

Os programas de Pós-Graduação oferecidos pela Faculdade de Tecnologia do Instituto Europeo di Design estão em conformidade legal e atendem as Resoluções CNE/CES nº 1, de 3 de abril de 2001 e nº 1, de 8 de junho de 2007 do MEC - Ministério da Educação. O curso está estruturado em disciplinas (360h) e ao final do programa, o aluno deverá apresentar um trabalho de conclusão, projeto ou monografia, conforme a modalidade eleita para aquela turma (40h), totalizando 400h.

■ PROGRAMA

As marcas são elementos vitais no cotidiano, são parte integrante da vida de todos, sejam corporativas, territoriais ou políticas. Os espaços das marcas dominam o imaginário dos espaços reais e virtuais do cidadão contemporâneo. O curso Master em Branding e Design Promocional tem por objetivo oferecer um programa integrado à comunicação, design e branding aplicados às áreas de eventos e ações promocionais, mídias digitais, publicidade e propaganda e ao “mix 360º”.

■ PROFISSIONAL

O profissional especializado pelo Master em Branding e Design Promocional estará apto a compreender e a desenvolver sistemas integrados de identidades, assim como projetar componentes visuais, multimídias e de objetos específicos integrados ao Branding.

■ COORDENAÇÃO

Enio Miranda

A Tyche é dirigida por Enio Miranda. Nascido em São Paulo em 1968, Enio é arquiteto urbanista, jornalista, pós-graduado em Turismo pela ECA-USP, tem pós-graduação em Filosofia Estética pela UPC de Barcelona e especialização em Marketing Cultural. Com trajetória multi-disciplinar, a comunicação sempre foi sua ferramenta básica. Atuou como arquiteto em projetos voltados para o turismo e a gastronomia no Brasil e na Espanha. Foi diretor técnico da Abresi e consultor da Federação de Hotéis, Bares e Restaurantes do Estado de São Paulo, época em que organizou o livro “Criatividade no Combate à Crise”, focado na gestão de estabelecimento de hospitalidade. Um dos fundadores da Academia Brasileira de Gastronomia, e hoje seu Secretário Geral. Passou a atuar diretamente na criação produção de estratégias de marketing e comunicação, e no Arrival, e dirigiu no Brasil os negócios e conteúdos brasileiros da revista semanal espanhola líder em turismo Editur. De sua experiência internacional formou seu network de colaboração, e desfez as fronteiras para seus clientes. Conquista mercados, implanta soluções, e atinge diretamente os públicos segmentador. Comunicação é o negócio, criatividade é a matéria prima, os meios... são os meios.

• Brand Equity: Valor pelo Consumidor

O que uma empresa lhe diz? O governo? Uma organização civil? Ou um profissional liberal? Hoje, junto às qualidades objetivas do trabalho ou produto ofertado, as marcas trazem mensagens com valores éticos e querem se juntar à cultura do indivíduo como forma de fidelizá-lo e de se sustentarem em longo prazo. Entender por que isso ocorre e como os indivíduos de diferentes esferas culturais entendem as mensagens é fundamental para o profissional de comunicação levar entendimento ao seu público-alvo.

• Semiótica do Design

A comunicação é estruturada sintaticamente através da composição de sinais e a semiótica é a ciência que estuda sistemas de signos. Em todas as formas de expressão encontram-se elementos que, juntos, constituem a forma e o conteúdo de mensagens direcionadas ao entendimento do usuário. Esta disciplina trará as bases conceituais da semiótica, os fundamentos e formas para a compreensão do objeto de trabalho do profissional de comunicação e de design. As imagens e as formas comunicam e é através delas que surgem as manifestações resultantes do objeto de design, das imagens e dos textos, em todas as suas plataformas. Pela semiótica e pela semiologia o aluno entenderá como expressar suas idéias através do design.

• Comunicação e Estratégia Empresarial

Como estruturar e definir em longo prazo a comunicação empresarial se as tecnologias não cessam de se desenvolverem? Como programar soluções de marketing em condições constantemente em transformação? Primordial é entender o ambiente econômico e cultural em que se encontra a marca e seu mercado de atuação – para onde caminham seus consumidores e concorrentes, estabelecer um planejamento que defina orçamento e metas de chegada, mas que este não seja um caminho rígido. Essas são as chaves para que o profissional de comunicação estabeleça prioridades pontuais que insiram oportunidades tecnológicas e que o levem a atingir seu objetivo de forma a estar sempre em vantagem em relação ao seu concorrente, gerando assim maior valor percebível para a sua marca.

• Tecnologias Globais e Sociedade Contemporânea

As tecnologias de produção e gestão desenvolvem-se continuamente e buscam ser universais, pretendem ser usadas e compreendidas por todos os indivíduos e de formas concorrentes ou similares. As tecnologias são globais, porém, os indivíduos e seu grupo social não o são, estes obedecem a um histórico cultural e um modo de vida próprio. Compreender o impacto gerado pelo modo de operação universalizante das tecnologias dentro dos ambientes particularizados é a chave para o profissional de comunicação definir a qualidade da mensagem que pretende levar ao seu público-alvo.

• Psicologia do Espaço e Design Sensorial

Análise e aplicação da semiótica e da teoria da arquitetura nos espaços e no design de objetos e produtos. A desconstrução dos motivos que levam o usuário a se satisfazer ou não com o objeto de design. O estudo da hedonomia e as novas necessidades de sedução do design, muito além da ergonomia. Como viabilizar a paixão do usuário pelo seu design.

