



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

201312036 - DESIGN GRÁFICO II

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo

2022/23

Curso

Lic Design

Ciclo de estudos

1º

Créditos

7.00 ECTS

Idiomas

Português ,Inglês

Periodicidade

semestral

Pré requisitos

Ano Curricular / Semestre

2º / 2º

Área Disciplinar

Design

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	6.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto
84.00

Horas totais de Trabalho
196.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Elisabete de Jesus Rosado Rolo

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

João Aranda Brandão	6.00 horas
Elisabete de Jesus Rosado Rolo	6.00 horas
Matej Ramsak	6.00 horas

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

- Consolidar os conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares anteriores e introduzir novos conceitos basilares.

- Desenvolver projetos típicos da profissão, no âmbito da identidade visual, no sentido de capacitar os alunos para resolver problemas de comunicação, utilizando as metodologias projectuais adequadas.
- Desenvolver capacidades de análise e diagnóstico e de antecipar as necessidades e requerimentos do trabalho.
- Capacitar para o trabalho com resultados mais detalhados e mais rigor, quer ao nível da conceção, quer ao nível da execução.
- Consciencializar para os aspetos sociais, culturais e políticos do design, desenvolvendo de forma gradual as capacidades de racionalização e criatividade.
- Continuar a formação na utilização de algumas ferramentas informáticas indispensáveis à prática da profissão, nomeadamente um programa de desenho vetorial e um programa de paginação.

Conteúdos Programáticos / Programa

A identidade visual: conceitos teóricos introdutórios.
O programa de identidade visual.
O manual de normas gráficas.

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos programáticos desta unidade curricular, transmitidos através de aulas baseadas em material visual, estabelecem o enquadramento de conceitos importantes para o desenvolvimento de projetos na área da identidade visual, (conceitos esses também apresentados e reforçados na bibliografia recomendada). As diferentes fases do projeto, aliadas a estes conhecimentos teóricos, permitem adquirir diversas competências e potencializar a autonomia projetual, que requer desenvolvimento conceptual e reflexão.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Sendo esta UC de natureza teórico-prática, as aulas alternam, fundamentalmente, entre aulas de transmissão de conhecimento teórico, acompanhadas de material visual relevante, e aulas de desenvolvimento projetual em que se apliquem os conteúdos lecionados. Nas aulas práticas, serão também transmitidos conhecimentos teóricos concretos e objetivos, adaptados às especificidades do projeto de cada aluno. Será realizado um projeto de identidade visual, constituído por várias fases sequenciais e interdependentes.

A avaliação dos alunos será feita de acordo com o definido pela FA, isto é, de modo contínuo. Para além dos fatores de natureza pedagógica e científica envolvidos na resolução dos projetos, intervêm na avaliação (com o peso de 10%) os fatores de assiduidade, pontualidade, interesse, atitude, participação pertinente, trabalho dentro e fora das aulas, acompanhamento e cumprimento de prazos. A presença nas aulas e a respetiva participação nos trabalhos constitui fator fundamental de avaliação. A assiduidade e pontualidade são fundamentais, por se entender que o conjunto da turma potencia os trabalhos individuais. Todas as classificações serão atribuídas numa escala de 0 a 20 e todos os projetos serão avaliados tendo em conta os critérios: cumprimento dos prazos, cumprimento dos enunciados, pesquisa e respetivas conclusões, conceito do projeto (inovação, criatividade, estudos), rigor de desenvolvimento, apresentação e rigor da execução, e acompanhamento do desenvolvimento do trabalho por parte do docente.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

Sendo uma UC teórico-prática, revelam-se essenciais algumas aulas teóricas no início de cada um dos módulos principais de aprendizagem que sustentem o projeto a desenvolver. De seguida, e à medida que o trabalho prático evolui, o acompanhamento desse trabalho, pressupõe a introdução gradual de novos conceitos teóricos que suportem, de modo eficaz, o projeto e a sua concretização. Para que a aprendizagem se revele profícua e enraizada num modo de fazer em estreita ligação com um modo de pensar, os projetos apresentam um grau de complexidade que exige reflexão e também capacidades técnicas.

