	
UNIDADE 3 - Criação e produção digital 1. Marketing de Conteúdo 2. Ferramentas criação digital 3. Mensuração de Resultados	
UNIDADE 4 - E-Commerce 1. Modelos de E-Commerce 2. Plataformas de E-commerce	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◦MORAIS, Luis Felipe Magalhães de. Planejamento estratégico digital. São Paulo, SP: Saraiva, 2015. xv, 329 p. ISBN 9788502616738.</p> <p>◦VAZ, Conrado Adolpho. Os 8 Ps do marketing digital: o guia estratégico de marketing digital. 1. ed. São Paulo, SP: Novatec, c2011. 904 p. ISBN 9788575222751.</p> <p>◦TURCHI, Sandra R. Estratégias de marketing digital e e-commerce. São Paulo, SP: Atlas, 2012. x, 208 p. ISBN 9788522469352.</p> <p>◦KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, c2010. 215 p. ISBN 9788535238693.</p> <p>◦GABRIEL, Martha. Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo, SP: Novatec, 2010. 424 p. ISBN 9788575222577.</p> <p>◦MARTINO, Luís Mauro Sá. Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, c2014. 291 p. ISBN 9788532647405.</p>	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

- º JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo, SP: Aleph, 2014. 403 p. ISBN 9788576571629.
- º FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre, RS: Sulina, 2011. 239 p. (Coleção Cibercultura). ISBN 9788520505946.
- º HOOLEY, Graham J.; PIERCY, Nigel; NICOLAUD, Brigitte. Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. 4. ed. São Paulo, SP: Pearson Education do Brasil, c2011. xvi, 439 p. ISBN 9788576058090.
- º JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo, SP: Aleph, 2009. 428 p. ISBN 9788576570844.
- º REVISTA W: e-commerce, design e marketing digital. São Paulo, SP: Europa, 2015-. Mensal. ISSN 1518-1561.
- º TORRES, Cláudio. A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo, SP: Novatec, c2009. 399 p. ISBN 9788575222027.
- 44377 PARISER, Eli. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2012.
- 42354 TORRES, Cláudio. A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2012.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: PLÁSTICA E MÉTODOS VISUAIS	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Desenvolver a percepção e aplicar os conhecimentos de estética visual no uso das cores e leis da Gestalt, em composições bidimensionais e tridimensionais para elaboração de trabalhos acadêmicos e posteriormente em atividades profissionais.	
EMENTA	
Linguagem visual. Teoria da cor. Aspectos da composição e as leis da Gestalt na imagem. Criação visual.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Linguagem visual. 1. Elementos de desenho (formato, tamanho, cor e textura) 2. Percepção de linhas (direção, posição, significado)	
UNIDADE 2 - Teoria da cor. 1. Círculo das cores e harmonias cromáticas	
UNIDADE 3 - Aspectos da composição e as leis da Gestalt na imagem. 1. Composição dos espaços 2. Uso da Gestalt nos espaços	
UNIDADE 4 - Criação visual. 1. Fundamentação teórica e processo criativo 2. Produção criativa	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2010. 352 p. ISBN 9788578272586. GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 9. ed. São Paulo, SP: Escrituras, 2009. 133 p. ISBN 9788586303577. FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; Dorinho (Iustrador). Psicodinâmica das cores em comunicação. 6. ed. São Paulo, SP: Blucher, 2011. xiv, 173p. ISBN 9788521205463. PROENÇA, Graça. História da arte. 16. ed. São Paulo, SP: Ática, 2002. 279 p. ISBN 8508032447. GOMBRICH, E. H. A história da arte. 16. ed. Rio de Janeiro, RJ: Livros Técnicos e Científicos, c1999. 688 p. ISBN 8521611854.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
KANDINSKY, Wassily. Do espiritual na arte e na pintura em particular. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1996. 284 p. (Coleção A). ISBN 8533605293. HALL, Sean. Isto significa isso, isso significa aquilo: guia de semiótica para iniciantes . 1. ed. São Paulo, SP: Rosari, 2008. 176 p. ISBN 9788588343719. PEDROSA, Israel. Da cor a cor inexistente. 7.ed. Rio de Janeiro, RJ: L. Christiano, 1999. 219	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

p ISBN (Broch.).

º PEDROSA, Israel. O universo da cor. Rio de Janeiro, RJ: SENAC Nacional, 2003. 153 p. ISBN 8574581267.

º POORE, Jonathan. Interior color by design: a design tool for architects, interior designers and homeowners. Massachusetts [Estados Unidos]: Rockport, 1994. 159p ISBN 1-56496-037-4, (broch.).

º RAGAN, Sandra L. Interior color by design : a design tool for architects, interior designers, and facility managers. Massachusetts [Estados Unidos]: Rockport, 1995. 159p ISBN 1-56496-119-2, (broch.).

º PEREZ, Clotilde. Signos da marca: expressividade e sensorialidade. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2017. xv, 184p. ISBN 9788522125449.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: IDENTIDADE VISUAL CORPORATIVA	
Período: 3º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Utilizar método de projeto para desenvolver projetos de identidade visual corporativa.	
EMENTA	
Criação, desenvolvimento e gestão de identidade visual da marca. Processos gráficos de reprodução e formas de aplicação. Manual de identidade visual.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Criação, desenvolvimento e gestão de identidade visual da marca 1. Métodos de projeto 2. Estratégia de marca 3. Elementos de construção de marca 4. Vinculações de fetichismo, totemismo e idolatria.	
UNIDADE 2 - Processos gráficos de reprodução e formas de aplicação 1. Processos de reprodução gráfica 2. Tecnologias sustentáveis na indústria gráfica 3. Acabamentos gráficos	
UNIDADE 3 - Manual de identidade visual 1. Tipos de manual e funções 2. Conteúdo e composição de manual 3. Publicação de manual	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉WHEELER, Alina. Design de identidade da marca: um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. Porto Alegre, RS: Bookman, 2008. 288 p. ISBN 9788577802326. ◉AAKER, David A. Criando e administrando marcas de sucesso. 3. ed. São Paulo, SP: Futura, 2001. 398 p. ISBN 858608221X. ◉AAKER, David A. Marcas Brand Equity: gerenciando o valor da marca. São Paulo, SP: Negócio, 1998. 309 p. ◉FRASCARA, Jorge. Diseño gráfico y comunicación. 6. ed. Buenos Aires [Argentina]: Ediciones Infinito, 1998. 127 p. ISBN 9879637054. ◉MARTINS, José. A natureza emocional da marca: como encontrar a imagem que fortalece sua marca. São Paulo, SP: Negócio, 1999. 207 p. ISBN 8586014338. ◉KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo, SP: Pearson Education do Brasil, c2012, 2013. 765 p. ISBN 9788581430003.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◉AAKER, David A. Administração estratégica de mercado. 7. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

352 p. ISBN 9788560031184.

0 KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary; YAMAGAMI, Cristina; SANTOS, Dilson Gabriel dos. Princípios de marketing. 12. ed. São Paulo, SP: Pearson Education do Brasil, c2008. xxii, 600 p. ISBN 9788576051237.

0 KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, c2010. 215 p. ISBN 9788535238693.

0 KAPFERER, Jean-Noël. As marcas: capital da empresa: criar e desenvolver marcas fortes. 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2004. 459 p. ISBN 8536302542.

0 KAPFERER, Jean-Noël. Marcas a prova de prática: aprendendo com os erros. 2.ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2004. 171 p ISBN 8536303689 (broch.).

0 FASCIONI, Lígia. DNA empresarial: identidade corporativa como referência estratégica . São Paulo, SP: Integrare Editora, c2010. 168 p. ISBN 9788599362600.

0 BAER, Lorenzo. Produção gráfica. 6. ed. São Paulo, SP: SENAC, 2012. 280, [8] p. ISBN 857359005X.

0 COLLARO, Antonio Celso. Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, c2012. xviii, 200 p. ISBN 9788564574236.

45036 AAKER, David A. Estratégia de portfólio de marcas: criando: relevância, diferenciação, força, alavancagem, clareza. Porto Alegre: Bookmann, 2007.

36306 PEÓN, Maria Luísa. Sistemas de identidade visual. Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2001.

41295 KOTLER, Philip,; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

45052 FASCIONI, Lígia. DNA empresarial: identidade corporativa como referência estratégica. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: NÚCLEO CTL - BALNEÁRIO CAMBORIU	
Disciplina: PROCESSO CRIATIVO	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 30 (36 horas-aula)	Créditos: 2
OBJETIVO GERAL	
Analisar os processos criativos e de inovação, como diferencial competitivo. Empregar os conceitos, as técnicas e estratégias de desenvolvimento da criatividade, na geração de soluções para problemas propostos.	
EMENTA	
Conceitos de Criatividade. Processos mentais superiores envolvidos na criação. Técnicas de desenvolvimento da criatividade.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Conceitos de Criatividade. 1. Etapas da criatividade 2. Técnicas criativas	
UNIDADE 2 - Processos mentais superiores envolvidos na criação. 2. Percepção mental: dom, habilidades	
UNIDADE 3 - Técnicas de desenvolvimento da criatividade. 1. Criatividade individual e criatividade grupal 2. Técnicas para ser mais criativo	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. rev. São Paulo, SP: Blucher, 2000. 260 p. ISBN 9788521202655. ◉ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. O processo da criatividade. São Paulo, SP: Makron, 2000. 123 p. ISBN 8534611483. ◉DE MASI, Domênico. Criatividade e grupos criativos. Rio de Janeiro, RJ: Sextante, c2002. 795 p. ISBN 8575420925. ◉OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação. 27. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012. 186 p. ISBN 9788532605535. ◉PREDEBON, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. 7. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010. xviii, 238 p. ISBN 9788522458516.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◉OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. 187 p. ISBN 8532605532. ◉KING, Bob; SCHLICKSUPP, Helmut. Criatividade: uma vantagem competitiva. Rio de Janeiro, RJ: Qualitymark, 1998. 329 p. ISBN 8573031956. ◉AYAN, Jordan E. Aha: 10 maneiras de libertar seu espírito criativo e encontrar grandes idéias. 4. ed. São Paulo, SP: Negócio, 2001. 285 p. ISBN 8586014168.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. O corpo fala: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal. 65. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 288 p. ISBN 9788532602084.

WECHSLER, Solange Múglia. Criatividade: descobrindo e encorajando, contribuições teóricas e práticas para as mais diversas áreas. 3. ed. Campinas, SP: Livro Pleno, 2002. 447 p. ISBN 8587622404.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: DESIGN DE INTERFACE	
Período: 6º	
Ano/Sem.: 2018/ 2	
CH Teórica: 30 (36 horas-aula)	
CH Prática: 30 (36 horas-aula)	
CH Total: 60 (72 horas-aula)	
Créditos: 4	
OBJETIVO GERAL	
Promover estudos teóricos e práticos no desenvolvimento de interfaces digitais desde a concepção projetual até a definição das guias de estilos.	
EMENTA	
Softwares aplicados. Arquitetura da Informação. Pesquisa, gestão e desenvolvimento de projetos digitais. Projeto Gráfico para Interfaces.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Softwares aplicados 1. Apresentação do plano de ensino / conteúdo programático e formas de avaliação 2. História do Design de interfaces e considerações básicas de UI 3. Construção e análises de fluxos de navegação	
UNIDADE 2 - Arquitetura da Informação 1. Hierarquia e organização da informação 2. Hierarquia e organização da informação 3. Levantamento de requisitos do projeto e Mind map	
UNIDADE 3 - Pesquisa, gestão e desenvolvimento de projetos digitais 1. Material design e microinterações 2. Projeto - Arquitetura de informação e wireframe 5. Guias de estilo e especificação projetual	
UNIDADE 4 - Projeto Gráfico para Interfaces 1. Ferramentas de prototipagem 2. Aplicação das heurísticas e ajustes 3. Defesa de projeto de interface	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉PRESSMAN, Roger S. Engenharia de software. 6. ed. São Paulo, SP: McGraw-Hill Interamericana do Brasil, c2006. xxxi, 720 p. ISBN 0072853182 (edição original). ◉ROSENFELD, Louis; MORVILLE, Peter. Information architecture: for the world wide web. 2. ed. Sebastopol (California): O Reilly, 2002. xxi, 461 p. ISBN 1565922824. ◉BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro, RJ: Campus, c2010. 249 p. ISBN 9788535238624. ◉NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa; FURMANKIEWICZ, Edson. Usabilidade na Web: projetando websites com qualidade. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, Campus, 2007. xxiv, 406 p. ISBN 9788535221909. ◉NORMAN, Donald A.,; DRAPER, Stephen W. User centered system design: new perspectives on human-computer interaction. Hillsdale [Estados Unidos]: Lawrence Erlbaum Associates, 1986. xiii, 526p. ISBN 0898598729.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

