

NCE/20/2000227 — Apresentação do pedido - Novo ciclo de estudos

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Instituto Politécnico Da Maia

1.1.a. Outra(s) Instituição(ões) de Ensino Superior (proposta em associação):

1.2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico Da Maia

1.2.a. Outra(s) unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):

1.3. Designação do ciclo de estudos:

Produção Digital em Comunicação de Marca

1.3. Study programme:

Digital Production for Branding

1.4. Grau:

Licenciado

1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Audiovisuais e Produção dos Media

1.5. Main scientific area of the study programme:

Audiovisual and Media Production

1.6.1 Classificação CNAEF – primeira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos):

213

1.6.2 Classificação CNAEF – segunda área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

<sem resposta>

1.6.3 Classificação CNAEF – terceira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

<sem resposta>

1.7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

180

1.8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL n.º 74/2006, de 24 de março, com a redação do DL n.º 65/2018, de 16 de agosto):

3 anos - 6 semestres

1.8. Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, March 24th, as written in the DL no. 65/2018, of August 16th):

3 years - 6 semesters

1.9. Número máximo de admissões:

30

1.10. Condições específicas de ingresso.

Têm acesso ao ciclo de estudos todos os alunos que:

- Finalizarem o 12º ano de escolaridade ou cursos que a lei define como equivalentes, com nota superior a 9,5 valores e que tenham obtido aprovação numa das seguintes de provas de ingresso: Geometria Descritiva (10); ou Matemática Aplicada às Ciências Sociais (17); ou Português (18).

- Ingressem através de regimes ou concursos especiais, de acordo com a legislação em vigor.

Condições de Candidatura:

- Nota mínima: 95

- Classificação do Ensino Secundário: 65%

- Classificação do Exame Nacional: 35% (nota mínima de 95 pontos)

1.10. Specific entry requirements.

Requirements for all students wanting to enlist in the course:

- Students with a 12th grade course, or a graduate level equivalent, with a final grade of 9,5 and with an approval grade on any of the following exams : Descriptive Geometry (10); or Mathematics Applied to Social Sciences (17); or Portuguese (18).

- Students with a grade from a special school regiment with the following approval criterias:

- Minimum grade: 95

- Final High school grade: 65%

- Final end year national exam: 35% (95 point minimum grade)

1.11. Regime de funcionamento.

Outros

1.11.1. Se outro, especifique:

Diurno e/ou Pós laboral

1.11.1. If other, specify:

Daytime and/or After working hours

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

Instituto Politécnico da Maia - IPMAIA

Campus Académico da Maiêutica

Avenida Carlos Oliveira Campos

4475-690 Avioso S. Pedro

Portugal

1.12. Premises where the study programme will be lectured:

Polytechnic Institute of Maia - IPMAIA

Campus Académico da Maiêutica

Avenida Carlos Oliveira Campos

4475-690 Avioso S. Pedro

Portugal

1.13. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República (PDF, máx. 500kB):

[1.13._1.13_Regulamento_754_2018 e Retificação_930_2018 -Creditação-IPMAIA.pdf](#)

1.14. Observações:

No que concerne a designação do ciclo de estudos, gostaríamos de informar que consideramos inicialmente o recurso ao termo 'Branding', ao invés de 'Comunicação de Marca'. Contudo, optamos pela versão em português, por forma a evitar o recurso a estrangeirismos na designação do ciclo de estudos. Consideramos, contudo, que a opção inicial ('Produção Digital em Branding'), se considerada adequada, poderia constituir uma opção mais simples e informativa.

1.14. Observations:

As regards the title of the study program, we would like to inform you that we considered using the term 'Branding' instead of 'Brand Communication (Comunicação de Marca)'. However, we eventually decided to keep the Portuguese version, in order to avoid using foreign terms in the title of the programme. However, we consider that 'Produção Digital em Branding' can be more informative, providing it is deemed adequate.

2. Formalização do Pedido

Mapa I - Conselho de Gestão do IPMAIA

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho de Gestão do IPMAIA

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Deliberação Presidente IPMAIA ESTG 2020.pdf](#)

Mapa I - Conselho Diretivo da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do IPMAIA

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Diretivo da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do IPMAIA

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Parecer Director ESTG 2020.pdf](#)

Mapa I - Conselho Técnico-Científico do IPMAIA

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Técnico-Científico do IPMAIA

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Deliberação Conselho T-Científico ESTG 2020.pdf](#)

Mapa I - Conselho Pedagógico do IPMAIA

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Pedagógico do IPMAIA

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Deliberação Conselho Pedagógico ESTG 2020.pdf](#)

3. Âmbito e objetivos do ciclo de estudos. Adequação ao projeto educativo, científico e cultural da instituição

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos:

Formar profissionais que conciliam a operacionalização de plataformas de comunicação com a gestão estratégica de uma política de comunicação organizacional;

Formar profissionais que possam integrar departamentos ou agências de comunicação, tecnicamente dotados de competências que lhes permitam sugerir e desenvolver propostas de comunicação multiplataforma e capazes de desenvolver um diagnóstico de necessidades, falhas e lacunas na comunicação de uma entidade;

Formar profissionais capazes de acompanhar a implementação de estratégias de comunicação, monitorizando a sua eficácia e gerindo a versatilidade do processo de comunicação organizacional em ambientes analógicos e digitais.

3.1. The study programme's generic objectives:

Train professionals who reconcile the operation of communication platforms with the strategic management of an organizational communication policy;

Train professionals who can integrate communication departments or agencies, technically endowed with skills that allow them to suggest and develop proposals for multiplatform communication and capable of developing a diagnosis of needs, failures and gaps in the communication of an agent;

Train professionals capable of monitoring the implementation of communication strategies, monitoring their effectiveness and managing the versatility of the organizational communication process in analog and digital environments.

