

## GESTÃO DE CONTEÚDOS 2024/2025

### Curso Profissional de Técnico de Design de Comunicação Gráfica

#### DESIGN GRÁFICO • 11.º I – Turno 1

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
1.º semestre	<p>UFCD 10463 – PRODUÇÃO DE CARTAZ – desenvolvimento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Objetivos e funcionalidade</b> do cartaz: Carácter efêmero e velocidade de leitura; Objetivos captar a atenção, informar ou vender; Função comercial, informativa, apelativa, publicitária, ideológica; Mobiliário urbano – mupi, paragem de transportes públicos, outdoors, outros</li> <li>• <b>Conceitos avançados</b> para a criação de um cartaz de grande formato: Definição de público-alvo; Local, suportes e formatos; Parte integrante de uma campanha global; Relação do cartaz com imagem global ou o marketing</li> <li>• <b>Questões estéticas e formais</b> na conceção de um cartaz: Hierarquia e importância da informação; denotação linguística e retórica; Relação das escalas e dimensões; Importância da cor, tipografia, colocação de imagem e grafismos; Composição e linhas de força</li> <li>• <b>Fases de desenvolvimento</b> de um cartaz inserido num projeto gráfico: Pesquisa e análise de informação; Esboços e diversos estudos; Aspectos da inovação, criatividade, económicos e ecológicos; Tratamento dos elementos gráficos e composição final; Protótipos e maquetas; Técnicas de preparação para produção em gráfica; Suportes e formatos da apresentação do projeto ao cliente; Apresentação audiovisual e memória descritiva/justificativa do projeto</li> <li>• Projeto de cartaz - objetivos, processos e fases</li> </ul>	33
	<p>UFCD 10469 – PICTOGRAMAS E SINALÉTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Contextualização cultural, histórica e social</b> dos pictogramas e sinalética, relacionando com o design de comunicação gráfica: Designers e autores de referência; Ideogramas, escrita cuneiforme, hieróglifos, sistemas de representação pictórica, ISOTYPE; Principais técnicas e tipologias; Função dos pictogramas e sinalética na comunicação visual de complemento, informativa, artística, didática, comercial, publicitária, outras</li> <li>• <b>Pictogramas e sinalética</b>: Distinção entre sinal, símbolo, figura e nivelamento; Universalidade e originalidade – estética e função; Normas de cor e formas; Conceito e comunicação visual; Princípios do design gráfico: ênfase, contraste e dinâmica; Importância dos elementos gráficos na construção de pictogramas e sinalética (cor, formas, outras); Dependência da arquitetura e de outros sistemas visuais; Relação dos pictogramas e sinalética com os novos media e a Internet.</li> </ul>	33
	<p>UFCD 10454 – INFOGRAFIA NO PROJETO GRÁFICO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Infografia</b>: Contextualização e princípios base; Técnicas; Linguagem e elementos visuais;</li> <li>• <b>Grafismos</b>: gráficos, tabelas, organogramas, fluxogramas, ilustração, fotografia e cronologias</li> <li>• <b>Construção de uma infografia</b> metodologia: Pesquisa de conteúdos, público alvo e audiências; Propostas para vários tipos de infografia; enquadramento de texto e desenho</li> <li>• <b>Fases de desenvolvimento do projeto</b> no âmbito da infografia e da comunicação gráfica: Conceitos e tipologias; Tratamento da informação; Elementos gráficos e composição final; Suportes e formatos.</li> </ul>	33