- SAFFER, Dan. Designing for interaction: creating smart applications and clever devices. Berkeley [Estados Unidos]: New riders, c2007. xv, 231 p. (Voices that matter) ISBN 0321432061.
- HENNESSY, John L.; PATTERSON, David A. Computer organization and design: the hardware/software interface. 2. ed. San Francisco [Estados Unidos]: Morgan Kaufmann Publishers, c1998. 759 p. ISBN 1558604286.
- KRUG, Steve. Don't make me think! a common sense approach to Web usability. 2nd ed. Berkeley [Estados Unidos]: New riders, c2006. xiii, 201 p. ISBN 0321344758.
- NIELSEN, Jakob. Projetando websites. Rio de Janeiro, RJ: Campus: Elsevier, 2000. xiii, 416 p. ISBN 8535206566.
- LIDWELL, William; HOLDEN, Kritina; BUTLER, Jill. Princípios universais do design: 125 maneiras de aprimorar a usabilidade, influenciar a percepção, aumentar o apelo e ensinar por meio do design. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010. 272 p. ISBN 9788577807383.
- NORMAN, Donald A. O design do futuro. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, [2010]. 191 p. ISBN 9788532525482.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: ERGONOMIA	
Período: 5º	Ano/Sem.: 2018/ 1
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 15 (18 horas-aula) CH Total: 30 (36 horas-aula)	Créditos: 2
OBJETIVO GERAL	
Analisar os fundamentos da ergonomia reconhecendo as metodologias de análise ergonômica, os aspectos antropométricos e biomecânicos envolvidos nos estudos ergonômicos, além dos estudos ergonômicos e aplicações com os conceitos, fundamentações e técnicas ergonômicas para a futura intervenção em projetos de design, acessibilidade e de desenho universal.	
EMENTA	
Ergonomia como ciência. Antropometria e Biomecânica. Metodologia de análise ergonômica. Fundamentos de acessibilidade e Desenho Universal.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Ergonomia como ciência 1. Ciência aplicada em Ergonomia 2. Ergonomia como Tecnologia.	
UNIDADE 2 - Antropometria e Biomecânica 1. Tabelas Antropométricas. 2. Tabelas da Biomecânica.	
UNIDADE 3 - Metodologia de análise ergonômica 1. Intervenção ergonômica. 2. Metodologias para estudos ergonômicos.	
UNIDADE 4 - Fundamentos de acessibilidade e Desenho Universal 1. Desenho Universal em projetos de Design 2. Acessibilidade em projetos de Design	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
• DUL, Jan; WEERDMEESTER, Bernard.; IIDA, Itiro. Ergonomia prática. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo, SP: Blucher, 2004. xi, 137 p. ISBN 9788521203490. • IIDA, Itiro. Ergonomia: projeto e produção. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo, SP: Blucher, 2005. xvi, 614 p. ISBN 8521203543. • KROEMER, K. H. E.; GRANDJEAN, E. (Etienne). Manual de ergonomia: adaptando o trabalho ao homem. 5. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005. 327 p. ISBN 8536304375.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
• RIO, Rodrigo Pires do.; PIRES, Licínia. Ergonomia: fundamentos da pratica ergonômica. 3. ed. São Paulo, SP: LTr, 2001. 225 p. ISBN 8536100869. • COUTO, Hudson de Araujo. Ergonomia do corpo e do cérebro no trabalho: os princípios e a aplicação prática : guia do profissional da ergonomia . Belo Horizonte, MG: Ergo, 2014. 535 p. ISBN 9788599759127. • CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. Ergonomia e usabilidade: conhecimentos,	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

métodos e aplicações. 3. ed. atual e ampl. São Paulo, SP: Novatec, 2015. 488 p. ISBN 9788575224595.

◊ GOMES FILHO, João. Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica. São Paulo, SP: Escrituras, 2003. 255 p. ISBN 8575310712.

◊ FIALHO, Francisco Antonio Pereira; SANTOS, Neri dos; BRAVIANO, Gilson. Métodos e técnicas em ergonomia. Florianópolis, SC: Dos autores, 2005. 301 p. ISBN 8590629112.

◊ MORAES, Anamaria de; MONT'ALVÃO, Cláudia. Ergonomia: conceitos e aplicações. 4. ed. rev., atual. e ampl. Teresópolis, RJ: 2AB, 2010. 223 p. (Série Oficina). ISBN 9788586695490.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: COMPUTAÇÃO GRÁFICA	
Período: 4º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 0 (0 horas-aula) CH Prática: 60 (72 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Aplicar e dominar as técnicas e ferramentas de pós-produção construindo uma visão mais crítica, ética e estética elaborada, nos resultados obtidos, em diferentes intervenções da imagem digital.	
EMENTA	
Tratamento e manipulação de imagem. Imagem digital. Editoração eletrônica. Projeto gráfico.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Tratamento e manipulação de imagem 1. Tratamento - Método Analógico - correção por número. 2. Histograma 3. Temperatura de Cor 4. Manipulação anatômicas 5. Conversão perfeita para preto e branco 6. Fusão - Interação das imagens pelo FX	
UNIDADE 2 - Imagem digital 1. Síntese Aditiva e Substrativa 2. Espaços de Cor 3. Espectro de Luz 4. Adicionando Profundidade	
UNIDADE 3 - Editoração eletrônica 5. Eliminação de Ruídos digitais - Ferramenta de gerenciamento de banco de Histórico 6. Ferramentas para áreas específicas / pele 7. Recorte Nível I 8. Maquiagem	
UNIDADE 4 - Projeto gráfico. 4. Recorte Nível II 6. Blend Modes - Modos de Mesclagem - Fusão 7. Colorização e restauração digital	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊KEESE, Alexandre. Adobe photoshop: tratamento & edição profissional de imagens. 2. ed. Itu, SP: Editora Desktop, c2008. vii, 230 p. ISBN 9788561452001. ◊VILLEGAS, Alex. O controle da cor: gerenciamento de cores para fotógrafos. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2009. 206, [1]p. ISBN 9788562626005. ◊HOPPE, Altair. Adobe photoshop: para fotógrafos, designers e operadores digitais [volume 1]. 7. ed. Balneário Camboriú, SC: Photos, c2010. 257 p. ISBN 9788563565013.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊BARROSO, Clício. Adobe® photoshop®: lightroom 4 : o guia completo para fotógrafos digitais. 2.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

ed. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2013. 557 p. ISBN 9788562626388.

ºCOLLANDRE, Patrick. Fotomontagens criativas com Photoshop. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007. 91 p. ISBN 8560031154.

ºFIDALGO, João Carlos de Carvalho. Adobe Photoshop CS6: imagens profissionais e técnicas para finalização e impressão. 1. ed. São Paulo, SP: Livros Érica, 2012. 256 p. ISBN 9788536504230.

ºEVENING, Martin. Adobe Photoshop CS5 for photographers: a professional image editor's guide to the creative use of Photoshop for the Macintosh and PC. Burlington, MA [EUA]: Focal Press, c2010. xxii, 746 p. ISBN 9780240522005.

ºKELBY, Scott. Técnicas profissionais de retoques de fotografias para fotógrafos que utilizam Photoshop. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2012. xxiii, [352] p. ISBN 9788576086758.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 0 (0 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 30 (36 horas-aula)	Créditos: 2
OBJETIVO GERAL	
Desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes que potencializem a capacidade de criatividade e inovação, fortalecendo o poder do pensamento criativo e as ações criativas para solução de problemas.	
EMENTA	
Laboratório de geração, intercâmbio e gerenciamento de idéias. Vivência de princípios e práticas de inovação. Ferramentas de criação de novos produtos processos, serviços.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Laboratório de geração, intercâmbio e gerenciamento de idéias. 1. Princípio de desenvolvimento de novos produtos 2. Princípios da criatividade	
UNIDADE 2 - Vivência de princípios e práticas de inovação. 1. Vivências e contextos criativos 2. Práticas projetuais inovadoras	
UNIDADE 3 - Ferramentas de criação de novos produtos processos, serviços 1. Ferramentas para selecionar idéias 2. Geração de Conceitos	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2. ed. rev. São Paulo, SP: Blucher, 2000. 260 p. ISBN 9788521202655. ◉GOMES, Luiz Vidal Negreiros. Criatividade e design: um livro de desenho industrial para projeto de produto. Porto Alegre, RS: sCHDs, 2011. xvi, 220 p. ISBN 9788588961302. ◉AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos de design criativo. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012. 184 p. ISBN 9788540701274.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◉SUTTON, Robert I. Idéias malucas que funcionam: 11 1/2 idéias para promover, gerenciar e sustentar a criatividade e inovação . Rio de Janeiro, RJ: Campus, c2002. 290 p. ISBN 8535209980. ◉PREDEBON, José. Criatividade: abrindo o lado inovador da mente. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2003. 242 p. ISBN 8522436347 (broch.). ◉GOMES FILHO, João. Design do objeto: bases conceituais, design do produto, design gráfico, design de moda, design de ambientes, design conceitual. São Paulo, SP: Escrituras, 2006. 255 p. ISBN 8575312219. 41330 ◉GIGLIO, Zula Garcia, WECHSLER, Solange Muglia, BRAGOTTO, Denise Bragotto (organizadores). Da	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

criatividade à inovação. Campinas, SP: Papirus, 2009.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: HISTÓRIA DO DESIGN	
Período: 2º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 45 (54 horas-aula) CH Prática: 15 (18 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Conhecer a história do design traçando um paralelo entre arte e design, produção e criação nos diferentes contextos históricos que acompanham o desenvolvimento do design gráfico.	
EMENTA	
Relação entre arte design e sociedade. História do design. Design no Brasil. Princípios e fundamentos do design. Design na atualidade. Referências de mercado.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Relação entre arte design e sociedade 1. Contextualização design arte e sociedade.	
UNIDADE 2 - História do design 1. Movimentos artísticos , produção em design gráfico e seus ícones.	
UNIDADE 3 - Design no Brasil 1. História do design gráfico no Brasil	
UNIDADE 4 - Princípios e fundamentos do design 1. Fundamentos em design gráfico	
UNIDADE 5 - Design na atualidade 1. Designers contemporâneos e sua produção	
UNIDADE 6 - Referências de mercado 1. Profissionais de destaque no mercado local	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◊ MEGGS, Philip B; PURVIS, Alston W; MOREIRA, Cid Knipel. História do design gráfico. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2009. 717 p. ISBN 9788575037751.</p> <p>◊ HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. 1. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2001. 248 p. (Coleção a) ISBN 8533613423.</p> <p>◊ CARDOSO, Rafael. Uma introdução a história do design. São Paulo, SP: Blucher, 2000. 239 p. ISBN 8521202695.</p> <p>◊ LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbott. ABC da Bauhaus: a Bauhaus e a teoria do design. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2008. 72 p. ISBN 9788575037355.</p> <p>◊ LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2006. 181 p. ISBN 8575035533.</p>	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
<p>◊ CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo. São Paulo, SP: CosacNaify, 2013. 262 p.</p> <p>◊ JANSON, H. W. Iniciação à história da arte. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1996.</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

ºBÜRDEK, Bernhard E. Design: história, teoria e prática do design de produtos. 1. ed. São Paulo, SP: Blucher, 2006. 496 p. ISBN 8521203756.

ºTAMBINI, Michael. O design do século. 2. ed. São Paulo, SP: Ática, 1999. 288 p. ISBN 8508064756.

ºDROSTE, Magdalena; BAUHAUS-ARCHIV. Bauhaus: 1919-1933. Koln (Alemanha): Taschen, c2006. 256 p. ISBN 3822868469.

ºKANDINSKY, Wassily. Curso da Bauhaus. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1996. 221 p. ISBN 8533605102.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: NÚCLEO CTL - BALNEÁRIO CAMBORIU	
Disciplina: SOCIEDADE E CULTURA	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Analisar a diversidade cultural em tempos de globalização considerando os novos modelos de construção social e cultural, e a partir desta compreensão avaliar as futuras tendências do comportamento humano.	
EMENTA	
Cultura e sistemas de significação. Formas históricas e simbólicas das sociedades. Diversidades culturais e identidade. Relações étnico-raciais. Cidadania e alteridade.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Cultura e sistemas de significação. 1. Conceitos fundamentais de sociedade e cultura 2. Cultura: sentidos e significação 3. Cultura e formas de Expressão	
UNIDADE 2 - Formas históricas e simbólicas das sociedades. 1. Conceito e tipos de Sociedade 2. Conceito de Identidade 3. Globalização X Mundialização 4. As Sociedades da Informação e os Modelos Tribais das Comunidades Urbanas e Rurais	
UNIDADE 3 - Diversidades culturais e identidade. 1. Diversidade cultural	
UNIDADE 4 - Relações étnico-raciais. 1. Formação cultural da sociedade brasileira	
UNIDADE 5 - Cidadania e alteridade. 1. Conceito de alteridade, cidadania, Inclusão e Exclusão Social 2. Conceito de assistencialismo e assistência social	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>ºBRANT, Leonardo. Diversidade cultural: globalização e culturas locais : dimensões, efeitos e perspectivas. São Paulo, SP: Escrituras, 2005. 230 p. (Democracia cultural ; 1). ISBN 8575311786.</p> <p>ºDIAS, Reinaldo. Fundamentos de sociologia geral. 3. ed. rev. Campinas, SP: Alínea, 2006. 312 p. ISBN 8586491624.</p> <p>ºHALL, Stuart; SILVA, Tomaz Tadeu da; LOURO, Guacira Lopes. A identidade cultural na pós-modernidade. 11. ed. Rio de Janeiro, RJ: DP & A, 2006. 102 p. ISBN 9788574604023.</p> <p>ºBUFFA, Ester.; NOSELLA, Paolo; GONZALEZ ARROYO, Miguel. Educação e cidadania: quem educa o cidadão? 13. ed. São Paulo, SP: Editora CORTEZ, 2007. 94 p. (Questões da nossa época ; 19). ISBN 8524900946.</p> <p>ºCASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 9. ed. totalmente rev. e ampl. São Paulo, SP: Paz e</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

Terra, 2006. 698 p. (A era da informação: economia, sociedade e cultura ; 1). ISBN 8521903294.
GIARDELLI, Gil. Você é o que você compartilha: e-agora: como aproveitar as oportunidades de vida e trabalho na sociedade em rede. São Paulo, SP: Gente, 2012. 165 p. ISBN 9788573127959.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

- ◊ LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. 21. ed. Rio de Janeiro, RJ: J. Zahar, 2007. 117 p. (Coleção Antropologia Social). ISBN 9788571104389.
- ◊ ALDÉ, Alessandra. A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: FGV, 2004. 216 p. ISBN 8522504512.
- ◊ CARVALHO, José Murilo de. Cidadania no Brasil: o longo caminho. 8. ed. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 2006. 236 p. ISBN 8520005659.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: BRANDING	
Período: 3º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Compreender o processo de gestão da marca e em específico para a identidade corporativa, estabelecendo um panorama a respeito da imagem corporativa e do posicionamento corporativo.	
EMENTA	
Contextualização da marca no processo de comunicação mercadológica. Branding: origem, conceito e Brand Equity. Construção de sistemas de identidade de marca. Gestão da marca.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Contextualização da marca no processo de comunicação mercadológica 1. A caracterização da marca corporativa sob uma perspectiva teórica; 2. A caracterização da marca corporativa sob uma perspectiva mercadológica; 3. A caracterização da marca corporativa sob outras perspectivas;	
UNIDADE 2 - Branding: origem, conceito e Brand Equity 1. Branding: definições e conceitos 2. A prática do Branding: um panorama a respeito dos principais players de mercado; 3. Modelos e práticas do branding 4. A formação do Brand Equity	
UNIDADE 3 - Construção de sistemas de identidade de marca 1. Dimensão Identidade Corporativa: caracterização e formação 2. Dimensão Imagem Corporativa: caracterização e formação 3. Alinhamento e conexão entre Identidade e Imagem corporativa	
UNIDADE 4 - Gestão da marca 1. A prática da gestão da marca 2. Cases de mercado. 3. Ferramentas de gestão aplicadas à gestão da marca	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊ AAKER, David A. Marcas Brand Equity: gerenciando o valor da marca. São Paulo, SP: Negócio, 1998. 309 p. ◊ KELLER, Kevin Lane; MACHADO, Marcos; MARQUES, Arlete Simille. Gestão estratégica de marcas. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2006. 289 p. ISBN 8587918893. ◊ KAPFERER, Jean-Noël. As marcas: capital da empresa: criar e desenvolver marcas fortes. 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2004. 459 p. ISBN 8536302542. ◊ GOBE, Marc. A emocio das marcas: conectando marcas as pessoas. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2002. 396 p il ISBN 8586014958 (broch.).	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊ Strunck. Compras por impulso! trade marketing, merchandising, e o poder da comunicação e do	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

design no varejo . Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2011. 223 p. ISBN 9788586695575.

