

Mestrado Próprio

Design Editorial





Mestrado Próprio Design Editorial

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/design/mestrado-proprio/mestrado-proprio-design-editorial

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 22

06

Metodologia

pág. 34

07

Certificação

pág. 42

01

Apresentação

O Design Editorial é um setor em constante evolução. O conhecimento profundo das chaves que determinam as diferentes fórmulas de sucesso no momento atual do ponto de vista histórico, permite ao profissional antecipar e permanecer sempre na vanguarda. Neste completo programa, o profissional será capaz de compreender os conceitos fundamentais para poder realizar um processo comunicativo através da linguagem gráfica, compreendendo todos os fatores que o determinam, incluindo os históricos. Um caminho de capacitação que o levará a desenvolver projetos de design gráfico e web design, abordando-os desde a sua concepção até à sua artefinalização.



“

Um programa completo que o capacitará para trabalhar nos diferentes campos do Design Editorial, com conhecimento específico dos fatores que influenciam e determinam o sucesso de uma publicação”

Todos os designers devem iniciar a sua profissão com um sólido conhecimento da história do design, o que lhes permitirá compreender como surgiram as tendências atuais e quais são os mecanismos que permitem que um design seja bem sucedido e pertinente num momento social, cultural ou histórico específico.

Este conceito de cultura geral será levado para o território da instrução audiovisual. O profissional de design gráfico precisa de conhecer os fenómenos audiovisuais que se movem nos mesmos paradigmas que a comunicação gráfica. A influência de alguns meios sobre outros, as diferentes combinações de meios e os novos produtos gráficos que incorporam diferentes técnicas e abordagens de outras áreas comunicativas são um conhecimento que abrirá novas linhas de pensamento e trabalho.

Neste sentido, ter conhecimentos em todos os aspetos possíveis do trabalho abre uma janela de possibilidades e caminhos exploráveis muito interessantes.

Por isso, esta capacitação abordará os aspetos que um designer precisa de conhecer para planear, desenvolver e finalizar qualquer projeto gráfico. Um caminho educativo que irá aumentar as competências do aluno para o ajudar a alcançar os desafios de um profissional de primeira linha.

O desenho gráfico é apresentado como uma opção viável para um profissional que decida trabalhar independentemente, mas também fazer parte de qualquer organização ou empresa. Uma via de desenvolvimento profissional interessante que irá beneficiar dos conhecimentos específicos que a TECH Universidade Tecnológica coloca à sua disposição.

Este **Mestrado Próprio em Design Editorial** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de grande quantidade de casos práticos apresentados por especialistas
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático
- ◆ Novidades e desenvolvimentos vanguardistas nesta área
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser utilizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Metodologias inovadoras e altamente eficientes
- ◆ Lições teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre temas controversos e tarefas individuais de reflexão
- ◆ Disponibilidade dos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com uma ligação à *internet*



Este programa permitir-lhe-á melhorar as suas competências e atualizar os seus conhecimentos sobre Design Editorial”



Uma análise completa sobre os fenômenos culturais e estéticos que afetam os critérios de criação da comunicação gráfica”

O desenvolvimento deste programa está centrado na prática da aprendizagem teórica proposta, através dos sistemas de ensino mais eficazes e métodos contrastantes importados das universidades mais prestigiadas do mundo. O profissional será capaz de adquirir novos conhecimentos de uma forma eminentemente prática, uma vez que a TECH Universidad Tecnológica se empenha na conversão dos seus esforços em competências reais e imediatas.

O sistema *online* é outro dos pontos fortes desta proposta educacional. Com uma plataforma interativa que conta com as vantagens dos desenvolvimentos tecnológicos de última geração, a TECH Universidad Tecnológica oferece-lhe as ferramentas digitais mais interativas. Por isso, oferece um método de aprendizagem totalmente adaptável às suas necessidades, para que possa combinar perfeitamente esta capacitação com a sua vida pessoal ou profissional.

Uma aprendizagem prática e intensiva que lhe dará todas as ferramentas na idealização, no desenvolvimento e na criação de qualquer projecto gráfico de que necessite para trabalhar nesta área.

Uma capacitação desenvolvida para que você possa aplicar o conhecimento adquirido em sua prática diária de forma quase imediata.



02

Objetivos

O objectivo deste Mestrado Próprio em Design Editorial é oferecer aos profissionais uma forma completa de adquirir conhecimentos e competências para a prática profissional deste setor, através de uma aprendizagem baseada na prática que lhes permitirá terminar a formação com os conhecimentos necessários para realizar o seu trabalho com total segurança e competência.



Design

“

O nosso objetivo é simples: oferecer-lhe a atualização mais completa sobre as técnicas e os avanços em Design Editorial num Mestrado Próprio totalmente compatível com suas obrigações profissionais e pessoais”



Objetivos gerais

- ◆ Conceber um desenvolvimento gráfico
- ◆ Determinar os materiais apropriados para o seu desenvolvimento
- ◆ Definir as técnicas ideais para cada situação gráfica comunicativa
- ◆ Realizar todo o processo de criação das peças, adaptando-as a diferentes formatos
- ◆ Aplicar artes finais

“

Inclua na sua especialização os conhecimentos das ferramentas mais avançadas em Design Editorial e traga para o seu trabalho neste campo a vanguarda de que necessita para competir na primeira linha”





Objetivos específicos

Módulo 1. História do design

- ◆ Ter conhecimentos básicos das ciências humanas e sociais para poder planejar investigações futuras, em função das necessidades de cada projeto de concepção
- ◆ Compreender criticamente a história das práticas artísticas e do design contemporâneo, os argumentos e pressupostos teóricos que as sustentam, bem como as estratégias e mecanismos em que intervêm para se adaptarem aos novos problemas e desafios do design digital
- ◆ Compreender o desenvolvimento do design ao longo da história como uma integração de várias disciplinas: arte, cultura contemporânea, filosofia, sociologia, história dos media no design digital, linguística e semiótica
- ◆ Desenvolver um espírito avaliativo e crítico a fim de adquirir a capacidade de análise e síntese na prática e execução das funções de um designer
- ◆ Atuar como mediador entre tecnologia e arte, ideias e objetivos, cultura e design
- ◆ Compreender a relação entre património e design e compreender que é uma característica da cultura contemporânea

Módulo 2. Introdução à cor

- ◆ Compreender a importância da cor no ambiente visual
- ◆ Adquirir a capacidade de observar, organizar, discriminar e gerir a cor
- ◆ Aplicar os fundamentos psicológicos e semióticos da cor na concepção
- ◆ Capturar, manipular e preparar a cor para utilização em meios físicos e virtuais
- ◆ Adquirir a capacidade de formular juízos independentes, por meio de argumentos
- ◆ Saber documentar, analisar e interpretar fontes documentais e literárias com os seus próprios critérios

