

GESTÃO DE CONTEÚDOS 2025/2026

Curso Profissional de Técnico de Design de Comunicação Gráfica

DESIGN GRÁFICO • 12.º I – turno 1

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
1.º semestre	UFCD 10246 – MEIOS E SUPORTES PUBLICITÁRIOS • Suportes publicitários – caracterização e distinção: Materiais e técnicas; Custos e orçamentação; Objetivos comunicacionais do cliente; Produto e audiências; Eficácia e sustentabilidade da comunicação audiovisual • Publicidade e design de comunicação: Relação e características da mensagem publicitária e da comunicação visual; Plano de comunicação e estratégias publicitárias – concorrenciais, de desenvolvimento global, fidelização e de comunicação institucional. • Sistemas publicitários convencionais: Gráficos – vinil, <i>muppie</i>, outdoor, telas, bandeiras, <i>rollups</i>, <i>popups</i>, insufláveis, sacaria, entre outros similares; Merchandising – brindes, esferográfica, madeiras, porta-chaves, pulseiras, entre outros similares; Tridimensionais – viatura, stand, expositor, balcão, montra, loja, fachada, bandeiras, <i>x-banner</i>, caixas de luz, totens, entre outros similares; Sinaléticos – sistemas de sinalização em PVC, PPA, acrílico, alumínio, cartão, madeiras, entre outros similares Vestuário – t-shirts, polos, casacos, bonés, fardamento, equipamentos desportivos, saca, entre outros similares; Outros – sistemas audiovisuais televisão (filme, anúncio e <i>teaser</i>), rádio (<i>spot</i> e <i>jingle</i>), Internet (anúncio, <i>banner</i>, <i>flyer</i>, outros). • Projeto gráfico – Briefing: Necessidade detetada e público-alvo ou audiência Pesquisa diacrónica, sincrónica, gráfica e de conteúdos; Apresentação de conceitos, mapas de ideias (<i>mindmap</i>), referências visuais e <i>mood board</i>; Política de marketing, da imagem gráfica e de marca do cliente; Contexto publicitário da empresa e/ou produto; Questões éticas, deontológicas e ambientais. • Metodologia projetual ao serviço da criação gráfica publicitária: Criação de ideias, conceitos e mapas visuais (<i>mindmaps</i>) de investigação e inspiração; Objetivos publicitários e calendário do projeto; Estrutura gráfica, suportes publicitários e processos de impressão e/ou de exibição; Criação de várias hipóteses e definição dos diversos suportes e materiais; Simulações e criação e montagem dos vários conteúdos Testes e análise crítica das soluções; Pré-impressão e artes finais, acabamentos e exportação; Maquetização e protótipos; Apresentação audiovisual pública e argumentação do trabalho – Memória descritiva/justificativa do projeto.	33
	UFCD 10470 – PROJETO GRÁFICO GLOBAL DE IDENTIDADE VISUAL • Construção de uma campanha gráfica global de identidade visual: Montagem das páginas e conteúdos; Desenvolvimento de um produto multimédia; Técnicas de brainstorming e conceção de produtos, <i>design thinking</i> e ferramentas para a criatividade documentos escritos e visuais (mapas, gráficos, infográficos, outros) e organização da equipa (tempos, tarefas, recursos, <i>checklists</i>, hierarquias, ouvir-delegar) - Redes de PERT e mapas de Gantt Gestão dos recursos materiais, humanos e técnicos. • Identidade corporativa: Briefing proposta de identidade corporativa de uma marca para uma empresa, produto	34

