
Ano Letivo 2021-22

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

Código CNAEF (3 dígitos) 342

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 8; 9; 12

Línguas de Aprendizagem O idioma de aprendizagem é o Português.

Modalidade de ensino

A modalidade de ensino é presencial e/ou a distância.

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
-

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A UC apresenta-se sob a forma de aulas teórico-práticas e trabalhos individuais e/ou 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: 50% - Teste; 50% - Trabalhos.
 - 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.
-

Bibliografia principal

- 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 2021-22

Course unit GRAPHIC DESIGN AND COMMUNICATION

Courses MARKETING

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 342

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 8; 9; 12

Language of instruction The learning language is Portuguese.

Teaching/Learning modality The teaching modality is classroom-based and/or distance learning.

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

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: 50%;

Individual assignments: 50%.

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.

Main Bibliography

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.