
Ano Letivo 2022-23

Unidade Curricular DESIGN DE COMUNICAÇÃO III

Cursos DESIGN DE COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Educação e Comunicação

Código da Unidade Curricular 14541012

Área Científica DESIGN

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 213

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 4;8;9

Línguas de Aprendizagem Português, Inglês (na presença de alunos internacionais/Erasmus).

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado	OT; PL; TP	TP1; PL1; PL2; OT1	15TP; 45PL; 30OT
Marta Ramírez Cores	PL	PL1; PL2	45PL

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
2º	S1	15TP; 45PL; 30OT	252	9

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Domínio dos princípios tipográficos.

Domínio da gramática da composição visual.

Domínio de metodologia projetual de Design (Design Thinking).

Domínio de software para *desktop publishing*.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Capacidade de aplicação/uso da tipografia, tendo em conta as suas: características; variações; especificidades históricas;

Prática na composição tipográfica aplicada à paginação;

Exploração de projetos editoriais complexos, em suportes impressos e digitais, orientados para específicos: públicos-alvo, contextos e funções;

Prática da auto-crítica e da crítica fundamentada e construtiva;

Desenvolvimento das competências de trabalho de grupo.

Conteúdos programáticos

A paginação (revisão de conteúdos): significados; funções; produtos; sistema de grelhas; estilos tipográficos; largura de coluna; proporção das margens; folio; construção da área tipográfica; hierarquias de conteúdos; suportes tradicionais e tecnológicos.

Os diferentes produtos de paginação: características; partes em que se compõe; funcionalidade; públicos-alvo; aplicações comerciais e culturais.

Produto editorial - o Livro: breve historial; exemplos de produtos gráficos de qualidade; autores de referência; unidade e diversidade dentro da paginação; relação entre os elementos da página (mancha tipográfica, elementos tipográficos diversos, ilustração/fotografia); produção de maquete com encadernação; ritmo gráfico e de leitura; E-books: análise comparativa e identificação de boas práticas.

A revista: suportes impressos e digitais; conceito de responsividade e gestão da dinâmica da composição em multiplataformas; tipografia, cor, imagem, composição - identidade gráfica; interacção e ritmo.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Explanção teórica; project-based learning; Design Thinking; análise documental; acompanhamento (discussão e crítica do trabalho) docente; auto-crítica.

A avaliação desta UC é feita ao longo do seu funcionamento, sem exame final (de acordo o Regulamento Geral de Avaliação da UAAlg, vigente).

Ponderação classificação final do Projecto étápico (0-20):

1. Produto Impresso c/ Mem. Desc. (grupo) (30%) + desenvolvimento acompanhado (ind.)(20%);
2. Produto Impresso com componente digital c/ Mem. Desc. (grupo) (30%) + desenvolvimento acompanhado (ind.)(20%).

Aprovam à UC os alunos com presença válida a pelo menos 75% das aulas (com apresentação do trabalho aos docentes para discussão e crítica; empenho e proactividade) e classificação final igual ou superior a 9.5 valores (escala 0-20). Trabalho sem acompanhamento (discussão e crítica) docente não é avaliado.

PS: quando enquadrável, os projectos poderão ser integrados em actividades I&D, extensão e/ou voluntariado.

Bibliografia principal

Apfelbaum, S., Cezzar, J. (2014). *Designing the Editorial Experience: A Primer for Print, Web, and Mobile*. Massachusetts: Rockport.

Bringhurst, R. (1997). *The Elements of Typographic Style*. Washington: Hartley & Marks.

Caldwell, C., Zappaterra, Y. (2014). *Editorial Design: Digital and Print*. London: Laurence King

Franchi, F. (2013). *Designing News: Changing the World of Editorial Design and Information Graphics*. Berlin: Gestalten

Leslie, J. (2013). *The Modern Magazine: Visual Journalism in the Digital Era*. London: Laurence King.

Müller-Brockmann, J. (1996). *Grid Systems in Graphic Design (German and English Edition)*. Berlin: Ram.

Paradis, L., Rappo, F. (2013). *30 Years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter: TM RSI SGM 1960-90*. Berlin: Lars Muller.

