

GESTÃO DE CONTEÚDOS 2025/2026

Curso Profissional de Técnico de Design de Comunicação Gráfica

DESIGN GRÁFICO - 11.º ano

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
1.º S	UFCD 10463 – PRODUÇÃO DE CARTAZ – desenvolvimento • Objetivos e funcionalidade do cartaz: Carácter efémero 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 • Conceitos avançados 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 • Questões estéticas e formais 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 • Fases de desenvolvimento 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 • Projeto de cartaz - objetivos, processos e fases	33
	UFCD 10469 – PICTOGRAMAS E SINALÉTICA • Contextualização cultural, histórica e social 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 • Pictogramas e sinalética: 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.	33

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
1.ºS	UFCD 10454 – INFOGRAFIA NO PROJETO GRÁFICO • 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
	UFCD 10245 – IDENTIDADE CORPORATIVA E BRANDING • 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
2.ºS	UFCD 10245 – IDENTIDADE CORPORATIVA E BRANDING (<i>continuação</i>)	15
	UFCD 10464 – DESIGN EDITORIAL – desenvolvimento • Conceitos avançados 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.	33

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
	• Design editorial e design estratégico: Conceito editorial e conceito gráfico; Escolhas tipográficas, blocos de texto e hierarquias de leitura; Conjugação de diferentes conteúdos (infografia, ilustração e inserção de imagens). • Componentes técnicas e estruturais dos suportes editoriais: 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: publishing, web e mobile, entre outros (Tipografia para ecrã, sistemas de grelhas para ecrã, diagramação, hierarquia e resposta do utilizador; Botões e sistemas de navegação) • Projeto editorial avançado: 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.	
	UFCD 10450 – PUBLICIDADE E MARKETING NO PROJETO GRÁFICO • 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. • Projetos publicitários e de marketing: Fases de um projeto.	33
2.ºS	UFCD 10456 – DESIGN DE COMUNICAÇÃO GRÁFICA PARA MULTIMÉDIA – iniciação • 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

UFCD A LECIONAR

UFCD Nº	data de início	data de conclusão	Nº de aulas
10463	16/09/2025	17/10/2025	33
10469	17/10/2025	21/11/2025	33
10454	25/11/2025	09/01/2026	33
10245	09/01/2026	20/02/2026	34
10464	24/02/2026	27/03/2026	33
10450	27/03/2026	15/05/2026	33
10456	19/05/2026	19/06/2026	34