



PLANO DE ENSINO

1. IDENTIFICAÇÃO

Componente Curricular:	PORTFÓLIO DIGITAL						
Unidade Ofertante:	FAUeD						
Código:	: FAUeD3700	Período/Série:	1	Turma:			
	2						
Carga Horária:				Natureza:			
Teórica:	15	Prática:	30	Total:	45	Obrigatória():	Optativa()
Professor(A):	Sabrina Maia Lemos				Ano/Semestre:	2025/1	
Observações:							

2. EMENTA

Portfolio digital profissional. Identidade visual. Papelaria. Manual de Identidade visual. Softwares de criação e produção de design gráfico interativo; linguagens de programação e plataformas Low Code aplicados ao portfolio digital. Aspectos jurídicos (registro de marca, direitos autorais, créditos, registro de desenho industrial, registro de patente, registro de programa de computador).

3. JUSTIFICATIVA

Ter um portfolio digital e profissional é absolutamente indispensável para o aluno que quer se inserir ou se reposicionar no mercado de trabalho. Sem um portfolio amplamente profissional, uma identidade visual forte e singular, bem como uma plataforma adequada para a divulgação de seus trabalhos, o aluno não consegue se divulgar e se afirmar como designer na área (ou nas áreas) que deseja. Catalogar bons projetos desenvolvidos durante o curso e redesenhá-los (caso haja necessidade), bem como produzir outros com a intensão de ampliar e densificar sua experiência enquanto designer é fundamental para o aluno se projetar enquanto profissional.

4. OBJETIVO

Objetivo Geral:

Aplicar os conhecimentos adquiridos em design gráfico ao longo do curso para a criação e produção de um portfolio profissional, com o objetivo de introduzir e apresentar o aluno ao mercado de trabalho. Produzir uma identidade visual com logotipo. Discutir possibilidades tecnológicas de produção (softwares e linguagens de programação) e hospedagem de portfolios digitais, habilitando-o a arquitetar a informação do seu próprio projeto autoral de design gráfico/interativo, aplicando conceitos de UX/UI Design (design de experiência e de interface de usuário). Produzir um protótipo navegável e funcional, bem como discutir estratégias de divulgação de seu trabalho em redes sociais e comunidades de design.

Objetivos Específicos:

Identificar a área (ou áreas) do design em que deseja se projetar;
 Rever e catalogar projetos que devem/podem ser aproveitados para o portfólio;
 Produzir uma identidade visual própria, com força para projetar-se no mercado de trabalho;
 Identificar e projetar um portfólio digital e profissional em alguma plataforma existente (Instagram, Behance, plataforma low code - Wix ou similar).

5. PROGRAMA

Naming e Identidade visual: logotipo, papelaria e manual de identidade visual do projeto autoral/agência de design.

2. Portfólio digital: briefing e estratégias de criação; mapeamento da produção e preparação dos arquivos digitais; serviços gratuitos e pagos de criação e hospedagem de portfólios;

3. Aspectos jurídicos da profissão de designer (registro de marca, direitos autorais, créditos, registro de desenho industrial, registro de patente, registro de programa de computador).

CRONOGRAMA

JUNHO	
09	Apresentação da disciplina e do conteúdo programático. Introdução ao conceito de portfólio digital e definição de objetivos de cada aluno. Lançamento do T1: definição da área (áreas) a serem inseridas e trabalhadas no portfólio. Catalogação de projetos existentes que podem/devem ser inseridos no portfólio, mostrando tais projetos em um mapa mental digital (Miro, Canva, Figma etc.). Identificação de projetos (qualitativa e quantitativamente) a serem desenvolvidos exclusivamente para o portfólio. Identificar projetos que precisam de serem refeitos e outros que desejam criar e apresentar profissionalmente.
16	Produção do T1 em sala de aula.
23	Entrega do T1. Estratégias de promoção e networking com o portfólio nas áreas mais comuns do design. Lançamento do T2: escolha e análise de 3 (três) sites/páginas/apresentação de designers/projetos de áreas similares às que os alunos pretendem divulgar. Análise segundo: plataforma/tecnologia; site map (se houver); áreas e qualidade dos projetos; identidade visual; breve análise de sistematização de apresentação de projetos; singularidade dos projetos e suas apresentações.
30	Produção do T2 em sala de aula.
JULHO	
07	Produção do T2 em sala de aula.
14	Entrega do T2.
28	Lançamento do T3: desenvolvimento e design do portfólio digital utilizando ferramentas específicas de design gráfico/audiovisual/interativo. Produção do T3 em sala de aula.
AGOSTO	
04	Produção do T3 em sala de aula.

11	
18	Produção do T3 em sala de aula.
25	Produção do T3 em sala de aula.
SETEMBRO	
01	Produção do T3 em sala de aula.
08	Entrega do T3.
15	Recuperação.
22	Bancas de TCC.

6. METODOLOGIA

Aulas expositivas, análise qualitativa de design audiovisual e apresentação de projetos de design em data-show.

7. AVALIAÇÃO

Todos os trabalhos e apresentações serão avaliados. Serão estabelecidos conceitos que incluem variáveis como interesse, motivação, participação, criatividade. Trabalhos em atraso serão recebidos em até no máximo 7 dias posterior à data de entrega, valendo 70% da nota. A nota final da disciplina é dada pela média simples das notas de todos os trabalhos propostos.

Trabalho	Tipo	Pontuação	Data Avaliação
T1	Definição da área (áreas) e catalogação de projetos	25	23/06
T2	Escolha e análise de 3 (três) sites/páginas de designers de áreas similares	25	14/07
T3	Desenvolvimento e design do portfólio digital	50	08/09
Recuperação	Estudantes que não obtiverem o rendimento mínimo para aprovação (60 pontos e 75% de frequência) poderão fazer exercícios pendentes ou refazer exercícios nos quais obtiveram nota insuficiente	A combinar	15/09

Obs.: Cronograma passível de a alteração/adaptação.

8. BIBLIOGRAFIA

Básica

LYNCH, Patrick J.; HORTON, Sarah. **Guia de estilo da web:** princípios básicos de design para a criação de

web sites. Barcelona: G.Gili, 2004.

PORTO, Bruno. **Vende-se design:** autopromoção e portfólio para profissionais criativos. Rio de Janeiro, 2AB, 2011.

ROGERS, Yvone. **Design de interação:** além da interação humano-computador. Porto Alegre: Bookman, 2013.

Complementar

AAKER, David A. **Estratégia de portfólio de marcas**: criando: relevância, diferenciação, força, alavancagem, clareza. Porto Alegre: Bookman, 2007.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Layout**: S.m. um arranjo de partes etc. de acordo com um plano. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Alegre: Bookman, 2009.

ASSO, Fábio. **Abduzeedo**: guia de inspiração para designers. Porto Alegre: Bookman, 2012.

STRUNCK, Gilberto. **Viver de design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

WHEELER, Alina. **Design de identidade de marca**: um guia completo para a criação, construção e manutenção de marcas fortes. Porto Alegre: Bookman, 2012.

9. **APROVAÇÃO**

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

Coordenação do Curso de Graduação: _____



Documento assinado eletronicamente por **Gabriel Henrique Cruz Bonfim, Presidente**, em 27/08/2025, às 19:44, 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 **6441888** e o código CRC **01311363**.