Bibliografia Principal

BUDELMANN, et. al. Brand Identity Essentials. Massachussets: Rockport Publishers, 2010.
MOLLERUP, Per, Marks of Excellence: The History and Taxonomy of Trademarks. London e New York: Phaidon Press Limited, 2010.
RAPOSO, Daniel. Design de Identidade e Imagem Corporativa. Edições IPCB, Castelo Branco, 2008.
WHEELER, Alina, Designing Brand Identity. Hoboken: John Wiley & Sons, 2009.

Bibliografia Complementar

AIREY, David. Logo Design Love: a Guide to creating iconic brand identities. Berkley: New Riders, 2010.
BRINGHURST, Robert, Elementos do Estilo Tipográfico (versão 3). Tradução de André Stolarsky. São Paulo: Cosac Naify, 2005. [Edição original em língua inglesa: The Elements of Typographic Style, 1992].
Brands. Beverly, MA, United States of America: Rockport Publishers, 2012.
CAPSULE, Packaging: an essencial primer for today's competitive market. Massachussets: Rockport Publishers, 2008.
Design, Branding and Communication and How to Solve Them. London e New York: Phaidon Press, 2012.
DUPUIS, Steven, SILVA, John, Package Design Workbook: The art and science of successful packaging. Beverly: Rockport Publishers, 2008.
FLETCHER, Alan, The Art of Looking Sideways. Londres: Phaidon, 2001.
FRUTIGER, Adrian. Sinais e Símbolos. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
JOHNSON, Michael, Problem Solved: How to Recognize the Nineteen Recurring Problems Faced in
MILLMAN, Debbie, Brand Bible: The Complete Guide to Building, Designing, and Sustaining
OLINS, Wally. A Marca, Lisboa: Verbo, 2003.
PIPES, Alan, Production for Graphic Designers. London: Laurence King Publishing, 2005.
RONCARELLI, Sarah, ELLICOTT, Candace, Packaging Essentials. Beverly: Rockport Publishers, 2010.
WIEDEMANN, Julius, Stationery Design Now! Köln: Taschen, 2010.

Websites:

- www.aiga.org
- www.designcouncil.org.uk
- www.icograda.org
- www.logodesignlove.com
- www.pentagram.com
- www.underconsideration.com/brandnew/
- the-brandidentity.com

Revistas:

- Baseline [www.baselinemagazine.com]
- Eye [www.eyemagazine.com]
- ICON [www.iconeye.com]
- IdN [www.idnworld.com]
- Novum [www.novum.graphics/en]





CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

201312036 - Graphic Design II

Type

Obrigatória

Academic year

2022/23

Degree

Lic Design

Cycle of studies

1º

Unit credits

7.00 ECTS

Lecture language

Português ,Inglês

Periodicity

semestral

Prerequisites

Year of study/ Semester

2º / 2º

Scientific area

Design

Contact hours (weekly)

Tehoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	6.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6.00

Total CU hours (semestrial)

Total Contact Hours

84.00

Total workload

196.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Elisabete de Jesus Rosado Rolo

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

João Aranda Brandão 6.00 horas
Elisabete de Jesus Rosado Rolo 6.00 horas
Matej Ramsak 6.00 horas

Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students)

- Consolidate the knowledge acquired in the previous curricular units and introduce new fundamental concepts.
- Develop typical projects of the profession, within the scope of visual identity, in order to enable students to solve communication problems, using appropriate design methodologies.
- Develop analytical and diagnostic skills and anticipate the project requirements.

- Empower to achieve more detailed results and more accuracy, in the conception and execution phases.
- Raise awareness of the social, cultural and political aspects of design, gradually developing critical thinking and creativity skills
- Continue training in the use of graphic design specific software: learning a vector graphics editor software (Adobe Illustrator) and a desktop publishing software (Adobe InDesign).

Syllabus

Visual identity: introductory theoretical concepts.
The visual identity program.
The graphic standards manual.

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

This curricular unit intends to consolidate and continue the learning process of the graphic design basic concepts. The subjects related to editorial and poster design allow to do it gradually and recalling theoretical and practical knowledge. Thus, the fundamental aspects of typography and typographic composition are addressed, as well as the other elements that constitute the basic visual grammar of Graphic Design. Simultaneously, project skills are reinforced, which requires conceptual development and critical thinking.