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

Adquirir conhecimento e aplicação dos princípios, metodologias, ferramentas e tendências da comunicação de marca e corporativa, desenvolvendo competências que permitam a definição, especificação e implementação de estratégias de produção digital para branding com diferentes stakeholders (B2B e B2C);

Explorar diferentes opções tecnológicas para a implementação de estratégias de comunicação, com o objetivo de dotar os graduados de competências técnicas que permitam a concretização do paradigma de comunicação integrada;

Adquirir experiência e conhecimento teórico-prático em domínios da multimédia e do design, designadamente ao nível da

técnica e do entrosamento com ferramentas e equipamentos fundamentais, para aquisição de competências que permitam um início de carreira profissional flexível e adaptável;

Estimular o contacto com desafios reais, num modelo de PBL, case study e/ou simulação, em que os estudantes recebem um briefing e apresentam propostas ajustadas às necessidades;

3.2. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be developed by the students:

Acquire knowledge and application of the principles, methodologies, tools and trends of branding and corporate communication, developing skills that allow the definition, specification and implementation of communication design strategies with different stakeholders in both B2B and B2C situations;

Explore different technological options for the implementation of communication strategies, in order to provide graduates with technical skills that allow the implementation of the integrated communication paradigm;

Acquire experience and theoretical-practical knowledge in the fields of multimedia and design, namely at the level of technique and integration with fundamental tools and equipment, to acquire skills that allow a flexible and adaptable career start;

Encourage contact with real challenges, in a PBL, case study and / or simulation model, where students receive a briefing and present proposals tailored to the communication needs of a given entity;

3.3. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição:

O IPMAIA tem como missão contribuir para a excelência da formação integral dos estudantes nos diversos ramos do saber científico, técnico e cultural, preparando-os para a vida ativa e motivando-os para a inovação e desenvolvimento. Neste sentido, é assumida a missão de criar, transmitir e difundir a cultura e o saber de natureza profissionalizante, através da articulação do estudo, do ensino, da investigação orientada e do desenvolvimento experimental, tendo em vista um quadro de referência internacional.

O IPMAIA pretende também que os seus estudantes se tornem agentes capacitados e motivados para a inovação, o desenvolvimento e para a investigação científica aplicada.

O ciclo de estudos tem como objetivo conferir aos estudantes a capacidade de se tornarem agentes importantes no tecido empresarial. Como tal, os licenciados em Produção Digital em Comunicação de Marca podem assumir um papel importante no desenvolvimento industrial e comercial da sociedade, tanto a nível regional, como nacional, não só pela criação de novos empregos, mas também pelo potencial em desenvolver, em ambiente nacional ou internacional, projetos inovadores em áreas prioritárias.

Esta licenciatura procura ser a resposta à emergência de necessidades de um mercado de trabalho exigente que procura a aposta em equipas compostas de profissionais que se excedam num dado domínio técnico específico, mas que simultaneamente demonstrem criatividade, adaptabilidade, consciência global de projeto e amplitude de visão periférica para com áreas em paralelo, a montante e jusante no processo de desenho e implementação de uma estratégia de comunicação organizacional.

Ao formar um profissional versátil e ajustado ao tecido empresarial envolvente, este ciclo de estudos procura promover o interesse pela criação de novas ideias e atribuir ao estudante as competências para as concretizar em projetos de valor acrescentado nos diversos domínios pedagógicos e científicos e em vários contextos institucionais, contribuindo para os objetivos do IPMAIA anteriormente delineados. Deste modo, os objetivos do ciclo de estudos contribuem para a transmissão dos valores do IPMAIA e a consecução dos seus objetivos.

Adicionalmente, este ciclo de estudos concorre para o objetivo estratégico do IPMAIA de proporcionar aos seus estudantes opções de prosseguimento de estudos alinhadas com a oferta formativa já existente na Escola Superior de Tecnologia e Gestão da IES ao nível dos cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP), como sejam os CTeSP em Gestão Comercial e Vendas; Marketing Digital; Produção Multimédia e Jogos Digitais; e Design e Inovação Industrial.

3.3. Insertion of the study programme in the institutional educational offer strategy, in light of the mission of the institution and its educational, scientific and cultural project:

IPMAIA aims to contribute to the excellence of the complete training of students in the various branches of scientific, technical and cultural knowledge, preparing them for working life and motivating them towards innovation and development. Therefore, the mission of creating, transmitting and spreading professional culture and knowledge, through the articulation of study, teaching, oriented research and experimental development is assumed, aiming for an international reference framework.

Likewise, IPMAIA intends its students to become motivated agents towards innovation, development and scientific research.

This proposed course aims to give students the ability to become important agents in the business. As such, graduates in Digital Production for Branding can play an important role in the industrial and commercial development of society, both regionally and nationally, not only by creating new jobs, but also by the potential to develop in a national or international environment. innovative projects in priority areas.

This degree seeks to be the answer to the emergence of the needs of a demanding labor market that seeks to bet on teams composed of professionals who excel in a specific technical domain, but simultaneously demonstrate creativity, adaptability, global project awareness and breadth of vision. peripheral areas with areas in parallel, upstream and downstream in the process of designing and implementing an organizational communication strategy.

By forming a versatile professional who is adjusted to the surrounding business fabric, this study cycle seeks to foster interest in the creation of new ideas and to give students the skills to realize them in value-added projects in various pedagogical and scientific domains and in various institutional contexts. , contributing to the previously outlined IPMAIA objectives. Thus, the objectives of the study cycle contribute to the transmission of IPMAIA values and the achievement of

its objectives.

Additionally, this course of study competes with IPMAIA's strategic objective of providing its students with options to pursue studies in line with the existing training offer at the Higher School of Technology and Management, viz. Higher Professional Technical Courses (CTeSP), such as the CTeSP in Commercial Management and Sales. ; Digital marketing; Multimedia Production and Digital Games; and Design and Industrial Innovation.

4. Desenvolvimento curricular

4.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)

4.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor or other forms of organisation (if applicable)

Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura: Branches, options, profiles, major/minor or other forms of organisation:

<sem resposta>

4.2. Estrutura curricular (a repetir para cada um dos percursos alternativos)

Mapa II - N/A

4.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):

N/A

4.2.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable):

N/A

4.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits necessary for awarding the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos optativos* / Minimum Optional ECTS*	Observações / Observations
Audiovisuais e Produção dos Media/Audio-visuals and media production (CNAEF 213)	APM	52	26	26 ou 32 ECTS Optativos
Marketing e Publicidade/Marketing and advertising (CNAEF 342)	MP	34	0	
Design/Design (CNAEF 214)	DES	22	6	0 ou 6 ECTS Optativos
Humanidades/Humanities (CNAEF 220)	HUM	18	0	
Ciências Empresariais/ Business Sciences(CNAEF 340)	CE	14	0	
Direito/Law (CNAEF 380)	DIR	8	0	
(6 Items)		148	32	

4.3 Plano de estudos

Mapa III - N/A - 1º Ano - 1º Semestre / 1st Year - 1st Semester

4.3.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):

N/A

4.3.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable):

N/A

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:*1º Ano - 1º Semestre / 1st Year - 1st Semester***4.3.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Introdução ao Design e Tipografia / Introduction to Design and Typography	DES	Semestral	150	TP-60;	6		
Laboratório de Imagem Digital / Digital Image Laboratory	APM	Semestral	150	TP-60;	6		
Indústrias de Comunicação / Communication Industries	APM	Semestral	100	TP-32;	4		
Técnicas de Comunicação Oral e Escrita / Oral and Written Communication Techniques	HUM	Semestral	100	TP-32;	4		
Teorias da Comunicação / Communication Theories	HUM	Semestral	125	TP-48;	5		
Métodos e Técnicas de Investigação / Research Methodologies and Techniques	HUM	Semestral	125	TP-48;	5		

