
Ano Letivo 2021-22

Unidade Curricular DESIGN DE COMUNICAÇÃO IV

Cursos DESIGN DE COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Educação e Comunicação

Código da Unidade Curricular 14541018

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

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Maria Caeiro Martins Guerreiro

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

* 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	S2	15TP; 45PL; 30OT	252	9

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Conhecimentos adquiridos no 1.º e 2.º anos do curso.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

- Conhecimento teórico e metodológico no âmbito do projeto de Design;
 - Enquadramento dos seus conhecimentos nas diferentes fases de um projeto, identificação e descrição de características próprias;
 - Domínio profundo ao nível da organização, da negociação e da transmissão de ideias, essenciais ao trabalho de equipas multidisciplinares;
 - Formação de uma consciência estética, política e social do designer na sociedade que o envolve;
 - Solidificar hábitos de investigação;
 - Identificar e aplicar informação nos vários produtos (espaço/equipamento);
 - Proficiência de organização, de negociação e de transmissão de ideias, necessárias ao trabalho de equipa;
 - Entender o produto de Design, no seu enquadramento cultural, temporal e geográfico, e também na sua função, durabilidade e público-alvo.
-

Conteúdos programáticos

- Introdução à cultura projetual na área do Design de espaços/produtos e comunicação;
- Metodologia do projeto;
- Técnicas de comunicação visual a aplicar num espaço ou num objecto. Conceito: o quê e como se pretende comunicar; Unidade de linguagem visual;
- Princípios básicos de organização espacial e a sua representação;
- Os objetos: tipos de estruturas e materiais;
- Hierarquia de informação: leituras paralelas e com precedências;
- Apresentação de materiais a duas e três dimensões;
- Os diferentes tipos de tecnologias de processamento, montagem e acabamento de produtos e espaços.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Abordagem teórica de conceitos fundamentais, e visionamento e análise de documentação em suporte AV;

Utilização das TIC para apresentação de conteúdos e pesquisa;

Apresentação oral dos resultados.

Os alunos executarão vários exercícios pontuais e um projeto, subdividido por etapas. A avaliação incidirá sobre a capacidade de procura de soluções adequadas aos trabalhos propostos de acordo com os objetivos expressos.

A avaliação da unidade curricular é feita de acordo com o estipulado no Regulamento de Avaliação da Universidade do Algarve vigente.

Componentes de avaliação (ponderação)

1 . Acompanhamento dos trabalhos e discussão ativa sobre os mesmos. Assiduidade (15%);

2. Exercícios individuais (15%)

3 . Projeto de intervenção num espaço e objetos (70%):

Etapas:

a) Pesquisa temática / Planificação: Grupo (15%);

b) Conceito: Individual (20%);

c) Desenho/projeto, apresentação final: Grupo (20%).

d) Relatório do projeto: Grupo (15%).

Classificação final: 1.º(15%) + 2.º(15%) + 3.º (70%) =100%

Bibliografia principal

-Bringinghurst, R. (1997). The Elements of Typographic Style. Canada: Hartley & Marks Publishers. (1ª ed. 1992).

-Butle, J. (2003). Universal Principles of Design: 100 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design

-Cunha, L.V. (2004). Desenho Técnico. Lisboa; Fundação Calouste Gulbekian

-Decisions, and Teach Through Design. Massachusetts: Rockport

-Godfrey, J. (2008). Diseño de catálogos y folletos 5. Barcelona: GG

-Jackson, P. (2011). Folding Techniques for Designers: From Sheet to Form. London; Laurence King Publishing

-Jackson, P. (2016). Cut and Fold Paper Textures: Techniques for Surface Design. London; Laurence King Publishing

-McCloud, K. (2004). A escolha das cores. Lisboa: Editorial Estampa. (Ed. original 2003).

-Peter, J. P.; Olson (2009) J. C. - Comportamento do consumidor e estratégia de marketing (8ª ed.). São Paulo: McGraw-Hill.

- [Peng](#) , C.(2019) Interactive Packaging Design. London; Design Media Publishing

Academic Year 2021-22

Course unit COMMUNICATION DESIGN IV

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

Teaching/Learning modality Presential

Coordinating teacher Maria Caeiro Martins Guerreiro

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Maria Caeiro Martins Guerreiro	PL; TP	TP1; PL1	15TP; 45PL
Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado	OT; PL	PL1; OT1	15PL; 30OT

* 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

Knowledge acquired in the 1st and 2nd year of the course.

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

- Theoretical and methodological knowledge in the scope of the Design project;
- Framing of their knowledge in the different phases of a project, identification and description of their own characteristics;
- Profound mastery in terms of organization, negotiation and transmission of ideas, essential to the work of multidisciplinary teams;
- Formation of an aesthetic, political and social awareness of the designer in the society that surrounds him;
- Solidify research habits;
- Identify and apply information on the various products (space / equipment);
- Proficiency in organization, negotiation and transmission of ideas, necessary for teamwork;
- Understand the Design product, in its cultural, temporal and geographical context, and also in its function, durability and target audience.

Syllabus

- Introduction to the project culture in the area of Design of spaces / products and communication;
 - Project methodology;
 - Visual communication techniques to be applied to a space or an object. Concept: what and how to communicate; Visual language unit;
 - Basic principles of spatial organization and its representation;
 - The objects: types of structures and materials;
 - Information hierarchy: parallel and precedent readings;
 - Presentation of materials in two and three dimensions;
 - The different types of processing, assembly and finishing technologies for products and spaces.
-

Teaching methodologies (including evaluation)

Theoretical approach to fundamental concepts, and viewing and analysis of documentation in AV support;

Use of ICT to present content and research;

Oral presentation of results.

Students will perform several specific exercises and a project, subdivided in stages. The evaluation will focus on the ability to find suitable solutions for the proposed work in accordance with the stated objectives.

The evaluation of the curricular unit is done in accordance with the stipulation in the Evaluation Regulation of the University of Algarve in force.

Evaluation components (weighting):

- 1 . Monitoring of the works and active discussion about them. Attendance (15%);
2. Individual exercises (15%)
3. Intervention project in a space and objects (70%):

Phases:

- a) Thematic research / Planning: Group (15%);
- b) Concept: Individual (20%);
- c) Design / project, final presentation: Group (20%).
- d) Project report: Group (15%).

Final classification: 1st (15%) + 2nd (15%) + 3rd (70%) = 100%

Main Bibliography

- Bringhurst, R. (1997). The Elements of Typographic Style. Canada: Hartley & Marks Publishers. (1ª ed. 1992).
- Butle, J. (2003). Universal Principles of Design: 100 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design
- Cunha, L.V. (2004). Desenho Técnico. Lisboa; Fundação Calouste Gulbekian
- Decisions, and Teach Through Design. Massachusetts: Rockport
- Godfrey, J. (2008). Diseño de catálogos y folletos 5. Barcelona: GG
- Jackson, P. (2011). Folding Techniques for Designers: From Sheet to Form. London; Laurence King Publishing
- Jackson, P. (2016). Cut and Fold Paper Textures: Techniques for Surface Design. London; Laurence King Publishing
- McCloud, K. (2004). A escolha das cores. Lisboa: Editorial Estampa. (Ed. original 2003).
- Peter, J. P.; Olson (2009) J. C. - Comportamento do consumidor e estratégia de marketing (8ª ed.). São Paulo: McGraw-Hill.
- [Peng](#) , C.(2019) Interactive Packaging Design. London; Design Media Publishing