Teaching methodologies (including evaluation)

As this module is theoretical and practical, the sessions essentially alternate between classes to transmit theoretical knowledge - which are accompanied by relevant visual material - and practical lessons for applying the content taught. In the practical lessons, specific and objective theoretical knowledge will also be transmitted, adapted to the particularities of each student's project. A visual identity project will be developed, consisting of various sequential and interdependent phases.

Assessment will be done ongoing, according to what is defined by the FAUL. In addition to the pedagogical and scientific factors involved in project development, the attendance, punctuality, interest, attitude, pertinent participation, work inside and out of the classes, monitoring and deadline accomplishments are also involved in the evaluation (20%). The presence in the sessions and the participation in the work is a fundamental assessment factor, as it is considered that the group as a whole enhances individual work. All classifications will be assigned on a scale from 0 to 20 and all projects will be evaluated taking into account the criteria: meeting deadlines, meeting assignment requirements, research and conclusions, project concept (innovation, creativity, sketches), development accuracy, quality of formal implementation, presentation and precision of execution, and monitoring of the work development by the teacher.

Demonstration of the coherence between the Teaching methodologies and the learning outcomes

Since this is a theoretical and practical module, some theoretical classes are essential at the beginning of each of the main learning segments, in order to support the projects to be done. Afterwards, as the practical work is developed, the monitoring of the work involves the gradual introduction of new theoretical concepts that effectively support the implementation of the project undertaken. For the learning to be effective and rooted in methods that are closely linked to a way of thinking, the projects present a degree of complexity that requires critical thinking and also technical skills.

Main Bibliography

BUDELMANN, et. al. Brand Identity Essentials. Massachussets: Rockport Publishers, 2010.
MOLLERUP, Per, Marks of Excellence: The History and Taxonomy of Trademarks. London e New York: Phaidon Press Limited, 2010.
RAPOSO, Daniel. Design de Identidade e Imagem Corporativa. Edições IPCB, Castelo Branco, 2008.
WHEELER, Alina, Designing Brand Identity. Hoboken: John Wiley & Sons, 2009.

Additional Bibliography

AIREY, David. Logo Design Love: a Guide to creating iconic brand identities. Berkley: New Riders, 2010.
BRINGHURST, Robert, Elementos do Estilo Tipográfico (versão 3). Tradução de André Stolarsky. São Paulo: Cosac Naify, 2005. [Edição original em língua inglesa: The Elements of Typographic Style, 1992].
Brands. Beverly, MA, United States of America: Rockport Publishers, 2012.
CAPSULE, Packaging: an essencial primer for today's competitive market. Massachussets: Rockport Publishers, 2008.
Design, Branding and Communication and How to Solve Them. London e New York: Phaidon Press, 2012.
DUPUIS, Steven, SILVA, John, Package Design Workbook: The art and science of successful packaging. Beverly: Rockport Publishers, 2008.
FLETCHER, Alan, The Art of Looking Sideways. Londres: Phaidon, 2001.
FRUTIGER, Adrian. Sinais e Símbolos. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
JOHNSON, Michael, Problem Solved: How to Recognize the Nineteen Recurring Problems Faced in
MILLMAN, Debbie, Brand Bible: The Complete Guide to Building, Designing, and Sustaining
OLINS, Wally. A Marca, Lisboa: Verbo, 2003.
PIPES, Alan, Production for Graphic Designers. London: Laurence King Publishing, 2005.
RONCARELLI, Sarah, ELLICOTT, Candace, Packaging Essentials. Beverly: Rockport Publishers, 2010.
WIEDEMANN, Julius, Stationery Design Now! Köln: Taschen, 2010.

Websites:

- www.aiga.org
- www.designcouncil.org.uk
- www.icograda.org
- www.logodesignlove.com
- www.pentagram.com
- www.underconsideration.com/brandnew/
- the-brandidentity.com

Revistas:

- Baseline [www.baselinemagazine.com]
- Eye [www.eyemagazine.com]
- ICON [www.iconeye.com]
- IdN [www.idnworld.com]
- Novum [www.novum.graphics/en]