
Ano Letivo 2022-23

Unidade Curricular PROJETO FINAL

Cursos DESIGN E TECNOLOGIAS MULTIMÉDIA

Unidade Orgânica Escola Superior de Educação e Comunicação

Código da Unidade Curricular 19301012

Área Científica AUDIOVISUAIS E PRODUÇÃO DOS MEDIA

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 213

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 4;8;9.

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado	PL	PL1	9PL
Cármem Zita Batalha Garcia Monereo	PL	PL1	12PL
Nuno Filipe Pereira Martins	PL	PL1	35PL

* 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
2º	S1	56PL	156	6

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Conhecimentos adquiridos nos 1.º ano do curso TeSp Design e Tecnologias Multimedia.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

O Projeto Final implica a realização de um trabalho nas áreas da Comunicação, Design, Motion Design e Interatividade. O aluno deverá dominar e aplicar uma metodologia consistente e adequada ao exercício, respondendo às diferentes áreas que o constituem. Esta UC é o resultado do conjunto de conhecimentos teóricos e técnicos previamente adquiridos, que serão aplicados num projeto pessoal, com maturidade conceptual, formal e técnica. A UC deverá potenciar as capacidades criativas e capacitar os alunos para a criação de um projeto adaptável à prática e ao mercado de trabalho.

Conteúdos programáticos

Os conteúdos da UC inscrevem-se nos temas dos projetos desenvolvidos pelos alunos e deverão incluir resolução de problemas nas áreas de Comunicação, Design, Webdesign, Interatividade, Motion Design e outros.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Nesta UC, os momentos de avaliação serão:

Apresentações intermédias - 2 (avaliação quantitativa - 2 x 15%);

Apresentação final (avaliação quantitativa - 70%), com base em quatro componentes: Acompanhamento (20%); Produto Final (30%);

Relatório Final (10%); Apresentação (10%).

Bibliografia principal

Brockmann, Müller (1992). Sistemas de retículas. Barcelona: Gustavo Gili. 2ª ed.

Chaves, Norberto, (2005). 1988 La imagem corporativa. Teoria y práctica de la identificación institucional. Barcelona. Gustavo Gili;

Costa, Joan (2006). Imagem corporativa en el siglo XXI La Paz - Bolívia: Grupo Editorial Design;

Costa, Joan (2003). Diseñar para los ojos . Buenos Aires: La Crujía.

Mono (2006). Identidad corporativa. Del brief a la solución final Thames & Hudson, London;

Olins, Wally (2006). The new guide to identity. How to create and sustain change through managing identity. London. England: The Design Council, Gower;

Olins,W. A Marca (2017), Verbo Editora. Portugal;

Marquez, V. (2021) Marketing Digital de A a Z, Ed. Actual;

Wheeler, A. (2017) Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. John Wiley & Sons. London.

Academic Year 2022-23

Course unit FINAL PROJECT

Courses DESIGN AND MULTIMEDIA TECHNOLOGIES

Faculty / School SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 213

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 4;8;9.

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Presential

Coordinating teacher Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Pedro Manuel Maia de Oliveira Martins Calado	PL	PL1	9PL
Cármem Zita Batalha Garcia Monereo	PL	PL1	12PL
Nuno Filipe Pereira Martins	PL	PL1	35PL

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

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	0	56	0	0	0	0	0	156

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

Knowledge and abilities acquired in the 1st year of the TeSp Design and Multimedia Technologies course.

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

Final Project implies the completion of work in the areas of Communication, Design, Motion Design and Interactivity. The student must master and apply a consistent and appropriate methodology to the exercise, responding to the different areas that constitute it. This CU is the result of a set of previously acquired theoretical and technical knowledge, which will be applied in a personal project, with conceptual, formal and technical maturity. The UC should enhance creative skills and enable students to create a project adaptable to practice and the job market.

Syllabus

The UC contents are inscribed in the themes of the projects developed by the students and should include problem solving in the areas of Communication, Design, Webdesign, Interactivity, Motion Design and others.

Teaching methodologies (including evaluation)

In this CU, the evaluation moments will be:

Intermediate presentations - 2 (quantitative assessment - 2 x 15%);

Final presentation (quantitative assessment - 70%), based on four components: Monitoring (20%); Final Product (30%); Final Report (10%); Presentation (10%).

Main Bibliography

Brockmann, Müller (1992). Sistemas de retículas. Barcelona: Gustavo Gili. 2ª ed.

Chaves, Norberto, (2005). 1988) La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional. Barcelona. Gustavo Gili;

Costa, Joan (2006). Imagem corporativa en el siglo XXI La Paz - Bolívia: Grupo Editorial Design;

Costa, Joan (2003). Diseñar para los ojos . Buenos Aires: La Crujía.

Mono (2006). Identidad corporativa. Del brief a la solución final Thames & Hudson, London;

Olins, Wally (2006). The new guide to identity. How to create and sustain change through managing identity. London. England: The Design Council, Gower;

Olins, W. A Marca (2017), Verbo Editora. Portugal;

Marquez, V. (2021) Marketing Digital de A a Z, Ed. Actual;

Wheeler, A. (2017) Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. John Wiley & Sons. London.