Disciplina:
Projetos Integrados

Professor:
Fernando Drudi, Executive Creative Director at Convert

Programa

Objetivo

Capacitar os alunos a desenvolver projetos criativos com pensamento estratégico e execução integrada, conectando ideia, canais e jornada do consumidor. A disciplina estimula o raciocínio criativo aplicado à solução de problemas reais, com foco em transformar boas ideias em campanhas completas e coerentes.

Para quem é o curso

Estudantes de Redação, Direção de Arte, Planejamento e Design que desejam aprimorar a capacidade de desenvolver projetos integrados com pensamento criativo e estratégico. Também é indicado para profissionais de criação que queiram expandir sua visão e domínio sobre jornadas, canais e formatos integrados.

Dinâmica das aulas

O curso é dividido em 10 encontros que combinam conteúdo teórico, estudos de caso, ferramentas de ideação e desenvolvimento prático em grupo para o projeto final. As aulas incluem:

Exercícios

Debates com convidados do mercado

Aplicação de ferramentas como Design Thinking, Commsplanning e Roadmap

Sessões de feedback e mentorias em grupo

Apresentação final para banca com profissionais do mercado

Temas de cada aula

Aula 1 - Proteja a ideia, domine a execução

- Como diferenciar ideia de execução.

- Estudos de caso e exercício de identificação de ideias.
- Como uma ideia se transforma num projeto integrado.
- Design Thinking e Problem Design.

Aula 2 - Uma boa ideia vem de um bom problema

- Três partes principais de um projeto: problema, ideia e execução.
- O que é tensão e por que é elemento indispensável de um projeto.
- Estudos de caso: onde está a tensão?
- Ferramentas para ideação.

Aula 3 - Liquid Networks

- Dividir problemas, ideias e execuções com convidados do mercado (de áreas como estratégia, mídia, content etc).
- Revisão dos aprendizados e definição das ideias.

Aula 4 - Jornada, Commsplanning e Roadmap

- Qual o papel de cada ferramenta e como usá-las a favor da ideia.
- Como apresentá-las como um projeto integrado.

Aula 5 - Novas jornadas e papel de canais

- Diferentes tipos de jornada e como desenhá-las.
- Estudos de caso.
- Como e por que escolher canais específicos.
- Atendimento por grupo para direcionamento do projeto.

Aula 6 - Roadmap

- Diferentes filtros para orientar um Roadmap.
- Atendimento por grupo para direcionamento do projeto.

Aula 7 - Pitching

- Como apresentar projetos integrados.
- Os arcos das apresentações persuasiva e narrativa.
- Do's and Don'ts.
- Orientação para início de montagem da apresentação.
- Atendimento por grupo para direcionamento do projeto.

Aula 8 - Pitching II

- Referências e estudos de caso de apresentação.
- Ferramentas que agilizam e aperfeiçoam o deck: Midjourney, GPT, Flim, Filmgrab, Eyecandy etc.
- Diferentes tipos de frameworks para apresentação do projeto como um todo.
- Atendimento por grupo para direcionamento do projeto.

Aula 9 - Preparação para apresentação

- Atendimento por grupo para últimos ajustes antes da

apresentação.

Aula 10 - Apresentação final

- Apresentação de cada grupo com banca composta por profissionais do mercado.

© 2026 Miami Ad School. Todos os direitos reservados.