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
1.º semestre	<p>UFCD 10245 – IDENTIDADE CORPORATIVA E BRANDING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Introdução à história do design da identidade visual e corporativa</b> das marcas: Fatores históricos, culturais e económicos das marcas; Brand Design.</li> <li>• <b>Princípios da identidade visual:</b> Modelos e regras; reconhecimento e memorização; semelhança; Coerência, ritmo e originalidade.</li> <li>• <b>Identidade corporativa de uma empresa: marca, serviço e empresa:</b> História; Contexto; Importância; Reconhecimento, coerência e inovação,</li> <li>• <b>Imagem gráfica da empresa:</b> Política e estratégia; Objetivos e público-alvo; Coerência e identidade visual.</li> <li>• <b>Criação de uma identidade corporativa:</b> 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.</li> </ul>	21
2.º semestre	<p>UFCD 10245 – IDENTIDADE CORPORATIVA E BRANDING (<i>continuação</i>)</p>	13
	<p>UFCD 10464 – DESIGN EDITORIAL – desenvolvimento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Conceitos avançados</b> do design editorial: Contextualização cultural e histórica do design editorial e relação com as diferentes tecnologias de impressão e mas media; Evolução das tecnologias de impressão tipografia, offset e impressão digital – e evolução do design editorial; Comunicação gráfica em novos suportes mas media e “novos” media digitais; Principais formatos, recursos, tecnologias e técnicas; Tipologia de publicações livro, jornal, revista, boletim, desdobrável, folheto, apresentações, sites para a Internet, redes de informação, televisão e ecrã.</li> <li>• <b>Design editorial e design estratégico:</b> Conceito editorial e conceito gráfico; Escolhas tipográficas, blocos de texto e hierarquias de leitura; Conjugação de diferentes conteúdos (infografia, ilustração e inserção de imagens).</li> <li>• <b>Componentes técnicas e estruturais dos suportes editoriais:</b> Para impressão: livros, revistas, jornais, boletim, entre outros (Escolha, refinamento e combinação tipográfica, estrutura e grelhas gráficas e Níveis de leitura e legibilidade); Para ecrã: epublishing, web e mobile, entre outros (Tipografia para ecrã, sistemas de grelhas para ecrã, diagramação, hierarquia e resposta do utilizador; Botões e sistemas de navegação)</li> <li>• <b>Projeto editorial avançado:</b> Informação, público alvo e objetivos da comunicação; Layout, páginas mestras e estilos; Técnicas avançadas de montagem dos conteúdos; Suportes e tecnologias de impressão, divulgação ou difusão; Questões técnicas e de materiais; protótipos.</li> </ul>	33
	<p>UFCD 10450 – PUBLICIDADE E MARKETING NO PROJETO GRÁFICO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Definição de marketing:</b> 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.</li> <li>• <b>Publicidade:</b> 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.</li> <li>• <b>Projetos publicitários e de marketing:</b> Fases de um projeto.</li> </ul>	33

Unidades de Ensino / Conteúdos		N.º Aulas Previstas (45 min)
<b>2.º semestre</b>	<p>UFCD 10456 – DESIGN DE COMUNICAÇÃO GRÁFICA PARA MULTIMÉDIA – iniciação</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Relação formal do design de comunicação gráfica com o design multimédia:</b> Importância e função; Dimensões do plano visual; ergonomia do ecrã; tratamento de conteúdos; Público-alvo e audiência; Funções da informativa, lúdica, publicitária e autoral.</li> <li>• <b>Conceitos gerais de design e composição gráfica aplicados num projeto multimédia:</b> layout; Hierarquias visuais; grelha gráfica; composição, consistência e equilíbrio; Tipografia; suportes: <i>online</i> e <i>offline</i>.</li> <li>• <b>Design da interface:</b> Metáforas da interface contextuais e imersivas; design centrado no utilizador</li> <li>• <b>Projeto de comunicação gráfica:</b> 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.</li> </ul>	<b>34</b>

### UFCD A LECIONAR

UFCD N.º	data de início	data de conclusão	N.º de aulas
<b>10463</b>	12/09/2024	15/10/2024	<b>33</b>
<b>10469</b>	15/10/2024	14/11/2024	<b>33</b>
<b>10454</b>	14/11/2024	19/12/2024	<b>33</b>
<b>10245</b>	07/01/2025	13/02/2025	<b>34</b>
<b>10464</b>	13/02/2025	20/03/2025	<b>33</b>
<b>10450</b>	25/03/2025	08/05/2025	<b>33</b>
<b>10456</b>	08/05/2025	17/06/2025	<b>34</b>

Data prevista para a conclusão do ano letivo: **17/06/2025**