Purvis, A.W. & Tholenaar, J. (2013). *Type: A Visual History of Typefaces & Graphic Styles (2 Vol.)*. Cologne: Taschen.

Tschichold, J. (1991). *The form of the book*. Washington: Hartley & Marks.

(+ títulos e-tutoria)

Academic Year 2022-23

Course unit COMMUNICATION DESIGN III

Courses COMMUNICATION DESIGN (1st Cycle)

Faculty / School SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 213

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 4;8;9

Language of instruction Portuguese. English.

Teaching/Learning modality Attendance

Coordinating teacher Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado	OT; PL; TP	TP1; PL1; PL2; OT1	15TP; 45PL; 30OT
Marta Ramírez Cores	PL	PL1; PL2	45PL

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	15	45	0	0	0	30	0	252

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Domain of typographical aspects.

Visual composition domain.

Domain of the project design methodology.

Domain of desktop publishing software.

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

Ability to use typography: characteristics, variations, historical specificities;
Practice in typographic composition applied to pagination;
Exploration of editorial projects on printed and digital media;
Development of editorial projects appropriate to different target audiences, contexts and functions;
Practice of self-criticism and of reasoned and constructive criticism.

Syllabus

Page composition (revision): meanings; functions; products; brief history; grid system; typographic styles; column width; proportion of the margins; folio; construction of the typographic area; hierarchies of contents; traditional and technological supports.

Editorial products: features; parts of which it is composed; functionality; target audiences; commercial and cultural applications.

The book: brief history; examples of quality graphic products; reference authors; unity and diversity within pagination; relationship between page elements (typographic colour, various typographic elements, illustration/photography); production of binding prototype; graphic and reading rhythm. E-book: comparative analysis and good practices identification.

The magazine: print and digital; concept of responsivity and management of composition dynamics in multi-platforms; typography, colour and image - graphic identity; interaction and rhythm.

Teaching methodologies (including evaluation)

Theoretical explanation in context of project; Project-based learning methodology; Design Thinking; Discussion and work critique. The assessment of this curricular unit is done throughout the class period, without exam, as set in the current General Regulation of Assessment of the UAlg.

Calculation of final grade (range 0 to 20):

1. Print product w/ Desc. Mem. (group) 30% + supervised development of individual participation 20%;
2. Digital product w/ Desc. Mem. (group) 30% + supervised develop. of ind. participation 20%.

To pass the curricular unit students must present valid presence of at least 75% of classes (with on going work presentation to teachers for discussion and critique - student's responsibility; commitment and proactivity); and achieve a final grade of 9.5 (0 to 20) or more. Students with less than 9.5 fail the UC. Work that is not discussed with the teachers is not evaluated.

PS: When adequate, exercises might be integrated in I&D, extension and/or volunteer activities.

Main Bibliography

Apfelbaum, S., Cezzar, J. (2014). *Designing the Editorial Experience: A Primer for Print, Web, and Mobile*. Massachusetts: Rockport.

Bringhurst, R. (1997). *The Elements of Typographic Style*. Washington: Hartley & Marks.

Caldwell, C., Zappaterra, Y. (2014). *Editorial Design: Digital and Print*. London: Laurence King

Franchi, F. (2013). *Designing News: Changing the World of Editorial Design and Information Graphics*. Berlin: Gestalten

Leslie, J. (2013). *The Modern Magazine: Visual Journalism in the Digital Era*. London: Laurence King.

Müller-Brockmann, J. (1996). *Grid Systems in Graphic Design (German and English Edition)*. Berlin: Ram.

Paradis, L., Rappo, F. (2013). *30 Years of Swiss Typographic Discourse in the Typografische Monatsblätter: TM RSI SGM 1960-90*. Berlin: Lars Muller.

Purvis, A.W. & Tholenaar, J. (2013). *Type: A Visual History of Typefaces & Graphic Styles (2 Vol.)*. Cologne: Taschen.

Tschichold, J. (1991). *The form of the book*. Washington: Hartley & Marks.

(+ titles e-tutoria)