(6 Items)

Mapa III - N/A - 1º Ano - 2º Semestre/ 1st Year - 2nd Semester**4.3.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):***N/A***4.3.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable):***N/A***4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º Ano - 2º Semestre/ 1st Year - 2nd Semester***4.3.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Tecnologias Web / Web Technologies	APM	Semestral	125	TP-48;	5		
Metodologias em Design / Design Methodologies	DES	Semestral	125	TP-48;	5		
Copywrite e Escrita Comercial / Copywrite and Commercial Writing	MP	Semestral	100	TP-32;	4		
Fundamentos do Marketing / Marketing Fundamentals	MP	Semestral	125	TP-48;	5		
Comunicação Organizacional / Organizational Communication	CE	Semestral	125	TP-48;	5		
Produção Audiovisual / Audiovisual Production	APM	Semestral	150	TP-60;	6		

(6 Items)

Mapa III - N/A - 2º Ano - 1º Semestre / 2nd Year - 1st Semester**4.3.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):***N/A*

4.3.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable):

N/A

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º Ano - 1º Semestre / 2nd Year - 1st Semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Design de Comunicação / Communication Design	DES	Semestral	150	TP-60;	6		
Storytelling e Escrita Criativa / Storytelling and Creative Writing	HUM	Semestral	100	TP-32;	4		
Estudos de Mercado / Market Research	CE	Semestral	125	TP-48;	5		
Comunicação de Marketing / Marketing Communication	MP	Semestral	125	TP-48;	5		
Modelação e Síntese de Imagem / Modelling and Rendering	APM	Semestral	125	TP-48;	5	1	De quatro opta por duas / From four chose two
Pós-produção e Distribuição Audiovisual / Post-production and Audiovisual Distribution	APM	Semestral	125	TP-48;	5	1	De quatro opta por duas / From four chose two
Fotografia Comercial / Commercial Photography	APM	Semestral	125	TP-48;	5	1	De quatro opta por duas / From four chose two
Plataformas e Desenvolvimento Web / Platforms and Web Development	APM	Semestral	125	TP-48;	5	1	De quatro opta por duas / From four chose two

(8 Items)

Mapa III - N/A - 2º Ano - 2º Semestre / 2nd Year - 2nd Semester**4.3.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):**

N/A

4.3.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable):

N/A

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º Ano - 2º Semestre / 2nd Year - 2nd Semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Design e Identidade da Marca / Design and Brand Identity	DES	Semestral	125	TP-48;	5		
Projeto Integrado I / Integrated Project I	APM	Semestral	125	TP-48;	5		
Branding e Gestão da Marca / Branding and Brand Management	MP	Semestral	125	TP-48;	5		
Marketing Digital / Digital Marketing	MP	Semestral	125	TP-48;	5		
Ambientes Virtuais Interativos /	APM	Semestral	125	TP-48;	5	1	De quatro opta

Virtual Interactive Environments								por duas / From four chose two
Animação e Motion Design / Animation and Motion Design	APM	Semestral	125	TP-48;	5	1		De quatro opta por duas / From four chose two
Produção Gráfica e Paginação / Digital Printing and Pagination	APM	Semestral	125	TP-48;	5	1		De quatro opta por duas / From four chose two
Webdesign / Webdesign	APM	Semestral	125	TP-48;	5	1		De quatro opta por duas / From four chose two

(8 Items)**Mapa III - N/A - 3º Ano - 1º Semestre / 3rd Year - 1st Semester****4.3.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):**

N/A

4.3.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable):

N/A

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

3º Ano - 1º Semestre / 3rd Year - 1st Semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Projeto Integrado II / Integrated Project II	APM	Semestral	100	TP-32;	4		
Empreendedorismo e Portefólio Digital / Entrepreneurship and Digital Portfolio	CE	Semestral	100	TP-32;	4		
Desenho de Experiência de Utilização / Experience Design	MP	Semestral	125	TP-48;	5		
Campanhas e Análise de Métricas / Campaigns and Analytics	MP	Semestral	125	TP-48;	5		
Ativação da Marca e Merchandising / Brand Activation and Merchandising	APM	Semestral	150	TP-60;	6	1	De quatro opta por duas / From four chose two
Oficina Audiovisual / Audiovisual Workshop	APM	Semestral	150	TP-60;	6	1	De quatro opta por duas / From four chose two
Design de Informação / Information Design	DES	Semestral	150	TP-60;	6	1	De quatro opta por duas / From four chose two
Plataformas e Tecnologias de E-Business / E-Business Platforms and Technologies	APM	Semestral	150	TP-60;	6	1	De quatro opta por duas / From four chose two

(8 Items)**Mapa III - N/A - 3º Ano - 2º Semestre / 3rd Year - 2nd Semester****4.3.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):**

N/A

4.3.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable):

N/A

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:*3º Ano - 2º Semestre / 3rd Year - 2nd Semester***4.3.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations (5)
Direitos de Autor / Copyright	DIR	Semestral	100	TP-32;	4	
Privacidade e Proteção de Dados / Privacy and Data Protection	DIR	Semestral	100	TP-32;	4	
Estágio/Projeto / Internship/Project (3 Items)	APM	Semestral	550	E-518; OT-32;	22	

4.4. Unidades Curriculares**Mapa IV - Técnicas de Comunicação Oral e Escrita****4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Técnicas de Comunicação Oral e Escrita***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Oral and Written Communication Techniques***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***HUM***4.4.1.3. Duração:***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***100***4.4.1.5. Horas de contacto:***32***4.4.1.6. ECTS:***4***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Fabiana Lopes Coelho***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***1. Compreender a fala e a escrita como práticas sociais;**2. Adquirir competência comunicativa para intervir numa variedade de contextos sociais;**3. Desenvolver competências recetivas (ouvir e ler) e produtivas (falar e escrever) em comunicação oral e escrita, de forma*

a atuar eficazmente nas mais variadas situações de uso;

4. Compreender e interpretar textos orais e escritos de vários tipos;

5. Dominar diferentes modos de expressão (descrever, explicar, expor, argumentar, narrar...).

6. Adequar o discurso às finalidades e situações de comunicação.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. Understand speaking and writing as social practices;

2. Acquire communication skills to intervene in a range of social contexts;

3. Develop receptive skills (listening and reading) and productive skills (speaking and writing) in oral and written communication, in order to efficiently take action in the most varied usage situations;

4. Understand and interpret oral and written texts of several types;

5. Master different expression modes (describe, explain, present, argue, narrate, etc.).

6. Adapt the speech to the purposes and situations of the communication.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Comunicação, informação e atualidade

