

Curso	Mestrado em Marketing e Comunicação		Ano letivo	2018/2019		
Unidade Curricular	Design de Suportes Multimédia		ECTS	5		
Regime	Opcional					
Ano	1	Semestre	2º sem	Horas de trabalho globais		
Docentes	Carlos Francisco Lopes Canelas		Total	140	Contacto	45
Coordenador da área disciplinar	Joaquim Manuel Fernandes Brigas					

### GFUC previsto

## 1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Conhecer a importância do Multimédia nos diversos campos do Marketing e da Comunicação;
- Ter conhecimento dos elementos essenciais do design de suportes comunicacionais multimédia, ou seja, texto, áudio, imagem (fotografias, ilustrações, ...), vídeo e animação, bem como das respetivas técnicas de registo e edição, no âmbito do planeamento e desenvolvimento de suportes de comunicação multimédia;
- Planear e desenvolver suportes comunicacionais multimédia, integrando os elementos essenciais do design, cujos suportes são dirigidos para os diversos campos do Marketing e Comunicação.

## 2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. A Importância do Multimédia nos campos do Marketing e da Comunicação
2. Elementos Essenciais do Design de Suportes Comunicacionais Multimédia
  - 2.1. Texto e Tipografia
  - 2.2. Áudio
  - 2.3. Imagem (*Bitmap e Vetorial*)
  - 2.4. Vídeo
  - 2.5. Animação
3. Planeamento e Desenvolvimento de Suportes de Comunicação Multimédia

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

Esta unidade curricular, através dos conteúdos programáticos estabelecidos, visa contribuir para a formação integral dos alunos como pessoas e futuros profissionais. Para tal, os conteúdos apresentados ajudam à formação e preparação dos alunos sensibilizando-

os para a necessidade do saber ser e do saber fazer, nos domínios da comunicação multimédia nos diversos campos do Marketing e Comunicação.

Deste modo, os conteúdos programáticos que são lecionados na presente unidade curricular foram estabelecidos em função dos objetivos que os alunos têm de atingir. Assim, verifica-se uma coerência entre os conteúdos programáticos apresentados e os objetivos que se procuram atingir.

#### **4. BIBLIOGRAFIA**

- FIGUEIREDO, Bruno (2004). *Web Design: estrutura, concepção e produção de sites Web*. Lisboa: FCA.
- FONSECA, Manuel J., CAMPOS, Pedro e GONÇALVES, Daniel (2012). *Introdução ao Design de Interfaces*. Lisboa: FCA.
- MARQUES, Vasco (2015a). *Marketing Digital 360*. Lisboa: Actual Editora.
- MARQUES, Vasco (2015b). *Vídeo Marketing: conquiste mais audiências online*. Lisboa: Actual Editora.
- PORTELA, Filipe e QUEIRÓS, Ricardo (2018). *Introdução ao Desenvolvimento Moderno para a Web*. Lisboa: FCA.
- RIBEIRO, Nuno (2012). *Multimédia e Tecnologias Interativas*. Lisboa: FCA. 5.<sup>a</sup> edição.
- RIBEIRO, Nuno e TORRES, José (2009). *Tecnologias de Compressão Multimédia*. Lisboa: FCA.

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

**TRABALHO** (100%) – planeamento e desenvolvimento de suportes de comunicação multimédia, com integração de texto, imagem (fotografias, ilustrações, ...), áudio, vídeo e animações.

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

Face aos objetivos que os alunos têm de alcançar, a metodologia a seguir assenta, de um modo geral, no trabalho prático a desenvolver pelos alunos, baseado em orientações, documentos de trabalho e bibliografia facultados pelo docente.

As aulas teórico-práticas, que têm como objetivo a aprendizagem e a exploração de métodos e técnicas de aplicação dos factos, conceitos e princípios, são precedidas de

exposições teóricas sobre as atividades a realizar. Neste contexto, cada aluno tem acesso a um computador, devidamente equipado, disponibilizando o *software* necessário.

Para além disso, sempre que se justifique, realizar-se-á a exploração coletiva de conhecimentos, recorrendo ao projetor de vídeo que permite a exposição e o trabalho em grande grupo. Concomitantemente com a apreensão das diferentes técnicas e conhecimentos, os alunos executam trabalhos de aplicação prática, usando, para além dos recursos disponíveis na sala de aula, os recursos do laboratório de rádio da ESECD (estúdios de som, gravadores digitais de áudio, microfones, cabos e adaptadores de áudio) e do laboratório de vídeo da ESECD (câmaras de vídeo, tripés, iluminadores, cabos e adaptadores de vídeo), tendo para o efeito o suporte do docente.

Por último, falta referir que a assistência fora da sala de aula é prestada aos alunos que a solicitem em horário de atendimento ou em horário a marcar de acordo com a disponibilidade de ambos intervenientes.

## **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.

O Coordenador da área disciplinar de Comunicação, Publicidade e Relações Públicas

---

(Professor Coordenador Joaquim Manuel Fernandes Brigas)

Docentes

---

(Professor Adjunto Carlos Canelas)