0Strunck. Como criar identidades visuais para marcas de sucesso: [um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores] / Gilberto Luis Teixeira Strunck. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro, RJ: Rio Books, 2003. 160 p. ISBN 8588482010.

0KOTLER, Philip. Marketing. 1996. 595p ISBN 8522414203 (broch.).

0LINDSTRÖM, Martin; KOTLER, Philip. Brandsense: segredos sensoriais por trás das coisas que compramos. revisado e atualizado. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012. x, 176 p. ISBN 9788577809295.

0AAKER, David A. Criando e administrando marcas de sucesso. 3. ed. São Paulo, SP: Futura, 2001. 398 p. ISBN 858608221X.

0AAKER, David A.; KUMAR, V.; DAY, George S. Pesquisa de marketing. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2004. 745 p. ISBN 8522437254.

40943FASCIONI, Lígia. DNA empresarial: identidade corporativa como referência estratégica. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

39903NEUMEIR, Marty. The Brand Gap: O Abismo da Marca. São Paulo: Bookman, 2008.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: COMPUTAÇÃO GRÁFICA	
Período: 5º	Ano/Sem.: 2018/ 1
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Aplicar e dominar as técnicas e ferramentas de pós-produção, por meio da interação de recursos oferecidos por softwares de grande aceitação, considerando a imagem digital, elementos textuais e vetores.	
EMENTA	
Computação gráfica aplicada a projetos gráficos. Softwares para composição, diagramação e tratamento de imagem.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Computação gráfica aplicada a projetos gráficos 1. Interação das imagens pelo FX 2. Blend Modes - Modos de Mesclagem 3. Camadas de Composição 4. Interagindo com Texto 3D 5. Ferramentas de desenho e Estilos Artísticos 6. Impressão, Fechamento e Gerenciamento 7. Organizar e Banco de Imagens 8. Pele - Maquiagem Digital 9. Elementos de Interação entre o Indesign e o Illustrator	
UNIDADE 2 - Softwares para composição, diagramação e tratamento de imagem 1. HDR - Alcance dinâmico das cores 2. Lomografia, Retrô, Vintage 5. Tilt shift 6. 3D - Estereoscopia 7. Tratamento de Arquivos nativos 8. Recorte de cabelo avançado 9. Histograma - Processamento da Imagem	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
• KEESE, Alexandre. Adobe photoshop: tratamento & edição profissional de imagens. 2. ed. Itu, SP: Editora Desktop, c2008. vii, 230 p. ISBN 9788561452001. • VILLEGAS, Alex. O controle da cor: gerenciamento de cores para fotógrafos. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2009. 206, [1]p. ISBN 9788562626005. • HOPPE, Altair. Adobe photoshop: para fotógrafos, designers e operadores digitais [volume 1]. 7. ed. Balneário Camboriú, SC: Photos, c2010. 257 p. ISBN 9788563565013.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
• BARROSO, Clício. Adobe® photoshop®: lightroom 4 : o guia completo para fotógrafos digitais. 2. ed. Balneário Camboriú, SC: Photos, 2013. 557 p. ISBN 9788562626388. • COLLANDRE, Patrick. Fotomontagens criativas com Photoshop. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007. 91	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

p. ISBN 8560031154.

ºFIDALGO, João Carlos de Carvalho. Adobe Photoshop CS6: imagens profissionais e técnicas para finalização e impressão. 1. ed. São Paulo, SP: Livros Érica, 2012. 256 p. ISBN 9788536504230.

ºEVENING, Martin; SCHEWE, Jeff. Adobe Photoshop CS5 for photographers: the ultimate workshop. Burlington, MA [EUA]: Elsevier, 2011. 484 p. ISBN 9780240814834.

ºKELBY, Scott. Fotografia digital na prática 1: segredos passo a passo para dar a suas fotos uma aparência profissional. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson Education do Brasil, [2013]. 240 p. ISBN 9788543002408.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO GRÁFICA	
Período: 5º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 0 (0 horas-aula) CH Prática: 60 (72 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Desenvolver a prática de modelagem bidimensional e tridimensional para projetos de design gráfico, utilizando diversificados tipos de materiais, técnicas, ferramentas aliados a softwares de produção gráfica.	
EMENTA	
Modelos e protótipos. Técnica de flexibilidade e acabamento. Planejamento e execução de modelo de projeto.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Modelos e protótipos 1. Definição de modelos e protótipos 2. Técnicas de representação gráfica utilizando papel 3. Técnicas de modelagem utilizando isopor 4. Modelagem de forma com 2 materiais 5. Modelagem em MDF através de vistas	
UNIDADE 2 - Técnica de flexibilidade e acabamento 1. Utilização de massa PVA para acabamento de modelos gráficos 2. Utilização de massa plástica para tratamento de superfície 3. Instruções de corte e utilização de ferramentas para modelagem	
UNIDADE 3 - Planejamento e execução de modelo de projeto 1. Planejamento do corte através de software gráfico 2. Estudo de tamanho e escalas do modelo 3. Preparação de peças para execução do modelo	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊SEIVEWRIGHT, Simon. Pesquisa e design: s.f. a investigação sistemática e o estudo de materiais e fontes, s.m. um desenho feito para mostrar a aparência e a funcionalidade de uma peça antes de ela ser criada. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 175 p. (Fundamentos de design de moda ; 01) ISBN 9788577805259. ◊DOYLE, Lawrence E. Processos de fabricacao e materiais para engenheiros. São Paulo, SP: Blucher, c1962. 639p ISBN Enc.. ◊LIMA, Marco Antonio Magalhães. Introdução aos materiais e processos para designers. Rio de Janeiro, RJ: Ciência Moderna, 2006. viii, 225 p. ISBN 8573934204.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊MAYER, Ralph; SHEEHAN, Steven. Manual do artista: de técnicas e materiais . 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1999. xix, 838 p. ISBN 8533611145. ◊LESKO, Jim. Design industrial: guia de materiais e fabricação . 2. ed. São Paulo, SP: Blucher, 2012. 350 p. ISBN 9788521206217.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

0 TEIXEIRA, Joselena de Almeida. Design & materiais. Curitiba, PR: CEFET-PR, 1999. xiv, 324p ISBN - (Broch.).

0 BOTELHO, Manoel Henrique Campos. Resistência dos materiais para entender e gostar: um texto curricular. São Paulo, SP: Nobel, c1998. 272 p. ISBN 858544570X.

0 HIBBELER, R. C. Resistência dos materiais. 5. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2006. xi, 670 p. ISBN 8587918672.

0 BROWN, Rachael; FARRELLY, Lorraine. Materiais no design de interiores. 1. ed. São Paulo, SP: G. Gili, 2014. ISBN 9788565985444.

44866 ASHBY, M. F.; JOHNSON, Kara. Materiais e design: arte e ciência da seleção de materiais no design de produto. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

40361 FERROLI, Paulo César Machado. MAEM-6F (método auxiliar para escolha de materiais em seis fatores): suporte ao design de produtos industriais. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2009.

32419 DUARTE, Sonia; SAGGESE, Sylvia. Modelagem industrial brasileira. Rio de Janeiro: Letras e Expressões, 1998.

40893 GRAVE, Maria de Fátima. A modelagem sob a ótica da ergonomia. São Paulo: Zennex Publishing, 2004. 104 p.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: REPRESENTAÇÃO GRÁFICA	
Período: 2º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Aprimorar as habilidades e capacidade do desenho a mão livre com técnicas de sketches e renders de sólidos geométricos, objetos de formas simples, tipografias, marcas, personagens, embalagens, editoriais, revistas; representações bidimensionais, que auxiliarão nas apresentações das propostas projetuais.	
EMENTA	
Representação em Sketches. Técnicas de Renderização. Expressão e Linguagem aplicada ao Design Gráfico.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Representação em Sketches 1. Criação de Fontes, Marcas, Símbolos, Ícones.	
UNIDADE 2 - Técnicas de Renderização 1. Aplicação de volume através de Marcadores e Caneta Esferográfica 2. Criação de Mascotes e Personagens	
UNIDADE 3 - Expressão e Linguagem aplicada ao Design Gráfico 1. Sketching and Rendering	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◉PIPES, Alan. Desenho para designers. São Paulo, SP: Blucher, 2010. 223 p. ISBN 9788521205081.</p> <p>◉WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2010. 352 p. ISBN 9788578272586.</p> <p>◉DERDYK, Edith. O desenho da figura humana. São Paulo, SP: Scipione, 1990. 174 p. (Série Pensamento e ação no magistério. Fundamentos para o magistério). ISBN 8526215914.</p>	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
<p>◉STRAUB, Ericson. Abc do rendering. Porto Alegre, RS: Bookman, 2013. 135 p. ISBN 9788582600733.</p> <p>◉EDWARDS, Betty. Desenhando com o lado direito do cérebro. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Ediouro, 2000. 299 p. ISBN 8500007486.</p> <p>◉MCCLLOUD, Scott. Desenhando quadrinhos: os segredos das narrativas de quadrinhos, mangás e graphic novels. São Paulo, SP: M.Books, 2008. 264 p. ISBN 9788576800262.</p> <p>◉MCCLLOUD, Scott. Desenhando quadrinhos: os segredos das narrativas de quadrinhos, mangás e graphic novels. São Paulo, SP: M.Books, 2008. 264 p. ISBN 9788576800262.</p> <p>40909◉PÉREZ, Fernando Julián; ALBARRACÍN, Jesús. Desenho para designers industriais. Tradução: Inês Almeida. Lisboa: Estampa, 2005. 191 p.</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: INTRODUÇÃO AO DESIGN GRÁFICO	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Compreender o design gráfico, seus fundamentos, suas áreas de atuação, referências e a realidade de mercado em suas perspectivas atuais.	
EMENTA	
Fundamentos e Princípios do Design Gráfico. Grandes Criadores. Referências em Design. Atividade Profissional e Áreas de Atuação. Tendências e Perspectivas de Mercado.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Fundamentos e Princípios do Design Gráfico. 1. Terminologia e conceitos relacionados 2. Sistema de leitura visual da forma	
UNIDADE 2 - Grandes Criadores. 1. Alexandre Wollner 2. Grandes criadores	
UNIDADE 3 - Referências em Design. 1. Movimentos artísticos	
UNIDADE 4 - Atividade Profissional e Áreas de Atuação. 1. Áreas do design gráfico	
UNIDADE 5 - Tendências e Perspectivas de Mercado. 1. Tendências de desenvolvimento da área de design gráfico	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◊VILLAS-BOAS, André. O que é [e o que nunca foi] design grafico. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 1997. 69p (Design) ISBN 85-86695-03-3, (broch.).</p> <p>◊FRASCARA, Jorge. Diseño gráfico y comunicación. 6. ed. Buenos Aires [Argentina]: Ediciones Infinito, 1998. 127 p. ISBN 9879637054.</p> <p>◊NIEMEYER, Lucy. Elementos de semiótica aplicados ao design. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2003. 76 p. (Design). ISBN 8586695319.</p> <p>◊BERNSEN, Jens. Design: defina primeiro o problema= design: defina primeiro el problema. Florianópolis, SC: SENAI/LBDI, 1995. 118 p. ISBN 8585826029.</p> <p>◊AZEVEDO, Wilton. O que é design. 3. ed. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994. 91 p. (Primeiros passos). ISBN 8511021117.</p>	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
<p>◊ ABCDAADG: glossario de termos e verbetes utilizados em design grafico. São Paulo, SP: Associacao dos Designers Graficos, 1998. 117p ISBN (Broch.).</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

- ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS. O valor do design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. 5. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2010. 224 p. ISBN 9788573599466.
- WOLLNER, Alexandre. Alexandre Wollner: visual design, 50 years = Alexandre Wollner : design visual, 50 anos. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2003. 317, 15 p. ISBN 8575031430.
- SOUZA, Pedro Luiz Pereira de. Notas para uma historia do design. 2.ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2000. 89p (Design) ISBN 8586695076 (broch.).
- WOLLNER, Alexandre. Alexandre Wollner e a formação do design moderno no Brasil. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, [200-]. 111 p. + 1 DVD ISBN 8575034480.
- FUENTES, Rodolfo. A prática do design gráfico: um metodologia criativa. São Paulo, SP: Rosari, 2006. 143 p. ((Fundamentos do design)) ISBN 8588343436.
- ABCDESIGN. Curitiba, PR: Infolio Editorial, 2006-. Trimestral. ISSN 1676-5656.
- PUBLISH: tecnologia aplicada às artes gráficas, impressão digital, design e criação. Rio de Janeiro, RJ: Dabra, 2000-. Bimestral. Continuação de Professional publish: tecnologia aplicada às artes gráficas, impressão digital, design e criação. ISSN 0103-8869.
- LEON, Ethel. Design brasileiro: quem fez, quem faz = Brazilian design : who did, who does. Rio de Janeiro, RJ: Senac Rio, 2005. 193 p. ISBN 8588721228.
- LUPTON, Ellen; MILLER, J. Abbott. ABC da Bauhaus: a Bauhaus e a teoria do design. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2008. 72 p. ISBN 9788575037355.
- MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1997. 350 p. ISBN 8533606354.
- FRUTIGER, Adrian. Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2007. 334 p. ISBN 9788533623910.
- WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2010. 352 p. ISBN 9788578272586.
- DONDIS, D. A. (Donis A.). Sintaxe da linguagem visual. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1997. 236 p. (Coleção A). ISBN 8533605838.
- GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 9. ed. São Paulo, SP: Escrituras, 2009. 133 p. ISBN 9788586303577.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: MATERIAIS E PROCESSOS GRÁFICOS	
Período: 4º	Ano/Sem.: 2016/ 2
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Compreender os métodos de Produção Gráfica utilizados no campo de trabalho do designer gráfico aplicado na elaboração de projetos gráficos e orçamentos.	
EMENTA	
Processos de impressão. Fechamento de arquivo para impressão. Gerenciamento de cores. Acabamento gráfico. Relacionamento profissional. Produção gráfica.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Processos de impressão 1. Introdução aos Materiais e Processos Gráficos 2. Fases da Produção Gráfica e Fluxos 3. Tipos de Impressão utilizadas na prática do Design Gráfico 4. Tipos de Impressão utilizadas na prática do Design Gráfico 5. Tipos de Máquinas e Sistemas 6. Produção gráfica mais limpa	
UNIDADE 2 - Fechamento de arquivo para impressão 1. Tecnologias de pré-impressão 2. Softwares de Produção Gráfica 3. Nomenclatura e termos técnicos 4. Reticulagem 5. Ganho de pontos e matrizes	
UNIDADE 3 - Gerenciamento de cores 1. Calibradores de Monitores e Sistemas 2. Cores em Artes Gráficas 3. Gerenciamento de Cores em Softwares	
UNIDADE 4 - Acabamento gráfico 1. Tipos de máquinas e acabamentos 2. Acabamentos de enobrecimento 3. Cortes laser e acabamentos editoriais	
UNIDADE 5 - Relacionamento profissional 1. Fornecedores	
UNIDADE 6 - Produção gráfica 1. Sustentabilidade e Tecnologia Limpa	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊BAER, Lorenzo. Produção gráfica. 6. ed. São Paulo, SP: SENAC, 2012. 280, [8] p. ISBN 857359005X. ◊COLLARO, Antonio Celso. Produção gráfica: arte e técnica na direção de arte. 2. ed. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, c2012. xviii, 200 p. ISBN 9788564574236. ◊VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. 3. ed. rev., atual. e ampl. Rio de	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

Janeiro, RJ: 2AB, 2010. 191 p. (Série oficina) ISBN 978-85-86695-37-7.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

- ◊ FERNANDES, Amaury. Fundamentos de produção gráfica: para quem não é produtor gráfico . Rio de Janeiro, RJ: Rubio, 2003. 248 p. ISBN 8587600281.
- ◊ HORIE, Ricardo Minoru. Preparacao e fechamento de arquivos para biros: windows e macintosh. 3.ed. São Paulo, SP: Livros Érica, 2001. 268p ISBN 8571947929 (broch.).
- ◊ HORIE, Ricardo Minoru; PEREIRA, Ricardo Pagemaker. 300 superdicas de editoração, design e artes gráficas. 3. ed. São Paulo, SP: SENAC, 2002. 179 p. ISBN 8573591226.
- ◊ KAZAZIAN, Thierry. Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2005. 194 p. ISBN 8573594365.
- ◊ CARRAMILLO NETO, Mario. Producao grafica II: papel, tinta, impressao e acabamento /Mario Carramillo Neto. São Paulo, SP: Global, 1997. 243p ((Contato imediato)) ISBN 85-260-0552-9, (broch.).

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO	
Período: 3º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Utilizar o estudo do comportamento humano como oportunidade de criação e desenvolvimento de estratégias de comunicação oral e escrita, adequando a linguagem à situação de comunicação.	
EMENTA	
Estudos do comportamento humano. Modelos integrativos do comportamento do consumidor. O comportamento individual e a influência da sociedade. Comunicação e comportamento humano.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Estudos do comportamento humano 1. Segmentação 2. Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor	
UNIDADE 2 - Modelos integrativos do comportamento do consumidor 1. Modelos Comportamentais	
UNIDADE 3 - O comportamento individual e a influência da sociedade 1. Comportamento individual e sociedade	
UNIDADE 4 - Comunicação e comportamento humano. 1. Comunicação e linguagem: conceitos e processos	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
⦿BLACKWELL, Roger D.; MINIARD, Paul W.; ENGEL, James F. Comportamento do consumidor. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2005. xxiii, 606 p. ISBN 8522104123. ⦿HOYER, Wayne D.; MACINNIS, Deborah J. Comportamento do consumidor. São Paulo, SP: Cengage Learning, c2012. xv, 424 p. ISBN 9788522111374. ⦿KARSAKLIAN, Eliane. Comportamento do consumidor. São Paulo, SP: Atlas, 2000. 303 p. ISBN 852242411X. ⦿SCHIFFMAN, Leon G.; KANUK, Leslie Lazar. Comportamento do consumidor. 6.ed. Rio de Janeiro, RJ: Livros Técnicos e Científicos, c2000. xiv, 475 p. ISBN 8521612206. ⦿KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento e controle. São Paulo, SP: Atlas, 1981. 3 v. ⦿MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise. São Paulo, SP: Atlas, 1995. 225 p. ISBN 8522408998.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
⦿GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor e a gerência de marketing. São Paulo, SP: Pioneira, 1996. 147 p. ⦿KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. São	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

Paulo, SP: Futura, 1999. 305 p. ISBN 8574130044.

◊KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 5.ed. Rio de Janeiro, RJ: Prentice Hall do Brasil, c1993. 478p ISBN 8570540434.

◊SANDHUSEN, Richard. Marketing basico. São Paulo, SP: Saraiva, 1998. 494p. ISBN 8502023527.

◊MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2006. 720 p. ISBN 9788536306505.

44882 HAWKINS, Del I.; MOTHERSBAUGH, David L.; BEST, Roger J. Comportamento do consumidor: construindo a estratégia de marketing. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: NÚCLEO CTL - BALNEÁRIO CAMBORIU	
Disciplina: HISTÓRIA E PATRIMÔNIO CULTURAL	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Compreender a importância do patrimônio Histórico e cultural, contextualizando a produção cultural em diferentes momentos e lugares, seus significados para o mundo e para a construção do cidadão e profissional.	
EMENTA	
Patrimônio Histórico e Cultural. Referências históricas e estéticas de bens materiais e imateriais. Cultura afro-brasileira e indígena. Referências históricas e estéticas de bens artísticos e artesanais.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Patrimônio Histórico e Cultural. 1. Conceito de patrimônio 2. Patrimônio material 3. Patrimônio imaterial 4. Políticas de salvaguardas e identidades coletivas	
UNIDADE 2 - Referências históricas e estéticas de bens materiais e imateriais. 1. Bens paisagísticos, urbanísticos e arquitetônicos 2. Bens imateriais	
UNIDADE 3 - Cultura afro-brasileira e indígena. 1. Legado cultural dos indígenas 2. Legado cultural dos africanos e dos afrodescendentes no Brasil 3. Representações e processos de marginalização de indígenas e afrodescendentes no Brasil 4. Políticas de valorização da cultura de indígenas e afrodescendentes	
UNIDADE 4 - Referências históricas e estéticas de bens artísticos e artesanais. 1. Arte e movimentos artísticos 2. Contexto histórico: juízo intelectual, estético, elementos visuais, culturais e econômicos 3. Artesanato e cultura popular: juízo intelectual, estético e econômico.	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉ LEMOS, Carlos A. C. O que é patrimônio histórico. 5. ed. São Paulo, SP: Brasiliense, 1987. 115 p. (Coleção primeiros passos ; 51). ISBN 8511010513.	
◉ MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina. Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar. Belo Horizonte, MG: UFMG, 2002, 2005. 282 p. ISBN 8570413130.	
◉ PELEGRINI, Sandra de Cássia Araújo; NAGABE, Fabiane; PINHEIRO, Aurea da Paz. Turismo & patrimônio: em tempos de globalização. Campo Mourão, PR: Editora da FECILCAM, 2010. 242 p. ISBN 9788588753105.	
◉ ARENDT, Hannah. Entre o passado e o futuro. 5. ed. São Paulo, SP: Perspectiva, 2000. 348 p. (Debates. Política 64) ISBN 8527301172 (broch.).	
◉ ARGAN, Giulio Carlo; NAVES, Rodrigo. Arte moderna: do Iluminismo aos movimentos	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

contemporâneos. 2. ed. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 1992. xxiv, 709 p. ISBN 9788571642515.

◊ GOMBRICH, E. H. A história da arte. 16. ed. Rio de Janeiro, RJ: Livros Técnicos e Científicos, c1999. 688 p. ISBN 8521611854.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

◊ COLI, Jorge. O que é arte. 15. ed. São Paulo, SP: Brasiliense, 1995. 134 p. (Coleção primeiros passos ; 46). ISBN 8511010467.

◊ ARGAN, Giulio Carlo. Arte e crítica da arte. 2.ed.-. Lisboa [Portugal]: Estampa, 1995.

◊ DEL PRIORE, Mary. Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo, SP: SENAC, 2000. 108 p. (Ponto futuro) ISBN 8573591706.

◊ SANCHES, Tatiana Amendola. Estudos culturais: uma abordagem prática. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2011. 213 p. ISBN 9788539601417.

◊ STANDAGE, Tom; BORGES, Maria Luiza X. de A. Uma história comestível da humanidade. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2010 276 p. ISBN 9788537802106.

◊ TOLSTOI, Leão, graf. Guerra e Paz. São Paulo, SP: Otto Pierre, 19. 4v (Os grandes romances históricos).

◊ MORUS, Thomas, Sir. A utopia. 22. ed. Rio de Janeiro, RJ: Ediouro, 19. 155 p (Classicos de bolso) ISBN 8500203188 (broch.).

◊ FUNARI, Pedro Paulo Abreu; PELEGRINI, Sandra de Cássia Araújo. Patrimônio histórico e cultural. Rio de Janeiro, RJ: ZAHAR, c2006. 72 p. (Ciência Sociais. Passo a passo ; 66) ISBN 9788571109278.

◊ FUNARI, Pedro Paulo Abreu; PELEGRINI, Sandra de Cássia Araújo. Patrimônio histórico e cultural. Rio de Janeiro, RJ: ZAHAR, c2006. 72 p. (Ciência Sociais. Passo a passo ; 66) ISBN 9788571109278.

◊ CASCUDO, Luís da Câmara. História da alimentação no Brasil. Belo Horizonte, MG: Ed. Itatiaia, 1983. 2v

◊ LE GOFF, Jacques. História e memória. 6. ed. Campinas, SP: Ed. da Unicamp, c2012. 524 p. ISBN 9788526809550.

◊ ARANTES, Antonio Augusto. O que é cultura popular. 14. ed., 1. reimpr. São Paulo, SP: Brasiliense, 1995. 83 p. (Coleção primeiros passos). ISBN 851101036X.

◊ STRICKLAND, Carol; BOSWELL, John; ANDRADE, Angela Lobo de. Arte comentada da pré-história ao pós-moderno. Rio de Janeiro, RJ: Ediouro, c1999. 198 p. ISBN 8500926996.

◊ SANTOS, José Luiz dos. O que é cultura. São Paulo, SP: Brasiliense, 1983. 89p (Coleção primeiros passos).

◊ HAUSER, Arnold. Historia social da arte e da literatura. 1. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1995. 1032 p. ISBN 8533608373.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA

IDENTIFICAÇÃO

Curso: DESIGN GRÁFICO

Disciplina: REPRESENTAÇÃO GRÁFICA

Período: 1º

Ano/Sem.: 2015/ 1

CH Teórica: 15 (18 horas-aula)

CH Prática: 45 (54 horas-aula)

CH Total: 60 (72 horas-aula)

Créditos: 4

OBJETIVO GERAL

Desenvolver competências práticas e técnicas manuais de representação gráfica, compreendendo que estas são linguagens essenciais para os processos de design.

EMENTA

Sistemas de Representação Gráfica a Mão Livre. Materiais e Técnicas para Representação Bidimensional. Elementos Gráficos: Estrutura, Volume, Luz e Sombra e Perspectiva. Representação visual aplicada.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE 1 - Sistemas de Representação Gráfica a Mão Livre.

1. Conceito de representação gráfica.
2. Conceito de pré-denotativos: ponto, linha, mancha e plano.
3. Exemplos de aplicações da representação gráfica em etapas de projeto.
4. Conceito de proporção.
5. Representação de planos.
6. Representação de formas volumétricas.

