

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

## 1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender a importância da integração do design de comunicação em processos de inovação e estratégia no desenvolvimento de novos produtos e serviços.
- Entender a importância do design de comunicação em embalagens e a sua aplicabilidade.
- Conhecer os e métodos relacionados com o desenvolvimento de um projeto de design de embalagem.
- Desenvolver capacidades reflexivas, estratégicas e metodológicas no âmbito de projetos de design de comunicação em embalagens.
- Apresentar e comunicar um projeto de design de embalagem.

## 2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Design gráfico em suportes de comunicação
  - 1.1. Conceitos e funções da comunicação gráfica
  - 1.2. Diversidade de suportes de comunicação e materiais
  - 1.3. A comunicação institucional e imagem pública
  - 1.4. Design de comunicação e promoção da marca
2. Design de comunicação em embalagens
  - 2.1. Conceito de embalagem e a sua importância
  - 2.2. Principais tipos de embalagens, componentes funcionais e comunicativas
  - 2.3. A embalagem e o comportamento do consumidor: formas, cores e tipografia
  - 2.4. Técnicas de comunicação para a promoção de novos produtos
3. Metodologias para o desenvolvimento de projetos de embalagem
4. Projeto de design de embalagem: conceptualização, projeto, produção e apresentação

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

Os objetivos remetem para a necessidade de apreensão e aprofundamento por parte dos alunos de conhecimentos abrangentes na área do design gráfico em suportes de comunicação e são concretizados através dos diferentes conteúdos programáticos apresentados. Pretende-se dotar os alunos de competências técnicas que lhes permitam desenvolver projetos de design de comunicação em embalagens.

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

- Calver, G. (2004). *What is packaging design*. Rotovision S.A.
- Cliff, S. (2002). *50 Trade secrets of great design*. Rockport Publishers, Inc.
- Contreras, F. & Romera, C. (2001). *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*, Blur Ediciones, S.L.
- Gordon, B. & Gordon, M. (2005). *The complete guide to digital graphic design*. Thames & Hudson.
- Herriott, L. (2010). *Templates para design gráfico e design de embalagens*, Bookman.
- Mestriner, F. (2002). *Design de Embalagem - Curso Básico*. Pearson Makron Books.
- Negrão, C. & Camargo, E. (2008). *Design de Embalagem: do marketing à produção*. Novatec Editora.
- Roojen, P. (2010). *Structural Package Design*. The Pepin Press BV.

#### **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, e 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 embalagem e discutir, com o 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 classificação a atribuir ao projeto de embalagem (70% da nota final) com a classificação da frequência (30%).

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 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 do design de comunicação. 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 design de embalagem. 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 pelo 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.