Módulo 3. Design Editorial

- ◆ Conhecer os fundamentos do Design Editorial no contexto impresso e digital, bem como as suas interrelações com outras áreas
- ◆ Conhecer o alcance e a importância do designer no campo editorial
- ◆ Conhecer a terminologia específica, as técnicas e as linguagens aplicadas aos processos de concepção: sistemas de pré-impressão e impressão, técnicas, suportes digitais e multimédia
- ◆ Conceber publicações editoriais tendo em conta o conjunto gráfico e os seus elementos
- ◆ Capturar, manipular e preparar texto e imagens para utilização em diferentes suportes
- ◆ Projetar comunicações visuais apelativas que satisfaçam os critérios gráficos atuais
- ◆ Começar a utilizar o Adobe InDesign e conhecer adequadamente os elementos disponíveis no programa para projetar as suas próprias ideias gráficas

Módulo 4. Metodologia de design

- ◆ Conhecer os processos básicos da metodologia científica na história do design: estados da questão, análise integral do trabalho de design, reconsideração de problemas, procura de informação não publicada, formulação de hipóteses, processos críticos de síntese e formulação ordenada de conclusões
- ◆ Compreender o funcionamento da inovação como um motor de concepção
- ◆ Identificar problemas relacionados com a concepção, recompilar e analisar a informação necessária para avaliar e oferecer soluções de acordo com critérios de eficiência: funcionais, ambientais, estruturais, construtivos e expressivos no domínio da profissão
- ◆ Justificar o desenvolvimento de um projeto de design por meio de uma argumentação coerente e crítica
- ◆ Ter um conhecimento profundo da dinâmica da gestão do design que permite a aplicação de conhecimentos de marketing e de administração de empresas na concepção de projetos
- ◆ Compreender a prática do design como um método de investigação em si mesmo baseado na criatividade

Módulo 5. Design gráfico

- ◆ Conhecer os fundamentos do design gráfico, bem como a sua interrelação com outras áreas: design gráfico publicitário, design editorial, design de identidade corporativa, web design, design de embalagens, design tipográfico, cartazes, sinalização, design multimédia, design de novos media, etc.
- ◆ Conhecer as bases, funções e valor do design gráfico
- ◆ Analisar o perfil de um designer gráfico ao longo da história e no panorama atual
- ◆ Compreender os elementos básicos e formais do design gráfico
- ◆ Saber que ferramentas digitais são mais utilizadas no campo do design gráfico
- ◆ Conhecer e aplicar elementos básicos de organização e gestão de projetos

Módulo 6. Ética, legislação e deontologia profissional

- ◆ Adquirir a capacidade de recolher e interpretar dados relevantes para fazer julgamentos que incluam uma reflexão sobre questões éticas, ambientais e sociais
- ◆ Realizar a prática profissional de uma forma ética, respeitando a lei e em conformidade com os direitos universais
- ◆ Desenvolver as competências de aprendizagem necessárias para empreender estudos posteriores com um elevado grau de autonomia
- ◆ Compreender a relação profissional entre designer e cliente
- ◆ Adquirir competências que demonstrem que os problemas podem ser resolvidos por meio de argumentação e crítica construtiva
- ◆ Desenvolver a capacidade de decidir antecipadamente o que tem de ser feito, quem tem de o fazer e como o deve fazer

Módulo 7. Imagem corporativa

- ◆ Capturar, manipular e preparar a imagem para utilização em diferentes suportes
- ◆ Conhecer as noções básicas da tecnologia fotográfica e audiovisual
- ◆ Conhecer a linguagem e os recursos expressivos da fotografia e do audiovisual
- ◆ Conhecer obras fotográficas e audiovisuais relevantes
- ◆ Interrelacionar as linguagens formais e simbólicas com a funcionalidade específica
- ◆ Manusear o equipamento básico de iluminação e medição em fotografia
- ◆ Compreender o comportamento e as características da luz e valorizar as suas qualidades expressivas

Módulo 8. Tipografia

- ◆ Conhecer os princípios sintáticos da linguagem gráfica e aplicar as suas regras para descrever objetos e ideias de forma clara e precisa
- ◆ Conhecer a origem das letras e a sua importância histórica
- ◆ Reconhecer, estudar e aplicar a tipografia aos processos gráficos de forma coerente
- ◆ Conhecer e aplicar os fundamentos estéticos da tipografia
- ◆ Saber analisar a disposição dos textos no objeto de *design*
- ◆ Ser capaz de realizar trabalho profissional baseado na composição tipográfica

Módulo 9. Layout

- ◆ Conceber publicações editoriais tendo em conta o conjunto gráfico e os seus elementos
- ◆ Conhecer a tarefa de um designer de layout e a importância da sua figura no campo editorial
- ◆ Conhecer os meios digitais e a sua importância no contexto atual
- ◆ Utilizar o Adobe InDesign para o desenvolvimento adequado de projetos gráficos
- ◆ Utilizar redes sociais de uma perspetiva artística, com consciência da importância de uma boa estratégia gráfica
- ◆ Desenvolver uma linguagem editorial para publicitar um produto ou serviço, com um objetivo claro e específico