1.1. Ato comunicativo - ato interativo

1.2. Componentes e fatores condicionantes do ato comunicativo

1.3. As funções da comunicação

1.4. Comunicação verbal, paraverbal e não verbal

1.5. Comunicação oral vs. Comunicação escrita

2. Técnicas de comunicação e expressão oral

2.1. Especificidade do modo oral (co-presença dos interlocutores; forte dep.contextual; mobilização de diferentes tipos de elementos semióticos)

2.2. Do discurso espontâneo ao preparado

2.3. Algumas técnicas : o relato; a apresentação/exposição; o debate;

3. Técnicas de comunicação e expressão escrita

3.1. Procedimentos de escrita;

3.2. Especificidade do modo escrito (etapas do processo redacional: planificação; textualização; revisão)

3.3. Princípios constitutivos do texto: a textualidade, coesão, conexão, coerência.

4. Análise discursiva e dimensão simbólica do discurso

5. Efeitos estéticos e retóricos

6. Contextos de produção e receção do texto

7. Avaliação da comunicação

4.4.5. Syllabus:

1. Communication, information and actuality

1.1. Communicative act - interactive act

1.2. Conditioning components and factors of the communicative act

1.3. The functions of communication

1.4. Verbal, paraverbal and nonverbal communication

1.5. Oral communication vs written communication

2. Oral expression and communication techniques

2.1. Specificity of the oral mode (speaker co-presence; strong contextual dependence; mobilisation of different types of semiotic elements)

2.2. From spontaneous speech to prepared speech

2.3. Some techniques: report, presentation, debate

3. Written expression and communication techniques

3.1. Writing procedures

3.2. Specificity of the written mode (stages of writing process: planning, textualisation, revision)

3.3. Principles of textual structure: textuality, cohesion, connection, coherence

4. Discourse analysis and symbolic dimension of discourse

5. Aesthetic and rhetoric effects

6. Contexts of text production and reception

7. Evaluation of communication

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Os conteúdos da unidade curricular de Técnicas de Expressão Oral e Escrita permitem assegurar a aquisição pelos alunos de técnicas de comunicação oral e escrita de forma a atuar eficazmente nas mais variadas situações de comunicação. Dessa forma, os alunos desenvolverão a sua capacidade de expressão oral e escrita, como instrumento de correção linguística e comunicacional..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus of the Oral and Written Communication Techniques CU allows students to acquire oral and written communication techniques in order to efficiently take action in the most varied communication situations. This way, students will develop their oral and written expression ability as an instrument of linguistic and communication correction..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. Para cada conteúdo programático, as sessões letivas consistirão em momentos de exposição pelo professor e de intervenção dos alunos mediante a elaboração de projetos e trabalhos de exploração da expressão escrita e oral em português. A abordagem de cada um dos temas será acompanhada por atividades de caráter prático para consolidação dos conhecimentos adquiridos, nomeadamente através de exercícios escritos, debates, brainstormings, análise e produção de textos de várias tipologias, bem como a simulação de contextos específicos de produção oral e escrita (debate, entrevista, mesa-redonda) e apresentação de trabalhos sobre temas previamente preparados pelos alunos. No âmbito da expressão oral, está prevista a realização de autoscopias.;
2. Os alunos serão avaliados através de teste escrito (50%) e realização de diferentes projetos que explorem a expressão oral e escrita dos alunos (50%).;
3. Nota final avaliação final: prova teórica com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. Classes will consist of presentation sessions by the teacher for each topic and students' intervention through the development of projects and works to explore written and oral expression in Portuguese. The approach of each topic will be followed by practical activities, in order to consolidate the knowledge acquired, namely written exercises, debates, brainstorming, text analysis of several types, as well as the simulation of specific contexts of oral and written production (debate, interview, roundtable...) and presentation of works on several themes previously prepared by the students. In the scope of oral expression, autoscopies are also foreseen.;
2. Students will be evaluated through a written test (50%) and the development of different projects exploring the oral and written communication of students (50%).;
3. Final grade of final evaluation: theoretical test with a 100% weight in the final grade..

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Os conteúdos serão abordados a partir de momentos de exposição de conteúdos pelo professor e de intervenção dos alunos mediante a elaboração de projetos individuais / em grupo. A exploração de cada um dos conteúdos será ainda acompanhada por atividades de caráter prático para consolidação dos conhecimentos adquiridos, nomeadamente através de fichas de trabalho, debates, brainstormings e apresentação de trabalhos sobre diversos temas previamente preparados pelos alunos. Em contexto de aula, o docente terá um papel de facilitador, motivador, especialista técnico e avaliador, tendo como objeto as competências a adquirir pelos alunos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The syllabus will be presented by the teacher and students' intervention through the development of individual / group projects. The approach of each topic will be followed by practical activities to consolidate the knowledge acquired, namely through worksheets, debates, brainstorming and presentation of works on several themes previously prepared by the students. The teacher will assume the role of enabler, driver, technical expert and evaluator, aiming for the competences that should be acquired by students..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. LEÃO, Margarida; FILIPE, Helena (2005) 70 + 7 Propostas de Escrita Lúdica, Porto Editora. ISBN 972-096-070-0
2. OLIVEIRA, Nelson Faria de (2008). Como falar bem em público: 63 sugestões para se exprimir com clareza. Gestão Plus
3. PINTO, A. G. (1998) 'O Fruto Proibido': Discurso, Interdiscurso e Argumentação in FONSECA, Joaquim (org.), A Organização e o Funcionamento dos Discursos. Estudos sobre o Português, Porto Editora
4. REI, José Esteves Rei (1995). Curso de Redação. Porto Editora. ISBN 978-972-0-40106-9
5. ROCHA, Maria Regina de Matos et al (2010) Assim É que É Falar. 201 Perguntas, respostas e regras sobre o português falado e escrito. Lisboa, Planeta. ISBN 978-989-657-036-1
6. SÁ, Cristina Manuela (2018) Técnicas de Comunicação Oral e Escrita. Col. Educação e Formação – Cadernos Didáticos, n.2. Universidade de Aveiro
7. VANOYE, Francis (2002) Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita. Martins Fontes

Mapa IV - Introdução ao Design e Tipografia**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Introdução ao Design e Tipografia

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Introduction to Design and Typography

