Curso: Direção de Arte

Duração: 24h
Área formativa: Cursos

Sobre o curso

Curso de Direção de Arte

Módulo introdutório às novas metodologias e processos de trabalho focados em Direção de Arte. Um Art Director está presente desde a concepção e desenvolvimento da ideia em conjunto com a equipa criativa, ajudando a formar e a criar uma estratégia de design & comunicação integrada. Orienta e inspira a equipa, ajudando a manter a consistência da campanha. Ele supervisiona o projeto através do departamento de produção e outras fases, incluindo a pré-impressão e impressão. É uma peça fundamental no processo criativo e intermédio, percebendo as necessidades, os objetivos estratégicos, os pedidos do Cliente e apresentando soluções dentro do budget estipulado e do tempo de entrega de projeto.

Este curso pode ser totalmente adaptado em conteúdos, duração, datas e horários às tuas necessidades pessoais ou para um grupo de colaboradores da tua empresa. Queres saber mais sobre as nossas soluções de formação à medida?

Objectivos

O curso **Direção de Arte** visa dotar-te de conhecimentos estratégicos sobre o processo criativo.



Ao concluíres com aproveitamento esta formação, receberás um Certificado de Formação (acreditado pela DGERT) e um badge digital (da Credly) para partilhares com a tua rede profissional online.
Sabe mais sobre os nossos badges digitais aqui.

Pré-requisitos

Para frequentares este curso, deverás ter gosto e apetência pela área do design, direção de arte, e gestão de projetos.

Destinatários

Designers gráficos, designers de comunicação, web designers, profissionais de áreas de comunicação, marketing ou recém-licenciados nas áreas de design, comunicação ou marketing.

Este curso pode ser totalmente adaptado em conteúdos, duração, datas e horários às tuas necessidades pessoais ou para um grupo de colaboradores da tua empresa.
Queres saber mais sobre as nossas soluções de formação à medida?

Programa

Introdução ao Copywriting

- História
- O que é Copywriting?
- O papel Do Copywriter
- Copywriting e Direção de Arte
- Evolução e Conceito
- Exemplos & Análise

Estratégia das marcas

Exemplos de campanhas

Apresentação de filmes publicitários que fizeram história, assentes num copy forte e diferenciador

Os princípios de construção de headlines (géneros de escrita, tamanho, palavras a evitar, etc.)

Perceber a importância dos diferentes “tone of voice”. A força/papel que o locutor e o copy têm na construção da identidade de cada marca

Print Advertising

Identificação vários “formatos” e técnicas copywriting

Integração dos meios em campanhas above the line

Passagem de Briefing

Criação Campanha

Apresentação dos trabalhos e sua discussão