

## **MASTER DESIGN GRAPHIC EDITORIAL**

### **Metodologia**

Focado no mercado Editorial em revistas com grande circulação e presença na formação de opinião e construção de estilos de vida; A importância da Revista como meio de comunicação no mercado Brasileiro. Escasses de cursos com ênfase em direção de arte e gestor nesta área.

### **Objetivo**

Capacitar profissionais a trabalhar com competência, discernimento e criatividade na área de design gráfico editorial, atuando como diretor de arte e gestor de revista. Proporcionar ao longo do curso experiências multidisciplinares essenciais na formação de um diretor de arte através do contato com os principais profissionais do mercado.

### **Publico**

O Curso esta direcionado aos recém-formados e profissionais que buscam maior aprimoramento e capacitação afim de grandes realizações no mercado editorial de revistas, livros e jornais.

### COMPREENSÃO E ANÁLISE DO CONTEXTO

- EVOLUÇÃO DO DESIGN

Se aprofunda no pensamento macro-comunicacional numa linha evolutiva e seqüencial através da construção de repertórios e conteúdos teóricos e visuais. Seu objetivo é criar o vínculo entre o design e a comunicação de conteúdos.

- A ESPECIALIDADE EM PROCESSO

Estuda as características do espaço bidimensional e tridimensional que, transformados culturalmente por meio dos objetos que os delimitam, constroem novas interações comunicacionais. Utilizando como base conceitual a percepção de espaço através da semiótica, o Design Gráfico dentro do contexto urbano pode ser analisado como um potente produtor de novos sentidos e significados nas ações de comunicação e construção de identidades.

- DESIGN EDITORIAL

Analisa os fundamentos teóricos do Design Gráfico aplicando-os ao habitat editorial. Seu objetivo é estudar o relacionamento forma - função com foco nos aspectos estruturais, formais, compositivos, tipográficos e reticulares.

- TENDÊNCIA SÓCIO-CULTURAL E EVOLUÇÃO DO DESIGN COMUNICACIONAL

Analisa o processo da evolução histórica do produto "revista" em distintas culturas. Compreender as raízes, o impacto do design de conteúdos e as mudanças do contexto cultural e social que influenciam as necessidades e expectativas do mercado. Prospectar cenários para entender as perspectivas de evolução e desenvolvimento editorial no presente e no futuro próximo.

- PLANEJAMENTO EDITORIAL

Estuda o mecanismo que constitui e constrói a formação do pensamento editorial através da análise do processo criativo e da produção editorial. Construção do Projeto Editorial, conceito fundamental do veículo; Construção de Pauta Editorial, fonte criativa de temas a serem abordados pelo veículo; Estruturação de Projeto Gráfico; Gestão de Produção Editorial e Imagem que se foca nos caminhos e no modus operandi da produção editorial dando passo a Produção Gráfica como último estágio da linha de produção editorial.

- O MERCADO CONTEMPORÂNEO E O BRAND

Compreender o processo de construção de identidade no plano estratégico das empresas. Gerenciar relacionamentos (físicos e emocionais) entre clientes e empresa, criando valores (tangíveis e intangíveis) durante as experiências vivenciadas entre a marca e os clientes.

- MÍDIA E CRIATIVIDADE

Expõe o papel significativo que os profissionais de planejamento de mídia desenvolvem junto com os departamentos de criação. A construção de uma ponte qualitativa e quantitativa entre o cliente, os comunicadores e o leitor.

- WORKSHOP 1

Revista Cultural - Analisar e compreender a finalidade da revista proposta, desenvolvendo projeto editorial conforme os conceitos apresentados.

### ESTRATÉGIA DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA

- O MERCADO CONTEMPORÂNEO, O BRANDING E AS TENDÊNCIAS

Compreender o posicionamento estratégico das empresas com o público através das novas tecnologias. Os novos valores e o relacionamento entre marca e consumidor fundamentados no índice potencial de conteúdos da marca.

