

<b>Atualizado a</b>	2023/09/28																																										
<b>Ano Lectivo / Período</b>	2023/24 / S1																																										
<b>Curso</b>	Design de Comunicação																																										
<b>Unidade Curricular</b>	Design de Comunicação II																																										
<b>Língua de ensino</b>	Português																																										
<b>ECTS/tempo de trabalho (horas)</b>	<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>9</td> <td>240</td> <td></td> <td>90</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>30</td> <td></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	9	240		90							30	
ECTS	Total	Horas de contacto semestral																																									
		T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC																																	
9	240		90							30																																	
<b>Docente Responsável/Carga letiva (consentido RGPD)</b> <small>[Nome completo, contacto de email]</small>	Vera Lúcia Vintém Barradas Martins / verab@ippportalegre.pt																																										
<b>Pré-requisitos</b> <small>[unidades curriculares que lhe devem preceder ou competências à entrada]</small>	Frequência das unidades curriculares de Introdução ao Design de Comunicação e Design de Comunicação I																																										
<b>Objetivos de aprendizagem</b> <small>[Descrição dos objetivos gerais e/ou específicos] [Conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes]</small>	<p>Design de identidade visual</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Reconhecimento da identidade visual como um sistema multidimensional</li> <li>-Revisão de conceitos relacionados: técnicas de comunicação visual, cor e tipografia.</li> <li>-Conhecimento dos conceitos específicos associados à identidade visual de uma empresa e/ou entidade.</li> </ul> <p>Entendimento da importância das aplicações da assinatura como forma de identidade e coerência: Compreensão e domínio do processo de criação de uma assinatura e respetivas aplicações comunicacionais.</p>																																										
<b>Objetivos de Desenvolvimento Sustentável</b>																																											
<b>Conteúdos Programáticos</b> <small>[estrutura de conteúdos a desenvolver para o total de horas previsto]</small>	<p>Design de identidade visual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contextualização do tema, enquanto parte integrante dos valores de uma marca;</li> <li>- Enquadramento histórico do tema;</li> <li>- Revisão dos temas relacionados com o desenho da marca gráfica: comunicação visual, cor e tipografia;</li> <li>- Conceitos específicos associados à identidade visual de uma empresa;</li> <li>- Distinção entre assinatura, símbolo, logótipo, marca;</li> <li>- Comunicação multidimensional na identidade visual;</li> <li>- Características e elaboração do manual de normas gráficas;</li> <li>- Processo de concepção do estacionário e outras aplicações.</li> </ul>																																										
<b>Metodologias de ensino (avaliação incluída)</b> <small>[indicar os produtos, critérios e pesos de avaliação] (máx1000 caracteres)</small>	<p><b>1 - Metodologias de ensino</b></p> <p>Esta unidade curricular está organizada em horas de contacto teórico-práticas, que incluirão a concretização de trabalhos de cariz prático, desenvolvidos com base nos conceitos teóricos e técnicos abordados nas aulas, e horas de orientação tutória direcionadas para o acompanhamento dos trabalhos propostos para avaliação.</p> <p>No desenvolvimento de cada trabalho seguir-se-á uma metodologia adequada à aprendizagem e conseqüente domínio dos processos próprios dos projetos de design de comunicação.</p> <p><b>2 - Avaliação por frequência</b></p>																																										

	<p>Realização de trabalhos teórico-práticos, mediante propostas a apresentar pela docente, cujo desenvolvimento deverá ser acompanhado nas aulas e que deverão ser entregues obrigatoriamente até às datas limite estipuladas, acompanhados de memória descritiva e justificativa. Participação nas aulas e na realização de trabalhos teóricos e/ou práticos de curta duração. Componente / Peso: Trabalhos teórico-práticos experimentais 20% * Trabalho teórico-prático 60% * Participação 20% * a componente teórica dos trabalhos corresponderá a 1/10 do valor total</p> <p><b>3 - Avaliação por Exame</b></p> <p>Conclusão ou melhoria dos trabalhos teórico-práticos desenvolvido nas aulas, a entregar na data marcada para o exame. Além das exceções especificamente regulamentadas, têm acesso aos exames os alunos cuja média ponderada das componentes práticas da unidade curricular seja igual ou superior a 7,0 valores.</p>
<p><b>Bibliografia</b></p>	<p><b>1 - Bibliografia Principal</b></p> <p>MANDIBERG, Michael; BURROUGH, xtine, Digital Foundations: Intro to Media - Design with the Adobe Creative Suite, Peachpit Press, 2008, 978-0321555984. - Não existe MOLES, Abraham, O Cartaz, Editora perspectiva, São Paulo, 1969. - 76 MLS AIREY, David, Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities, New Riders Press, 978-0321660763. - 76 ARY CARTER, Rob, Tipografia de computador 2 : logótipos, papéis de empresa, identidade visual, Lisboa, Destarte, 1998. - 76 CRT2 CHAVES, Norberto, La imagen corporativa, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1996. - 7.01 CHV FOGES, Chris (Ed.), Cartas &amp; cartões de empresa, Lisboa, Destarte, 1999. - 76 CCE MOLLERUP, Per, Marks of Excellence: The history and taxonomy of trademarks, Londres, Phaidon, 1998. - 76 MLL OLINS, Wally, Corporate Identity, Londres, Thames &amp; Hudson, 1989. - 76 LNS VILAR, Emílio Távora, Imagem da Organização, Lisboa, Quimera Editores, 2006. - 658.8 VLR WHEELER, Alina, Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, Wiley, 978-0470401422. - 76 WHL</p> <p><b>2 - Bibliografia Complementar</b></p>
<p><b>Situações especiais</b> [estudantes com estatuto especial]</p>	<p><b>1 - Avaliação por frequência - Estudantes com Estatuto Especial</b></p> <p>Os alunos em mobilidade e com estatuto especial deverão dar resposta às mesmas propostas de trabalho, apresentadas como elementos essenciais à avaliação do módulo, e, caso não possam estar presentes em todas as aulas, devem entrar em contacto com o docente e acordar com este um regime de acompanhamento.</p> <p><b>2 - Avaliação por exame - Estudantes com Estatuto Especial</b></p> <p>Conclusão ou melhoria dos trabalhos teórico-práticos desenvolvido nas aulas, a entregar na data marcada para o exame. Além das exceções especificamente regulamentadas, têm acesso aos exames os alunos cuja média ponderada das componentes práticas da unidade curricular seja igual ou superior a 7,0 valores.</p>