



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-

co e conceito criativo; naming; identidade visual; valores a comunicar; estratégia de comunicação e promoção; planeamento das ações de comunicação; conceção e design de peças de comunicação para publicidade, retail, evento, ações de rua, guerrilha, Web e redes sociais. Planeamento e elaboração de uma apresentação perante um júri.

WKS DE EMPREENDEDORISMO

Ajudar os participantes a criar bases para o seu próprio negócio.

* A etic_ reserva-se o direito de poder alterar, no decurso do ano lectivo, conteúdos programáticos, equipamentos, formadores e/ou horário no sentido de melhorar o curso em questão.

Os alunos desenvolvem vários trabalhos práticos em contexto real de trabalho - Actividades extra-curriculares.

PROFESSORES

ANA FRANCO - Copywriter e Diretora Criativa
JOÃO ESTOPA - Marketing & Communication Manager
MARGARIDA MARTINS - Designer de comunicação Web & Print
NUNO SANTOS - Designer e Coordenador de Pós-produção
PEDRO SANTANA - New media Designer
BRUNO KRIPPAHL - Webdesigner
RUTE NOVAIS - Designer

EQUIPAMENTO I SALAS E SOFTWARE

Estação de trabalho individual em ambiente MAC e PC
Adobe Photoshop
Adobe Dreamweaver
Adobe After Effects
Adobe Premier

SAÍDAS PROFISSIONAIS

Alunos aptos a iniciarem uma carreira profissional em ateliers de design, ateliers de webdesign ou agências de publicidade como designers.

OBJECTIVOS

Que profissionais procuram o mercado das indústrias criativas? Essencialmente, indivíduos criativos, com pensamento estratégico, com soluções e conceitos inovadores para a comunicação e promoção de produtos e marcas. O curso de DESIGN E CRIATIVIDADE PARA A COMUNICAÇÃO oferece um programa de formação avançada que combina competências em design de comunicação, literacia visual, copywriting, publicidade e branding com recurso às ferramentas que permitem criar suportes em meios digitais, print, motion, video, tv e web. Este programa está orientado para o estudante ou profissional que pretende levar mais longe o seu talento e o seu percurso como designer, art director ou criativo.

CONDIÇÕES DE ADMISSÃO

12ºano (preferencial);
Conhecimentos de informática na ótica do utilizador;
Conhecimentos de edição de imagem e desenho vetorial;
Conhecimentos de navegação e consulta à Internet;
Entrevista

PREÇOS E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Opções de pagamento:

100€ de Inscrição + 9 prestações mensais de 333€

ou

180€ de Inscrição + 12 prestações mensais de 250€

Descontos:

- a) desconto de pronto pagamento até 31/08/2013 - 15%
 - b) desconto de pronto pagamento durante o mês Setembro 2013 -10%
 - c) Desconto de ex-aluno - 15%
 - d) Desconto de pronto pagamento de ex-aluno - 20%
- * Descontos não acumuláveis

O preço do curso inclui aulas sem formador para desenvolvimento de exercícios aplicados.

CONDIÇÕES GERAIS

- O programa do curso pode ser alterado desde que se verifique a necessidade de adequação técnico-pedagógica.
- Excepcionalmente, poderão ser marcadas aulas fora do horário da turma de forma a possibilitar formação prática mais intensiva; repor aulas; responder a qualquer situação devidamente ponderada.
- Podem realizar-se aos Sábados aulas técnicas específicas e/ou workshops.
- A duração de cada aula pode variar em função da sua natureza teórica ou prática.
- Em aulas práticas, a turma pode ser dividida em grupos de forma a tornar a aprendizagem mais rentável, respeitando-se sempre a carga horária do curso por aluno.
- A ETIC pode efectuar a substituição de um formador, desde que considere ser necessário responder de forma mais eficaz aos objectivos propostos.
- A abertura de cada curso/turma/horário está condicionada a um número mínimo de inscrições.
- A inscrição no horário pretendido é limitada ao número de vagas disponíveis.



PARCEIROS ESTRATÉGICOS



etic_

ESCOLA
DE TECNOLOGIAS
DE INOVAÇÃO
E CRIAÇÃO

