



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO

Componente Curricular:	Design de Embalagens							
Unidade Ofertante:	FAUeD							
Código:	FAUED39031	Período/Série:			Turma:			
Carga Horária:					Natureza:			
Teórica:	15	Prática:	30	Total:	45	Obrigatória:	Optativa:	(X)
Professor(A):	Gabriel Henrique Cruz Bonfim				Ano/Semestre:	2024/2		
Observações:	Disciplina ministrada de dezembro de 2024 a maio de 2025							

2. EMENTA

Design de embalagem: conceitos, processos e aplicações e sua relação com as marcas e identidades visuais. Criação, modelagem e prototipagem de embalagens. Ilustração digital de produtos e embalagens. Desenvolvimento de projeto de embalagem.

3. JUSTIFICATIVA

O design de uma embalagem é fundamental para a definição da identidade visual e interação de um produto. Além disso, é o principal elo de comunicação entre o produto e o usuário/consumidor. A embalagem fornece indícios sobre a empresa que está por trás e ao mesmo tempo, é um poderoso elemento para construir uma experiência de uso com o produto. Portanto, é um fator determinante para convencer o consumidor a adquirir o produto.

4. OBJETIVO

Objetivo Geral:

Capacitar o discente para atuar nas diversas etapas do desenvolvimento do projeto de embalagem, aplicando procedimentos metodológicos adequados a cada tipo de projeto.

Objetivos Específicos:

Estabelecer vocabulário técnico adequado à área e procedimentos de desenvolvimento e apresentação de projetos condizentes com os utilizados no mercado. Explorar recursos projetuais de criação (sketches e ilustrações) e desenvolvimento (modelos e protótipos) de embalagens.

5. PROGRAMA

1. Conceitos:

- O significado de embalar; preceitos históricos, sociológicos, etnográficos e mercadológicos.

2. Embalagem e o mercado:

- Indicadores econômicos, materiais e processos produtivos, sistemas de distribuição e armazenamento.
- Embalagem e o Marketing. Legislação e normas para embalagens: ABNT, Inmetro, Vigilância Sanitária, código de defesa do consumidor.
- Testes e ensaios.

3. Embalagem no mercado contemporâneo:

- Tendências.
- O mercado brasileiro.

4. Tipologia e funções da embalagem: a embalagem pensada como sistema.

5. Sustentabilidade e reciclagem. Aspectos simbólicos da embalagem. Parâmetros para avaliação de embalagens de consumo.

6. Projetos de embalagem:

- Tipos de demandas, metodologia, workflow.
- Desenvolvimento e apresentação de projetos de embalagem: desenhos técnicos, renderings de apresentação, modelos virtuais, modelos de aparência, artes finais digitais.

DEZEMBRO 2024

09	Apresentação da Disciplina – Explanação geral sobre formas e critérios de avaliação, itens obrigatórios nos trabalhos, bibliografia. Divisão dos grupos e escolha do Tema para o Trabalho Final
	Delimitação do Tema Projetual (embalagem primária e secundária)
	Entrega dos protocolos de avaliação para os alunos
16	Atividade 01: pesquisa do ponto de venda – <i>in loco</i> Atividade 02: pesquisa dos concorrentes – <i>in loco</i> Atividade 03: pesquisa mercadológica Solicitação do material para a aula seguinte

FEVEREIRO 2025

03	História da embalagem, definição, funções / Classificação das embalagens Trabalho 01: embalando um produto misterioso
10	Desenvolvimento do Trabalho 01
17	Planificação / Vincos / cortes / pontos de colagem Atividade 04: Briefing do projeto
24	Apresentação do Trabalho 01 Entrega das Atividades 01, 02, 03 e 04

MARÇO 2025

03	FERIADO (Carnaval)
10	Interações Humanas da Embalagem Atividade 05: elaboração dos questionários com os consumidores

17	Materiais para embalagens e processos de produção Atividade 06: Análise de similares
24	Rótulo: comunicação / consumo / tipografia / composição / elementos Arranjo Gráfico - Concepção e inserção de elementos visuais Tipos de Impressão Desenvolvimento das propostas da embalagem / Orientação
31	Atividade 07: Análise dos questionários (infográficos) Execução do projeto / Orientação

ABRIL 2025

07	Desenvolvimento do rótulo da embalagem / Orientação
14	Execução do projeto / Orientação
21	FERIADO (Tiradentes)
28	Atividade 08: Desenvolvimento dos Mockups