UNIDADE 2 - Materiais e Técnicas para Representação Bidimensional.

1. Materiais básicos de desenho e suas aplicações.
2. Utilização do lápis para rascunho e para finalização do desenho.
3. Postura e movimentação diante da superfície de desenho.
4. Articulação e movimento do braço, antebraço, punho e dedos para desenho.
5. Treino e aquecimento da coordenação motora para atividades de desenho.
6. Treino de traços retos, circulares e curvilíneos.
7. Técnica de escala tonal com nanquim: pontilhismo e hachura.
8. Técnica com escala tonal com lápis pastel seco.
9. Utilização de formas básicas no estudo, decomposição, esquematização e reestruturação de formas complexas.
10. Desenho criativo a partir de referências estudadas.
11. Desenho com linhas de construção e desenho com linhas caligráficas.

UNIDADE 3 - Elementos Gráficos: Estrutura, Volume, Luz e Sombra e Perspectiva.

1. Conceito de estrutura de desenho.
2. Conceito de volume em representação gráfica.
3. Conceito de luz e sombra em representação gráfica.
4. Conceito de perspectiva em representação gráfica: cavaleira, isométrica, cônica e ponto de fuga.

UNIDADE 4 - Representação visual aplicada.

1. Conceito e técnica de utilização de nanquim em aguada com pincel.
2. Conceito e técnica de utilização de hachura e pontilhismo em nanquim com e caneta bico de pena.
3. Conceito e técnica de utilização de lápis pastel seco.
4. Conceito e utilização de técnicas de sobreposição de cores com canetas coloridas.

REFERÊNCIAS BÁSICAS

- o FUNDAMENTOS do desenho artístico: aula de desenho . 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2014. 255 p. ISBN 9788578277857.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

◊MONTENEGRO, Gildo A. A perspectiva dos profissionais: sombras, insolação, axometria. 2. ed. São Paulo, SP: Blucher, 2010. vii, 155 p. ISBN 9788521205425.

◊PIPES, Alan. Desenho para designers. São Paulo, SP: Blucher, 2010. 223 p. ISBN 9788521205081.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

◊PIPES, Alan. Desenho para designers. São Paulo, SP: Blucher, 2010. 223 p. ISBN 9788521205081.

◊HALLAWELL, Philip. A mão livre, 1: a linguagem do desenho. 10. ed. São Paulo, SP: Melhoramentos, 1994. 91 p. ISBN 8506018080 (broch.).

◊LIDWELL, William; HOLDEN, Kritina; BUTLER, Jill. Princípios universais do design: 125 maneiras de aprimorar a usabilidade, influenciar a percepção, aumentar o apelo e ensinar por meio do design. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010. 272 p. ISBN 9788577807383.

◊DONDIS, D. A. (Donis A.). Sintaxe da linguagem visual. 1. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1991. 236 p. (Coleção A).

◊KANDINSKY, Wassily. Ponto e linha sobre plano: contribuição e análise dos elementos da pintura. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1997. 206 p. ISBN 8533605781.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: ILUSTRAÇÃO	
Período: 3º	Ano/Sem.: 2016 / 1
CH Teórica: 0 (0 horas-aula) CH Prática: 60 (72 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Compreender a função da ilustração enquanto forma direcionada de arte aplicada e comunicação visual, empregando, para tanto, teorias de design e técnicas de representação gráfica no desenvolvimento de atividades práticas de projeto de ilustração.	
EMENTA	
Ilustração do Design Gráfico: teoria, histórico e evolução. Técnicas de ilustração manual. Técnicas de ilustração digital. Desenvolvimento de personagens e suas aplicações no Design Gráfico. Análise gráfica. Experimentação gráfica.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Ilustração do Design Gráfico: teoria, histórico e evolução 1. História e evolução da ilustração aplicada à comunicação gráfica. 2. Estilos de ilustração como consequência de ideais e momentos históricos. 3. Ilustração enquanto mensagem dirigida aplicada ao design gráfico.	
UNIDADE 2 - Técnicas de ilustração manual 1. Geração manual de alternativas de ilustração. 2. Técnica de pintura com lápis aquarelável. 3. Técnica de pintura com nanquim colorido. 4. Técnica de pintura com lápis pastel seco.	
UNIDADE 3 - Técnicas de ilustração digital 1. Vetorização de desenho. 2. Pintura Digital.	
UNIDADE 4 - Desenvolvimento de personagens e suas aplicações no Design Gráfico 1. Conceito de personagem e mascote. 2. Conceito de Arquétipos. 3. Conceito de Personalidade. 4. Conceito de expressões faciais e corporais. 5. Conceito de desenho anatômico. 6. Conceito de Cultura material. 7. Projeto de personagem aplicado ao design gráfico. 8. Aplicação de personagens em comunicação gráfica.	
UNIDADE 5 - Análise gráfica 1. Composição gráfica. 2. Elementos pré-figurativos. 3. Estilos de Ilustração.	
UNIDADE 6 - Experimentação gráfica 1. Ilustração manual. 2. Ilustração digital. 3. Método de projeto em design.	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
HALL, Andrew. Fundamentos essenciais da ilustração. São Paulo, SP: Rosari, 2012. 228 p. ISBN 9788580500141.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

ºZEEGEN, Lawrence. Fundamentos de ilustração: como gerar idéias, interpretar briefings e se promover : uma exploração dos aspectos práticos, filosóficos e profissionais do mundo da ilustração digital e analógica. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 176 p. ((Design básico)) ISBN 9788577805266.

ºEISNER, Will. Narrativas gráficas: princípios e práticas da lenda dos quadrinhos. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Devir Livraria, 2013. 176 p. ISBN 8788575325377.

ºMEGGS, Philip B; PURVIS, Alston W; MOREIRA, Cid Knipel. História do design gráfico. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2009. 717 p. ISBN 9788575037751.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

ºMCCLLOUD, Scott. Desenhando quadrinhos: os segredos das narrativas de quadrinhos, mangás e graphic novels. São Paulo, SP: M.Books, 2008. 264 p. ISBN 9788576800262.

º FUNDAMENTOS do desenho artístico: aula de desenho . 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2014. 255 p. ISBN 9788578277857.

ºGORDON, Louise. Desenho anatômico. 4. ed. Lisboa [Portugal]: Presença, 2000. 146 p. ISBN 9722314556 (broch.).

ºHALLAWELL, Philip. A mão livre, 1: a linguagem do desenho. 10. ed. São Paulo, SP: Melhoramentos, 1994. 91 p. ISBN 8506018080 (broch.).

ºSTRAUB, Ericson. Abc do rendering. Porto Alegre, RS: Bookman, 2013. 135 p. ISBN 9788582600733.

ºPIPES, Alan. Desenho para designers. São Paulo, SP: Blucher, 2010. 223 p. ISBN 9788521205081.

ºHOGARTH, Burne. O desenho da figura humana sem dificuldade. New York [Estados Unidos]: Evergreen, 1970. 174p ISBN 3-8228-7701-8, (broch.).

4364ºYAIZA, Nicolás. Atlas da ilustração contemporânea. Rio de Janeiro: Paisagem, 2010.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: DESIGN EDITORIAL	
Período: 5º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Desenvolver projetos de design editorial aplicando conhecimentos de produção gráfica, gestão do processo de design e teoria da informação.	
EMENTA	
Pesquisa e desenvolvimento de projetos editoriais. Processos e produção gráfica. Aplicação de métodos de projeto, ferramentas projetuais e técnicas de criatividade. Computação gráfica aplicada ao design editorial.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Pesquisa e desenvolvimento de projetos editoriais 1. Métodos projetuais 2. Aspectos mercadológicos ligados ao projeto editorial 3. Gestão e desenvolvimento de projeto	
UNIDADE 2 - Processos e produção gráfica 1. Fundamentos da produção gráfica. 2. Histórico da Indústria Gráfica 3. A atual estrutura da Indústria Gráfica 4. Pré-impressão 5. Noções fundamentais (Traço, retícula e meio-tom; Fotogravura e fotolito; Impressão em P&B e monocromia; Impressão a cores - Policromia e Cores especiais)	
UNIDADE 3 - Aplicação de métodos de projeto, ferramentas projetuais e técnicas de criatividade 1. Métodos de projeto 2. Ferramentas de projeto 3. Técnicas de criatividade	
UNIDADE 4 - Computação gráfica aplicada ao design editorial. 1. Principais recursos disponíveis no software editorial 2. Página mestre; 3. Estilos 4. Frames (quadros); 5. Tabelas 6. Gerenciamento de cor e imagem; 7. Imposição de páginas 8. Fechamento de arquivos 9. Diagramação de peças gráficas	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊SAMARA, Timothy. Grid: construção e desconstrução. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2007. 207 p. ISBN 9788575036297.	
◊BRINGHURST, Robert. Elementos do estilo tipográfico: versão 3.0. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2005. 423 p. ISBN 857503393X.	
◊VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. 3. ed. rev., atual. e ampl. Rio de	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

Janeiro, RJ: 2AB, 2010. 191 p. (Série oficina) ISBN 978-85-86695-37-7.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

- ◊ GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 9. ed. São Paulo, SP: Escrituras, 2009. 133 p. ISBN 9788586303577.
- ◊ FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. 4. ed. São Paulo, SP: Blucher, 1990. 223, [17] p. ISBN 8521201370.
- ◊ PREDEBON, José. Criatividade hoje: como se pratica, aprende e ensina. 2.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2001. 155 p. ISBN 8522429561.
- ◊ HORIE, Ricardo Minoru. Preparacao e fechamento de arquivos para biros: windows e macintosh. 3.ed. São Paulo, SP: Livros Érica, 2001. 268p ISBN 8571947929 (broch.).
- ◊ HORIE, Ricardo Minoru,; PEREIRA, Ricardo Pagemaker. 300 superdicas de editoração, design e artes gráficas. 2. ed. São Paulo, SP: SENAC, c1999. 179 p. ISBN 8573591226.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: ERGONOMIA COGNITIVA	
Período: 6º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 15 (18 horas-aula) CH Total: 30 (36 horas-aula)	Créditos: 2
OBJETIVO GERAL	
Proporcionar compreensão de todos os pilares que envolve a ergonomia cognitiva	
EMENTA	
Fundamentos e princípios de Ergonomia Cognitiva. Percepção, memória e raciocínio. Teoria da Informação. Sistemas cognitivos e modelos mentais. Intervenção e análise ergonômica no projeto gráfico.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Fundamentos e princípios de Ergonomia Cognitiva. 1. Fundamentos	
UNIDADE 2 - Percepção, memória e raciocínio. 1. Pilares da Ergonomia Cognitiva	
UNIDADE 3 - Teoria da Informação 1. Aplicação e conceitos	
UNIDADE 4 - Sistemas cognitivos e modelos mentais. 1. Pesquisas e análises	
UNIDADE 5 - Intervenção e análise ergonômica no projeto gráfico 1. Aplicações em projetos gráficos	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<ul style="list-style-type: none"> • BENITO, Gladys Amelia Velez. Concepção de um sistema de informação de apoio a supervisão da assistência em enfermagem hospitalar: uma abordagem da ergonomia cognitiva. 2001. 249f. Tese, 2001. • BOUYER, Gilbert Cardoso; UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Ergonomia cognitiva e mente incorporada. São Paulo, SP: Blucher, 2008. 215 p. ISBN 9788561209513. • DESIGN[,] ergonomia [e] emoção. Rio de Janeiro, RJ: Mauad, 2008. 127 p. • MANUAL de ergonomia: manual de aplicação da norma regulamentadora 17 (conforme publicação oficial do Ministério do Trabalho). 1. ed. Bauru, SP: EDIPRO, 2007. 109 p. ISBN 9788572835985. • ABRAHÃO, Júlia. Introdução à ergonomia: da prática à teoria. São Paulo, SP: Blucher, 2009. 240 p. ISBN 9788521204855. • ABRANTES, Antonio Francisco. Atualidades em ergonomia: logística, movimentação de materiais, engenharia industrial, escritórios. 1. ed. São Paulo, SP: Instituto IMAM, 2004. 164 p. ISBN 858982456x. 	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
<ul style="list-style-type: none"> • CONGRESSO LATINO-AMERICANO [DE ERGONOMIA; GONTIJO, Leila Amaral; SOUZA, Renato Jose de. Anais ... Florianópolis, SC: FUNDACENTRO, 1993. x, 427p ISBN - (broch.). 	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

ºCOUTO, Hudson de Araujo. Ergonomia aplicada ao trabalho: o manual técnico da máquina humana. Belo Horizonte, MG: Ergo Ed. Ltda, 1995.

ºCOUTO, Hudson de Araujo. Ergonomia aplicada ao trabalho em 18 lições. Belo Horizonte, MG: Ergo, 2002. 201 p.

ºCYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações. 3. ed. atual e ampl. São Paulo, SP: Novatec, 2015. 488 p. ISBN 9788575224595.

ºVAN DER LINDEN, Júlio. Ergonomia e design: prazer, conforto e risco no uso de produtos. Porto Alegre, RS: Ed. UniRitter, 2007. 160 p. (Experiência acadêmica ; 6) ISBN 9788560100156.

43758ABRAHÃO, Júlia. Introdução à ergonomia: da prática à teoria. São Paulo: Blucher, 2009.

