
Ano Letivo 2018-19

Unidade Curricular DESIGN, TURISMO E CULTURA

Cursos DESIGN DE COMUNICAÇÃO PARA O TURISMO E CULTURA (2.º Ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Educação e Comunicação

Código da Unidade Curricular 17481000

Área Científica TURISMO, HOTELARIA E LAZER

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português e Inglês.

Modalidade de ensino Presencial e em regime de tutoria.

Docente Responsável António Carlos Camilo Correia de Lacerda

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
António Carlos Camilo Correia de Lacerda	T	T1	15T
Magda Maria Vieira Fernandes Wikesjo	T	T1	15T

* 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	30T	140	5

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Design de Comunicação e outras áreas afins.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Esta Unidade Curricular tem como objetivo a apresentação, análise discussão de projetos de design de comunicação, nacionais e internacionais promotores do setor turístico e cultural de relevância. Perceber áreas de atuação, soluções apresentadas, contextos em que foram criadas e a forma como as mensagens foram criadas e estruturadas nos seus diferentes produtos de comunicação. Prevê-se a realização, durante o semestre, de apresentações desenvolvidas por convidados externos (designers, empresas e instituições) com uma forte ligação aos setores do turismo e da cultura. Estas apresentações deverão conduzir à aquisição de conhecimentos e de capacidades analíticas, reflexivas e de problematização e crítica aprofundadas e especializadas, num quadro de amplitude e de polivalência capazes de corresponder às necessidades atuais e expectáveis nos espaços profissionais na área do turismo e da cultura.

Conteúdos programáticos

1. Design, turismo e cultura: Conceitos introdutórios
 - 1.1 Conceitos de design de comunicação, turismo e cultura
 - 1.2 Tipos de turismo e conceitos relacionados
 2. O papel do design de comunicação no setor do turismo e da cultura
 - 2.1 Mercados, serviços e estratégias para o desenvolvimento nacional, regional e local
 - 2.2 Identidade de marca vs. imagem de marca
 - 2.3 Planeamento de comunicação
 - 2.4 Identidade visual, marcas gráficas e produtos de comunicação visual
 - 2.5 Casos de estudo nacionais e internacionais
-

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

As aulas teóricas decorrerão sob a forma de seminário onde serão analisados estudos de caso e práticas comunicacionais ao nível do design de comunicação para o turismo e cultura. A avaliação será efetuada através de um trabalho escrito individual (caso de estudo), a ser apresentado oralmente à equipa docente e à turma (100%). Será facultado separadamente um pequeno guia com linhas de orientação e critérios de avaliação detalhados para o caso de estudo.

Bibliografia principal

- Costa, Joan (1987). *Imagen Global*. Barcelona: Ediciones CEAC, S.A.
- Costa, Joan (1999). *La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona: Paidós.
- Costa, Joan (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz - Bolívia: Grupo Editorial Design.Chaves,
- Lacerda, António (2011). *Design e Gestão da Identidade, Marcas, Gráficas e Imagem institucional* (Tese de doutoramento).
- Lencastre, Paulo (2007). *O Livro da Marca*. Lisboa: Dom Quixote.
- Norberto (2006). *El diseño invisible. Siete lecciones sobre la intervención culta en el habitat humano*. Barcelona: Paidós.
- Henriques, Cláudia (2003). *Turismo, Cidade e Cultura ? Planeamento e Gestão Sustentável*, Edições Sílabo, Lisboa.
- Yin, Robert K. (2009). *Case study research. Design and methods*, 4th edition. Califórnia: Sage Publications.

Academic Year 2018-19

Course unit DESIGN, TOURISM AND CULTURE

Courses COMMUNICATION DESIGN FOR TOURISM AND CULTURE

Faculty / School Escola Superior de Educação e Comunicação

Main Scientific Area TURISMO, HOTELARIA E LAZER

Acronym

Language of instruction Portuguese and English.

Teaching/Learning modality Presential and tutorial.

Coordinating teacher António Carlos Camilo Correia de Lacerda

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
António Carlos Camilo Correia de Lacerda	T	T1	15T
Magda Maria Vieira Fernandes Wikesjo	T	T1	15T

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

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
30	0	0	0	0	0	0	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

Communication Design and other related areas.

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

Communication design and other similar areas.

Syllabus

This Course Unit aims at the presentation, analysis, discussion of communication design projects, national and international promoters of the tourism and cultural sector of relevance. Understand areas of action, solutions presented, the contexts in which they were created and the way the messages were created and structured in their different communication products. During the semester, it is planned to hold presentations by external guests (designers, companies and institutions) with a strong connection to the tourism and cultural sectors. These presentations should lead to the acquisition of knowledge and analytical skills, reflective and problematic and critical and in-depth and specialized, within a framework of breadth and versatility capable of responding to current and expected needs in professional spaces in the field of tourism and culture.

Teaching methodologies (including evaluation)

The theoretical classes will take place in the form of a seminar where case studies and communication practices will be analyzed at the level of communication design for tourism and culture. The evaluation will be done through an individual written study (case study), to be presented orally to the teaching staff and the class (100%). A short guide with detailed guidelines and evaluation criteria for the case study will be provided separately.

Main Bibliography

- Costa, Joan (1987). *Imagen Global*. Barcelona: Ediciones CEAC, S.A.
- Costa, Joan (1999). *La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona: Paidós.
- Costa, Joan (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz - Bolívia: Grupo Editorial Design.Chaves,
- Lacerda, António (2011). *Design e Gestão da Identidade, Marcas, Gráficas e Imagem institucional* (Tese de doutoramento).
- Lencastre, Paulo (2007). *O Livro da Marca*. Lisboa: Dom Quixote.
- Norberto (2006). *El diseño invisible. Siete lecciones sobre la intervención culta en el habitat humano*. Barcelona: Paidós.
- Henriques, Cláudia (2003). *Turismo, Cidade e Cultura ? Planeamento e Gestão Sustentável*, Edições Sílabo, Lisboa.
- Yin, Robert K. (2009). *Case study research. Design and methods*, 4th edition. Califórnia: Sage Publications.