

<i>Curso</i>	<b>Comunicação Multimédia</b>			<i>Ano letivo</i>	2021/2022		
<i>Unidade Curricular</i>	<b>Design Gráfico I</b>			<i>ECTS</i>	5		
<i>Regime</i>	<b>Obrigatório</b>						
<i>Ano</i>	<b>1.º</b>	<i>Semestre</i>	<b>2.º</b>	<i>Horas de trabalho globais</i>			
<i>Docente</i>	<b>Maria de Fátima Bartolomeu Cruz Gonçalves</b>			<i>Total</i>	135	<i>Contacto</i>	67,5
<i>Coordenador da área científica</i>	<b>Joaquim Manuel Fernandes Brigas</b>						

**GFUC previsto**

## 1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender os elementos base do design de comunicação;
- Conhecer a metodologia projetual e as diferentes fases de desenvolvimento de um projeto de Design Gráfico;
- Conhecer e aplicar os conceitos base de Design Gráfico na conceção, desenvolvimento e produção de composições visuais para os diferentes suportes de comunicação gráfica;
- Conhecer os conceitos específicos associados à identidade visual de uma organização;
- Compreender e dominar o processo de criação de uma identidade visual e as respetivas aplicações comunicacionais.

## 2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. A importância do Design de Comunicação nos audiovisuais e produção para os media
  - 1.1. As diferentes linguagens e elementos de comunicação e expressão visual
  - 1.2. Princípios sobre Design Gráfico
  - 1.3. Metodologias para o desenvolvimento de projetos de Design Gráfico
2. Identidade e imagem corporativa
  - 2.1. Elementos da identidade visual: assinatura, símbolo, logótipo, marca
  - 2.2. Componentes, funções e classificação da marca
3. Manual de normas
  - 3.1 Projeto de identidade visual

## 3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

No sentido de cumprir com os objetivos da unidade curricular, dividem-se os conteúdos programáticos em três temas. Numa primeira fase, direcionada para a importância do Design de Comunicação nos audiovisuais e produção para os media, utilizando os elementos formais do Design de Comunicação e numa segunda fase orientados para a temática da identidade visual. Este permite-nos uma abordagem ao design de comunicação e a combinação entre os elementos formais essenciais na construção e conceção gráfica de produtos multimédia. Por último, um terceiro tema para o desenvolvimento de um projeto de identidade visual.

#### **4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL**

- Costa, J. (2011). *Design para os olhos. Marca, Cor, Identidade*, Sinalética. DinaLivro.
- Dabner, D; Stewart, S. e Zempol, E. (2017). *Curso de design gráfico*. Editorial Gustavo Gili, S.L.
- González, P. (2010). *Teoría y práctica de la publicidad impresa*. Campgráfico.
- Gordon, B. & Gordon, M. (2003). *Guia Completo do Design Digital*. Livros e Livros Edições.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues (2011). *Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing*, Publicações Dom Quixote.
- Lupton, E. (2016). *Intuição, Ação, Criação. Graphic Design Thinking*, Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Meggs, P. (2009). *História do Design Gráfico*. Cosacnaify.
- Wheeler A. (2018). *Diseño de marcas*, Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

#### **5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)**

Esta unidade curricular está organizada em horas de contacto teórico-práticas, que incluirão a concretização de exercícios de cariz prático, desenvolvidos com base nos conceitos teóricos e técnicos abordados nas aulas, horas de contacto de natureza coletiva, orientação tutorial, direcionadas para o acompanhamento do projeto proposto para avaliação.

Ao longo do semestre os alunos irão desenvolver um projeto de identidade visual e discutir, com a docente e colegas, as suas escolhas, dificuldades, problemas e propostas de solução, sendo válido para qualquer época de avaliação.

A avaliação contínua resulta do somatório da participação ativa nas aulas (20%) da classificação de uma componente teórico-prática sob forma de trabalho de investigação (30%) com a classificação de uma componente prática (50%).

Relativamente às épocas de exames (Normal e de Recurso) os alunos deverão apresentar o projeto da unidade curricular, que contará 50% da nota final, num dos dois dias anteriores (no horário de atendimento) à data de avaliação (Exame ou Exame de Recurso). Os restantes 50% serão relativos a uma prova teórico-prática com a duração de duas horas na data de exame.

#### **6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR**

As aulas expositivas a lecionar visam transmitir conceitos e conteúdos fundamentais na área da comunicação gráfica. As aulas de resolução de exercícios/problemas e de casos práticos têm como objetivo a consolidação dos conhecimentos e a aquisição de competências técnicas em composição e produção gráfica. As orientações tutoriais permitirão o acompanhamento e monitorização do progresso da aquisição de conhecimentos. O projeto destina-se a consolidar os conhecimentos e as competências adquiridas, socorrendo-se de fontes e bibliografia aconselhadas pela docente, que irá promover também a autonomia de pesquisa. A exposição oral das várias etapas do projeto irá permitir estimular a reflexão e o debate coletivo em torno do tema escolhido.

## **7. REGIME DE ASSIDUIDADE**

Obrigatoriedade de dois terços das presenças (com exceção dos alunos abrangidos por legislação específica).

Serão ressalvadas as ausências com justificação legal.