46340CYBIS, Walter Otto; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações. São Paulo: Novatec, 2010.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: MARKETING	
Período: 3º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Compreender a função do marketing no desenvolvimento e planejamento de produtos, visando a promoção e relação do modelo de integridade da marca em uma perspectiva socioambiental.	
EMENTA	
Conceitos de marketing. Mercado. Segmento e segmentação de mercado. Composto mercadológico. Produtos e serviços. Posicionamento. Consumidor: conceito e comportamento. Pesquisa de marketing: conceito e aplicações. Marketing e as novas tendências.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Conceitos de marketing 1. Definições e conceitos do marketing	
UNIDADE 2 - Mercado 1. Análise Qualitativa e Quantitativa de Mercado 2. Mensuração de demanda de mercado	
UNIDADE 3 - Segmento e segmentação de mercado 1. Bases para segmentação de mercado 2. Tipos de Segmentação de Mercado	
UNIDADE 4 - Composto mercadológico 1. Produto 2. Preço 3. Praça 4. Promoção	
UNIDADE 5 - Produtos e serviços 1. Marketing de Serviços 2. Modelos de Negócio para Inovação de produtos e serviços 3. Estratégias de comunicação de produtos e serviços	
UNIDADE 6 - Posicionamento 1. Posicionamento de Marcas, Produtos e Serviços	
UNIDADE 7 - Consumidor: conceito e comportamento 1. Papéis do Consumidor 2. Situações de Compra 3. Processo de Decisão 4. Tomada de Decisão	
UNIDADE 8 - Pesquisa de marketing: conceito e aplicações 1. Pesquisa Exploratória 2. Pesquisa Conclusiva	
UNIDADE 9 - Marketing e as novas tendências 1. Marketing 3.0 e Marketing Verde	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.; PIERCY, Nigel. Estratégia de marketing e posicionamento	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

competitivo. 3. ed. São Paulo, SP: Prentice Hall, 2005. xiii, 464 p. ISBN 8576050137.

◊KOTLER, Philip. Administracao de marketing: analise, planejamento, implementacao e controle. 4.ed. São Paulo, SP: Atlas, 1996. 676p ISBN 85-224-1163-8, (broch.).

◊PORTER, Michael E. Competição = on competition : estratégias competitivas essenciais. 5. ed. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 1999. 515 p. ISBN 8535204474.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

◊CROCCO, Luciano; GIOIA, Ricardo M. Fundamentos de Marketing: conceitos básicos. São Paulo, SP: Saraiva, 2006. xiv, 174 p. (Coleção de Marketing ; v. 1) ISBN 8502051849.

◊CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul.; BARTALOTTI, Cecília C.; MOREIRA, Cid Knipel. Marketing: criando valor para os clientes. 1. ed. São Paulo, SP: Saraiva, c2000. xxv, 626 p. ISBN 8502030108.

◊ETZEL, Michael J; WALKER, Bruce J; STANTON, William J. Marketing. São Paulo, SP: Makron Books, 2001. 743p ISBN 8534611858 (broch.).

◊KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, c2010. 215 p. ISBN 9788535238693.

◊SCHEWE, Charles D.; BRANDT, Maurette; HIAM, Alexander. MBA curso pratico marketing: curso completo com o programa das melhores escolas de negocios , o marketing na internet , as mais recentes ideias e tecnicas. Rio de Janeiro, RJ: Campus, c2000. 534p ISBN 8535205439 (broch.).

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: FOTOGRAFIA	
Período: 4º	Ano/Sem.: 2016/ 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Desenvolver, através de base teórica, o conhecimento e o domínio das técnicas e equipamentos fotográficos que envolvem a atividade de design, utilizando-as como ferramentas para projetos de design.	
EMENTA	
Equipamento fotográfico e o seu funcionamento. Técnicas de iluminação e seu funcionamento. Processo de produção fotográfica. Tratamento e manipulação de imagem. Produção fotográfica. Referências profissionais.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Equipamento fotográfico e o seu funcionamento 1. Câmeras Fotográficas 2. Tipos de Objetivas 3. acessórios fotográficos 4. Linguagem fotográfica	
UNIDADE 2 - Técnicas de iluminação e seu funcionamento 1. Iluminação com luz direta e luz intermitente 2. acessórios de iluminação	
UNIDADE 3 - Processo de produção fotográfica 1. Pré- produção ,produção e pós-produção	
UNIDADE 4 - Tratamento e manipulação de imagem 1. Tratamento e manipulação de imagem	
UNIDADE 5 - Produção fotográfica 1. Produção fotográfica Basica 2. Produção fotográfica avançada	
UNIDADE 6 - Referências profissionais 1. referencias profissionais	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊ ADAMS, Ansel; BAKER, Robert. A câmera. São Paulo, SP: Ed. SENAC, 1999. 204 p. ISBN 8573591242. ◊ HOPPE, Altair. Fotografia digital: sem mistérios. 2. ed. Balneário Camboriú, SC: Photos, c2006. 256 p. ISBN 8598420026. ◊ TRIGO JUNIOR, Thales. Equipamento fotográfico: teoria e prática. 5. ed. São Paulo, SP: Ed. SENAC, 2012. 267 p. ISBN 9788539602070.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊ LANGFORD, Michael John; FOX, Anna; SMITH, Richard Sawdon. Fotografia básica de Langford: guia completo para fotógrafos. 8. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.. 447 p. ISBN 9788577802760. ◊ COTTON, Charlotte. A fotografia como arte contemporânea. 1. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes,	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

2010. 248 p. (Arte&fotografia) ISBN 9788578272432.

º DOBAL, Susana; GONÇALVES, Osmar. Fotografia contemporânea: fronteiras e transgressões. Brasília, DF: Casa das Musas, 2013. 200 + [8] p. ISBN 9788598205854.

º KELBY, Scott. Fotografia digital na prática 1. São Paulo, SP: Pearson Education do Brasil, 2011. 240 p. ISBN 9788576051626.

º FOTOGRAFIA do século 20: Museum Ludwig de Colônia. Koln (Alemanha): Taschen, c1996. 760 p. ISBN 3822861499.

º BARTHES, Roland. A câmara clara: nota sobre a fotografia. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Nova Fronteira, 2011. 135 p. (Coleção Fronteira). ISBN 9788520927649.

º BUSSELLE, Michael. Tudo sobre fotografia. 7. ed. São Paulo, SP: Pioneira, c1996. 224 p.

º CESAR, Newton; PIOVAN, Marco. Making of: revelações sobre o dia-a-dia da fotografia. 2. ed. rev. e ampl. Brasília, DF: SENAC, 2007. 427 p. ISBN 9788598694368.

40582 LOVEGROVE, Damien. Fotografia de casamento para profissionais - o guia completo. [S.n.]: Editora Photos, [200?].

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: TIPOGRAFIA	
Período: 3º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Conceituar e caracterizar os métodos, processos, técnicas e ferramentas relacionadas à tipografia, na esfera do design. Desenvolver projetos aplicando os procedimentos tipográficos. Analisar e criticar o design de tipos. Elencar questões históricas e contemporâneas da tipografia, em níveis locais, nacionais e internacionais. Desenvolver material tipográfico e aplicá-lo em projetos de design.	
EMENTA	
História da tipografia. Anatomia das fontes. Referências de mercado. Softwares tipográficos. Projeto tipográfico.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - História da tipografia 1. Fundamentos da tipografia 2. Conceitos históricos	
UNIDADE 2 - Anatomia das fontes 1. Classificação das fontes 2. Legibilidade e leitura	
UNIDADE 3 - Referências de mercado 1. Tipografia digital 2. Tipografia contemporânea e pós-moderna 3. Tipógrafos	
UNIDADE 4 - Softwares tipográficos 1. Ferramentas digitais e analógicas de auxílio ao projeto tipográfico 2. Seleção de tipografia em projeto de design gráfico	
UNIDADE 5 - Projeto tipográfico 1. Execução de projetos tipográficos	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉ NIEMEYER, Lucy. Tipografia: uma apresentação. 4. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2006. 105 p. (baseDesign) ISBN 8586695343. ◉ LUPTON, Ellen. Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2006. 181 p. ISBN 8575035533. ◉ FARIAS, Priscila L. Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 1998. 110p (Design). ISBN 8586695092. ◉ JACQUES, Joao Pedro. Tipografia pos-moderna. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 1998. 42p (Design) ISBN 8586695041 (broch.). ◉ TSCHICHOLD, Jan. A forma do livro: ensaios sobre tipografia e estética do livro. Cotia, SP: Ateliê, 2007. 220 p. (Artes do livro ; 5) ISBN 9788574803616. ◉ ROCHA, Cláudio. Projeto tipográfico: análise e produção de fontes digitais. 2. ed. rev. e	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

ampl. São Paulo, SP: Rosari, 2003. 142 p. (Textos design). ISBN 8588343045.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

◊SAMARA, Timothy. Guia de tipografia: manual prático para uso de tipos no design gráfico. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 240 p. ISBN 9788577807703.

◊HELLMEISTER, Tide. Times collage: [um tipo clássico revisitado]. São Paulo, SP Rosari, c2003. 34 p (Coleção qual é o seu tipo?) ISBN 858834310X.

◊BRINGHURST, Robert. Elementos do estilo tipográfico: versão 3.0. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2005. 423 p. ISBN 857503393X.

◊LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. Novos fundamentos do design. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2008. [247] p. ISBN 9788575032398.

◊BLACKWELL, Lewis. Tipografia del siglo XX. Barcelona [Espanha]: ED. Gustavo Gilli, 19. 191p ISBN 8425217431 (broc.).

◊WILLIAMS, Robin; GILLON, Laura Karin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Callis, 2005. 191 p. ISBN 8574162388.

◊KAZAZIAN, Thierry. Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável. 2. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2009. 194 p. ISBN 9788573598032.

40891 GAUDÊNCIO JUNIOR, Norberto. Cultura gráfica: uma coletânea de textos sobre design, tipografia e arte gráfica. São Paulo: Rosari, 2010.

44075 SPIEKERMANN, Erik. A Linguagem invisível da tipografia, a escolher, combinar e expressar com tipos. São Paulo: Edgard Blücher, 2011.

45076 MCCracken, Grant. Chief culture officer: como a cultura pode determinar o sucesso ou o fracasso de uma organização. São Paulo: Aleph, 2011.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: EXPRESSÃO GRÁFICA	
Período: 2º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
: Desenvolver peças gráficas com base nas diferentes técnicas de expressão, diferenciando suas características, materiais e processos,	
EMENTA	
Técnicas de Expressão e Artes Gráficas. Gravura. Xilogravura. Serigrafia. Bricolagem. Grafiteagem.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Técnicas de Expressão e Artes Gráficas 1. A expressão gráfica e a comunicação 2. As diferentes formas de expressão	
UNIDADE 2 - Gravura 1. Tipos de Gravuras 2. A gravura na História da Arte e do design	
UNIDADE 3 - Xilogravura 1. Xilogravura - Teoria e referências visuais 2. Técnica de Xilogravura 3. Aplicações da xilogravura	
UNIDADE 4 - Serigrafia 1. Referenciais estéticos 2. processo de produção de telas 3. aplicações e limitações da técnica	
UNIDADE 5 - Bricolagem 1. Fundamentos da Bricolagem 2. Desenvolvimento de trabalhos manuais	
UNIDADE 6 - Grafiteagem 1. Referencias profissionais 2. Os diferentes tipos de grafite 3. Aplicações e técnicas de grafite	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
©STEINER, Ana Amelia; GOMES, Luiz Vidal Negreiros. Debuxo. 1997. 133 p ISBN 857991002X (broch.). ©GOMES, Luiz Vidal Negreiros. Desenhando um panorama dos sistemas graficos. Santa Maria, RS: Editora UFSM, c1998. 172 p ISBN 8573910119 (broch.). ©WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1998. 352 p. ©FAJARDÓ, Elias; SUSSEKIND, Felipe.; VALE, Marcio do. Gravura. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Senac Nacional, 1999. 141, [2] p. ISBN 8585746866. ©FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; Dorinho (Iustrador). Psicodinâmica das cores em comunicação.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

6. ed. São Paulo, SP: Blucher, 2011. xiv, 173p. ISBN 9788521205463.

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

- ◊ GOMES, Luiz Vidal Negreiros. Desenhismo. 2.ed. Santa Maria, RS: Ed. da UFSM, 1996.
- ◊ MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2008. 378 p. (Coleção A). ISBN 9788533634375.
- ◊ MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1997. 350 p. ISBN 8533606354.
- ◊ MUNARI, Bruno. Fantasia. Lisboa [Portugal]: Edições 70, 2007. 222 p. (Arte & comunicação ; 90)
- ◊ LOUGH, Adam Bhala. Fúria dos pixadores : grafite: arma poderosa! [S.l.]: Editech Editora, [2002]. 1 DVD (93 min.) : NTSC (ALL), son., color.,
- ◊ HOFSTATTER, Hans H. Arte moderna: pintura, desenho e gravura. Lisboa [Portugal]: Verbo, 1984. 334p (Movimentos e escolas) ISBN - (Broch.).
- 45065 HERSKOVITS, Aniko. Xilogravura: arte e técnica. Porto Alegre: Pomar Editorial, 2012.
- 43651 GANZ, Nicholas. O mundo do grafite: arte urbana dos cinco continentes. Martins Fontes, 2011. 2ed.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: DESIGN DE SUPERFÍCIE	
Período: 4º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Conhecer e aplicar os conceitos fundamentais de design de superfície em suportes variados , utilizado a bi e tridimensionalidade.	
EMENTA	
Aplicações do Design de Superfície. Criação Gráfica em Design de Superfície. Culturas Visuais e Conceitos Fundamentais do Design de Superfície. Laboratório de Materiais. Matrizes e Suportes. Prática de Projeto.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Aplicações do Design de Superfície 1. Mapa Conceitual a respeito das aplicações do design de superfície, conceito. 2. Materiais e suportes . Possibilidades de utilização.	
UNIDADE 2 - Criação Gráfica em Design de Superfície 1. Produção de desenho em repetição. Criação de Padrão e utilização do mesmo .	
UNIDADE 3 - Culturas Visuais e Conceitos Fundamentais do Design de Superfície 1. Criação em papel, relevo em empilhamento. Padrão em espelhamento.	
UNIDADE 4 - Laboratório de Materiais 1. Relevos tridimensionais, texturas e padrões .	
UNIDADE 5 - Matrizes e Suportes 1. Raport , encaixe e módulos. Superfície geométrica.	
UNIDADE 6 - Prática de Projeto 1. Projeto de criação em design de superfície. Trabalho em duplas.	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊RUBIM, Renata. Desenhando a superfície. São Paulo, SP: Rosari, 2005. 95 p. (Textos design) ISBN 8588343312. ◊MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1997. 350 p. ISBN 8533606354. ◊GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 7. ed. São Paulo, SP: Escrituras, 2006. 127 p. ISBN 8586303577. ◊BARROS, Lilian Ried Miller. A cor no processo criativo: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe. 4. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2011. 336 p. ISBN 9788573598773. ◊ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora : [nova versão]. 12. ed. São Paulo, SP: Pioneira, c1998. 503 p. (Biblioteca pioneira de arte, comunicação, arquitetura e urbanismo). ISBN 8522101485.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; Dorinho (Iustrador). Psicodinâmica das cores em comunicação.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

5. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Blucher, 2006. xiv, 173 p. ISBN 9788521203995.