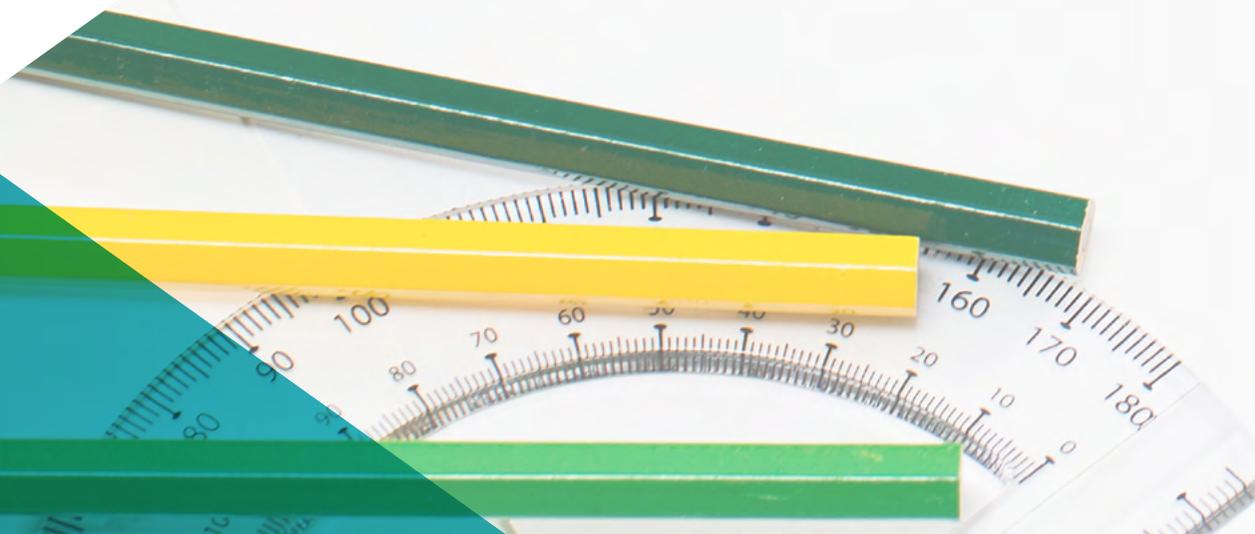
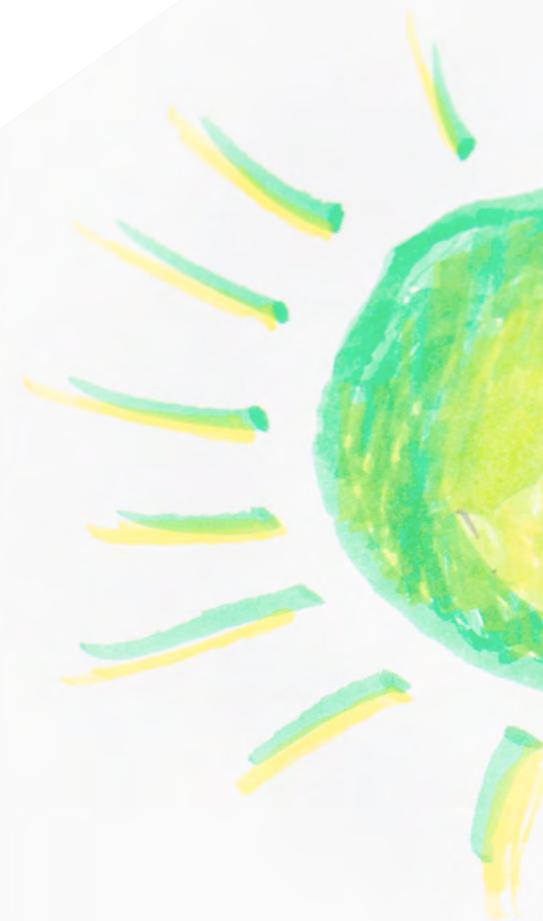
Módulo 10. Trabalho artístico final

- ◆ Conhecer a terminologia específica, as técnicas e as linguagens aplicadas aos processos de conceção: sistemas de pré-impressão e impressão, técnicas, suportes digitais e multimédia
- ◆ Conhecer os sistemas de impressão para poder avaliar qual é a melhor alternativa quando se trata da expressão física de um projeto gráfico
- ◆ Conhecer alternativas de impressão regidas por princípios de sustentabilidade e utilizá-las no processo de conceção de um projeto de *design* a partir do zero
- ◆ Conhecer os procedimentos a seguir a fim de preparar corretamente uma obra de arte final para impressão
- ◆ Saber o que é a encadernação e aprofundar nos tipos existentes
- ◆ Incorporar o vocabulário técnico necessário para conseguir uma comunicação fluente com os técnicos e setores envolvidos na publicação

03

Competências

Este programa em Design Editorial foi criado como uma ferramenta altamente qualificada para o profissional. A sua especialização intensiva irá preparar o estudante para poder trabalhar em todas as áreas relacionadas com este setor com a segurança de um especialista na matéria.





“

Adquira as aptidões práticas de trabalho e de tomada de decisões críticas de que necessita para criar peças gráficas de qualidade, profissionalmente interessantes”



Competências gerais

- ♦ Criar e conceber as diferentes partes de um desenho gráfico
- ♦ Analisar a adequação de diferentes abordagens
- ♦ Impacto no público-alvo de uma forma eficiente
- ♦ Controlar os processos internos e externos de produção das peças produzidas

“

Inscrever-se no melhor programa de Design Editorial do atual panorama universitário”





Competências específicas

- ◆ Descrever a história do design gráfico
- ◆ Manusear as cores na sua aplicação gráfica
- ◆ Efetuar o design editorial
- ◆ Estabelecer a metodologia apropriada para cada tipo de desenho
- ◆ Conhecer o quadro legal dentro do qual o desenho gráfico funciona
- ◆ Trabalhar com imagens digitais
- ◆ Reconhecer as diferentes tipografias adequadas para cada design
- ◆ Publicações de layout
- ◆ Fazer o trabalho artístico final

04 Direção do curso

Para garantir a melhor formação possível na área de Design Editorial, a TECH recorreu a uma equipa docente excepcional para desenvolver este programa. Assim, sua experiência internacional à frente de publicações tão importantes como a revista TIME ajuda o aluno a adquirir uma série de competências diferenciadas em um campo cada vez mais competitivo. Isto garante a máxima qualidade e possível adaptação de todos os conteúdos à mais exigente realidade profissional.





“

Conte com editores com prestígio internacional e experiência profissional nas melhores publicações do mundo”

Diretor Convidado Internacional

D.W. Pine é um líder internacional no domínio do design editorial. Como **Diretor Criativo da revista Time**, é responsável pela concepção, marketing e direção das tiragens de uma das publicações editoriais mais importantes do mundo. Ao longo da sua carreira, concebeu mais de 850 capas e supervisionou sete projectos de “Persona del Año”.

Nesta função, Pine é responsável pela concepção e produção da capa da Time todas as semanas e pela gestão de uma equipa criativa de mais de uma dúzia de directores de arte, designers, infografistas e investigadores. Também supervisiona o design da marca Time e de outras propriedades digitais, como a Time for Kids.

Para além do seu trabalho de design, Pine **escreve ocasionalmente para a revista Time** e tem mais de 1100 artigos publicados como redator da equipa do Atlanta Journal-Constitution.

Como orador, Pine **tem-se apresentado em eventos e workshops em todo o mundo**, incluindo o workshop de design para jornalistas em Pequim, China, bem como outras conferências de alto nível na Europa. Também fez apresentações em conferências, universidades e festivais nos Estados Unidos, incluindo Nova Iorque, San Francisco, San Diego, Washington, D.C., Portland, Tampa e Atlanta.