• Multimídia e Virtualidade Real

Na era da informação as novas tecnologias estão revolucionando o mundo tal qual o conhecemos. Nesta disciplina será analisado o impacto real das multimídias e das tecnologias de informação na percepção que o indivíduo e a sociedade passam a adquirir do mundo ao seu redor. Os tênues limites entre a realidade e a virtualidade serão cruzados com um olhar analítico e sob o impacto da sociedade contemporânea.

• Luz e Imagem: a Interpretação do Mundo

O poder da imagem através de sua história e como somos hoje impactados pela comunicação visual. A análise da composição da imagem e suas transformações. A necessidade da luz na comunicação do espaço e as formas de aplicá-la. A sintaxe e a construção do discurso da mensagem através da imagem e da luz.

• Marketing Cultural, Esportivo e Político

As três principais aplicações utilizadas na construção do branding serão estudadas como importantes ferramentas para a atribuição de qualidades a uma marca. O quê se faz e como se faz para a obtenção de sucesso na construção do branding através dos eventos de marketing.

- **Gestão do Design e da Marca**

As marcas são orgânicas, são expressões vivas da alma de uma corporação. A gestão do design e da marca torna-se assim uma das áreas mais valorizadas dentro das grandes corporações e é fundamental para o desenvolvimento e crescimento de sua atuação no mercado. A disciplina abordará as metodologias e práticas para se manter permanentemente o sucesso corporativo através da manutenção de seu patrimônio intangível.

- **Planejamento e Execução da Ação Promocional**

Do briefing do cliente até a análise crítica e a metrificação pós-evento, como fazer para solucionar a demanda do cliente de maneira satisfatória revertendo o seu sucesso em sucesso do profissional de design.

Projeto do Espaço Promocional e de Exposição

A materialização do espaço promocional e de exposição de acordo com as necessidades de venda de um produto, um serviço ou uma idéia. Como se projeta e quais as tendências do projeto do espaço que tem como objetivo seduzir e vender. A arquitetura efêmera e a arte das instalações conceituais.

- **Design Gráfico e Visual Merchandising**

A aplicação do design às artes visuais em favor da expansão de uma marca. A inserção do produto em um espaço de promoção e a embalagem de sua idéia central. Com que roupagem se apresenta uma marca nos suportes impressos e eletrônicos.

TRABALHO FINAL

Ao longo do 2º e 3º semestres será desenvolvido o trabalho final do curso sobre temas que serão propostos aos alunos. O trabalho final será realizado integrado aos alunos de outros programas de pós-graduação.

■ DOCENTES

Nossos docentes são designers reconhecidos na área, profissionais e diretores de empresas leader e de agências com importância internacional, convivem diariamente com a realidade empresarial e produtiva. Essa contribuição permite que as rápidas transformações dos contextos produtivos encontrem resposta imediata no conteúdo dos cursos.

■ PARCERIAS

No Instituto Europeo di Design, o aluno entrará em contato com empresas durante todo o curso. Deste modo, compreenderá processos e desafios do trabalho criativo aplicado à produção de bens de consumo para o mercado. No IED o projeto pedagógico contempla momentos de vivência profissional simultaneamente ao processo formativo, isso porque o IED mantém parcerias com empresas públicas e privadas, estúdios de design, agências governamentais e ONGs. Os projetos integrados com empresas proporcionam desafios diferenciados. As empresas participam na direção, coordenação e supervisão dos projetos nos quais estão envolvidas. Estas colaborações são concretizadas por meio de workshops, projetos e palestras que enriquecem os alunos com a experiência e com grande chance de ver o seu próprio projeto comercializado; ao mesmo tempo, as empresas se beneficiam dos resultados obtidos com uma linguagem inovadora e criativa.

| A CASA DO ARTISTA | ABEST | ABRE | ABIT | ALBERFLEX | ALITALIA
| BIBLIOTECA MARIO DE ANDRADE | BRASTEMP | BOX 1824 | CANAL | CASA
COR | CENTRO CULTURAL SÃO PAULO | CCSP | CHILLI BEANS | CNC FLEX
| COLUNNA | DECA | DIESEL | DIVINA | DOC DOG | ECKO | FIORENTINO
PRODUÇÕES E EVENTOS | FAZENDO ONDA | FIRST | FOCH | FOLHA DE
SÃO PAULO | GANADERIA | IBGM | IDEA ZARVOS | IESB | ISTITUTO CRIAR
| ISTITUTO INOVA | INTERFACE | ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA | IKKO
ISHP | I-STICK | LE POSTICHE | MABE | MANGELS | MASISA | MAX HAUS
| MICASA | MIOLO | MUSEU DA IMAGEM E DO SOM | MUSEU DA LINGUA POR-
TUGUESA | NEUMANN | OFICIO MODA | OSRAM | OVO DESIGN | PHILIPS
PROJETO CIDADE ESCOLA APRENDIZ | Q&E | REEBOK | RIVA | SAMSUNG
SCMC | SEBRAE | SEDEC - ESTADO DE ALAGOAS | SENAC | SOLVAY | SP TURIS
| SWAROVSKI | TOK&STOCK | TURMA DO BEM | VAZ | WGSN | WHIRPOLL
| WISE UP | YOOX | ZUPI

PROFESSORES E PALESTRANTES

Cláudio Govea

Claudio Libeskind

Cristine Coli

Enio Miranda

Itiberê Muarrek

José Simões de Almeida Junior

Larcio Benedetti

Marcia Holland

Nahum Levin

Roberta Dabdab

Susan Betts

Vera de Oliveira, dentre outros.