0HOLLIS, Richard. Design gráfico: uma história concisa. 1. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2001. 248 p. (Coleção a) ISBN 8533613423.

0MEGGS, Philip B; PURVIS, Alston W; MOREIRA, Cid Knipel. História do design gráfico. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2009. 717 p. ISBN 9788575037751.

0CHATAIGNIER, Gilda. Fio a fio: tecidos, moda e linguagem. São Paulo, SP: Estação das Letras, 2006. 165 p. ISBN 8532509215.

0WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2010. 352 p. ISBN 9788578272586.

45342FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. Design de superfície. [S.l.]: Blucher, 2012. (Coleção Pensando o Design).

45606RUTHSCHILLINC, Evelise Anicet. Design de superfície. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2008.

45577BRIGGS-GOODER, Amanda. Design de estampa têxtil. Porto Alegre, Bookman: 2014

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: ATIVIDADES INTEGRADAS AO TIC	
Período: 7º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Reconhecer e selecionar recursos audio-visuais e técnica de práticas para auxílio na elaboração das etapas do projeto TIC (Trabalho de Iniciação Científica) modelos volumétricos gráficos e modelos gráficos finais, elaboração de pranchas e apresentações), baseando-se nos conhecimentos adquiridos nas disciplinas do curso durante o período acadêmico.	
EMENTA	
Atividades de apoio a elaboração, desenvolvimento e execução do Trabalho de Iniciação Científica.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
<p>UNIDADE 1 - Atividades de apoio a elaboração, desenvolvimento e execução do Trabalho de Iniciação Científica</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Metodologias aplicadas em desenvolvimento dos trabalhos para o TIC. 2. Aula em laboratório de computação para desenvolvimento de mapa conceitual 3. Levantamentos dos dados para pesquisa exploratória 4. Ferramentas de seleção análise da pesquisa. 5. Briefing do projeto TIC - Ferramentas 6. Ferramentas para escolha das alternativas e alternativa final 7. Material para apresentação das alternativas 8. Desenvolvimento da alternativa memorial descritivo 9. Construção da apresentação de TIC 	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◉ MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2003. 311 p. ISBN 8522433976.</p> <p>◉ PHILLIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design. São Paulo, SP: Blucher, c2008. 183 p. ISBN 9788521204381.</p> <p>◉ FUENTES, Rodolfo. A prática do design gráfico: um metodologia criativa. São Paulo, SP: Rosari, 2006. 143 p. ((Fundamentos do design)) ISBN 8588343436.</p> <p>◉ ROSA, Velcy Soutier da. Design gráfico e criatividade: Grafico y creatividad. Porto Alegre, RS: Mercado Aberto, 1993. 80 p. ISBN 8528002314.</p>	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
<p>◉ RAUEN, Fabio Jose. Roteiros de iniciação científica. Tubarão, SC: Universidade do Sul de Santa Catarina, 2015. 669 p. ISBN 9788580190571.</p> <p>◉ 5. BIENAL de Design Grafico: mostra institucional. São Paulo, SP: ADG Brasil, 2000. 232p ISBN - (Broch.).</p> <p>◉ FISHEL, Catharine M. Como recriar a imagem corporativa: estratégias de design gráfico bem-sucedidas. Barcelona [Espanha]: Gustavo Gili, c2003. 157 p. ISBN 8425218527.</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

◊ GOMES FILHO, João. Design do objeto: bases conceituais, design do produto, design gráfico, design de moda, design de ambientes, design conceitual. São Paulo, SP: Escrituras, 2006. 255 p. ISBN 8575312219.

◊ MARTINS, J. R. (José Roberto). Branding: um manual para você criar, avaliar e gerenciar marcas. 2. ed. São Paulo, SP: Negócio, 2000. xvii, 348 p. ISBN 8586014427.

44723 DEL VECHIO, Gustavo. Design gráfico com Adobe Illustrator: um guia para profissionais e estudantes de artes e design. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

41223 TAVARES, Romero. Construindo mapas conceituais. Revista Ciências e Cognição, [S.l.], v. 12, p. 72-85.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: NÚCLEO CTL - BALNEÁRIO CAMBORIU	
Disciplina: PROJETO INTERDISCIPLINAR COMUNITÁRIO	
Período: 1º	Ano/Sem.: 2017 / 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 15 (18 horas-aula) CH Total: 30 (36 horas-aula)	Créditos: 2
OBJETIVO GERAL	
<p>- Complementar o aprendizado teórico prático obtido na Universidade através da intervenção na comunidade de um projeto participativo.</p> <p>Objetivo Específico</p> <p>- Ser capaz de propor um Plano de Trabalho com foco na melhoria da qualidade de vida da comunidade.</p> <p>- Conhecer as condições e o modo de vida das comunidades.</p> <p>- Sensibilizar a comunidade do entorno e aos alunos universitários sobre a importância da sustentabilidade e preservação ambiental.</p>	
EMENTA	
Políticas de desenvolvimento de projetos sociais vinculados a distintas realidades. Projeto: elaboração, operacionalização e resultados. Intervenção na comunidade.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
<p>UNIDADE 1 - Políticas de desenvolvimento de projetos sociais vinculados a distintas realidades.</p> <p>1. Apresentação da disciplina, normas do curso e do núcleo comum, avaliações, cronograma de atividades do semestre.</p> <p>2. O que são projetos de extensão? e os projetos sociais?</p> <p>3. Os projetos sociais e os objetivos do milênio (trabalho de pesquisa coletiva - aula não presencial)</p> <p>4. Projetos de extensão da UNIVALI</p>	
<p>UNIDADE 2 - Projeto: elaboração, operacionalização e resultados.</p> <p>1. Projetos sociais: função (extensão ou ação comunitária?), modelos e objetivos.</p> <p>2. O gestor de projetos sociais</p> <p>3. A organização da proposta de projeto social do grupo</p>	
<p>UNIDADE 3 - Intervenção na comunidade.</p> <p>1. Atividade de campo A</p> <p>2. Atividade de Campo B</p>	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>0</p> <p>◦ ARMANI, Domingos. Como elaborar projetos? guia prático para elaboração e gestão de projetos sociais. 1. ed. Porto Alegre, RS: Tomo Editorial, c2000. 96 p. (Coleção Amencar). ISBN 8586225177.</p> <p>◦ CONTADOR, Claudio Roberto. Projetos sociais: avaliação e prática. 3. ed. ampl. São Paulo, SP: Atlas, 1997. 375 p. ISBN 8522415900.</p> <p>◦ GIEHL, Pedro Roque; WEBLER, Darlene Arlete; RAMOS, Ieda Cristina Alves; SILVEIRA, Luciana Conceição Lemos da; GIANEZINI, Miguelangelo. Elaboração de projetos sociais. 1. ed. Curitiba, PR: Intersaberes, 2015. 174 p. (Série Por dentro das ciências sociais). ISBN 9788544302712.</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de NÚCLEO CLT - BC

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

- ºSIEGEL, Adriano de Oliveira. Análise de indicadores de desempenho para gestão de projetos sociais em uma organização do terceiro setor : um estudo de caso no Centro de Integração Empresa Escola do Estado de Santa Catarina - CIEE/SC. 2006. Trabalho acadêmico (graduação) - Universidade do Vale do Itajaí, 2006. (e-book)
- ºSTEPHANOU, Luis; MÜLLER, Lúcia Helena; CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. Guia para elaboração de projetos sociais. 2. ed. São Leopoldo, RS: Sinodal, 2003 96 p. ISBN 8523307036.
- ºZEPPELINI, Marcio. Comunicação: visibilidade e captação de recursos para projetos sociais . 1. ed. São Paulo, SP: Zeppelini, 2011. 204 p. ISBN 9788589109086.
- ºZEPPELINI, Marcio. Comunicação: visibilidade e captação de recursos para projetos sociais . 1. ed. São Paulo, SP: Zeppelini, 2011. 204 p. ISBN 9788589109086.
- ºOLIVEIRA, Maria Marly de. Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Impetus, 2003. 189 p. ISBN 8576260077.
- ºBASTOS, Lilia da Rocha. Manual para a elaboração de projetos e relatórios de pesquisa, teses e dissertações. 5. ed. Rio de Janeiro, RJ: ZAHAR, 2001. 128 p. ISBN 8521612249 (broch.).
- ºNEIVA, Edméa Garcia; ROSA, José Antonio. Redigir & convencer: como escrever um texto atual, redação jornalística, redação publicitária, correspondência moderna, relatórios, gramática do dia-a-dia. 6. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Ed. STS, 2000. 334 p. ISBN 8586054097.
- ºACAUAN, Renata Costella. Educação ambiental como método de intervenção comunitária na gestão ambiental local : o projeto meros do Brasil. 2009. Dissertação (mestrado em Ciência e Tecnologia Ambiental) - Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, 2009 Disponível em: [http://Siaibib01.univali.br/pdf/Renata Costella Acauan.pdf](http://Siaibib01.univali.br/pdf/Renata%20Costella%20Acauan.pdf). Acesso em: 6 jul. 2009. (e-book)
- ºBARCELOS, Valdo Hermes de Lima; NOAL, Fernando Oliveira. Educação ambiental e cidadania: cenários brasileiros. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2003. 349p ISBN 8575780190 (broch.).
- ºBERNA, Vilmar. Como fazer educação ambiental. 2. ed. São Paulo, SP: Paulus, 2004. 142 p. (Pedagogia e educação). ISBN 8534918449.
- ºZAKRZEWSKI, Sônia Balvedi; BARCELOS, Valdo. Educação ambiental e compromisso social: pensamentos e ações. Erechim, RS: EDIFAPES, 2004. 351 p. ISBN 8588565684.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: EMBALAGEM	
Período: 5º	Ano/Sem.: 2015/ 1
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Projetar embalagens a partir de adequados processos de seleção, especificação, argumentação e análise projetual.	
EMENTA	
Pesquisa e desenvolvimento de projetos de embalagens. Processos e produção gráfica. Aplicação de métodos de projeto, ferramentas projetuais e técnicas de criatividade. Gestão do processo de design. Teoria da informação.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Pesquisa e desenvolvimento de projetos de embalagens 1. Panorama histórico e tecnológico de processos de design de embalagens 2. Mercadologia e identidade na embalagem 3. Organização e prática do processo de embalagem 4. Pesquisa de campo para projeto de embalagens	
UNIDADE 2 - Processos e produção gráfica 1. Substratos nos processos gráficos para embalagens 2. Composição cromática na produção gráfica 3. Materiais e processos de impressão e pré-impressão em embalagens flexíveis 4. Materiais e processos de acabamento para embalagens de papel cartão e flexíveis 5. Visita Técnica a Cartonagem Battistense	
UNIDADE 3 - Aplicação de métodos de projeto, ferramentas projetuais e técnicas de criatividade 1. Conceituação no processo projetual 2. Seleção de materiais para embalagem 3. Forma e Embalagem 4. Desenho de Superfície para Embalagem	
UNIDADE 4 - Gestão do processo de design 1. Memória e planejamento de embalagem 2. Gestão do Ciclo de Vida da Embalagem	
UNIDADE 5 - Teoria da informação 1. Breve histórico e conceito de Teoria da Informação e da Comunicação 2. Semiótica e Design da Informação 3. Fundamentos do design aplicados ao design informacional	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉ VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. 3. ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2010. 191 p. (Série oficina) ISBN 978-85-86695-37-7. ◉ MOURA, Reinaldo A; BANZATO, José Maurício. Embalagem, unitização & containerização. 5. ed. São Paulo, SP: Instituto IMAM, 2007. xvii, 354 p. (Série Manual de logística ; v. 3) ISBN 858982411X. ◉ MESTRINER, Fabio. Design de embalagem: curso básico. 2. ed. rev. São Paulo, SP: Makron Books, 2002. 138 p. ISBN 8534614822.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)

BAER, Lorenzo. Produção gráfica : Lorenzo Baer. 4. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2002. 280 p. ISBN 857359005X.

PEREIRA, José Luis. Planejamento de embalagens de papel. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2003. 93 p. (Oficina (2AB)) ISBN 8586695270.

CAVALCANTI, Pedro; CHAGAS, Carmo. História da embalagem no Brasil. São Paulo, SP: Grifo, 2006. 253 p. ISBN 8598953032.

NEGRÃO, Celso; CAMARGO, Eleida Pereira de. Design de embalagem: do marketing à produção. 1. ed. São Paulo, SP: Novatec, 2008. 336 p. ISBN 9788575221556.

MESTRINER, Fabio. Design de embalagem: curso avançado. 2. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Prentice Hall, 2007. xi, 178 p. ISBN 8576050234.

42366 RONCARELLI, Sarah; ELLICOTT, Candace. Design de embalagem: 100 fundamentos de projeto e aplicação. São Paulo: Blücher, 2012.