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

DES

4.4.1.3. Duração:

*Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***150***4.4.1.5. Horas de contacto:***60***4.4.1.6. ECTS:***6***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Vitor Manuel Tavares Teixeira***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- 1. Dotar os alunos de conhecimentos básicos e essenciais no âmbito das temáticas do Design de Comunicação e da Tipografia;*
- 2. Interpretar argumentações e retóricas associadas aos conceitos ‘Design’ e de ‘Tipografia’ explorando a gramática visual do design de comunicação contemporâneo;*
- 3. Desenvolvimento de exercícios teórico-práticos que questionem não só os meios de comunicação visual assim como as suas estratégias de criação, para munir o estudante das ferramentas para a construção de uma gramática visual gráfica e comunicativa;*
- 4. Fomentar o aspeto conceptual e criativo na resolução de problemas propostos;*
- 5. Uso e manipulação da imagem e da tipografia em contextos laboratoriais;*
- 6. Fomentar a autonomia na investigação e experimentação de diferentes gramáticas da comunicação visual;*
- 7. Aquisição de vocabulário gráfico na prática e na investigação em design de comunicação;*
- 8. Implementação de metodologias projectuais no âmbito do desenvolvimento conceptual e criativo dos projectos.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Provide students with basic and essential knowledge in the scope of Communication Design and Typography;*
- 2. Analyse arguments and rhetoric related to the concepts of “Design” and “Typography”, exploring the visual grammar of contemporary communication design;*
- 3. Development of theoretical-practical exercises that question not only visual media, but also its creation strategies, in order to provide students with the tools to build a visual graphic and communication grammar;*
- 4. Foster the conceptual and creative aspect in the resolution of the proposed problems;*
- 5. Typography and image use and manipulation in laboratorial contexts;*
- 6. Promote autonomy in research and experimentation of different visual communication grammars;*
- 7. Acquisition of graphic vocabulary in communication design practice and research;*
- 8. Implementation of project methodologies in the scope of conceptual and creative development of projects.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Parte 1: O design e a comunicação*
 - 1.1. Introdução à especificidades do Design de Comunicação, definições, âmbitos e tipologias*
 - 1.2. Abordagem introdutória a diferentes áreas e tecnologias da gramática do design de comunicação*
 - 1.3. Abordagem e reflexão sobre várias metodologias projectuais*
 - 1.4. Introdução às ferramentas informáticas (digitais) de trabalho em design gráfico*
 - 1.5. Abordagem dos princípios básicos do design gráfico*
 - 1.6. Composição, estrutura e construção da forma gráfica*
- 2. Parte 2: Forma gráfica, grafismo, tipografia*
 - 2.1. Breve História do Design e da Tipografia*
 - 2.2. O texto como valor expressivo e plástico*
 - 2.3. Classificação das várias categorias tipográficas*

2.4. Taxonomia Tipográfica**2.5. Exploração de três grandes áreas de estudo, a imagem, o texto e o espaço****4.4.5. Syllabus:****1. Part 1: Design and communication***1.1. Introduction to the specificities of Communication Design: definitions, scopes and typologies**1.2. Introductory approach to different grammar areas and technologies of communication design**1.3. Approach and reflection regarding several project methodologies**1.4. Introduction to IT (digital) tools for graphic design work**1.5. Approach to the basic principles of graphic design**1.6. Composition, structure and design of a graphic form***2. Part 2: graphic form, graphics, typography***2.1. Brief history of Design and Typography**2.2. Text as an expressive and plastic value**2.3. Classification of several typography categories**2.4. Taxonomy of Typography**2.5. Exploration of three major study areas: image, text and space***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***- Aprofundar competências em planificação e controlo de projectos; na interpretação de argumentos e retóricas associadas ao conceito Design; no aprofundamento de conhecimentos sobre estratégias da planificação, nomenclatura e estrutura do plano de projecto; nas atitudes e métodos utilizados no meio profissional; na aplicação dos factores metodológicos para o desenvolvimento projetual.**- Adopta o paradigma do desenvolvimento de competências, em contraposição ao tradicional paradigma de ensino baseado na ideia da transmissão de conhecimentos.**- Os estudantes têm um papel activo na sua formação e no desenvolvimento das suas competências e reconhecer as principais características dos tipo de letra.**- Desenvolvimento de exercícios práticos e teóricos em laboratório com vista a avaliar os conhecimentos e competências adquiridos pelo estudante nesta unidade curricular.***4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***- Deepen skills in project planning and control; in the interpretation of arguments and rhetoric associated with the concept Design; deepening knowledge about planning strategies, nomenclature and structure of the project plan; in the attitudes and methods used in the professional environment; in the application of methodological factors for project development.**- It adopts the competence development paradigm, as opposed to the traditional teaching paradigm based on the idea of knowledge transmission.**- Students take an active role in their training and in the development of their skills and recognize the main characteristics of typefaces.**- Development of practical and theoretical exercises in the laboratory (classroom) in order to assess the knowledge and skills acquired by the student in this course.***4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***1. As aulas desta unidade curricular são de natureza teórico-prática, com especial foco na exposição de conceitos, ferramentas, metodologias e técnicas orientadas para o desenvolvimento e criação de projectos gráficos.;**2. Realização de trabalhos práticos orientados à criação de projectos de Design de Comunicação, cujo software a utilizar em aula/laboratório deverá ser: Adobe Illustrator e Adobe Photoshop.;**3. Avaliação é contínua baseada na participação nas aulas (20%), na realização, apresentação e defesa dos trabalhos propostos pelo professor (50%) e por fim, avaliação por meio de prova teórica (30%).;**4. Os estudantes que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final.;**5. Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.***4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):***1. The classes of this curricular unit are of theoretical-practical nature, with a special focus on the exposure of concepts, tools, methodologies and techniques oriented to the development and creation of graphic projects.;**2. Realization of practical work oriented to the creation of Communication Design projects, whose software to be used in class / laboratory must be: Adobe Illustrator and Adobe Photoshop.;**3. Assessment is continuous based on participation in classes (20%), in the realization, presentation and defense of the works proposed by the teacher (50%) and finally, assessment through theoretical test (30%).;**4. Students who do not pass continuous assessment will be subject to final assessment.;**5. Final grade Final assessment: practical test with 100% weight in the use of the discipline.***4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***- Esta unidade curricular visa aprofundar competências em planificação e controlo de projectos; na interpretação de argumentos e retóricas associadas ao conceito Design; no aprofundamento de conhecimentos sobre estratégias da planificação, nomenclatura e estrutura do plano de projecto; nas atitudes e métodos utilizados no meio profissional; na*

aplicação dos factores metodológicos para o desenvolvimento projectual..

- Adopta o paradigma do desenvolvimento de competências, em contraposição ao tradicional paradigma de ensino baseado na ideia da transmissão de conhecimentos..

- Nesta unidade curricular, os estudantes têm um papel activo na sua formação e no desenvolvimento das suas competências..

- O desenvolvimento de exercícios em aula, são essenciais para o bom funcionamento desta unidade curricular, cuja metodologia de avaliação do estudante é contínua e faseada..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- This curricular unit aims to deepen skills in project planning and control; in the interpretation of arguments and rhetoric associated with the Design concept; in the deepening of knowledge about planning strategies, nomenclature and structure of the project plan; in the attitudes and methods used in the professional environment; in the application of methodological factors for project development..