O seu trabalho recebeu **dezenas de prémios de topo da indústria**, incluindo ser nomeado duas vezes para a lista Folio 100 (2016 e 2017) e receber os prémios Best Designed Magazine 2013 e Best Cover of the Year 2017 da American Society of Magazine Editors.



Dr. Pine, D.W.

- Diretor criativo da revista Time
- Designer da capa semanal da revista Time
- Designer do Atlanta Journal-Constitution
- Licenciatura em Marketing e Gestão pela Universidade da Geórgia
- Prémios: Best Designed Magazine 2013, Best Cover of the Year 2017, Lista Folio 2016 e 2017
- Orador em eventos de design na Ásia, Europa e América

“

Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

04

Estrutura e conteúdo

O programa abrange todas as áreas de interesse que o profissional de design gráfico tem de dominar a fim de criar peças competitivas que recolham informação e a transmitam com impacto e permanência na mente do recetor. Um curso de alta qualidade que colocará o estudante na vanguarda da competitividade no setor.



“

Este Mestrado Próprio foi criado com os critérios de qualidade mais exigentes para compilar todos os campos de conhecimento necessários, desde a revisão histórica até à utilização das ferramentas mais interessantes do momento”

Módulo 1. História do *design*

- 1.1. Qual é o interesse de saber sobre a história?
 - 1.1.1. História da valorização
 - 1.1.2. Antecipar-se ao futuro
 - 1.1.3. O passado liberta-nos
 - 1.1.4. Conclusões
- 1.2. Considerando a "história do design" como uma disciplina
 - 1.2.1. Como fazemos história da história?
 - 1.2.2. Antecedentes considerados
 - 1.2.3. O desenvolvimento da disciplina: Anos 70, 80 e 90
 - 1.2.4. O objeto de estudo da história do design
 - 1.2.5. Tendências e linhas de investigação
- 1.3. Revolução industrial e outras correntes
 - 1.3.1. Consequências da revolução industrial sobre o design
 - 1.3.2. Influência oriental
 - 1.3.3. *Arts & Crafts*. William Morris
 - 1.3.4. Esteticismo
 - 1.3.5. *Art Nouveau*
- 1.4. Percurso histórico I
 - 1.4.1. Secessão Vienense
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. Construtivismo russo
 - 1.4.4. O movimento De Stijl e o Neo-Plasticismo
- 1.5. A Bauhaus
 - 1.5.1. O que é a Bauhaus?
 - 1.5.2. Primeira etapa
 - 1.5.3. Segunda etapa
 - 1.5.4. Terceira etapa
 - 1.5.5. Princípios básicos
 - 1.5.6. Influências
- 1.6. Percurso histórico II
 - 1.6.1. Art Deco
 - 1.6.2. Estilo Internacional
 - 1.6.3. Design de pós-guerra
 - 1.6.4. A Escola ULM
 - 1.6.5. A Escola suíça
- 1.7. O funcional e o funcionalista
 - 1.7.1. A visão funcionalista
 - 1.7.2. O belo e o prático
 - 1.7.3. As analogias do funcionalismo
 - 1.7.4. Funcionalismo como estilo
- 1.8. Percurso histórico III
 - 1.8.1. A Escola de Nova Iorque
 - 1.8.2. Aerodinamismo americano
 - 1.8.3. Design escandinavo
 - 1.8.4. Design democrático
- 1.9. Outras tendências
 - 1.9.1. Pop
 - 1.9.2. *Alta Tecnologia*
 - 1.9.3. *Mínimo*
 - 1.9.4. *Kitsch*
- 1.10. A era digital
 - 1.10.1. A revolução da informação
 - 1.10.2. Design assistido por computador
 - 1.10.3. *Biodesign*, neobiomorfismo, design *amigável*
 - 1.10.4. Imagens digitais e novas tipografias

Módulo 2. Introdução à cor

- 2.1. Cor, princípios e propriedades
 - 2.1.1. Introdução à cor
 - 2.1.2. Luz e cor: sinestesia cromática
 - 2.1.3. Atributos da cor
 - 2.1.4. Pigmentos e corantes
- 2.2. Cores no círculo cromático
 - 2.2.1. O círculo cromático
 - 2.2.2. Cores frias e quentes
 - 2.2.3. Cores primárias e derivadas
 - 2.2.1. Relações cromáticas: harmonia e contraste
- 2.3. Psicologia da cor
 - 2.3.1. Construção do significado de uma cor
 - 2.3.2. Carga emocional
 - 2.3.3. Valores denotativos e conotativos
 - 2.3.4. *Marketing* emocional. Carga da cor
- 2.4. Teoria das cores
 - 2.4.1. Uma teoria científica. Isaac Newton
 - 2.4.2. A teoria das cores de Goethe
 - 2.4.3. Aderir à teoria das cores de Goethe
 - 2.4.4. Psicologia da cor de acordo com Eva Heller
- 2.5. Insistir na classificação da cor
 - 2.5.1. O cone duplo de Wilhelm Ostwald
 - 2.5.2. O sólido de Albert Munsell
 - 2.5.3. O cubo de Alfredo Hicethier
 - 2.5.4. O triângulo CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)
- 2.6. O estudo individual das cores
 - 2.6.1. Branco e preto
 - 2.6.2. Cores neutras. A escala de cinza
 - 2.6.3. Monocromático, duocromático, policromático
 - 2.6.4. Aspectos simbólicos e psicológico das cores

- 2.7. Modelos a cor
 - 2.7.1. Modelo subtrativo. Modo CMYK
 - 2.7.2. Modelo aditivo. Modo RGB
 - 2.7.3. Modelo HSB
 - 2.7.4. Sistema Pantone. A paleta de cores
- 2.8. De Bauhaus a Murakami
 - 2.8.1. A Bauhaus e os seus artistas
 - 2.8.2. Teoria da Gestalt ao serviço da cor
 - 2.8.3. Josef Albers. A interação da cor
 - 2.8.4. Murakami, as conotações da ausência de cor
- 2.9. A cor no projeto de *design*
 - 2.9.1. *Pop Art*. A cor das culturas
 - 2.9.2. Criatividade e cor
 - 2.9.3. Artistas contemporâneos
 - 2.9.4. Análise de diferentes óticas e perspectivas
- 2.10. Gestão das cores no ambiente digital
 - 2.10.1. Espaços de cor
 - 2.10.2. Perfis de cor
 - 2.10.3. Calibração de monitores
 - 2.10.4. O que devemos ter em conta

