



DELIBERAÇÃO – Colegiado LSP N° 23/2022

Reestrutura o Curso de Especialização em Direção de Arte: Design e Comunicação.

CONSIDERANDO a solicitação da Coordenação do Curso, conforme e-protocolo n° 19.205.726-4;

CONSIDERANDO a competência designada aos respectivos Colegiados da Pós-Graduação *Lato sensu*, conforme processo n° 11318/2016, que alterou o regimento da Câmara de Pós-Graduação;

O COLEGIADO DOS CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* DAS ÁREAS PROFISSIONALIZANTES, em reunião no dia 23 de agosto de 2022, aprovou a seguinte Deliberação:

Art. 1º Fica reestruturado, para vigorar a partir do 1º semestre de 2023, o Curso de Especialização em Direção de Arte: Design e Comunicação.

Art. 2º O Curso terá a duração de 360 (trezentas e sessenta) horas, correspondentes a 24 (vinte e quatro) créditos, a serem desenvolvidos em 3 (três) períodos letivos.

2 DGN 171 - Design <i>Thinking</i> para grupos criativos	2 cr	30 h
2 DGN 217 - Branding	2 cr	30 h
2 DGN 172 - Planejamento de Comunicação	2 cr	30 h
2 DGN 173 - Direção de arte para campanhas publicitárias: promocional e institucional	2 cr	30 h
2 DGN 174 - Redação publicitária	2 cr	30 h
2 DGN 241 - Design, arte e comunicação: história e contemporaneidade	2 cr	30 h
2 DGN 219 - Pesquisa em direção de arte	2 cr	30 h
2 NIC 294 - Publicidade e cultura visual contemporânea	2 cr	30 h
2 DGN 179 - Imagem e construção de sentido	2 cr	30 h
2 DGN 238 - Direção de Arte e Fotografia	2 cr	30 h
2 DGN 239 - Direção de Arte e Projetos Editoriais	2 cr	30 h
2 DGN 240 - Seminários em Design	2 cr	30 h
2 DGN 180 - Trabalho de Conclusão de Curso de Pós-Graduação		

DISCIPLINAS OPTATIVAS:

2 DGN 163 - Tópicos Especiais em Design	2 cr	30 h
2 DGN 220 - Design <i>Thinking</i> para o Planejamento Pessoal e Profissional	2 cr	30 h
2 DGN 111 - Interação humano-computador: ergodesign e usabilidade	2 cr	30 h

Art. 4º Poderão candidatar-se ao Curso portadores de diploma de curso superior nas áreas de: Design, Desenho Industrial, Artes Visuais, Comunicação Social, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Arquitetura e em áreas afins, profissionais graduados que buscam ampliar seus conhecimentos no mercado da Direção de Arte.



**Universidade
Estadual de Londrina**

(Reconhecida pelo Decreto Federal n. 69.324 de 07/10/71)

- Art. 5º A seleção será realizada pela Comissão de Seleção, indicada pela Comissão Coordenadora, sendo os critérios definidos no Edital de oferta da turma.
- Art. 6º A avaliação do aproveitamento, a verificação da frequência e os controles acadêmicos e administrativos obedecerão às normas constantes do Regulamento dos Cursos de Pós-Graduação *Lato sensu* (Resolução CEPE) e do Regimento Geral da UEL.
- Art. 7º As ementas das disciplinas integrantes da organização curricular constam do anexo da presente Deliberação.
- Art. 8º O Curso de Especialização em Direção de Arte: Design e Comunicação integrará o Colegiado dos Cursos de Pós-Graduação *Lato sensu* das áreas Profissionalizantes e seu controle acadêmico será centralizado na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação.
- Art. 9º Esta Deliberação entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA, 23 de agosto de 2022.

Prof. Dra. Patricia Ayub da Costa,
Coordenadora do Colegiado dos Cursos de
Pós-Graduação *Lato sensu* das
áreas Profissionalizantes.



