

GESTÃO DE CONTEÚDOS 2021/2022

Curso Profissional de Técnico de Design de Comunicação Gráfica

DESIGN GRÁFICO – 11.º ano – turno 2

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
1.º semestre	<p>UFCD 10449 – Produção de cartaz – <i>iniciação</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cartaz: contexto; questões estéticas e formais; hierarquia da informação • Objetivos e funcionalidade do cartaz • Materiais e tecnologias na produção de cartazes em formato pequeno • Fases de desenvolvimento de um cartaz em formato pequeno 	33
	<p>UFCD 10247 – Embalagem</p> <ul style="list-style-type: none"> • Design de embalagem: Contexto; Tipologias e materiais; Dependência do produto; produção de embalagens; Materiais (segurança, durabilidade, resistência, legais e rotulagem obrigatória). • Embalagem: Objetivos; Materiais; produto de uma marca. • Bidimensionalidade vs tridimensionalidade no design: Projeto e representação em 2 e 3 dimensões; Técnicas do desenho; Planificação; Grafismos e layout; Maquetes e protótipos. • Projeto de embalagem: <i>Briefing</i>; Projeto gráfico; Testes; Artes finais e ficheiros; Suportes e apresentação; Memória descritiva/justificativa. 	33
	<p>UFCD 10469 – Pictogramas e sinalética</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contextualização cultural, histórica e social dos pictogramas e sinalética: Ideogramas, escrita cuneiforme, hieróglifos, sistemas de representação pictórica, ISOTYPE; Função dos pictogramas e sinalética informativa, artística, didática, comercial, publicitária, outras. • Pictogramas e sinalética: Distinção entre sinal, símbolo, figura e nivelamento; Estética e função; Normas de cor e formas; comunicação; Importância dos elementos; Dependência da arquitetura; novos media e a Internet 	33
	<p>UFCD 10245 – Identidade corporativa e <i>branding</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Introdução à história do design da identidade visual e corporativa das marcas; Fatores históricos, culturais e económicos das marcas; Brand Design. • Princípios da identidade visual: Modelos e regras; reconhecimento e memorização; semelhança; Coerência, ritmo e originalidade. • Identidade corporativa de uma empresa: marca, serviço e empresa; História; Contexto; Importância; Reconhecimento, coerência e inovação, • Imagem gráfica da empresa: Política e estratégia; Objetivos e público-alvo; Coerência e identidade visual. • Criação de uma identidade corporativa: Definição de objetivos e público-alvo; Pesquisa e análise da informação; Contexto; ideias e conceitos; anatomia da marca: Contexto; Criação de marca e logótipo; Definição da linha gráfica; Campanha gráfica; Definição da imagem; Aplicação de logótipo em diversos suportes; manual de normas 	18

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
2.º semestre	<p>UFCD 10245 – Identidade corporativa e branding (continuação)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criação de uma identidade corporativa: Definição de objetivos e público-alvo; Pesquisa e análise da informação; Contexto; ideias e conceitos; anatomia da marca: Contexto; Criação de marca e logótipo; Definição da linha gráfica; Campanha gráfica; Definição da imagem; Aplicação de logótipo em diversos suportes; manual de normas 	16
	<p>UFCD 10454 – Infografia no projeto gráfico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infografia: Contextualização e princípios base; Técnicas; Linguagem e elementos visuais; • grafismos, gráficos, tabelas, organogramas, fluxogramas, ilustração, fotografia e cronologias • Construção de uma infografia metodologia: Pesquisa de conteúdos, público alvo e audiências; Propostas para vários tipos de infografia; enquadramento de texto e desenho • Fases de desenvolvimento do projeto no âmbito da infografia e da comunicação gráfica: Conceitos e tipologias; Tratamento da informação; Elementos gráficos e composição final; Suportes e formatos. 	33
	<p>UFCD 10450 – Publicidade e marketing no projeto gráfico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição de marketing: marketing e imagem; Marketing-mix; Perceção de valor; Componentes, função e imagem; alvo e posicionamento; Agentes e envolventes; Consumidores e o mercado; Segmentação, critérios de segmentação; posicionamento. • Publicidade: Plano de comunicação; Características da mensagem publicitária; Comportamentos favoráveis e desfavoráveis; Meios; Tipologias; código e ética da publicidade; Anúncios publicitários; Projetos publicitários e de marketing. 	33
	<p>UFCD 10456 – Design de comunicação gráfica para multimédia - iniciação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relação formal do design de comunicação gráfica com o design multimédia: Importância e função; Dimensões do plano visual; ergonomia do ecrã; tratamento de conteúdos; Público-alvo e audiência; Funções da informativa, lúdica, publicitária e autoral. • Conceitos gerais de design e composição gráfica aplicados num projeto multimédia: layout; Hierarquias visuais; grelha gráfica; composição, consistência e equilíbrio; Tipografia; suportes: <i>online</i> e <i>offline</i>. • Design da interface: Metáforas da interface contextuais e imersivas; design centrado no utilizador • Projeto de comunicação gráfica: Navegabilidade, funcionalidade e usabilidade; Integração e preparação de grafismos, botões, textos e imagens; soluções gráficas e técnicas; Layout e protótipo; Distribuição e atualização dos conteúdos. 	34

MÓDULOS A LECIONAR

Módulo Nº	data de início	data de conclusão	Nº de aulas
10258	21/09/2022	28/10/2022	33
10452	28/10/2022	02/12/2022	33
10442	02/12/2022	18/01/2023	33
10448	18/01/2023	24/02/2023	34
10451	24/02/2023	31/03/2023	33
10453	31/03/2023	12/05/2023	33
10457	12/05/2023	16/06/2023	34

Data prevista para a conclusão do ano letivo: **16/06/2022**

Semestre	Início	Termo
1º	19 de setembro de 2022	27 de janeiro de 2023
2º	6 de fevereiro de 2023	30 de junho de 2023*

* ou até à conclusão dos tempos previstos para o ano letivo, para cada disciplina, sem ultrapassar a data de 15 de Julho, recuperações incluídas.

Interrupções letivas

(Excluem-se fins-de-semana e feriados)

Reuniões intercalares: 17 e 18 de novembro de 2022

Interrupção de Natal: 22 de dezembro de 2022 a 2 de janeiro de 2023

Avaliação 1.º semestre: 30 janeiro a 3 fevereiro de 2023

Interrupção do Carnaval: 20 a 21 de fevereiro 2023

Reuniões intercalares: 6 abril de 2023

Interrupção da Páscoa: 10 a 14 abril de 2023

Dias	1.º semestre						2.º semestre					
	Set	Out	Nov	Dez	Jan	total	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	total
2.ª f	2	5	4	3	3	17	3	4	3	4	2	16
3.ª f	2	4	4	3	4	17	3	4	2	5	1	15
4.ª f	2	3	5	3	4	17	3	5	3	5	2	18
5.ª f	2	4	3	1	4	14	3	5	2	4	1	15
6.ª f	2	4	3	3	4	16	3	5	2	4	2	16

81

80

Total de dias de aulas no ano letivo: **161**