



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

202312011 - Design Gráfico III

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo

2024/25

Curso

Lic Design

Ciclo de estudos

1º

Créditos

9.00 ECTS

Idiomas

Português

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

0.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Elisabete de Jesus Rosado Rolo

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

João Aranda Brandão 6.00 horas

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

- Compreender os fundamentos e os requisitos de um projeto de identidade visual ?e a metodologia projetual adequada ao seu desenvolvimento.
- Reforçar capacidades de desenvolvimento de projeto, com base na pesquisa ?e no uso de ferramentas de estímulo da criatividade.

- Fortalecer capacidades de análise e diagnóstico e de antecipar as necessidades e requerimentos do trabalho.
- Tomar consciência dos aspetos sociais, culturais e políticos do design, desenvolvendo de forma gradual as capacidades de racionalização e criatividade.
- Consolidar os conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares anteriores e introduzir novos conceitos estruturantes.
- Capacitar para o trabalho com resultados detalhados e rigorosos, quer ao nível da conceção, quer ao nível da execução.
- Continuar a formação na utilização de um programa informático de desenho vetorial e de um programa de paginação, ferramentas indispensáveis à prática da profissão.

Conteúdos Programáticos / Programa

A unidade curricular assenta no desenvolvimento de um projeto de design de identidade visual, desenvolvido em quatro fases: pesquisa, desenvolvimento, aplicações e manual de normas. Serão objeto de aulas teóricas, essenciais ao enquadramento das matérias, os seguintes tópicos:

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

Será desenvolvido um projeto prático em quatro fases sequenciais, estando cada fase ligada à precedente e sendo origem da seguinte:

Fase 1 · Pesquisa e definição da estratégia

Fase 2 · Desenvolvimento da identidade visual

Fase 3 · Desenvolvimento do programa de identidade visual – Aplicações da marca

Fase 4 · Manual de normas gráficas

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos 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 projeto 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 competências e potencializar a autonomia projetual, que requer desenvolvimento conceptual e reflexão.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Sendo esta UC teórico-prática, as aulas serão, maioritariamente, destinadas ao desenvolvimento projetual, mas também existirão momentos regulares de transmissão de conhecimento teórico – com recurso a material visual relevante – e momentos de apresentação e discussão do projeto em desenvolvimento. 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 é contínua e periódica, pressupondo avaliações intermédias e a avaliação final das

várias fases do projeto. Para além dos fatores de natureza pedagógica e científica envolvidos na resolução dos trabalhos, e indicados em cada enunciado, intervém na avaliação o fator que designamos por participação e que inclui participação pertinente, assiduidade, pontualidade, interesse, atitude, trabalho dentro e fora das aulas, acompanhamento e cumprimento de prazos. A presença nas aulas e a participação nos trabalhos constitui fator fundamental de avaliação, por se entender que o conjunto da turma potencia os trabalhos individuais. A classificação final da UC resultará da média ponderada da avaliação do projeto (90%) e da avaliação da participação (10%).

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos 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, simultaneamente, capacidade de reflexão crítica e capacidades técnicas. Os momentos de apresentação e discussão dos projetos fomentam o desenvolvimento das capacidades de comunicação e argumentação.

Bibliografia Principal

BUDELMANN, Kevin; KIM, Yang, Brand identity essentials: 100 principles for building brands. Revised and expanded ed. Minneapolis: Quarto Knows, 2019.
MOLLERUP, Per, Marks of excellence: the history and taxonomy of trademarks. Second edition (revised, expanded and updated) ed. London: Phaidon Press Limited, 2013.
RAPOSO, Daniel. Design de Identidade e Imagem Corporativa. Edições IPCB, Castelo Branco, 2008.
WHEELER, Alina, Designing brand identity: an essential guide for the entire branding team. Fifth edition ed. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2017.

Bibliografia Complementar

LORENZ, Martin. Flexible Visual Systems: the design manual for contemporary visual identities. Karlsruhe: Slanted, 2021.
MÜLLER, Jens; REMINGTON, R. Roger; WIEDEMANN, Julius (EDITORES.), Logo modernism. Köln: Taschen, 2020.
VAN NES, Irene; NES, Irene van (EDITORES.), Dynamic identities: how to create a living brand. Amsterdam: BIS Publishers, 2012.
WIEDEMANN, Julius; PENTAWARDS (EDITORES.), The package design book. New edition ed. Koln: Taschen, 2021.
WOLFF OLINS (FIRM) (EDITOR.), The new guide to identity: how to create and sustain change through managing identity. Brookfield, Vt: Design Council/Gower, 1995.



