

Unidade Curricular	Comunicação Visual e Design	Área Científica	Comunicação
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2019/2020	Ano Curricular	2
Tipo	Semestral	Semestre	1
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - TC - S - E - OT - O -
Nível	1-2	Créditos ECTS	6.0
Código	9205-608-2202-00-19		

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Raquel Cristina Sousa Pires

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender práticas, linguagens e métodos do Design na comunicação;
2. Conhecer o percurso do contexto histórico do Design de comunicação;
3. Deter noções e princípios organizativos da comunicação visual;
4. Dominar os sistemas de identidade visual - identidade corporativa;
5. Relacionar o design de comunicação e os meios digitais;
6. Conceber noções de organização visual;
7. Dominar o processo projetual de desenvolvimento de um projeto;
8. Apresentar iniciativa, autonomia, sentido crítico e de análise na abordagem aos problemas propostos.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Ter literacia informática.

Conteúdo da unidade curricular

1. Comunicação Visual e Design (introdução); 2. Design, Marketing e Comunicação; 3. Composição visual; 4. Breve enquadramento histórico do design de comunicação; 5. Tipografia; 6. Sistemas de identidade visual; 7. Ferramentas de composição gráfica e edição de imagem.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Comunicação Visual e Design:
 - Origens, conceitos e delimitação;
 - Práticas, linguagens e métodos.
2. Design, Marketing e Comunicação:
 - Tendências de Design aplicadas ao Marketing e à Comunicação;
 - O processo de Design;
 - Design Thinking, Service Design, Design de comunicação e os meios digitais.
3. Composição visual:
 - Noções e princípios organizativos da composição visual - Teoria da Gestalt ou Teoria da forma;
 - Perceção da Cor - Modelos de cor, Técnica de Cor; Sistema aditivo/subtrativo;
 - Elementos básicos da comunicação visual (construtivos da imagem) e técnicas de comunicação visual;
 - Relação compositiva - Conceito/imagem/texto, sistemas de grelhas e composição gráfica;
 - Retórica visual.
4. Breve enquadramento histórico do design de comunicação:
 - Da tipografia ao livro. . . Da tipografia, o Design gráfico;
 - Da Revolução Industrial à Era Moderna;
 - O Design Pós-Moderno e o Design gráfico na aldeia global.
5. Tipografia:
 - Conceito;
 - Anatomia do tipo;
 - A palavra imagem, a letra como matéria visual de representação fónica e como grafismo autónomo;
 - Análise e estudo de fontes tipográficas;
 - Aplicações práticas - estudos de caso.
6. Sistemas de identidade visual:
 - Identidade visual (branding) contextualização histórica;
 - Elementos de um programa de Identidade visual;
 - Identidade corporativa - estudos de caso.
7. Ferramentas de composição gráfica e edição de imagem (Adobe Photoshop, Adobe Spark e Canva):
 - Contexto de utilização aplicado ao Design de comunicação.

Bibliografia recomendada

1. Ambrose, G. & Harris P. (2008). The Fundamentals of Graphic Design. AVA Publishing. ISBN-10: 2940373825
2. Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. New York: Harper Collins Publishers. ISBN: 9780061766084
3. Dondis, D. A. (2007). Sintaxe da Linguagem Visual: Introducción al alfabeto visual. São Paulo: Martins Fontes. ISBN: 9788533623828
4. Johnson, M. (2012). Problem Solved. How to recognize the nineteen recurring problems faced in design, branding and communication and how to solve them (2nd ed.). London: Phaidon. ISBN: 9780714864730
5. Munari, B. (2013). Design e Comunicação Visual. Lisboa: Edições 70. ISBN: 9789724412801

Métodos de ensino e de aprendizagem

Método expositivo: com recurso a materiais diversos, possibilitando a transmissão de conhecimentos de forma estruturada e contínua. Método interrogativo: questionando sistematicamente os discentes. Método ativo: os discentes devem tomar a iniciativa de resolução de exercícios, de forma a permitir uma melhor consolidação dos conhecimentos adquiridos.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 30% (Trabalhos práticos para aplicação de conceitos)

Alternativas de avaliação

- Estudo de Casos - 40% (TP final 1: análise da comunicação visual da marca/organização selecionada)
- Projetos - 30% (TP final 2: criação de cartaz publicitário da marca/organização (b), aplicando uma retórica visual)
- 2. Estudantes em mobilidade - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 30% (Trabalhos práticos para aplicação de conceitos)
 - Estudo de Casos - 40% (TP final 1: análise da comunicação visual da marca/organização selecionada)
 - Projetos - 30% (TP final 2: criação de cartaz publicitário da marca/organização (b), aplicando uma retórica visual)
- 3. Exame Final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Raquel Cristina Sousa Pires	Luisa Margarida Barata Lopes	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
23-03-2020	24-03-2020	30-03-2020	13-04-2020