- It adopts the paradigm of skills development, as opposed to the traditional teaching paradigm based on the idea of knowledge transmission..

- In this curricular unit, students have an active role in their training and in the development of their skills..

- The development of exercises in class are essential for the smooth functioning of this curricular unit, whose student assessment methodology is continuous and phased..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. LUPTON , Ellen (2020), *Pensar com Tipos: Guia para Designers, Escritores, e Estudantes; Edição G.G. ISBN: 9788584521661*

2. DABNER David, Vickress Abbie, Stewart Sandra (2019), *Design Gráfico, Princípios e Práticas (2ª Edição) G. Gili; ISBN: 9788584521463*

3. AMBROSE Gavin, HARRIS Paul (2017), *Typography. Edição GBLOOMSBURY PUBLISHING PLC. 9781474225281*

4. BALTAZAR, Maria João (2016), *Design Português 3 - Edições Verso da História; ISBN: 9789898657961*

5. LUPTON Ellen, Phillips Jennifer Cole (2015), *Graphic Design. The New Basics; PRINCETON ARCHITECTURAL PRESS. ISBN: 9781616893323*

6. KANE, John (2012), *Manual de Tipografia. Edições G.G.; ISBN: 9788425225123*

7. RAPOSO Daniel, COSTA, Joan (2011), *Marca, cor, identidade, sinalética. Edições Dinalivro; ISBN: 9789725765883*

8. HOLLIS, Richard (2010), *Design Gráfico. Uma História Concisa. Edições Martins Fontes; ISBN: 9788578273453*

Mapa IV - Laboratório de Imagem Digital

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Laboratório de Imagem Digital

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Digital Image Laboratory

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

60

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Mário Manuel Dominguez Silva***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. Tomar conhecimentos de base teórica sobre a representação da informação digital;
2. Conhecer e explicar as características e propriedades da imagem digital;
3. Mostrar técnica com ferramentas e técnicas de edição de imagem digital e demonstrar o seu funcionamento e aplicabilidade em âmbito de síntese, montagem e correção fotográfica;
4. Desenvolver competências na conceção de imagens vetoriais para ilustração;
5. Analisar e desconstruir exercícios e casos de estudo que exemplifiquem diferentes situações e desafios no processo de edição de imagem;
6. Saber realizar conversões entre diferentes sistemas de numeração e unidades de medida de informação digital.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. Become aware of the theoretical basis regarding the representation of digital information;
2. Understand and explain the characteristics and properties of digital image;
3. Demonstrate ability with tools and techniques of digital image editing and demonstrate its operation and applicability in the scope of photographic synthesis, assembly and correction;
4. Develop skills in the conception of vector images for illustration;
5. Analyse and deconstruct exercises and case studies that exemplify different situations and challenges in the process of image editing;
6. Know how to perform conversions between different number systems and units of measurement for digital information.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Representação da informação digital
 - 1.1. Sinais analógicos e sinais digitais
 - 1.2. Sistema de numeração binária, decimal e hexadecimal
 - 1.3. Unidades de informação digital
 - 1.4. Processo e fases de digitalização
2. Fundamentos de imagem digital
 - 2.1. O pixel, resolução e profundidade de cor
 - 2.2. Amostragem e reamostragem
 - 2.3. Modelos de cor
 - 2.4. Técnicas de compressão de imagem
 - 2.5. Canais, matiz, saturação e valor
 - 2.6. Formatos de Imagem
 - 2.7. Imagem matricial e imagem vetorial
 - 2.8. Edição, síntese e pós-produção de imagem
- 2.9. Introdução à análise e processamento aplicado de imagem digital
3. Seleções manuais, seleções assistidas e ajuste de seleções
 - 3.1. Preenchimento e ferramentas de pintura
 - 3.2. Camadas, grupos de camadas, modos de mistura e canais
 - 3.3. Métodos de edição e síntese não destrutivos
 - 3.4. Ajustes e correção de valor e cor
 - 3.5. Composição, ajuste e montagem de alta e baixa frequência
4. Imagem vetorial
 - 4.1. Técnicas de vetorização

4.4.5. Syllabus:

1. Representation of digital information
 - 1.1. Analogue signals and digital signals
 - 1.2. Binary, decimal and hexadecimal number system
 - 1.3. Units of digital information
 - 1.4. Scanning process and stages
2. Fundamentals of digital image
 - 2.1. Pixel, resolution and colour depth
 - 2.2. Sampling and resampling
 - 2.3. Colour models
 - 2.4. Image compression techniques
 - 2.5. Channels, hue, saturation and value
 - 2.6. Image formats
 - 2.7. Raster image and vector image

- 2.8. *Image editing, synthesis and post-production*
- 2.9. *Introduction to the analysis and applied processing of digital image*
- 3. *Manual selections, assisted selections and adjustment of selections*
- 3.1. *Filling and painting tools*
- 3.2. *Layers, groups of layers, blend modes and channels*
- 3.3. *Non-destructive editing and synthesis methods*
- 3.4. *Value and colour correction and adjustments*
- 3.5. *Composition, adjustment and assembly of high and low frequency*
- 4. *Vector image*
- 4.1. *Vectorization techniques*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- This curricular unit's syllabus was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would not only cover all the goals of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the time restrictions, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos, ferramentas, metodologias e técnicas orientadas primariamente à edição imagem digital matricial e vetorial;*
2. *Realização de exercícios práticos orientados à criação de elementos para comunicação multimédia;*
3. *Demonstração da resolução dos exercícios práticos com explicação detalhada sobre as técnicas e as ferramentas utilizadas para o efeito;*
4. *Visionamento de vídeos de tutoriais sobre técnicas utilizadas em contexto profissional no âmbito da edição e síntese de imagem digital;*
5. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização de exercícios e testes práticos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*
6. *Nota final avaliação contínua: 20% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 30% Teste Teórico e 50% Teste Prático;*
7. *Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical and practical classes to present concepts, tools, methodologies and techniques primarily oriented to raster and vector digital image editing.;*
2. *Practical exercises oriented to the creation of elements for multimedia communication.;*
3. *Demonstration of the resolution of practical exercises, with a detailed explanation of the techniques and tools used for that purpose.;*
4. *Tutorial videos about techniques used in a professional context, in the scope of digital image editing and synthesis.;*
5. *Continuous evaluation based on the participation in classes, exercises and practical tests. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
6. *Final grade of continuous evaluation: 20% for participation and practical exercises in classes; 30% for theoretical test and 50% for practical test.;*
7. *Final grade of final evaluation: practical test with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the goals established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *KELBY, S. (2017). The Adobe Photoshop CC Book for Digital Photographers, New Riders, 978-0134545110*
2. *MALLEY, B. (2017). Adobe Master Class: Advanced Compositing in Photoshop: Bringing the Impossible to Reality with Bret Malley, Adobe, 978-0134780108*
3. *DEWIS, G. (2014). The Photoshop Workbook: Professional Retouching and Compositing Tips, Tricks, and Techniques,*

