



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

DISCIPLINA: Design de Identidade	
Vigência: a partir de 2014/1	Período letivo: 4º semestre
Carga horária total: 45 h	Código: DES.030
Ementa: A disciplina promove o estudo de elementos compositivos e representativos de um projeto de identidade (como a cor, a forma e a tipografia) por meio de experimentações e análises, além de definir e discutir os conceitos de marca, identidade visual e branding. Propõe ainda o desenvolvimento de metodologia específica voltada à projetos de identidade visual corporativa e respectivos manuais de uso e aplicação.	

Conteúdos

UNIDADE I – Fundamentos da Comunicação Visual

- 1.1 Elementos formais
- 1.2 Elementos cromáticos
- 1.3 Elementos imagéticos
- 1.4 Elementos tipográficos

UNIDADE II – Marca e Identidade Corporativa

- 2.1 Marca: História e Conceitos
- 2.2 Identidade visual e Imagem Corporativa
- 2.3 A marca gráfica: conceituação, classificação e componentes
- 2.4 Análise de marcas
- 2.5 Metodologia projetual para o desenvolvimento de Identidades Visuais
- 2.6 Manuais de normas e usos da marca

UNIDADE III – Introdução ao Branding

- 3.1 Conceitos
- 3.2 Estratégias de aplicação voltadas ao projeto corporativo
- 3.3 Desenvolvimento de Sistemas de Identidade Visual
- 3.4 Análises e cases

UNIDADE IV – Design de Identidade – proposição prática

- 4.1 Criação da marca
- 4.2 Desenvolvimento do manual de identidade visual

Bibliografia básica

- COSTA, Joan. **A imagem da marca: um fenômeno social**. São Paulo: Edições Rosari, 2008.
- PEÓN, Maria Luisa. **Sistemas de identidade visual**. 4. ed. Teresópolis, RJ: 2AB, 2011.
- WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**. Porto Alegre: Bookman, 2008.



Serviço Público Federal
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense
Pró-Reitoria de Ensino

Bibliografia complementar

FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

NEUMEIER, Marty. **The Brand Gap**. O abismo da marca. Porto Alegre: Bookman, 2008.

MARTINS, José Roberto. **Branding**: o manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas. São Paulo: Globalbrands, 2006.

MUNHOZ, Daniella M. **Manual de identidade visual [Guia para construção]**. Rio de Janeiro: 2AB, 2009.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2003.