
Ano Letivo 2019-20

Unidade Curricular DESIGN GRÁFICO E COMUNICAÇÃO

Cursos MARKETING (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 15161078

Área Científica MARKETING E PUBLICIDADE

Sigla

Línguas de Aprendizagem O idioma de aprendizagem é o Português.

Modalidade de ensino A modalidade de ensino é a Presencial.

Docente Responsável Ana Rita Ferreira Sampaio

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Ana Rita Ferreira Sampaio	OT; TP	TP1; TP2; OT1; OT2	84TP; 6OT

* 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
1º	S1	42TP; 3OT	140	5

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não há exigência de conhecimentos prévios.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Com esta UC pretende-se ministrar conhecimento na área de design gráfico, através do ensino de conceitos gerais sobre comunicação gráfica e visual; através da compreensão e domínio dos conceitos e terminologias relacionados com a Teoria da Cor.

Contribuir para o desenvolvimento de capacidades associadas à capacidade de interpretação das formas visuais, desenvolvimento e aplicação de conceitos e de regras de composição gráfica.

Para além dos objetivos anteriores pretende-se desenvolver a capacidade de executar edição e manipulação digital na aplicação Adobe Photoshop.

Por fim, desenvolver a capacidade de contribuir para definição de identidade corporativa de um organização.

Conteúdos programáticos

1. Definição de Design e Design Gráfico;
2. Conceitos, princípios e métodos de desenvolvimento de projetos;
3. As diferentes linguagens e elementos de expressão visual;
4. Principais qualidades formais, estruturais e funcionais de um projeto de Design Gráfico;
5. Princípios base de Design Gráfico:
 - a. Forma Visual /Cor
 - b. Tipografia e Regras tipográficas
 - c. Imagem, estrutura e composição
 - d. Padrões para a Web
6. Composição Visual
 - a. Manipulação digital de fotografias
 - b. Manipulação digital de texto
 - c. Manipulação digital de forma
 - d. Manipulação digital de objetos
7. Logotipo/marca
8. Edição e produção digital
 - a. Ferramentas de desenho Vetorial
 - b. Ferramentas de Paginação Digital

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

O primeiro objetivo é atingido através do ensino dos conteúdos programáticos relacionados com o design gráfico, nomeadamente: definição de design e design gráfico, princípios base de design gráfico como a forma visual /cor, tipografia e regras tipográficas, imagem, estrutura e composição e padrões para a web.

O segundo objetivo é atingido através da exploração das diferentes linguagens e elementos de expressão visual.

O terceiro objetivo é atingido através da prática utilizando o software Adobe Photoshop, explorando as principais qualidades formais, estruturais e funcionais de um projeto de design gráfico; composição visual: manipulação digital de fotografias, texto, forma e objetos; edição e produção digital através de ferramentas de desenho vetorial e paginação digital.

O quarto objetivo é atingido através da prática na gestão de projetos relacionados com a identidade corporativa: definição de logotipo e marca; conceitos, princípios e métodos de desenvolvimento de projetos.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A UC apresenta-se sob a forma de aulas teórico-práticas e trabalhos individuais e de grupo. A avaliação da UC é constituída por uma Componente de Avaliação por Frequência (CAF) e por um exame final.

Avaliação da UC:

- Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 40%) + Exame (peso 60%)
- Avaliação da CAF: 60% - Teste; 40% - Trabalho.
- Dispensa de exame: CAF \geq 12 valores
- Admissão a exame de época normal: CAF \geq 6 valores
- Caso seja favorável ao aluno, a nota de exame de época normal pondera com a CAF para o cálculo da nota de admissão a exames posteriores durante o ano letivo de obtenção da CAF.
- Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.
- O aluno pode utilizar a CAF obtida no ano letivo anterior na UC, mediante solicitação prévia, por escrito, ao docente.
- Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

As metodologias de ensino teórico-práticas, consubstanciam-se em aulas de carácter expositivo, complementadas com exemplificação, participação dos alunos através do desenvolvimento de trabalhos individuais e com recurso a meios audiovisuais, tendo como principais objetivos transmitir o enquadramento teórico-conceptual, explicitar critérios e familiarizar os estudantes com os principais instrumentos do design gráfico.

Nas aulas práticas será utilizado um software profissional, de forma prática e recorrendo ao método demonstrativo, enquadrando-se nos objetivos definidos.

A componente prática é fortalecida através da realização de um projeto individual, no qual os estudantes serão incentivados a aplicar os conhecimentos adquiridos, materializando-se na elaboração de um projeto de comunicação de um produto fictício, em diversos suportes digitais.

