

---

**Ano Letivo** 2023-24

---

**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**

Cármem Zita Batalha Garcia Monereo

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Cármem Zita Batalha Garcia Monereo	PL	PL1	12PL
Nuno Filipe Pereira Martins	PL	PL1	22PL
Sandra Fernandes dos Santos	PL	PL1	22PL

\* 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** 2023-24

---

**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** Cármen Zita Batalha Garcia Monereo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Cármen Zita Batalha Garcia Monereo	PL	PL1	12PL
Nuno Filipe Pereira Martins	PL	PL1	22PL
Sandra Fernandes dos Santos	PL	PL1	22PL

\* 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.