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
1.º S	ou serviço; Objetivos e o enquadramento da política de marketing; Valores da marca e conceito chave - <i>brand essence</i>; <i>Benchmarking</i> e concorrência; Fases da construção técnica, testes e retoques • Publicidade e comunicação digital e interativa: Sistemas offline e online, fixos e móveis; Paginação interativa e-book, revistas e jornais digitais, PDF, blog, software colaborativo, sistemas de partilha de ficheiros, podcast, outros; Organização e tratamento dos conteúdos dinâmicos e estáticos; conteúdos vídeo, áudio e animações; texto, imagens e grafismos; Formatos e tipos de media adequados ao tipo de comunicação gráfica • Resumo relativo ao projeto gráfico briefing: Necessidade detetada e identificação do público-alvo; Pesquisa diacrónica, síncrona, gráfica e de conteúdos; Apresentação de conceitos, mapas de ideias (mindmap), referências visuais e mood board Contexto publicitário da empresa e/ou produto; Ferramentas para a seleção e organização de conteúdos; Questões éticas, deontológicas e ambientais. • Artes finais e acabamentos: Testes e análise crítica das soluções; Técnicas de preparação para pré-impressão e artes finais, acabamentos e exportação; Maquetização e protótipos; Apresentação audiovisual pública e argumentação do trabalho; Relatório do projeto, memória descritiva/justificativa do projeto.	
	UFCD 10455 – PROJETO GRÁFICO DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE • Projeto gráfico de comunicação e publicitário – briefing: Produto, serviço ou necessidade detetada e identificação do público-alvo / audiência Pesquisa diacrónica, síncrona, visual e de conteúdos Apresentação de conceitos, mapas de ideias (mindmap), referências visuais e mood board Contexto publicitário do produto, serviço, empresa e/ou instituição Ferramentas para a seleção e organização de conteúdos Questões éticas, deontológicas e ambientais • Metodologia de um projeto avançado de design e comunicação Criação de ideias, conceitos e mapas visuais (mindmaps) de investigação e inspiração; Objetivos publicitários e calendário do projeto Estrutura gráfica, suportes publicitários e processos de impressão e/ou de exibição Criação de várias hipóteses e definição dos diversos suportes e materiais Simulações e criação e montagem dos vários conteúdos Aplicação em diversos suportes e materiais • Artes finais, testes, acabamentos e difusão Testes e análise crítica das soluções Técnicas de preparação para pré-impressão e artes finais, acabamentos e exportação Maquetização e protótipos Apresentação audiovisual pública e argumentação do trabalho. Relatório do projeto, memória descritiva/justificativa do projeto.	34
	UFCD 10446 – EDIÇÃO ELETRÓNICA PARA REDES E ECRÃ • Sistemas informáticos e programas para a rede: Organização de pastas e documentos; Distinção entre redes LAN, MAN e WAN, outras; Ligação a redes informáticas e respetiva utilização; Internet protocolos, topologias e serviços de redes; Calibração de equipamentos • Ferramentas avançadas da edição eletrónica: Principais aplicações informáticas de edição de imagem e vetores para serem utilizados em ecrã ou na Internet; Tipos e funcionalidade de formatos digitais de	30

	Unidades de Ensino / Conteúdos	N.º Aulas Previstas (45 min)
	imagens bitmap - raw, psd, eps, jpeg, gif, png, pdf, outros; Tipos e funcionalidade de formatos digitais de vetores - eps, ai, swf, pdf, outros; Tipos e funcionalidade de formatos digitais de animação vetorial flv, swf, outros; Tipos e funcionalidade de formatos de imagem para a Internet - swf, jpeg, png, outros • Projetos que combinam diferentes media audiovisuais: Organização dos conteúdos; Fases da edição – introdução, tratamento e saída; Diagramação área principal de uma página, área secundária, áreas mortas, centro ótico e centro geométrico; Aquisição, captação, digitalização e gravação de conteúdos; Importação e exportação dos conteúdos; Tratamento e edição de conteúdos textos, gráficos, fotografias, diagramas, animação e outros; Combinação entre programas e formatos digitais pdf, eps, jpeg, gif, swf, outros; Montagem dos conteúdos; testes, provas e revisão – preparação de saídas para ecrã ou distribuição nas redes.	

2.º S	UFCD 10446 – EDIÇÃO ELETRÓNICA PARA REDES E ECRÃ (<i>continuação</i>)	3
-------	---	---

UFCD A LECIONAR

UFCD Nº	data de início	data de conclusão	Nº de aulas
10246	16/09/2025	14/10/2025	33
10470	14/10/2025	11/11/2025	34
10445	11/11/2025	16/12/2025	34
10446	16/12/2025	03/02/2026	33