Módulo 3. Desenho editorial

- 3.1. Tecnologia manual de comunicação e informação escrita
 - 3.1.1. Introdução
 - 3.1.2. Formas iniciais de escrita
 - 3.1.3. Suportes da escrita manual
 - 3.1.4. Níveis de representação gráfica na primeira escritura
 - 3.1.5. Classificação geral dos sinais de escrita
 - 3.1.6. O nascimento e desenvolvimento do alfabeto: a independência do sinal de escrita
 - 3.1.7. Escrita, memória de informação
 - 3.1.8. As formas da escrita alfabética latina: observação diacrónica
 - 3.1.9. Imagens no mundo da escrita manual

- 3.2. Sistema de impressão
 - 3.2.1. Introdução
 - 3.2.2. Da reprodução manual à reprodução mecanizada da escrita
 - 3.2.3. Imitação, denominador comum das primeiras cópias mecânicas de informação
 - 3.2.4. Antecedentes da reprodução mecanizada da informação na antiguidade
 - 3.2.5. A xilogravura, o predecessor mais próximo da tecnologia de Gutenberg
 - 3.2.6. Conhecimentos e elementos tecnológicos pré-existentes necessários para a imprensa gráfica de Gutenberg
 - 3.2.7. A imprensa gráfica de Gutenberg
 - 3.2.8. O desenvolvimento das fases de composição e impressão da informação escrita
- 3.3. Formas e funções de elementos do design jornalístico
 - 3.3.1. Introdução
 - 3.3.2. O que é o design jornalístico da comunicação e informação escritas?
 - 3.3.3. Os elementos do design jornalístico
- 3.4. Imagens
 - 3.4.1. Introdução
 - 3.4.2. Imagens jornalísticas
 - 3.4.3. Infografia: natureza, características, funções e formas
 - 3.4.4. Recursos gráficos não textuais e não icónicos
- 3.5. A cor
 - 3.5.1. Introdução
 - 3.5.2. Natureza, função e processos de síntese de cor
 - 3.5.3. Separação de cores nas artes gráficas
 - 3.5.4. Funções e possibilidades expressivas da cor em meios escritos
 - 3.5.5. Características das cores diretas
- 3.6. Tipografias: identidade e utilização
 - 3.6.1. Introdução
 - 3.6.2. O que é a tipografia?
 - 3.6.3. Morfologia dos caracteres: implicações semânticas
 - 3.6.4. Classificações dos caracteres tipográficos
 - 3.6.5. As funções da tipografia
 - 3.6.6. Tipografia informática
- 3.7. Formatos e design de informação jornalística
 - 3.7.1. Introdução
 - 3.7.2. Evolução diacrónica do design jornalístico nos meios de comunicação escritos
 - 3.7.3. O formato, a primeira circunstância espacial
 - 3.7.4. A distribuição e arquitetura do espaço da página
 - 3.7.5. Design modular
 - 3.7.6. O diagrama de Gutenberg
 - 3.7.7. O CIV
- 3.8. Design jornalístico e comunicação. Ordem e hierarquia
 - 3.8.1. Introdução
 - 3.8.2. O objetivo fundamental do design jornalístico
 - 3.8.3. Critérios para a distribuição da informação
 - 3.8.4. Estruturas básicas de layout de páginas
 - 3.8.5. Sistemas de equilíbrio na expressão de significantes informativos
 - 3.8.6. Princípios básicos aplicáveis no design jornalístico
 - 3.8.7. A primeira página
 - 3.8.8. As páginas internas do jornal
- 3.9. Mudança tecnológica nos processos de comunicação
 - 3.9.1. Introdução
 - 3.9.2. Mudança tecnológica nos processos de comunicação e informação escrita imediatamente anterior à digitalização
 - 3.9.3. Digitalização, uma mudança de velocidade no desenvolvimento da comunicação e informação escrita
- 3.10. A mediação digital no jornalismo atual
 - 3.10.1. Introdução
 - 3.10.2. A mediação digital no jornalismo atual
 - 3.10.3. A informação escrita em jornalismo de edição digital

Módulo 4. Metodologia de design

- 4.1. Sobre metodologia e design
 - 4.1.1. O que é a metodologia de design?
 - 4.1.2. Diferenças entre método, metodologia e técnica
 - 4.1.3. Tipos de técnicas metodológicas
 - 4.1.4. Dedução, indução e abdução
- 4.2. Introdução à investigação no design
 - 4.2.1. Herdar o método científico
 - 4.2.2. Conceitos gerais dos processos de investigação
 - 4.2.3. Principais fases do processo de investigação
 - 4.2.4. Cronograma
- 4.3. Algumas propostas metodológicas
 - 4.3.1. Propostas para uma nova metodologia de Burdek Bernhard
 - 4.3.2. Método sistemático para designers por Bruce Archer
 - 4.3.3. Design generalista integrado por Victor Papanek
 - 4.3.4. O método de projeto de Bruno Munari
 - 4.3.5. Processo criativo de resolução de problemas por Bernd Löbach
 - 4.3.6. Outros autores e esboços de outros métodos
- 4.4. Definição do problema
 - 4.4.1. Identificação e análise da necessidade
 - 4.4.2. *Briefing*, o que é isso?
 - 4.4.3. O que deve conter um bom *briefing*?
 - 4.4.4. Conselhos para preparar um *briefing*
- 4.5. Investigação para o projeto
 - 4.5.1. Pesquisa de antecedentes
 - 4.5.2. Implicação do projeto
 - 4.5.3. Estudo da audiência ou *público-alvo*
 - 4.5.4. Ferramentas no estudo do *público-alvo*
- 4.6. O ambiente competitivo
 - 4.6.1. Em relação ao mercado
 - 4.6.2. Análise de concorrência
 - 4.6.3. Proposta de valor

- 4.7. Estudo de viabilidade
 - 4.7.1. Viabilidade social. Análise DAFO
 - 4.7.2. Viabilidade técnica
 - 4.7.3. Viabilidade económica
- 4.8. Possíveis soluções para o *Briefing*
 - 4.8.1. Emocionalidade nos processos criativos
 - 4.8.2. Divergência, transformação e convergência
 - 4.8.3. Chuva de ideias ou *Brainstorming*
 - 4.8.4. Comparação de ideias
- 4.9. Definição de metas
 - 4.9.1. Objetivo geral
 - 4.9.2. Objetivos específicos
 - 4.9.3. Objetivos técnicos
 - 4.9.4. Objetivos estéticos e comunicacionais
 - 4.9.5. Objetivos de mercado
- 4.10. Desenvolvimento de ideias
 - 4.10.1. Feedback na fase de ideação
 - 4.10.2. Esboços
 - 4.10.3. Apresentação de ideias
 - 4.10.4. Métodos de controlo e avaliação crítica