Bibliografia principal

- Best, K. (2012). *Fundamentos de Gestão de design*. Bookman Editora.
- Heller, E. (2017). *A Psicologia das Cores*. Editorial Gustavo Gili.
- Hollis, R. (2010). *Design Gráfico - Uma História Concisa*. Martins Fontes
- Lupton, E., Phillips, J. C., & Borges, C. (2008). *Novos fundamentos do design*. Cosac Naify.
- Munari, B. (2006). *Design e Comunicação Visual*. Lisboa: Edições 70.
- Spiekermann, E. & Ginger, E. M. (2000). *Stop Stealing Sheep & find out how type works*. Pearson Education.

Academic Year 2019-20

Course unit GRAPHIC DESIGN AND COMMUNICATION

Courses MARKETING

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area MARKETING E PUBLICIDADE

Acronym

Language of instruction The learning language is Portuguese.

Teaching/Learning modality The teaching modality is presential.

Coordinating teacher Ana Rita Ferreira Sampaio

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Ana Rita Ferreira Sampaio	OT; TP	TP1; TP2; OT1; OT2	84TP; 6OT

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

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	42	0	0	0	0	3	0	140

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

There is no requirement for prior knowledge.

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

This course unit aims to provide knowledge in the area of graphic design, through the teaching of general concepts on graphic and visual communication; through the understanding and mastery of concepts and terminologies related to the Colour Theory.

Contribute to the development of skills associated with the ability to interpret visual forms, development and application of concepts and rules of graphic composition.

In addition to the previous objectives, it is intended to develop the ability to perform editing and digital manipulation in the Adobe Photoshop software.

Finally, develop the ability to contribute to the definition of corporate identity of an organization/brand.

Syllabus

1. Definition of Design and Graphic Design;
 2. Concepts, principles and methods of project development;
 3. The different languages and elements of visual expression;
 4. Main formal, structural and functional qualities of a Graphic Design project;
 5. Basic Principles of Graphic Design
 - a. Visual Shape / Color
 - b. Typography and Typographic Rules
 - c. Image, structure and composition
 - d. Web standards
 6. Visual Composition
 - a. Digital photo manipulation
 - b. Digital text manipulation
 - c. Digital Shape Manipulation
 - d. Digital manipulation of objects
 7. Logo / brand
 8. Publishing and digital production
 - a. Vector drawing tools
 - b. Editorial design Tools
-

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The first objective is achieved by teaching the content related to the subject of graphic design: definition of design and graphic design, basic principles of graphic design, such as: visual form / color, typography and typographic rules, image, structure and composition and web standards.

The second objective, through the exploration of different language and elements of visual expression.

The third objective, through the usage of the Adobe Photoshop software, exploring the main formal, structural and functional qualities of a graphic design project; visual composition: digital manipulation of photographs, text, form and objects; digital editing and production through vector drawing tools and editorial design.

The fourth objective, through managing projects related to corporate identity: definition of logo and brand; concepts, principles and methods of project development.

Teaching methodologies (including evaluation)

The assessment of the curricular unit consists of a Continuous Assessment (CA) component (40%) + Exam (60%).

The CA component comprises:

Test: 60%;

Individual assignment: 40%.

Admission to the exam during the 'época normal' period: a final CA grade of ≥ 6 is needed.

Students with a final CA grade of ≥ 12 are exempt from the exam.

If favourable to the student, the exam mark from the 1st exam period calculated with the CA grade will be applied for admission to further exam periods during the same academic year.

In the Special Exam Period for concluding the Course, or for improving the final classification, the exam weighting is 100%.

The student may use the CA grade obtained in the previous academic year by applying in writing to the course unit teacher.

In case of doubt about the mark obtained in one of the elements of assessment, the professor may require the student to carry out a further proof that will replace this element of evaluation.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

The theoretical/practical teaching methodologies encompass lectures complemented by presentations of practical examples, students' participation through individual assignments and audio-visual aids. The aim of this approach is to transmit the theoretical-conceptual framework, and familiarize students with key graphic design tools.

In practical classes a professional software will be used, applying the demonstrative method in order to achieve the defined goals.

The practical component is strengthened through the development of an individual project, in which the students will be encouraged to apply the acquired knowledge, materializing in the elaboration of a communication project of a fictional product, in various digital media.

Main Bibliography

- Best, K. (2012). *Fundamentos de Gestão de design*. Bookman Editora.
Heller, E. (2017). *A Psicologia das Cores*. Editorial Gustavo Gili.
Hollis, R. (2010). *Design Gráfico - Uma História Concisa*. Martins Fontes
Lupton, E., Phillips, J. C., & Borges, C. (2008). *Novos fundamentos do design*. Cosac Naify.
Munari, B. (2006). *Design e Comunicação Visual*. Lisboa: Edições 70.
Spiekermann, E. & Ginger, E. M. (2000). *Stop Stealing Sheep & find out how type works*. Pearson Education.