Peachpit Press, 978-0134008462

4. *BURROUGH, X. (2013). Foundations of Digital Art and Design with the Adobe Creative Cloud, New Riders, 978-0321906373*

5. *BURGER, W. (2011). Principles of Digital Image Processing: Fundamental Techniques, Springer, 978-1848001909*

6. *WOOD, B. (2016). Adobe Illustrator CC Classroom in a Book (2017 release), Adobe Press, 978-0134663449*

Mapa IV - Indústrias da Comunicação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Indústrias da Comunicação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Communication Industries

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

100

4.4.1.5. Horas de contacto:

32

4.4.1.6. ECTS:

4

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Fábia Isabel Ortega Borges

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- 1. Conhecer o mercado e o sector da Comunicação e os seus diferentes players, designadamente estrategas, criativos, designers, copywrites, accounts e produtores;*
- 2. Conhecer o ambiente corporativo, processos, metodologias e práticas de trabalho das Indústrias da Comunicação;*
- 3. Definir o posicionamento do estudante deste Ciclo de Estudos no mercado da Comunicação, em termos de aptidões, vontades, potencialidades e limitações de cada um;*
- 4. Realizar um conjunto de iniciativas que permitirão aos alunos contactar directamente com os processos de concepção e produção de conteúdos digitais, quer através de visitas de estudo quer do contacto com especialistas das indústrias de comunicação.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Know the Communication market and sector and its different players, namely strategists, creatives, designers, copywrites, accounts and producers;*
- 2 Know the corporate environment, processes, methodologies and work practices of the Communication Industries;*
- 3 Define the positioning of the student in the Communication Market, in terms of skills, potentials and limitations of each one;*
- 4. Carry out a set of initiatives that will allow students to directly contact the processes of design and production of digital content, either through study visits or through contact with specialists in the communication industries.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Abordagem ao Sector da Comunicação Empresarial e suas Indústrias*
 - 1.1. *Comunicação Indoor: Direções, Departamentos e Gabinetes de Comunicação*
 - 1.2. *Comunicação Outdoor: Agências e Consultoras de Comunicação*
 - 1.2.1. *Outsourcers e serviços de apoio à Comunicação Empresarial*
 - 1.2.2. *Escolha e Relacionamento com as Agências e Outsourcers*
 - 1.3. *Organizações e Associações Profissionais e do Sector*
 - 1.4. *Comunicação como e comunicação para as Indústrias Criativas*
2. *Os profissionais da Comunicação – interfaces e dinâmicas de trabalho*
 - 2.1. *Fluxogramas das Indústrias da Comunicação*
 - 2.2. *Sequência das decisões de Comunicação e ativação dos diferentes profissionais do setor*
 - 2.3. *"Clusters" das indústrias da comunicação*
 - 2.4. *Processo: do briefing à avaliação*
 - 2.5. *Orçamentação e Contratação de Serviços*
 - 2.6. *Reports*

4.4.5. Syllabus:

1. *Approach to the Business Communication Sector and its Industries*
 - 1.1. *Indoor Communication: Directions, Departments and Communication Offices*
 - 1.2. *Outdoor Communication: Agencies and Consultants*
 - 1.2.1. *Outsourcers and business communication support services*
 - 1.2.2. *Choice and Relationship with Agencies and Outsourcers*
 - 1.3. *Professional and Sector Organizations and Associations*
 - 1.4. *Communication as and communication for the Creative Industries*
2. *Communication professionals - interfaces and work dynamics*
 - 2.1. *Communication Industries Flowcharts*
 - 2.2. *Sequence of communication decisions and activation of different professionals in the sector*
 - 2.3. *Communication industry clusters*
 - 2.4. *Process: from briefing to evaluation*
 - 2.5. *Budgeting and Contracting Services*
 - 2.6. *Reports*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Os conteúdos programáticos desenvolvidos estão em sintonia com os objetivos de aprendizagem, já que o estudante irá ter um primeiro contacto com o sector das Indústrias da Comunicação, ajudando a definir o seu posicionamento académico e profissional atendendo às suas valências e motivações pessoais..*
- *Pretende-se que, através do estudo de casos reais de empresas do setor, o estudante possa aperceber-se de todos os processos, metodologias e práticas de trabalho..*
- *Os alunos estarão em contacto com departamentos, gabinetes e agências das Indústrias da Comunicação, e serão ainda expostos à estrutura do curso no sentido de encontrar condições de esclarecimento sobre os percursos a tomar aquando da escolha das UC opcionais..*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *The program contents are in line with the learning objectives, since the student will have a first contact with the Communication Industries sector, helping to define his academic and professional position taking into account his personal values and motivations..*
- *It is intended that, through the study of real cases of companies in the sector, the student can become aware of all the processes, methodologies and work practices..*
- *Students will be in contact with departments, offices and agencies of the Communication Industries, and will also be exposed to the structure of the course in order to find conditions for clarifying the paths to be taken when choosing optional Curricular Units..*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos e temas associados às Indústrias da Comunicação;*
2. *Leitura complementar de textos recomendados entre as aulas e reflexão crítica em torno dos temas em discussão;*
3. *Participação individual nas atividades desenvolvidas dentro e fora sala de aulas;*
4. *Simulação de Case Studies e discussão de casos que ilustrem os temas em análise e permitam a sua aplicação prática, com processos de brainstorming e role playing;*
5. *Visitas de Estudo a departamentos, gabinetes e agências das Indústrias da Comunicação.*
6. *Avaliação contínua: baseado no envolvimento e a participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. 50% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 50% trabalho realizado fora da sala de aulas;*
7. *Avaliação Final: Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final, através de um exame escrito (100%)..*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical-practical classes to present concepts and themes associated with Communication Industries;*
2. *Complementary reading of recommended texts between classes and critical reflection around the topics under discussion;*
3. *Individual participation in activities developed inside and outside the classroom;*
4. *Simulation of Case Studies and discussion of cases that illustrate the themes under analysis and allow their practical application, with brainstorming and role playing processes;*
5. *Study visits to departments, offices and agencies of the Communication Industries.*
6. *Continuous Evaluation method: based on involvement and participation in classes, in the realization, presentation and defense of works. 50% participation in classes and resolution of exercises in the classroom, 50% work done outside the classroom;*
7. *Final Evaluation: Students who do not pass continuous assessment will be subject to final assessment, through a written exam (100%)..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *As metodologias adequam-se na íntegra aos objetivos, já que vão permitir ao estudante adquirir conhecimento teórico, ao mesmo tempo que promoverá a discussão do conteúdo aprendido..*
- *Considera-se de extrema importância que, para a correta aprendizagem e compreensão das especificidades afetas às Indústrias da Comunicação, seja proporcionado o contacto com estruturas e processos de trabalho, bem como com profissionais de relevo na área..*
- *Através da realização de trabalhos práticos de análise e reflexão, é avaliada a capacidade de trabalho e adaptação do aluno a esta Indústria..*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The methodologies are fully adapted to the objectives, since they will allow the student to acquire theoretical knowledge, while promoting the discussion of the content learned..*
- *It is considered extremely important that, for the correct learning and understanding of the specificities related to the Communication Industries, contact with work structures and processes is provided, as well as with relevant professionals in the area..*
- *Through the realization of practical work of analysis and reflection, the student's work capacity and adaptation to this Industry is assessed..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *BERNSTEIN, J. (2018) Networking Made Easy: Get Yourself Connected*
2. *CAYWOOD, C.L. (1997). The Handbook of strategic public relations and integrated communications. New York: McGraw-Hill*
3. *EUROOPA NOORED (2013) Startup Guide for Entrepreneurs in Creative Industries : E-handbook.*
4. *GRUNIG, J. (1992) Excellence in Public Relations and Communication Management, New Jersey: Lawrence Erlbaum*
5. *GUINDANI, J. F. e SILVA, M. G. (org.) (2018) Comunicação e indústria criativa. Jaguarão, RS: CLAE*
6. *LENDREVIE, J. et al (2010), Publicitor: comunicação 360° online offline, Lisboa: D Quixote*
7. *LESLY, P. (Ed.) (1997) Lesly's Handbook Of Public Relations And Communication, Contemporary Books*