Módulo 5. Design gráfico

- 5.1. Introdução ao design gráfico
 - 5.1.1. O que é design gráfico?
 - 5.1.2. Funções do design gráfico
 - 5.1.3. Áreas de ação no design gráfico
 - 5.1.4. O valor do design gráfico
- 5.2. Design gráfico como uma atividade profissional
 - 5.2.1. A influência da tecnologia no desenvolvimento da profissão
 - 5.2.2. Qual é o papel do designer gráfico?
 - 5.2.3. Áreas profissionais
 - 5.2.4. O designer como cidadão

- 5.3. Elementos básicos
 - 5.3.1. O ponto
 - 5.3.2. A linha
 - 5.3.3. A forma
 - 5.3.4. A textura
 - 5.3.5. O espaço
- 5.4. Elementos formais
 - 5.4.1. O contraste
 - 5.4.2. O equilíbrio
 - 5.4.3. A proporção
 - 5.4.4. O ritmo
 - 5.4.5. A harmonia
 - 5.4.6. O movimento
 - 5.4.7. Unidade
- 5.5. Referências no design gráfico dos séculos XX e XXI
 - 5.5.1. Designers gráficos que deixaram a sua marca na história
 - 5.5.2. Os designers mais influentes
 - 5.5.3. Designers gráficos de hoje
 - 5.5.4. Referências visuais
- 5.6. Sinalética
 - 5.6.1. O cartaz publicitário
 - 5.6.2. Funções
 - 5.6.3. Cartazes no século XIX
 - 5.6.4. Referências visuais
- 5.7. Estilo gráfico
 - 5.7.1. Linguagem icônica e cultura de massas
 - 5.7.2. O design gráfico e a sua relação com a arte
 - 5.7.3. O estilo gráfico próprio
 - 5.7.4. O design não é uma profissão, é um modo de vida
- 5.8. Das ruas para a agência
 - 5.8.1. O design como a última vanguarda
 - 5.8.2. Arte de rua ou *Street Art*
 - 5.8.3. Arte urbana aplicada à publicidade
 - 5.8.4. Arte urbana e imagem de marca



- 
- 5.9. Ferramentas digitais mais usadas
 - 5.9.1. Adobe Lightroom
 - 5.9.2. Adobe Photoshop
 - 5.9.3. Adobe Illustrator
 - 5.9.4. Adobe InDesign
 - 5.9.5. Corel Draw
 - 5.10. Início do projeto de design
 - 5.10.1. O *Briefing*
 - 5.10.2. Definição
 - 5.10.3. Justificação
 - 5.10.4. Implicação
 - 5.10.5. Objetivos
 - 5.10.6. Metodologia

Módulo 6. Ética, legislação e deontologia profissional

- 6.1. Ética, moralidade, direito e deontologia profissional
 - 6.1.1. Questões éticas básicas. Alguns dilemas morais
 - 6.1.2. Análise conceitual e origem etimológica
 - 6.1.3. Diferenças entre moralidade e ética
 - 6.1.4. A ligação entre ética, moralidade, direito e deontologia
- 6.2. Propriedade intelectual
 - 6.2.1. O que é a propriedade intelectual?
 - 6.2.2. Tipos de propriedade intelectual
 - 6.2.3. Plágio e violação dos direitos de autor
 - 6.2.4. *Anticopyright*
- 6.3. Aspectos práticos da ética atual
 - 6.3.1. Utilitarismo, consequencialismo e deontologia
 - 6.3.2. Agir de forma consistente vs. agir de acordo com princípios
 - 6.3.3. Eficiência dinâmica de atuação de acordo com princípios
- 6.4. Legislação e moralidade
 - 6.4.1. Conceito de legislação
 - 6.4.2. Conceito de moralidade
 - 6.4.3. Ligação entre direito e a moralidade
 - 6.4.4. De justo a injusto, com base num raciocínio lógico

- 6.5. Conduta profissional
 - 6.5.1. Lidar com o cliente
 - 6.5.2. A importância de acordar os termos e condições
 - 6.5.3. Os clientes não compram design
 - 6.5.4. Conduta profissional
- 6.6. Responsabilidades para com outros designers
 - 6.6.1. Competitividade
 - 6.6.2. Prestígio da profissão
 - 6.6.3. Impacto sobre outras profissões
 - 6.6.4. A relação com outros colegas de profissão. Críticas
- 6.7. Responsabilidades sociais
 - 6.7.1. Design inclusivo e a sua importância
 - 6.7.2. Características a ter em conta
 - 6.7.3. Uma mudança de mentalidade
 - 6.7.4. Exemplos e referências
- 6.8. Responsabilidades para com o ambiente
 - 6.8.1. Ecodesign. Porque é tão importante?
 - 6.8.2. Características do design sustentável
 - 6.8.3. Implicações para o meio ambiente
 - 6.8.4. Exemplos e referências
- 6.9. Conflitos éticos e tomada de decisões práticas
 - 6.9.1. Conduta e práticas responsáveis no âmbito laboral
 - 6.9.2. Boas práticas do designer digital
 - 6.9.3. Como resolver conflitos de interesse
 - 6.9.4. Como lidar com presentes?
- 6.10. Conhecimento livre: Licenças Creative Commons
 - 6.10.1. O que são?
 - 6.10.2. Tipos de licenças
 - 6.10.3. Simbologia
 - 6.10.4. Utilizações específicas

Módulo 7. Imagem corporativa

- 7.1. A importância da imagem nas empresas
 - 7.1.1. O que é a imagem corporativa?
 - 7.1.2. Diferenças entre identidade corporativa e imagem corporativa
 - 7.1.3. Onde pode ser manifestada a imagem da empresa?
 - 7.1.4. Situações de rebranding corporativo Porquê obter uma boa imagem corporativa?
- 7.2. Técnicas de investigação em Imagem corporativa
 - 7.2.1. Introdução
 - 7.2.2. O estudo da internacionalização da empresa
 - 7.2.3. Técnicas de pesquisa de imagem corporativa
 - 7.2.4. Técnicas de estudo qualitativo da imagem
 - 7.2.5. Tipos de técnicas quantitativas
- 7.3. Auditoria e estratégia de imagem
 - 7.3.1. O que é a auditoria de imagem?
 - 7.3.2. Diretrizes
 - 7.3.3. Metodologia da auditoria
 - 7.3.4. Planeamento estratégico
- 7.4. Cultura empresarial
 - 7.4.1. O que é a cultura empresarial?
 - 7.4.2. Factores envolvidos na cultura empresarial
 - 7.4.3. Funções da cultura empresarial
 - 7.4.4. Tipos de cultura empresarial
- 7.5. Responsabilidade Social Empresarial e Reputação Corporativa
 - 7.5.1. RSE: conceito e aplicação da empresa
 - 7.5.2. Diretrizes para a integração da RSE nas empresas
 - 7.5.3. Comunicação da RSE
 - 7.5.4. Reputação empresarial
- 7.6. Identidade visual corporativa e *Naming*
 - 7.6.1. Estratégias de identidade visual corporativa
 - 7.6.2. Elementos básicos
 - 7.6.3. Princípios básicos
 - 7.6.4. Desenvolvimento do manual
 - 7.6.5. O Naming