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

202312011 - Graphic Design III

Type

Compulsory

Academic year

2024/25

Degree

B. Design

Cycle of studies

1

Unit credits

9.00 ECTS

Lecture language

Portuguese

Periodicity

semester

Prerequisites

Year of study/ Semester

2 / 2

Scientific area

Design

Contact hours (weekly)

Theoretical

0.00

Practical

0.00

Theoretical-practicals

6.00

Laboratory

0.00

Seminars

0.00

Tutorial

0.00

Other

0.00

Total

6.00

Total CU hours (semester)

Total Contact Hours

84.00

Total workload

0.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Elisabete de Jesus Rosado Rolo

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

João Aranda Brandão 6.00 horas

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

- To understand the fundamentals and requirements of a visual identity project and the project methodology appropriate to its development.
- To strengthen design development skills based on research and the use of tools to stimulate creativity.
- To reinforce capacities for analysis and diagnosis and for anticipating the needs and requirements of the work.

- To become aware of design's social, cultural, and political aspects ?and gradually develop the capacity for rationalisation and creativity.
- To consolidate the knowledge acquired in the previous curricular units and introduce ?new structuring concepts.
- To enable the work to achieve detailed and rigorous results, both at the level of design ?and at the level of execution.
- To continue the training in the use of vectorial drawing software and desktop publishing software, indispensable tools for the practice of the profession.

Syllabus

The curricular unit is based on developing a visual identity design project, divided into four phases: research, development, applications, and graphic standards manual. The following topics will be addressed in the theoretical classes, which are essential to the framework of subjects:

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

A practical project will be developed in four sequential phases, with each phase being linked ?to the previous one and being the origin of the next one:

Phase 1 · Research and strategy definition.

Phase 2 · Visual identity development

Phase 3 · Visual identity program development - Brand applications

Phase 4 · Graphic standards manual

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

The programmatic contents of this curricular unit, transmitted through classes based on visual material, establishes the framework of important concepts for project development in the area of visual identity (concepts that are also presented and reinforced in the recommended bibliography). The project different phases, combined with this theoretical knowledge, allow students to acquire skills and enhance project autonomy, which requires conceptual development and reflection.

Teaching methodologies (including evaluation)

Since this is a theoretical and practical module, classes will be mostly dedicated to project development, but there will also exist regular moments dedicated to theoretical knowledge – using relevant visual material – and moments of presentation and discussion of the project under development. In the practical classes, concrete and objective theoretical knowledge will also be transmitted, adapted to the specificities of each student's project. A visual identity project will be carried out, consisting of several sequential and interdependent phases.

Assessment will be continuous and periodic, assuming midterm evaluations and the final evaluation of the various phases of the project. In addition to the pedagogical and scientific factors

involved in the development of the project (which are indicated in each assignment), the factor we call participation intervenes in the assessment and includes pertinent participation, assiduity, punctuality, interest, attitude, working inside and outside the classes, follow-up, and meeting the deadlines. Attendance and participation in the work is a fundamental factor of assessment, as it is understood that the class enhances the individual projects. The curricular unit final grade will result from the weighted average of the work evaluation (90%) and the participation evaluation (10%).

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

As this is a theoretical-practical module, some theoretical lessons are essential at the beginning of each project phase. Then, as the practical work evolves, there is the need of gradual introduction of new theoretical concepts that support, efficiently, the project and its implementation. For a learning process that is fruitful and rooted in a way of doing in close connection with a way of thinking, the project presents a degree of complexity that requires, simultaneously, a capacity for critical reflection and technical skills. The moments of presentation and discussion of projects foster the development of communication and argumentation skills.

Main Bibliography

BUDELMANN, Kevin; KIM, Yang, Brand identity essentials: 100 principles for building brands. Revised and expanded ed. Minneapolis: Quarto Knows, 2019.
MOLLERUP, Per, Marks of excellence: the history and taxonomy of trademarks. Second edition (revised, expanded and updated) ed. London: Phaidon Press Limited, 2013.
RAPOSO, Daniel. Design de Identidade e Imagem Corporativa. Edições IPCB, Castelo Branco, 2008.
WHEELER, Alina, Designing brand identity: an essential guide for the entire branding team. Fifth edition ed. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2017.

Additional Bibliography

LORENZ, Martin. Flexible Visual Systems: the design manual for contemporary visual identities. Karlsruhe: Slanted, 2021.
MÜLLER, Jens; REMINGTON, R. Roger; WIEDEMANN, Julius (EDITORES.), Logo modernism. Köln: Taschen, 2020.
VAN NES, Irene; NES, Irene van (EDITORES.), Dynamic identities: how to create a living brand. Amsterdam: BIS Publishers, 2012.
WIEDEMANN, Julius; PENTAWARDS (EDITORES.), The package design book. New edition ed. Köln: Taschen, 2021.
WOLFF OLINS (FIRM) (EDITOR.), The new guide to identity: how to create and sustain change through managing identity. Brookfield, Vt: Design Council/Gower, 1995.