- DESIGN E TENDÊNCIA SÓCIO-CULTURAL

Discussão do Briefing, interpretação dos dados e análise de mercado, estabelecimento de possíveis perfis de consumidores, análise dos concorrentes, análise dos produtos, introdução sobre posicionamento estratégico.

- A ILUSTRAÇÃO E O CONCEPT DESIGN

Análise do papel da ilustração na construção de conteúdos. Forma e função das diferentes linguagens da ilustração.

- A FOTOGRAFIA E A REVISTA

Dividido em três partes, estuda os tipos de fotografia existentes, os fundamentos da fotografia, a metodologia, o estudo da luz e o enquadramento. Na segunda parte, se aplica a teoria aprendida numa saída ao ar livre ou em estúdio gerando uma experiência real de captação fotográfica. A última parte ensina os formatos de arquivos que podem ser utilizados para cada suporte encenando uma reunião de pauta fotográfica na qual serão discutidas a construção de narrativas visuais potencializando o discurso que se pretende apresentar por cada matéria ou seção editorial.

- SEMIÓTICA

Análise dos instrumentos semióticos para que o profissional consiga desenvolver um pensamento comunicacional presente nas diferentes peças gráficas do ambiente editorial como capas de revistas, livros, etc. A semiótica discursiva, o design da experimentação e a interdisciplinaridade no design.

## DESIGN GRAPHIC EDITORIAL MASTER

---

- **MERCADO EDITORIAL NACIONAL**

Palestra oferecida por um profissional atuante no mercado editorial e que aborda as diversas perspectivas atuais.

- **NOVOS SUPORTES DE COMUNICAÇÃO**

Estuda as possibilidades que as novas tecnologias oferecem. A pluralidade e acessibilidade aos novos suportes como fontes atuais e diferenciadas de comunicação.

- **CONTEXTO CONTEMPORÂNEO**

Analisa os objetivos, fundamentos, o design e as estratégias comunicacionais que utilizam as novas tecnologias multiplataforma para apresentar conteúdos. Integra e amplia o repertório da comunicação, que vai além das páginas impressas, e atinge e se posiciona dentro dos diferentes nichos de mercado.

- **TEAM BUILDING – RELAÇÕES INTERPESSOAIS**

Capacitar os participantes, de forma vivencial, para fazerem apresentações eficazes, de forma a captar o interesse e público. Formação e criação de equipe de trabalho, metodologia de trabalho em grupo e, sobretudo, em equipe. Ensina a aproximação para a construção de trabalho em equipe visando melhorar o desempenho pessoal e coletivo.

- **WORKSHOP 2**

Desenvolvimento de projeto editorial e gráfico de uma revista comportamental integrando seus conteúdos as novas tecnologias

### COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

- **DESIGN E SUSTENTABILIDADE**

Estuda os fatores que compõem os princípios da era do nexa. Analisa e re-avalia os mecanismos atuais e foca na procura de saídas inovadoras.

- **O BRANDING E O MERCADO ECO-MIND**

Estudo e análise de um dos nichos de maior crescimento nos dias atuais. Como as empresas e as marcas estão mudando seu modus operandi e estão adotando um novo jeito de atuar no século XXI.

- **PLANEJAMENTO DE CUSTOS EDITORIAIS**

Aborda temas como a administração, a captação e a planificação de verbas para o desenvolvimento de veículos editoriais.

- **WORKSHOP 3**

Revista Comportamental para público jovem - Desenvolvimento de revista com enfoque no universo da moda, arquitetura e das artes, inovando desde a escolha do material, os processos, até os elementos comunicados.

- **PROJETO FINAL - TCC**

O Projeto Final é etapa necessária e obrigatória para receber a certificação de conclusão do curso. Ao longo do percurso formativo, o aluno escolherá o tema do seu projeto final e durante o módulo específico, será orientado por professores.

IED - São Paulo  
Rua Maranhão, 617  
Higienópolis  
São Paulo / SP - Brasil  
tel. 011 3660-8000  
www.ied.edu.br