- 7.7. Imagem e posicionamento de marca
 - 7.7.1. As origens das marcas
 - 7.7.2. O que é uma marca?
 - 7.7.3. A necessidade de construir uma marca
 - 7.7.4. Imagem e posicionamento das marca
 - 7.7.5. O valor das marcas
- 7.8. Gestão da imagem através da comunicação de crise
 - 7.8.1. Plano estratégico de comunicação
 - 7.8.2. Quando tudo corre mal: comunicação de crise
 - 7.8.3. Casos
- 7.9. A influência das promoções na imagem corporativa
 - 7.9.1. O novo panorama da indústria publicitária
 - 7.9.2. O Marketing promocional
 - 7.9.3. Características
 - 7.9.4. Perigos
 - 7.9.5. Tipos e técnicas promocionais
- 7.10. A distribuição e a imagem do ponto de venda
 - 7.10.1. Os principais intervenientes na distribuição comercial
 - 7.10.2. A imagem das empresas de distribuição a retalho através do posicionamento
 - 7.10.3. Através do seu nome e logótipo

Módulo 8. Tipografia

- 8.1. Introdução à tipografia
 - 8.1.1. O que é a tipografia?
 - 8.1.2. O papel da tipografia no *design* gráfico
 - 8.1.3. Sequência, contraste, forma e contraforma
 - 8.1.4. Relação e diferenças entre tipografia, caligrafia e *criação de letras*
- 8.2. As múltiplas origens da escrita
 - 8.2.1. A escrita ideográfica
 - 8.2.2. O alfabeto fenício
 - 8.2.3. O alfabeto romano
 - 8.2.4. A reforma carolíngia
 - 8.2.5. O alfabeto latino moderno
- 8.3. Os primórdios da tipografia
 - 8.3.1. A imprensa, uma nova era. Primeiros tipógrafos
 - 8.3.2. A revolução industrial: a litografia
 - 8.3.3. O modernismo: os primórdios da tipografia comercial
 - 8.3.4. A vanguarda
 - 8.3.5. Período entre guerras
- 8.4. O papel das escolas de *design* na tipografia
 - 8.4.1. A Bauhaus
 - 8.4.2. Herbert Bayer
 - 8.4.3. Psicologia de Gestalt
 - 8.4.4. A escola suíça
- 8.5. Tipografia de atual
 - 8.5.1. 1960-1970, precursores da revolta
 - 8.5.2. Pós-modernismo, desconstrutivismo e tecnologia
 - 8.5.3. Para onde se dirige a tipografia?
 - 8.5.4. Tipografias que definem tendências
- 8.6. Forma tipográfica I
 - 8.6.1. Anatomia da letra
 - 8.6.2. Tamanhos e atributos do tipo
 - 8.6.3. Famílias tipográficas
 - 8.6.4. Maiúsculas, minúsculas e versalete
 - 8.6.5. Diferença entre tipografia, fonte e família tipográfica
 - 8.6.6. Filetes, linhas e elementos geométricos
- 8.7. Forma tipográfica II
 - 8.7.1. A combinação tipográfica
 - 8.7.2. Formatos de tipos de letras (*PostScript-TrueType-OpenType*)
 - 8.7.3. Licenças tipográficas
 - 8.7.4. Quem deve comprar a licença, cliente ou *designer*?
- 8.8. Correção de tipográfica. Composição de textos
 - 8.8.1. Espaçamento entre letras. *Tracking* e *Kerning*
 - 8.8.2. Espaçamento entre palavras. O *quadratim*
 - 8.8.3. Espaçamento entre linhas
 - 8.8.4. Corpo da letra
 - 8.8.5. Atributos do texto

- 8.9. O desenho de letras
 - 8.9.1. O processo criativo
 - 8.9.2. Materiais tradicionais e digitais
 - 8.9.3. A utilização do *tablet* gráfico e do *iPad*
 - 8.9.4. Tipografia digital: esboços e *bitmaps*
- 8.10. Cartazes tipográficos
 - 8.10.1. Caligrafia como base para o desenho de letras
 - 8.10.2. Como criar uma composição tipográfica que tenha impacto?
 - 8.10.3. Referências visuais
 - 8.10.4. A fase do esboço
 - 8.10.5. Projeto

Módulo 9. Layout

- 9.1. Definição e contextualização
 - 9.1.1. Relação entre design editorial e layout
 - 9.1.2. Evolução no processo de layout. O futuro
 - 9.1.3. Fatores na conceção: proporção, cor, tensão, equilíbrio e movimento
 - 9.1.4. A importância do espaço branco
- 9.2. Design editorial de revistas
 - 9.2.1. Revistas, o auge da beleza
 - 9.2.2. Tipos de designs de revistas. Referências
 - 9.2.3. Revistas digitais e a sua importância atualmente
 - 9.2.4. Elementos de publicação
- 9.3. Design editorial de jornais
 - 9.3.1. Jornais, entre a informação e a beleza gráfica
 - 9.3.2. Como se diferenciar em informação generalista
 - 9.3.3. Formatos de jornais
 - 9.3.4. Tendências editoriais. Referências
- 9.4. Introduzindo a publicidade no processo de layout
 - 9.4.1. O que é publicidade? Tipos
 - 9.4.2. Vantagens e desvantagens de introduzir publicidade num layout
 - 9.4.3. Como introduzir publicidade nos meios de comunicação escritos?
 - 9.4.4. Como introduzir a publicidade nos meios digitais?
- 9.5. A escolha da tipografia
 - 9.5.1. Tipos de letra editoriais
 - 9.5.2. A importância do tamanho
 - 9.5.3. Tipografia nos meios impressos
 - 9.5.4. Tipografia nos meios digitais
- 9.6. Ortotipografia
 - 9.6.1. O que é a ortotipografia?
 - 9.6.2. Microtipografia e Macrotipografia
 - 9.6.3. Importância da ortotipografia
 - 9.6.4. Falhas em ortotipografia
- 9.7. Layout nas redes sociais?
 - 9.7.1. O alcance do layout nas redes sociais
 - 9.7.2. O *Hashtag* e a sua importância
 - 9.7.3. A biografia do Instagram
 - 9.7.4. *Grids* no Instagram
- 9.8. *Copywriting*
 - 9.8.1. O que é o *Copywriting*?
 - 9.8.2. Simplificar o *Copywriting*. É o primeiro impacto que conta
 - 9.8.3. Aplicações de *Copywriting*
 - 9.8.4. Tornar-se um bom *Copywriter*
- 9.9. Aprofundando a utilização do InDesign
 - 9.9.1. Acrescentar texto a um esquema
 - 9.9.2. Uso do painel de caracteres e o painel de parágrafos
 - 9.9.3. Diferenças entre o texto sublinhado e os filetes de parágrafo
 - 9.9.4. Controlo das linhas de viúvas e órfãos
 - 9.9.5. Ortotipografia: *visualização* de caracteres ocultos
- 9.10. Projetos de layout
 - 9.10.1. Fazer uma revista no InDesign
 - 9.10.2. Aspectos a ter em conta
 - 9.10.3. Referências visuais: Grandes layouts no Instagram
 - 9.10.4. Atualização do Instagram com uma estratégia de layout

