

Atualizado a	2026/01/09																															
Ano Lectivo / Período	2025/26 / S1																															
Curso	Curso Técnico Superior Profissional - Design de Som e Produção Musical																															
Unidade Curricular	Identidade Sonora para os Média																															
Língua de ensino	Português/Portuguese Inglês/English																															
ECTS/tempo de trabalho (horas)	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ECTS</th> <th rowspan="2">Total</th> <th colspan="9">Horas de contacto semestral</th> </tr> <tr> <th>T</th> <th>TP</th> <th>PL</th> <th>S</th> <th>TC</th> <th>E</th> <th>O</th> <th>OT</th> <th>EC</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>6</td> <td>162</td> <td>0</td> <td>60</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>T - Teóricas; TP - Teórico-práticas; PL - Prática-laboratorial; S - Seminário; OT - Orientação tutorial; TC - Trabalho de campo; E - Estágio; EC - Ensino Clínico; O* - Outras horas caracterizadas como Ensino Clínico ao abrigo da Diretiva nº 77/453/CEE de 27 Junho adaptada pela Diretiva 2005/36/CE;</p>	ECTS	Total	Horas de contacto semestral									T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC	6	162	0	60	0	0	0	0	0	0	0
ECTS	Total			Horas de contacto semestral																												
		T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC																						
6	162	0	60	0	0	0	0	0	0	0																						
Docente Responsável/Carga letiva (consentido RGPD) <small>[Nome completo, contacto de email]</small>	João Miguel Magalhães M. F. Cordeiro / joao.cordeiro@ippportalegre.pt																															
Pré-requisitos <small>[unidades curriculares que lhe devem preceder ou competências à entrada]</small>	N/A																															
Objetivos de aprendizagem <small>[Descrição dos objetivos gerais e/ou específicos] [Conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes]</small>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar os fundamentos dos média audiovisuais, e a sua articulação com a área do som. 2. Conceptualizar identidades sonoras para diferentes média, coerentes com a missão e especificidades de cada marca/entidade. 3. Adotar uma atitude crítica e sistemática na avaliação de artefactos mediáticos. 4. Conhecer os processos de design aplicados à construção de identidades sonoras. 5. Produzir, em computador, elementos sonoros identitários de curta duração e baixa complexidade técnica. 6. Conhecer os processos básicos de produção áudio digital. 																															
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável																																
Conteúdos Programáticos <small>[estrutura de conteúdos a desenvolver para o total de horas previsto]</small>	<ol style="list-style-type: none"> A. fundamentos dos conteúdos radiofónicos; B. fundamentos dos conteúdos televisivos; C. fundamentos dos conteúdos interativos; D. fundamentos da identidade de marca; E. identidades sonoras; F. introdução ao design thinking; G. introdução à edição sonora digital. 																															
Metodologias de ensino (avaliação incluída) <small>[indicar os produtos, critérios e pesos de avaliação] (máx1000 caracteres)</small>	<p>1 - Metodologias de ensino</p> <p>A UC segue um modelo sócio construtivista, centrado no estudante e orientado para a resolução de problemas reais. Integra aprendizagens ativas, autênticas e experienciais, combinando teoria e prática de forma inovadora. A flexibilidade curricular adapta a formação aos interesses dos estudantes, promovendo competências disciplinares e transversais.</p> <p>A. O método expositivo, quando utilizado, associa-se a técnicas ativas, alternando momentos curtos de exposição com atividades práticas e participativas. Através de exercícios individuais ou em grupo, os estudantes aplicam e compreendem os conteúdos, estimulando o pensamento crítico e a aprendizagem colaborativa.</p> <p>B. A aprendizagem baseada em problemas (PBL) foca-se na resolução de desafios concretos, permitindo que os estudantes adquiram conhecimento teórico enquanto desenvolvem competências como análise crítica, pesquisa independente e tomada de decisões. Essa metodologia fortalece a conexão entre teoria e prática, preparando os alunos para contextos profissionais reais.</p>																															

C. Aprendizagem ativa, é uma abordagem educacional que coloca o aluno no centro do processo de aprendizagem, tornando-o protagonista e responsável pela construção do seu próprio conhecimento. Esta prática relaciona-se com todas as outras metodologias e constitui um dos pilares da abordagem pedagógica seguida nesta unidade curricular.

D. A abordagem pedagógica baseada no "aprender-fazendo" (ou learning by doing, em inglês) é uma metodologia ativa de aprendizagem que define o conhecimento como algo que é construído através da experiência prática e da interação direta com o objeto de estudo, em oposição à receção passiva de informação.

2 - Avaliação por frequência

1. Participação no debate, autonomia, iniciativa, cumprimento de prazos e empenho demonstrados, dentro e fora da sala de aula. PONDERAÇÃO: 20%

2. Realização de trabalhos práticos e laboratoriais com enunciado. PONDERAÇÃO: 80%

-- Trabalho prático 1 (Maqueta de voz): 40 %

-- Trabalho prático 2 (Pacote de jingles): 40 %

APROVAÇÃO

A aprovação depende, cumulativamente, de:

-- Uma assiduidade igual ou superior a 75% das aulas.

-- A realização dos trabalhos solicitados.

-- Uma média ponderada de todas as componentes de avaliação igual ou superior a 10 valores.

3 - Avaliação por Exame

Têm acesso a exame os estudantes que cumpram cumulativamente:

-- Uma assiduidade igual ou superior a 75% das aulas.

-- A entrega de trabalhos desenvolvidos na época de frequência, cuja soma das ponderações seja igual ou superior a 50%.

-- A avaliação consiste em ambas ou em uma das componentes (definido pelo docente):

1. Aperfeiçoamento e/ou conclusão dos trabalhos desenvolvidos na época de frequência.

2. Realização de uma prova prática e/ou oral, com duração máxima de 3 horas.

Bibliografia

1 - Bibliografia Principal

Alten, S. R. (2011). Audio in Media (Ninth ed.). Wadsworth.

Minsky, L., & Fahey, C. (2017). Audio Branding: Using Sound to Build Your Brand. Kogan Page.

2 - Bibliografia Complementar

Beckerman, J., & Gray, T. (2015). The sonic boom: how sound transforms the way we think, feel, and buy. Mariner Books.

Bronner, K., & Hirt, R. (2009). Audio Branding Brands, Sound and Communication. Nomos Publishers.

Case, A., & Day, A. (2018). Designing with Sound: Fundamentals for Products and Services. O'Reilly Media.

Crook, T. (2010). The sound handbook: Vol. Media prac. Routledge.

Jackson, D. (2003). Sonic branding: An essential guide to the art and science of sonic branding. Palgrave Macmillan.

Seth Horowitz. (2012). The universal sense: how hearing shapes the mind. Bloomsbury USA.

Tan, S.-L., Cohen, A. J., Lipscomb, S. D., & Kendall, R. A. (Eds.). (2013). The Psychology of Music in Multimedia. Oxford University Press.

Taylor, T. (2014). The Sounds of Capitalism: advertising, music, and the conquest of culture. University of Chicago Press.

Treasure, J. (2007). Sound Business. Management Books.

Situações especiais

[estudantes com estatuto especial]

**1 - Avaliação por frequência - Estudantes com
Estatuto Especial**

**2 - Avaliação por exame - Estudantes com
Estatuto Especial**