



## PROGRAMA DE DISCIPLINA

Disciplina: IDENTIDADE EM INTERIORES

Código da Disciplina: DGN745

Curso: DESIGN DE INTERIORES

Semestre de oferta da disciplina: 4º

Faculdade responsável: DESIGN DE INTERIORES

Programa em vigência a partir de: 15/02/2016

Número de créditos: 02

Carga Horária total: 30

Horas aula: 36

### EMENTA:

Desenvolvimento de ferramentas e informações capazes de permitir a criação de Identidades Visuais para diversos segmentos, seguindo todos os passos metodológicos de desenvolvimento. Elaboração do manual técnico de uso da marca e aplicações em variados tipos de suportes, por meio dos parâmetros metodológicos.

### OBJETIVO GERAL:

- Apontar para o alinhamento estruturado entre a identidade corporativa e identidade visual.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Desenvolver o conhecimento comportamental empresarial;
- Saber identificar o DNA empresarial;
- Elaboração de material técnico para uso como ferramenta de trabalho.

### CONTEÚDO:

#### UNIDADE I – CONCEITOS DE IDENTIDADE VISUAL E SUA EVOLUÇÃO AO LONGO DA HISTORIA

1. Identidade e Cultura;
2. Consumo e Identificação;
3. Técnicas de Comunicação visual;

#### UNIDADE II – IDENTIDADE CORPORATIVA E INSTITUCIONAL

1. Marca;
2. Identidade Corporativa;



3. Importância da identidade visual;

4. Linguagem Visual (elementos Básicos);

5. Ética e Identidade.

### UNIDADE III – MÉTODO DE GESTÃO INTEGRADA DA IDENTIDADE CORPORATIVA

1. O método GIIC — Gestão Integrada da Identidade Corporativa®;

2. DNA Corporativo: Identidade organizacional.

### ESTRATÉGIAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM:

Os conteúdos serão trabalhados, privilegiando:

- Ilustrações como representações visuais dos conceitos e objetos do tema específico;
- Estudo de Caso referente ao conceito e tema específico;
- Exposição oral / dialogada;
- Discussões, debates e questionamentos;
- Apresentações por parte dos alunos: trabalhos referentes a cada etapa ensinada

### FORMAS DE AVALIAÇÃO:

O sistema de avaliação será contínuo, considerando o processo de ensino e aprendizagem como um todo, obedecendo alguns critérios como:

- Conhecimento e assimilação dos conteúdos abordados;
- Capacidade de análise crítica demonstrada;
- Participação, assiduidade, iniciativa e responsabilidade;

Serão realizados trabalhos durante o semestre para a composição de 3 notas no valor de 10,0 (dez) pontos distribuídos da seguinte forma:

AVALIAÇÃO		VALOR
N1	<b>SEMINÁRIO 01:</b> <u>apresentação sobre o artigo:</u> <i>Reflexões sobre Identidade, Design e Arquitetura de Interiores na Pós-Modernidade</i>	<b>4,0</b>
	<b>MESA REDONDA 01:</b> Leitura e discussão sobre o artigo: <i>O Consumo como Identificação</i>	<b>2,0</b>
	<b>AVALIAÇÃO 01</b>	<b>4,0</b>
N2	<b>SEMINÁRIO 02:</b> <u>apresentação sobre o artigo:</u> <i>O processo de desenvolvimento de uma identidade visual</i>	<b>3,0</b>
	<b>TRABALHO 01:</b> <i>Criação da Identidade Visual de um Produto</i>	<b>3,0</b>



	<b>AVALIAÇÃO 02</b>	<b>4,0</b>
<b>N3</b>	<b>MESA REDONDA 02:</b> <i>Leitura e discussão sobre o artigo: Identidades que marcam</i>	<b>5,0</b>
	<b>AVALIAÇÃO 03</b>	<b>5,0</b>

Será considerado aprovado o aluno que obtiver no mínimo 75% de frequência obrigatória e média final igual ou superior a 60,0 (sessenta) pontos após a finalização das notas ( $N1+N2+N3/3$ =média final).

#### REFERÊNCIAS BÁSICAS:

FARIAS, Priscila L. Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

GOMES FILHO, J. Gestalt do Objeto: Sistema de leitura visual das formas. São Paulo: Ed. Escrituras, 2000.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2001.

NIEMEYER, Lucy. Tipografia uma apresentação. Rio de Janeiro: 2AB, 2006.

OLIVEIRA, Sylvio de. Guia de Informação sobre Design. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

PEON, MARIA LUISA. Sistemas de Identidade Visual. São Paulo: Ed. 2AB, 2003.

ROCHA, Cláudio. Projeto Tipográfico: Análise e produção de Fontes. São Paulo: Editora Rosari, 2005.

VILLAS BOAS, André. Identidade e Cultura. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

WILLIAN, Robin. Design para quem não é design. São Paulo: Editora Callis, 2005.

#### REFERÊNCIAS COMPLEMENTARES:

FASCIONI, Ligia. DNA Empresarial: Identidade Corporativa como Referencia Estratégica. São



Paulo: Editora: Integrare, 2010;

Aprovado pelo Conselho da Faculdade em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ .

Assinatura e carimbo da Direção da Faculdade