Módulo 10. Trabalho artístico final

- 10.1. Introdução ao trabalho artístico final
 - 10.1.1. O que é um trabalho artístico final?
 - 10.1.2. O início do trabalho artístico final
 - 10.1.3. A evolução do trabalho artístico final
 - 10.1.4. Ferramentas básicas
- 10.2. Elementos necessários para fazer uma impressão
 - 10.2.1. Suporte
 - 10.2.2. Material de coloração
 - 10.2.3. A forma
 - 10.2.4. Máquinas
- 10.3. Impressão planográfica
 - 10.3.1. O que é a impressão planográfica?
 - 10.3.2. Sistemas *Offset*
 - 10.3.3. Propriedades dos sistemas de impressão offset
 - 10.3.4. Vantagens e desvantagens
- 10.4. Impressão em rotogravura
 - 10.4.1. O que é a impressão em rotogravura?
 - 10.4.2. A impressão em rotogravura
 - 10.4.3. Propriedades dos sistemas de impressão em rotogravura
 - 10.4.4. Acabamento
- 10.5. Impressão em relevo
 - 10.5.1. O que é a impressão em relevo?
 - 10.5.2. Clichés de tipografia e clichés flexográficos
 - 10.5.3. Propriedades
 - 10.5.4. Acabamentos
- 10.6. Impressão permeográfica
 - 10.6.1. O que é a impressão permeográfica?
 - 10.6.2. Serigrafia
 - 10.6.3. Propriedades físico-químicas dos ecrãs de impressão serigráfica
 - 10.6.4. Vantagens e desvantagens
- 10.7. Impressão digital
 - 10.7.1. O que é a impressão digital?
 - 10.7.2. Vantagens e desvantagens
 - 10.7.3. Impressão *offset* ou digital?
 - 10.7.4. Sistemas de impressão digital
- 10.8. Investigar os suportes
 - 10.8.1. Suportes de papel
 - 10.8.2. Suportes rígidos
 - 10.8.3. Suportes têxteis
 - 10.8.4. Outros
- 10.9. Encadernação
 - 10.9.1. Em que consiste a encadernação?
 - 10.9.2. Encadernação industrial
 - 10.9.3. A tradição continua viva
 - 10.9.4. Tipos de encadernação
- 10.10. Preparação das artes finais. Considerações ambientais
 - 10.10.1. Formato PDF: Adobe Acrobat
 - 10.10.2. O *Preflight*. Verificação da cor, tipografia, medidas, etc.
 - 10.10.3. Pensar antes de imprimir. O impacto ambiental
 - 10.10.4. Suportes de impressão sustentáveis



Uma experiência de aprendizagem única, fundamental e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional”

05

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning.**

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a ***New England Journal of Medicine.***



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



Práticas de aptidões e competências

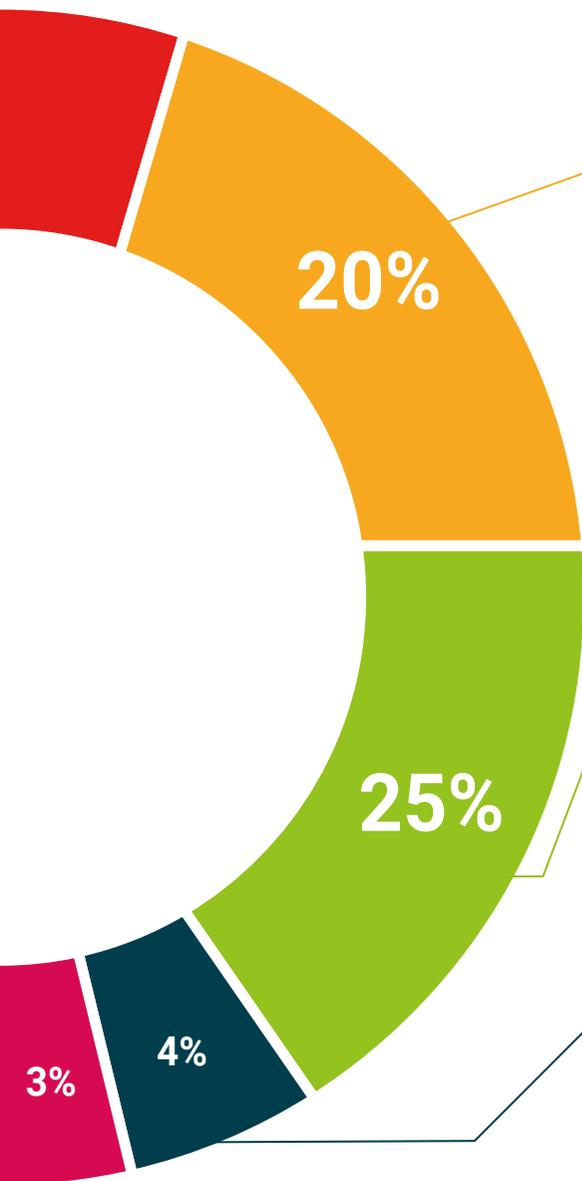
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu"



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



06

Certificação

O Mestrado Próprio em Design Editorial garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Mestrado Próprio em Design Editorial** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Título: **Mestrado Próprio em Design Editorial**

ECTS: **60**

Carga horária: **1500 horas**



*Apostila de Haia Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo com um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade comunidade
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

Design Editorial

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Mestrado Próprio

Design Editorial