MAIO 2025

05	Apresentação do Trabalho Final
12	Vista de Notas
19	Entrega das atividades de recuperação

6. METODOLOGIA

Aulas expositivas contextuais, transmitindo conceitos necessários ao desenvolvimento de avaliação, projetos e métodos. As aulas serão ministradas por meio de duas etapas: a expositiva (teoria) e aulas práticas que se constituirão no desenvolvimento de exercícios referentes aos conteúdos ministrados. Na etapa expositiva também serão realizados debates e exposições dialogadas. Em relação às aulas práticas serão realizados pesquisas e desenvolvimento de projeto simples. As aulas serão ministradas em caráter PRESENCIAL, com apresentação de slides (PowerPoint) e vídeos. A entrega dos trabalhos e atividades será feita por meio da plataforma MS TEAMS. Para tanto, o aluno precisa ter um e-mail “@ufu.br” ativo e ter esse mesmo e-mail cadastrado no Office 365 Educação. A disciplina também contará com algumas atividades assíncronas para integralização da carga-horária. Tais atividades serão combinadas durante o decorrer do semestre.

7. AVALIAÇÃO

A presença do aluno é fundamental para o aproveitamento da disciplina. A aprovação do aluno está condicionada: ao desenvolvimento adequado dos trabalhos, execução e avaliação das atividades/ações, à participação nas aulas e ao cumprimento dos prazos para entrega dos trabalhos. A avaliação se dará pela realização das Atividades e Trabalhos da disciplina.

Serão considerados: assiduidade na entrega dos trabalhos; apresentação geral (limpeza, organização visual, adequação da proposta); rígida observância dos critérios envolvidos; iniciativa (participação e desenvolvimento em aula); criatividade na elaboração e representação das propostas de projeto; inovação e aprendizado contínuo e cumulativo de todo o conteúdo.

Para os eventuais atrasos na entrega das atividades e dos trabalhos, eles terão sua nota descontada em 20% na primeira semana; na segunda semana de atraso não terá valor didático. As datas de entrega serão combinadas no decorrer da disciplina.

As atividades e os trabalhos são descritos a seguir com seus respectivos valores:

- A1 – Pesquisa dos pontos de venda - Presencial (5 pontos);
- A2 – Pesquisa dos concorrentes – Presencial (5 pontos)
- A3 – Pesquisa mercadológica (5 pontos);
- A4 – Briefing do projeto (2,5 pontos)
- A5 – Questionário com os consumidores (2,5 pontos);
- A6 – Análise de similares e Pontos de venda - Online (5 pontos);
- A7 – Infográficos (análise dos questionários) (5 pontos);
- A8 – Mockup (30 pontos);
- T1 – Embalando o produto misterioso (10 pontos);
- T2 – Projeto de Embalagem final (30 pontos).

Para os alunos que não obtiverem o rendimento mínimo para aprovação (60 pontos), será oferecida uma Atividade de Recuperação de Aprendizagem (ARA). Essa atividade será constituída de questões e tarefas que abordarão todo o conteúdo da disciplina. Para conseguir recuperar sua média final, o aluno precisa tirar, no mínimo, 60 (sessenta) pontos na ARA, caso contrário, será reprovado. Para os discentes que necessitarem realizar a ARA, a média final será de no máximo 60 pontos, mesmo que a nota obtida na ARA seja superior. A ARA será disponibilizada um dia após a apresentação do trabalho final da disciplina e o discente terá duas semanas para a entrega. Caso a entrega não seja feita dentro do prazo, a ARA não terá validade.

8. BIBLIOGRAFIA

Básica

GURGEL, Floriano do Amaral. **Administração da embalagem**. São Paulo: Thomson Learning, c2007.

RONCARELLI, Sarah; ELLICOTT, Candace. **Design de embalagem: 100 fundamentos de Projeto e Aplicação**. São Paulo: Blucher, 2011.

TWEDE, Diana; GODDARD, Ron. **Materiais para embalagens**. Trad. Sebastião V. Canevarolo Jr. São Paulo: Blucher, 2010.

Complementar

CAMILO, Assunta Napolitano (Coord.). **Embalagens: design, materiais, processos, máquinas e sustentabilidade** – obra completa sobre embalagens: da concepção ao descarte responsável. São Paulo: Instituto de Embalagens, 2011.

CARVALHO, M. A. **Engenharia de embalagens: uma abordagem técnica do desenvolvimento de projetos de embalagem**. São Paulo: Novatec, 2008.

KLIMCHUK, Marianne R.; KRASOVEC, Sandra A. **Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf**. New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2006.

MESTRINER, Fábio. **Design de embalagem: curso avançado**. 2 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

MESTRINER, Fábio. **Design de embalagem: curso básico**. 2 ed. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.

9. APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado realizada em: ____/____/____

Coordenação do Curso de Graduação: _____



Documento assinado eletronicamente por **Lucas Farinelli Pantaleão, Coordenador(a)**, em 25/02/2025, às 17:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5983352** e o código CRC **F50A5B17**.

Referência: Processo nº 23117.088294/2024-67

SEI nº 5983352