

| | | | |
|--------------------------|---------------------------------|-------------------|--|
| Unidade Curricular | Design de Comunicação II | Área Científica | Design |
| Licenciatura em | Arte e Design - Minor em Design | Escola | Escola Superior de Educação de Bragança |
| Ano Letivo | 2023/2024 | Ano Curricular | 2 |
| Tipo | Semestral | Semestre | 2 |
| Horas totais de trabalho | 135 | Horas de Contacto | T - - TP 18 PL 20 TC - S - E - OT 16 O - |
| Nível | 1-2 | Créditos ECTS | 5.0 |
| Código | 9898-662-2202-00-23 | | |

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) Marco António Pereira da Costa

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Aplicar conhecimentos de prática projetual específica para o campo corporativo e publicitário;
2. Entender as especificidades comunicativas de produtos publicitários;
3. Entender o valor plástico e comunicativo do texto;
4. Dominar a formalização rigorosa de maquetes de produtos de comunicação gráfica;
5. Dominar metodologias específicas para desenvolvimento de projetos de identidades corporativas visuais

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Nenhum pré-requisito necessário.

Conteúdo da unidade curricular

1 - Grafismos especializados para projetos editoriais; 2 - Sistema de identidade corporativa e visual.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Sistemas de identidade visual.
 - Noções básicas sobre o conceito de identidade visual;
 - Elementos básicos de um programa de Identidade;
 - Sistemas de Identidade Visual: normalização e implementação dos seus signos gráficos;
 - Manual de Identidade Visual.
2. Abordagem à evolução histórico-estilística e importância social do cartaz;
 - Abordagem à evolução histórico-estilística e importância social do cartaz.;
 - Especificidade do cartaz cultural, sócio-político e comercial;
 - O processo comunicativo e a linguagem formal;
 - Convivência entre os dois sistemas de signos: icónico e literário;
 - Modos de relação cartaz-espectador;
 - A comunicação com o espaço e o ambiente urbano.

Bibliografia recomendada

1. BARNICOAT, J. (1992) Los Carteles, su Historia y su Lenguaje. Ed. G. Gili, Barcelona;
2. CHAVES, N. (2006) La Imagen Corporativa. Teoría e Metodología de la Identificación Institucional. Ed. G. Gili, Barcelona.
3. GORDON, B. e GORDON, M. (2002) The complete guide to digital graphic design. Thames & Hudson, London;
4. LUPTON, E. (2015) How Posters Work. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum. New York;
5. WHEELER, A. (2019) Design de Identidade da Marca. Bokman, Porto Alegre.

Métodos de ensino e de aprendizagem

1 - Exposição de conteúdos teóricos; 2 - Lançamento de propostas de trabalhos práticas, individuais e/ou de grupo; 3 - Acompanhamento e crítica sobre o desenvolvimento dos trabalhos; 4 - Análise e discussão pública sobre o resultado final dos trabalhos práticos apresentados;

Alternativas de avaliação

1. AVALIAÇÃO CONTÍNUA - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Projetos - 65%
 - Temas de Desenvolvimento - 20%
 - Apresentações - 15%
2. AVALIAÇÃO DE EXAME - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 40%
 - Projetos - 60% (nº 4 art. 7º do Regulamento de Frequência e Avaliação - Classificação obtida na Avaliação Contínua.)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

| | | | |
|--------------------------------|---|------------------------------|------------------------------|
| Marco António Pereira da Costa | Jacinta Helena Alves Lourenço Casimiro da Costa | António José Santos Meireles | Carlos Manuel Costa Teixeira |
| 04-03-2024 | 05-03-2024 | 25-03-2024 | 04-04-2024 |