ANEXO DA DELIBERAÇÃO – Colegiado LSP Nº 23/2022

- 2 DGN 171 - Design *Thinking* para grupos criativos** **2 cr 30 h**
 Aplicação do Design *Thinking* como método de inovação na gestão de projetos e grupos criativos, tendo como foco o profissional que conduz este processo (designer thinker), sua aplicabilidade na Direção de Arte.
- 2 DGN 217 - Branding** **2 cr 30 h**
 Concepção sistemática da realidade mercadológica atual onde as metodologias e conceitos se transpõem, entre as áreas de Design Estratégico, Marketing e Comunicação. Fundamentação para a análise de mercado e compreensão do Branding como estratégia de inteligência de comunicação.
- 2 DGN 172 - Planejamento de Comunicação** **2 cr 30 h**
 Desenvolver uma concepção sistemática e geral da realidade mercadológica utilizando a comunicação como ferramenta, fornecendo uma visão do processo e das funções básicas de marketing e comunicação. Fornecer instrumentais técnicos para a análise de mercado e mix de comunicação e a tomada de decisão. Desenvolver atividades práticas visando propiciar a fusão do conhecimento com os instrumentos técnicos, formalizando um processo de decisão ligado à realidade do mercado. As especificidades do meio digital para o desenvolvimento de uma campanha de comunicação online envolvendo o uso de redes sociais.
- 2 DGN 173 - Direção de arte para campanhas publicitárias: promocional e institucional** **2 cr 30 h**
 Criação de peças publicitárias promocionais e institucionais. Briefing de criação. Técnicas de apresentação de diagramação e layout. Criatividade em produção gráfica. Apresentação de campanhas, justificativa e defesa de criação.
- 2 DGN 174 - Redação publicitária** **2 cr 30 h**
 Características da linguagem publicitária e do texto criativo. Técnicas e estratégias de redação inovadora voltada para a comunicação em suas diversas especificidades e meios. Processo criativo e as construções conceituais associadas à criação textual-imagética. Desenvolvimento de projetos integrados entre os profissionais de redação publicitária e direção de arte para os meios impressos, audiovisuais e digitais.
- 2 DGN 241 - Design, arte e comunicação: história e contemporaneidade** **2 cr 30 h**
 Comunicação visual história e contemporaneidade. Processos e linguagens híbridas entre as áreas de artes, design e comunicação visual. Análise da relação entre as linguagens artísticas e comunicacionais na geração de produtos gráficos, abrangendo as produções materiais e imateriais e as trocas simbólicas decorrentes das transformações culturais, processuais e tecnológicas.
- 2 DGN 219 - Pesquisa em direção de arte** **2 cr 30 h**
 Projeto de Pesquisa em Direção de Arte. Planejamento e redação do projeto de pesquisa. Procedimentos metodológicos. Artigo científico.



- 2 NIC 294 - Publicidade e cultura visual contemporânea** **2 cr 30 h**
 Definições e conceitos de publicidade. Panorama recente das teorias da publicidade. Publicidade e consumo. Publicidade e cultura visual.
- 2 DGN 179 - Imagem e construção de sentido** **2 cr 30 h**
 Estudo da comunicação e da informação como categorias de interpretação, conhecimento e representação, a partir dos pressupostos da semiótica peirceana. A tradução intersemiótica e a construção de sentidos no percurso de criação. Leitura e análise semiótica em produtos de comunicação e design.
- 2 DGN 238 - Direção de Arte e Fotografia** **2 cr 30 h**
 Introdução aos conceitos fotográficos. Fotografia e comunicação publicitária. Direção de arte, usos e funções da linguagem fotográfica publicitária. Responsabilidade e atribuições do Diretor de Arte e do fotógrafo. Direção de fotografia abordando o estudo estético e conceitual da fotografia publicitária.
- 2 DGN 239 - Direção de Arte e Projetos Editoriais** **2 cr 30 h**
 Projeto gráfico-editorial. Tipografia e as relações verbo-visuais, análise e escolha tipográfica. Estudo de grids e layouts adaptados ao conteúdo e contexto. Relações de hibridização de linguagens na infografia e a sua ascensão nas mídias impressas e digitais. Métodos de produção e estratégias para a visualização e comunicação de conteúdos complexos.
- 2 DGN 240 - Seminários em Design** **2 cr 30 h**
 Aspectos contemporâneos e tendências do design e da comunicação contemporânea, suas interfaces com a Direção de Arte aplicados ao mercado profissional.
- 2 DGN 163 - Tópicos Especiais em Design** **2 cr 30 h**
 Design contemporâneo, tendências e mercado. Processos híbridos entre linguagens.
- 2 DGN 220 - Design Thinking para o Planejamento Pessoal e Profissional** **2 cr 30 h**
 Design Thinking como modelo mental e processo de inovação pessoal e profissional. Autoconhecimento e autoaprimoramento. Definição de propósito, objetivos e metas de vida e carreira. Exploração e prototipagem de possibilidades. Plano de ação pessoal e profissional.
- 2 DGN 111 - Interação humano-computador: ergodesigner e usabilidade** **2 cr 30 h**
 Conceitos fundamentais de IHC e de usabilidade. Análise da tarefa como meio efetivo para desenvolver o projeto centrado no usuário. Principais métodos e técnicas para projeto e avaliação de sistemas de comunicação e de informação. Aspectos fisiológicos, perceptivos e cognitivos da interação.
