

---

**Ano Letivo** 2023-24

---

**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.

---

**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 e Comunicação aplicado ao Marketing.

No final da unidade curricular, espera-se que o estudante seja capaz de:

1. Compreender princípios base de Design Gráfico, nomeadamente nas áreas da Cor e da Tipografia.
2. Criar conteúdo visual através de operações essenciais de edição digital de imagem, elementos gráficos e texto no software Adobe Photoshop.
3. Contribuir para definição da identidade visual de uma organização ou marca.

### **Conteúdos programáticos**

1. Definição de Design, Design Gráfico e Comunicação;
  2. Elementos da Linguagem Visual;
  3. Princípios base de Design Gráfico - Cor;
  4. Princípios base de Design Gráfico - Tipografia;
  5. Identidade Visual;
  6. Processo Criativo;
  7. Software de edição de imagem - Adobe Photoshop.
- 

### **Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

Os métodos de ensino são constituídos por aulas de natureza teórico-prática. A componente prática inclui a análise de casos reais e a realização de exercícios para aplicação dos conhecimentos. A unidade curricular compreende ainda guias de apoio às matérias lecionadas.

Avaliação por frequência: teste - 60%; trabalho - 40%.

- O teste decorre nas últimas semanas do período letivo.
- O estudante que tenha realizado a totalidade das provas obrigatórias da avaliação por frequência sem aprovação não tem acesso ao exame de época normal.
- Os estudantes admitidos, em simultâneo, ao teste final e ao exame de época normal que pretendam optar pelo exame têm de efetuar a inscrição na tutoria eletrónica, no mínimo, até 3 dias úteis antes da realização do teste final.

Avaliação por exame: Exame - 60% e trabalho - 40%.

- Não são exigidas condições de acesso aos exames.

Avaliação por frequência ou por exame:

- Aprovação com nota final igual ou superior a 10 valores (arredondada às unidades), desde que sejam cumpridos os requisitos de avaliação expressos na FUC.
  - Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.
  - Em caso de fraude ou plágio aplica-se o disposto no n.º 15 do Regulamento de Avaliação da UALG. Em situação de dúvida, o docente poderá exigir uma prova adicional que substituirá o elemento de avaliação em causa.
- 

### **Bibliografia principal**

- Chavez, C. (2023). Adobe Photoshop Classroom in a Book. Adobe Press / Pearson Education.
- Heller, E. (2017). A Psicologia das Cores. Editorial Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2019). Pensar Com Tipos - Guia para designers escritores editores e estudantes. Editora Gustavo Gili.
- Spiekermann, E. (2022). Stop Stealing Sheep & Find out how type works (4th edition). The Other Collection.
- White, A. W. (2022). The Elements of Graphic Design: Space, Unity, Page Architecture, and Type (3rd edition). Allworth.

---

**Academic Year** 2023-24

---

**Course unit** GRAPHIC DESIGN AND COMMUNICATION

---

**Courses** MARKETING (1st cycle)

---

**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.

**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)

With this curricular unit it is intended to teach knowledge in the area of Graphic Design and Communication applied to Marketing.

At the end of the unit, the student is expected to be able to:

1. Understand the basic principles of Graphic Design, namely in the areas of Color and Typography.
2. Create visual content through essential digital image editing operations, graphic elements and text in the Adobe Photoshop software.
3. Contribute to defining the visual identity of an organization or brand.

### **Syllabus**

1. Definition of Design, Graphic Design and Communication;
  2. Visual Language Elements;
  3. Basic principles of Graphic Design - Color;
  4. Basic principles of Graphic Design - Typography;
  5. Visual Identity;
  6. Creative Process;
  7. Image editing software - Adobe Photoshop.
- 

### **Teaching methodologies (including evaluation)**

The teaching methods consist of classes of a theoretical-practical nature. The practical component includes the analysis of real cases and exercises to apply knowledge. The curricular unit also includes support guides for the subjects taught.

Continuous assessment: test - 60%; assignment - 40%

- The test will take place during the last weeks of classes.

- Students who have completed the obligatory components of continuous assessment but have not passed (overall grade of 10 or more) will not be admitted to the 1st exam (normal season exam) (but may take the 2nd exam (resource season exam)).

- Students admitted to both test and 1st exam (normal season exam) and who wish to opt for the exam must enrol (via Tutoria platform) up to 3 working days before the date of test 2.

Assessment by exam: Exam - 60% and assignment 40%.

- 1st, 2nd and special exam periods: no conditions apply.

- Exams for improving the grade or concluding the course: no conditions apply.

Continuous assessment or by exam:

The pass mark is overall grade of 10 or more (rounded to the units), as long as all the requirements for assessment as defined in the FUC have been met.

- In the special season of completion of course or improvement of classification, the result of the exam corresponds to 100% of the UC grade.

- In case of fraud or plagiarism, the provisions of paragraph 15 of the UALG Assessment Regulations apply. In case of doubt, the teacher may require an additional test that will replace the assessment element in question.

### Main Bibliography

- Chavez, C. (2023). Adobe Photoshop Classroom in a Book. Adobe Press / Pearson Education.
- Heller, E. (2017). A Psicologia das Cores. Editorial Gustavo Gili.
- Lupton, E. (2019). Pensar Com Tipos - Guia para designers escritores editores e estudantes. Editora Gustavo Gili.
- Spiekermann, E. (2022). Stop Stealing Sheep & Find out how type works (4th edition). The Other Collection.
- White, A. W. (2022). The Elements of Graphic Design: Space, Unity, Page Architecture, and Type (3rd edition). Allworth.