

Unidade Curricular	Projeto Integrado	Área Científica	Audiovisuais e Produção dos Média		
Licenciatura em	Multimédia	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela		
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	3	Nível	1-3
Tipo	Semestral	Semestre	2	Créditos ECTS	15.0
Horas totais de trabalho		405		Horas de Contacto	
		T	-	TP	-
		PL	-	TC	-
		S	-	E	-
		OT	-	O	60
<small>T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra</small>					

Nome(s) do(s) docente(s) Ana Lucia Jesus Pinto, Arlindo Costa dos Santos, Carlos Sousa Casimiro da Costa, Tiago Jorge Alves Fernandes

### Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Construir uma visão holística sobre projetos multimédia e a sua abrangência em contextos profissionais;
2. Trabalhar com equipas multidisciplinares;
3. Efetuar estudos prévios de reconhecimento para a realização de um projeto em contexto real;
4. Planificar e desenvolver um projeto através da implementação de metodologias projetuais;
5. Dominar o processo de conceção, comunicação e concretização de um produto multimédia integrado;
6. Aplicar metodologias sistémicas de ação no contexto profissional;
7. Planear e conceber um projeto em conformidade com especificações de escala real;
8. Desenvolver e fundamentar um plano de comunicação integrada.

### Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:  
Nenhum Pré-requisito

### Conteúdo da unidade curricular

Design e desenvolvimento de projetos 1. Análise; 2. Desenvolvimento; 3. Produção e implementação; 4. Avaliação; 5. Apresentação e comunicação

### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Análise:
  - Análise de briefing;
  - Paradigmas metodológicos;
  - Equipas multidisciplinares e contextos profissionais;
  - Design thinking, user-centered design;
  - Pesquisa sobre psicologia cognitiva, informática, psicologia, semântica, e tendências de mercado;
  - Estratégia de comunicação: objetivos e níveis de comunicação;
  - Análises de mercado - Benchmarking;
  - Identificação de oportunidades - estudos prévios;
  - Seleção apropriada de mecânicas multimédia: combinação de texto, áudio, imagens, vídeo e outros.
  - Plano de comunicação integrada.
2. Desenvolvimento:
  - Projeção de cenários: acessível, preciso, consistente; flexível; funcional e usável;
  - Planeamento e implementação: guias e regras;
  - Esquema de navegação: layout, botões, esquema de cor, gráficos, analogias e metáfora;
  - Forma e estrutura: consistência; funcionalidade; controlo do utilizador; feedback e usabilidade.
  - Seleção e combinação apropriadas de mecânicas multimédia;
  - Construção de protótipos: maquetas;
  - Avaliação e tomada de decisão: user Feedback;
  - Contexto de pré-produção.
3. Produção e implementação:
  - Construção de um produto final;
  - Testes finais: usabilidade, integração, desempenho, comunicação.
4. Avaliação:
  - Teste e avaliação em contexto.
5. Apresentação e comunicação:
  - Cadernos técnicos e dossier;
  - Defesa do projeto – Apresentação pública.

### Bibliografia recomendada

1. Neumeier, M. (2005). The brand gap. How to bridge the distance between business strategy and design. Berkeley: New Riders;
2. Bürdek, B. (2006). História, Teoria e Prática do Design de Produtos. Tradução Freddy Van, Camp. São Paulo: Edgard Blücher;
3. Budelmann, K. Kim, Y. & Wozniak, C. (2012). Brand identity essentials. 100 principles for designing logos and building brands. 1st edition. Beverly: Rockport publishers;
4. Moraes, D. DE (2010). Metaprojeto: O design do design. São Paulo: Blucher;
5. Bauman, Z. (2015). Desafios do mundo moderno. Ed. Jorge Zahar, Rio de Janeiro.

### Métodos de ensino e de aprendizagem

A unidade curricular assenta em sessões teóricas através de informação audiovisual, textos de apoio e estudo de casos práticos. Na componente prática pretende-se a simulação dos contextos profissionais com a ligação direta a uma proposta de trabalho de uma empresa. Com esta metodologia pretende-se a contextualização de conteúdos teóricos, testando a sua real aplicabilidade

### Alternativas de avaliação

1. AVALIAÇÃO DISTRIBUÍDA - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Projetos - 100%
2. ESTUDANTES MOBILIDADE - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Projetos - 100%

**Língua em que é ministrada**

1. Português
2. Inglês

**Validação Eletrónica**

Ana Lucia Jesus Pinto, Arlindo Costa dos Santos, Carlos Sousa Casimiro da Costa, Tiago Jorge Alves Fernandes	Ana Lucia Jesus Pinto	Carlos Sousa Casimiro da Costa	Luisa Margarida Barata Lopes
26-03-2023	29-03-2023	29-03-2023	02-04-2023