



# DESIGN E CRIATIVIDADE PARA A COMUNICAÇÃO

ESPECIALIZAÇÃO

**2013/2014**

DATAS: Outubro 2013 a Julho 2014

DURAÇÃO: 300h (1 ano)

PARTICIPANTES: 8 a 16

HORARIO: 2ª, 4ª e 6ª

NOITE: Entre as 19h e as 22h/23h

CINEMA E  
TELEVISÃO

SOM E MÚSICA

FOTOGRAFIA

INTERATIVO

**DESIGN**

JORNALISMO

EVENTOS

MODA

ARTES  
PERFORMATIVAS

ANIMAÇÃO  
E VIDEOJOGOS

WWW.ETIC.PT

## SINOPSE

Formação avançada e ferramentas new media para quem quer ver o resultado do seu trabalho nos diversos suportes de comunicação e nos meios digitais. Desenvolver competências em criatividade que se diferenciam no mercado das indústrias criativas. Grandes conceitos não ficam no papel, nem na TV. Saltam para a rua e para a Web para dar vida a produtos e marcas de sucesso.

## DESTINATÁRIOS

Para quem tem conhecimentos de edição de imagem e desenho vetorial e quer colocar essas ferramentas ao serviço da comunicação e das ideias. Aprender a desenvolver conceitos inovadores e a criar ações e peças de comunicação memoráveis.

## CONTEÚDOS DO CURSO

### PÓS PRODUÇÃO DE IMAGEM

Técnicas avançadas na área de tratamento e edição de imagem

### EDIÇÃO DE VIDEO E EFEITOS ESPECIAIS

Ferramentas de edição de áudio para suportes multimédia, edição e pós-produção de vídeo e efeitos visuais

### LAYOUT PARA APLICAÇÕES MOBILE

Desenvolvimento de Interfaces para navegação de páginas Web, aplicações interativas e dispositivos móveis

### INTERFACES WEB

Aprendizagem da aplicação de authoring para Web / aplicações mobile. HTML, CSS. Integração de conteúdos para web.

### PROCESSO CRIATIVO E PENSAMENTO ESTRATÉGICO

Práticas para o desenvolvimento de skills criativos para a comunicação visual de conceitos e conteúdos. O pensamento estratégico, crítico e disruptivo ao serviço da inovação e diferenciação de produtos e marcas. A cultura visual, as artes e as humanidades como combustível da criatividade. Projeto prático em colaboração com entidades das áreas do design e das artes visuais.

### BRAND DESIGN

Conceitos e práticas essenciais para conduzir o processo de criação e implementação das marcas; a atividade do Branding; os valores, o posicionamento e a estratégia da marca; a identidade visual das marcas, produtos e serviços;

a imagem corporativa; as tendências em Brand Design. Projeto prático de brand identity.

### COPYWRITING E CONCEITO PUBLICITÁRIO

As tarefas de um copywriter. A criatividade e a big idea no texto publicitário. Copywriting no novo panorama da criatividade e branding. A voz das marcas. A criatividade e o texto. O conceito publicitário através das palavras. A sedução e a retórica na publicidade.

### CAMPANHA INTEGRADA

Uma campanha já não se fica no papel, nem só na televisão, salta para a rua, para as redes sociais, para a interação digital, para os eventos. É simples: a partir de um conceito de comunicação, este é desdobrado para todos os meios. Os Clio Awards, Cannes, entre outros festivais contemplam hoje o prémio para Comunicação Integrada. Análise de case studies. Projecto prático: Conceito de comunicação e a sua aplicação aos média, aos mais tradicionais aos new media a partir de briefing de empresa ou entidade parceira.

### PORTFOLIO LAB

Como criar um portefólio vencedor? Brand yourself! Como executar uma estratégia de personal marketing? Como abordar e atrair empregadores? Como conquistar numa entrevista de emprego? Como rentabilizar o networking e as redes sociais? Como posicionar-se no sector das indústrias criativas? As respostas a estas questões e as ferramentas necessárias para conquistar o mercado de trabalho, estão no Portfolio Lab.

### PROJECTO FINAL

Projeto de comunicação integrada e de ativação de uma marca, produto ou serviço que envolva: Conceito estratégi-