42091 ANYADIKE, Nnamdi. Embalagens flexíveis. São Paulo: Blucher, 2012. (Coleção Quattor)

43792 CAMILO, Assunta Napolitano. Embalagens: design, materiais, processos e máquinas. São Paulo: Instituto de Embalagens, 2011.

42122 COLES, Robert E. Estudo de embalagens para o varejo: uma revisão literária. São Paulo: Edgard Blucher, 2012.

42239 TWEDE, Diana; GODDARD, Ron. Materiais para embalagens. São Paulo: Blucher, 2012. (Coleção Quattor - v. 3.)

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: MULTIMÍDIA	
Período: 4º	Ano/Sem.: 2016/ 2
CH Teórica: 15 (18 horas-aula) CH Prática: 45 (54 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Desenvolver habilidades técnicas e operacionais na execução de projetos audiovisuais multimídia	
EMENTA	
Fundamentos para os meios de produção, captura, edição, registro e apresentação da imagem em movimento. Criação e desenvolvimento de efeitos associados e das mídias de veiculação existentes. Softwares para edição. Direção geral, semiótica e análise da linguagem, finalização em vídeo. Referências de mercado.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Fundamentos para os meios de produção, captura, edição, registro e apresentação da imagem em movimento	
1. Iluminação em estúdios e cenários externos	
2. Captação de imagens com DSLRs	
3. Captação de áudios com gravadores externos	
4. Edição não-linear - Adobe Premiere	
5. Roteiro audiovisual com storyboard	
UNIDADE 2 - Criação e desenvolvimento de efeitos associados e das mídias de veiculação existentes	
1. Distribuição de arquivos e formatos	
UNIDADE 3 - Softwares para edição	
1. Adobe Premiere Pro CC	
UNIDADE 4 - Direção geral, semiótica e análise da linguagem, finalização em vídeo	
1. Características da linguagem audiovisual	
UNIDADE 5 - Referências de mercado	
1. Contato com cliente externo - Briefing	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◉ BARRETO, Tiago. Vende-se em 30 segundos: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo, SP: SENAC, 2004. 135 p. ISBN 8573594020. ◉ DANCYGER, Ken. Técnicas de edição para cinema e vídeo: história, teoria e prática. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier: Campus, 2003. xxiii, 490 p. ISBN 8535212426. ◉ RODRIGUES, Chris. O cinema e a produção: [para quem gosta, faz ou quer fazer cinema]. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Lamparina Editora, [2007]. 260 p. ISBN 9788598271354.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◉ WATTS, Harris. On câmera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC. 5. ed. São Paulo, SP: Summus, [1990], c1984. 277 p. (Novas buscas em comunicação ; 36). ISBN 9788532303141. ◉ COMPARATO, Doc. Da criação ao roteiro: teoria e prática. 2 .ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Summus, 2009. 494 p. ISBN 9788532305404. ◉ WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de técnicas de vídeo e cinema. São Paulo, SP:	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

Summus, c1992. 107 p. ISBN 9788532306845.

◊CAMPOS, Flavio de. Roteiro de cinema e televisão: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma estória. Rio de Janeiro, RJ: J. Zahar, 2007. 407p. ISBN 9788571109858.

◊ADAMS, Ansel; BAKER, Robert. A câmera. São Paulo, SP: Ed. SENAC, 1999. 204 p. ISBN 8573591242.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: ESTÁGIO SUPERVISIONADO	
Período: 7º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 60 (72 horas-aula) CH Total: 120 (144 horas-aula)	Créditos: 8
OBJETIVO GERAL	
Aplicar conhecimento teórico-prático no desenvolvimento de projetos vinculados ao campo de atividade profissional, aperfeiçoando ferramentas, métodos , atitudes e hábitos requerente a profissão.	
EMENTA	
Prática profissional em ambiente supervisionado de aprendizagem.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Prática profissional em ambiente supervisionado de aprendizagem 1. Realização de estágio supervisionado em Design Gráfico. 2. Justificativa, objetivos, descrição da empresa e atividades a serem desenvolvidas 3. Orientações e avaliações das atividades desenvolvidas e registradas as atividades.	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊ AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Fundamentos de design criativo. 2. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2012. 184 p. ISBN 9788540701274. ◊ CARDOSO, Rafael, (Org.). O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo, SP: Cosac & Naify Edições, 2005. 358 p ISBN 8575034286. ◊ GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010. 184 p. ISBN 8522431698.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊ VILLAS-BOAS, André. O que é [e o que nunca foi] design grafico. 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2001. 69 p (Design) ISBN 8586695033 (Broch.). ◊ BAER, Lorenzo. Produção gráfica. 3. ed. São Paulo, SP: SENAC, 2001. 280 p. ISBN 857359005X. ◊ BORJA DE MOZOTA, Brigitte; KLÖPSCH, Cássia; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa . Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. xii, 343 p. ISBN 9788577807826. ◊ SANTOS, Flávio Anthero dos. O design como diferencial competitivo: o processo de design desenvolvido sob o enfoque da qualidade e da gestão estratégica. 2. ed. Itajaí, SC: Ed. da Univali, 2000. 125 p. ISBN 8586447420. ◊ BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro, RJ: Campus, c2010. 249 p. ISBN 9788535238624. 45206 ◊ BARIA, Everton; WILKE, Regina Cunha. Produção gráfica sustentável: um estudo para designer. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE DESIGN SUSTENTÁVEL, 2., 2009, São Paulo. ANAIS... São Paulo: RedeBrasil	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

de Design Sustentável, 2009. Disponível em:

<<http://portal.anhembibooks.com.br/sbds/anais/SBDS2009-029.pdf>>. Acesso em: 09 mar. 2015.

44116 SAMARA, Thimoty. Guia de tipografia: manual prático para o uso de tipos no design gráfico. São Paulo: Bookman, 2011.

40833 VILLAS-BOAS, André. Produção gráfica para designers. [S.l.]: 2AB Editora, 2010.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: ESTUDOS CONTEMPORÂNEOS EM DESIGN	
Período: 7º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 0 (0 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Proporcionar aos alunos entendimento das diferentes áreas e inovações no âmbito do Design.	
EMENTA	
Estudos Contemporâneos em Design. Design e contextos sociais, industriais e econômicos. Relações étnico- raciais.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Estudos Contemporâneos em Design 1. Estudo de mercado de startups	
UNIDADE 2 - Design e contextos sociais, industriais e econômicos 1. Plataformas Digitais	
UNIDADE 3 - Relações étnico- raciais 1. Contextualização	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
<p>◊ KAPLAN, Jerry. startup. São Paulo, SP: Cultura Editores Associados, c1996. 325p ISBN 85-293-0041-6, (broch.).</p> <p>◊ RIES, Eric. A startup enxuta: como os empreendedores atuais utilizam a inovação contínua para criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo, SP: Lua de Papel, 2012. xi, 274 p. ISBN 9788581780047.</p> <p>◊ BARON, Robert A.; SHANE, Scott Andrew. Empreendedorismo: uma visão do processo. 1. ed. São Paulo, SP: Cengage Learning, c2007. 443 p. ISBN 8522105332.</p>	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
<p>◊ BERNARDI, Luiz Antônio. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo, SP: Atlas, 2003. 314 p. ISBN 8522433380.</p> <p>◊ BESSANT, J. R.; TIDD, Joseph. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009. 511 p. ISBN 9788577804818.</p> <p>◊ BORGES, Cândido. Empreendedorismo sustentável. 1. ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2014. 199 p. ISBN 9788502218826.</p> <p>◊ CARVALHO JÚNIOR, Luiz Carlos. Pólos industriais do sul do Brasil: experiências de competitividade e empreendedorismo. Florianópolis, SC: [s.n.], 2007. 2 v.</p> <p>◊ CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 3. ed. rev. atual. São Paulo, SP: Saraiva, 2008. xiv, 281 p. ISBN 9788502067448.</p> <p>40088 ◊ BARON, Robert A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thomson learning, 2007.</p>	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: UX DESIGN	
Período: 6º	Ano/Sem.: 2018/ 2
CH Teórica: 30 (36 horas-aula) CH Prática: 30 (36 horas-aula) CH Total: 60 (72 horas-aula)	Créditos: 4
OBJETIVO GERAL	
Conhecer as definições, disciplinas, ferramentas e métodos do UX Design para aplicação em projetos de experiência do usuário.	
EMENTA	
Fundamentos do UX Design. A evolução das interações humano-computador. Princípios, políticas e planos da experiência do usuário.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Fundamentos do UX Design 1. UX Design: conceitos e definições 2. Design centrado no usuário. 3. Processo de UX Design. 4. Ferramentas e técnicas de UX Design.	
UNIDADE 2 - A evolução das interações humano-computador. 1. Design de interação. 2. Processo de Design de interação. 3. Coleta de dados. 4. Análise e interpretação de dados.	
UNIDADE 3 - Princípios, políticas e planos da experiência do usuário. 1. Arquitetura da informação. 2. Usabilidade. 3. Taxonomia. 4. Projeto integrador (UX Design).	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊ ROGERS, Yvonne; PREECE, Jenny; SHARP, Helen. Design de interação: além da interação humano-computador. 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2013. xiv, 585 p. ISBN 9788582600061. ◊ NORMAN, Donald A. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia . Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2008. 278 p. ISBN 9788532523327. ◊ CATANIA, A. Charles; SOUZA, Deisy das Graças de. Aprendizagem: comportamento, linguagem e cognição. 4. ed. Porto Alegre, RS: Artmed, 1999. 467 p. (Biblioteca Artmed . Fundamentos da educação). ISBN 8573075538 (broch.).	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊ WILLIAMS, Robin; TOLLETT, John. Web design para não-designers: um guia objetivo para você criar, projetar e publicar o seu site na Web. Rio de Janeiro, RJ: Ciência Moderna, 2001. xiv, 304p. ISBN 8573931485. ◊ NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa; FURMANKIEWICZ, Edson. Usabilidade na Web: projetando websites	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

com qualidade. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, Campus, 2007. xxiv, 406 p. ISBN 9788535221909.

• OLIVEIRA NETTO, Alvim Antônio de. IHC interação humano computador: modelagem e gerência de interfaces com o usuário, sistema de informações. Florianópolis, SC: Visual Books, 2004 xiii, 120 p. ISBN 8575021389.

• CARVALHO, Paulo Sergio de. Interação entre humanos e computadores: uma introdução. São Paulo, SP: EDUC, 2000. 175 p. (Serie Trilhas) ISBN 8528301990.

• MEMÓRIA, Felipe. Design para a Internet: projetando a experiência perfeita. Rio de Janeiro, RJ: Campus, c2006. xv, 171 p. ISBN 8535218769.

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

PROGRAMA DA DISCIPLINA	
IDENTIFICAÇÃO	
Curso: DESIGN GRÁFICO	
Disciplina: TRABALHO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA	
Período: 7º	Ano/Sem.: 2016/ 1
CH Teórica: 60 (72 horas-aula) CH Prática: 60 (72 horas-aula) CH Total: 120 (144 horas-aula)	Créditos: 8
OBJETIVO GERAL	
Desenvolver projeto de design gráfico estruturado e sistemático com base metodológica e científica, projetando soluções aos problemas que envolvem o homem e suas necessidades, visando uma postura profissional que envolva aspectos de gestão, marketing, ética e demais fatores relevantes para sua inserção no mercado de trabalho.	
EMENTA	
Elaboração. Desenvolvimento. Execução.	
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
UNIDADE 1 - Elaboração 1. Pesquisa do Trabalho de Iniciação Científica 2. Pesquisa sobre o tema de pesquisa e sua bibliografia	
UNIDADE 2 - Desenvolvimento 1. Conceituação do projeto de Design Gráfico 2. Geração do projeto gráfico, seus subsistemas e geração de alternativas 3. Estudos ergonômicos, alternativa final e apresentação dos processos gráficos (execução)	
UNIDADE 3 - Execução 1. Desenvolvimento do Memorial descritivo (Relatório de pesquisa). 2. Desenvolvimento projeto Gráfico 3. Apresentação em Banca Examinadora	
REFERÊNCIAS BÁSICAS	
◊GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2002. 175 p. ISBN 8522431698. ◊GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. 9. ed. São Paulo, SP: Escrituras, 2009. 133 p. ISBN 9788586303577. ◊BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro, RJ: Campus, c2010. 249 p. ISBN 9788535238624.	
REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES INTERNAS (disponível no sistema de biblioteca da Univali - SIBIUN)	
◊GOMES FILHO, João. Design do objeto: bases conceituais, design do produto, design gráfico, design de moda, design de ambientes, design conceitual. São Paulo, SP: Escrituras, 2006. 255 p. ISBN 8575312219. ◊SAMARA, Timothy. Guia de tipografia: manual prático para uso de tipos no design gráfico. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 240 p. ISBN 9788577807703. ◊GORDON, Bob; GORDON, Maggie. O essencial do design gráfico. 2. ed. rev. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2014. 256 p. : ISBN 9788539607600.	

EMENTA E CONTEÚDOS

Curso de DESIGN GRAFICO-BC

◊MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo, SP: Martins Fontes, 1997. 350 p. ISBN 8533606354.

◊MANZINI, Ezio. Design para inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro, RJ: E-papers, 2008. 103 p. + DVD (Cadernos do Grupo de Altos Estudos do PEP ; 1) ISBN 9788576501701.

◊MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. 2. ed. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2008. 378 p. (Coleção A). ISBN 9788533634375.

◊CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. Ergonomia e usabilidade: conhecimentos, métodos e aplicações. São Paulo, SP: Novatec, 2007. 344 p. ISBN 9788575221389.

◊LIDWELL, William; HOLDEN, Kritina; BUTLER, Jill. Princípios universais do design: 125 maneiras de aprimorar a usabilidade, influenciar a percepção, aumentar o apelo e ensinar por meio do design. Porto Alegre, RS: Bookman, 2010. 272 p. ISBN 9788577807383.

41482 MORAES, Dijon de. Metaprojeto: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010.