
Ano Letivo 2021-22

Unidade Curricular DESIGN DE COMUNICAÇÃO

Cursos MARKETING DIGITAL

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 19291007

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	PL; TP	TP1; PL1	12TP; 30PL

* 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	S2	12TP; 30PL	130	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 de Comunicação, através do ensino de conceitos gerais sobre comunicação gráfica e visual; através da compreensão e domínio dos conceitos e terminologias relacionados com a Teoria do Design.

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 nos softwares Canva e Adobe Photoshop.

Por fim, desenvolver a capacidade de contribuir para definição da identidade visual de uma organização.

Conteúdos programáticos

1. Definição de Design e Design de Comunicação;
 2. As diferentes linguagens e elementos de expressão visual;
 3. Princípios base de Design de Comunicação:
 - a. Forma
 - b. Cor
 - c. Tipografia
 - d. Padrões para a Web
 4. Identidade Visual - Logotipo/marca
 5. Criação de conteúdos visuais digitais
 - a. Software de desenho vetorial
 - b. Software de edição de imagem bitmap
-

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 e 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.

Nota: Regulamento de Avaliação da UAAlg, ponto 3 do art.º 6, a assiduidade é obrigatória, não podendo o aluno exceder o número limite de faltas, correspondente a 25% das horas de contacto totais.

Bibliografia principal

- Heller, E. (2017), *A Psicologia das Cores*. Editorial Gustavo Gili.
- Hollis, R. (2010). *Design Gráfico - Uma História Concisa*. Martins Fontes
- 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 COMMUNICATION DESIGN

Courses DIGITAL 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	PL; TP	TP1; PL1	12TP; 30PL

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

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	12	30	0	0	0	0	0	130

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 Communication Design, through the teaching of general concepts on graphic and visual communication; through the understanding and mastery of concepts and terminologies related to the Design 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 Canva and Adobe Photoshop software.

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

Syllabus

1. Definition of Design and Communication Design;
 2. The different languages and elements of visual expression;
 3. Basic Principles of Graphic Design
 - a. Shape
 - b. Color
 - c. Typography
 - d. Web standards
 4. Visual identity - Logo / brand
 5. Creation of visual content
 - a. Vector drawing software
 - b. Bitmap image editing software
-

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/group 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%.

Note: UAlg Assessment Regulations, item 3 of article 6, attendance is mandatory and students cannot exceed the maximum number of absences, i.e. 25% of the total contact hours.

Main Bibliography

Heller, E. (2017), *A Psicologia das Cores*. Editorial Gustavo Gili.

Hollis, R. (2010). *Design Gráfico - Uma História Concisa*. Martins Fontes

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.