Mapa IV - Teorias da Comunicação**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Teorias da Comunicação***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Communication Theories***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***HUM***4.4.1.3. Duração:***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***48*

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Tiago Filipe Neves da Cruz***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. *Identificar as principais abordagens no âmbito das Teorias da Comunicação;*
2. *Explorar os diferentes modelos de comunicação;*
3. *Conhecer o modelo semiótico de comunicação centrado na mensagem;*
4. *Explorar as diferentes teorias relacionadas com a cultura de massas.*
5. *Identificar e analisar o impacto da cultura de massas na esfera sócio-cultural.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Identify the main approaches in the scope of Theories of Communication;*
2. *Explore different communication models;*
3. *Understand the semiotic model of message-focused communication;*
4. *Explore different theories related to mass culture.*
5. *Identify and analyse the impact of mass culture in the social and cultural sphere.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução às teorias da comunicação*
2. *Modelos de comunicação*
3. *O Estruturalismo*
 - 3.1. *Oposições binárias*
 - 3.2. *Natureza e Cultura*
 - 3.3. *Mitos*
4. *A escola semiótica da Comunicação*
5. *A cultura de massas*
 - 5.1. *Da teoria hipodérmica à teoria crítica*
 - 5.2. *A construção da realidade*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction to theories of communication*
2. *Communication models*
3. *Structuralism*
 - 3.1. *Binary oppositions*
 - 3.2. *Nature and culture*
 - 3.3. *Myths*
4. *Semiotic School of Communication*
5. *Mass culture*
 - 5.1. *From hypodermic theory to critical theory*
 - 5.2. *The construction of reality*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *This curricular unit's syllabus was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would not only cover all the goals of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the time restrictions, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas Teóricas recorrendo ao método expositivo e interrogativo. Realização de testes teóricos e um trabalho de pesquisa.;*
2. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização de exercícios e testes práticos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*
3. *Nota final avaliação contínua: 20% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 30% Trabalhos Práticos e 50% Teste Teórico;*
4. *Nota final avaliação final: prova teórica com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical classes using expository and interrogative methods. Performance of theoretical tests and a research work.;*
2. *Continuous evaluation based on the participation in classes, exercises and practical tests. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
3. *Final grade of continuous evaluation: 20% for participation and practical exercises in classes; 30% for theoretical test and 50% for practical test.;*
4. *Final grade of final evaluation: theoretical test with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Tratando-se de uma unidade curricular de carácter teórico, seleccionaram-se métodos de ensino que se enquadram com os objectivos. Expôr os estudantes aos conteúdos e levá-los a um constante questionamento das matérias será a estratégia adoptada com a finalidade de alcançar os objectivos delineados.*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *Since this is a theoretical curricular unit, the teaching methods were selected according to its goals. Present syllabus to students and encourage them to constantly question the subjects will be the adopted strategy to achieve the goals established..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *CHANDLER, Daniel (2017), "Semiotics: The Basics", Routledge: London*
2. *FISKE, John (2002), "Introdução ao Estudo da Comunicação", ASA Edições: Porto*
3. *FLOCH, Jean-Marie (1993), "Semiótica, marketing y comunicación", Paidós: Barcelona*
4. *RAMONET, Ignacio (2003), "A Tirania da Comunicação", Campo das Letras: Porto*
5. *WOLF, Mauro (2002), "Teorias da Comunicação", Editorial Presença: Lisboa*
6. *CROW, David (2018). "Visible Signs: An Introduction to Semiotics in the Visual Arts". Bloomsbury Visual Arts.*

Mapa IV - Métodos e Técnicas de Investigação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Métodos e Técnicas de Investigação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Research Techniques and Methods

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

HUM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Teresa de Jesus Baptista Vieira***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. *Demonstrar compreensão de aspetos teóricos, conceptuais e metodológicos básicos presentes no processo investigação;*
2. *Organizar o processo de investigação nos seus elementos fundamentais;*
3. *Aplicar os principais instrumentos de recolha de informações no domínio da investigação, bem como interpretar os seus resultados com a finalidade de adquirir competências na obtenção de maior objetividade e rigor;*
4. *Revelar capacidade de elaboração de pequeno um projeto de investigação, fomentando capacidades de clareza, rigor, coerência e consistência na elaboração de textos académicos;*
5. *Adquirir de competências no que respeita à capacidade de exposição, argumentação e debate de ideias, demonstrando capacidade de comunicação escrita e oral.*
6. *Estruturar, de forma autónoma, o conhecimento produzido sobre um determinado tema, com vista a desenvolver competências transferíveis para trabalhos de outras áreas do conhecimento/saber.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Demonstrate understanding of basic theoretical, conceptual and methodological aspects present in the research process;*
2. *Organize the research process in its fundamental elements;*
3. *Apply the main instruments for gathering information in the field of research, as well as interpreting its results in order to acquire skills in obtaining greater objectivity and rigor;*
4. *Reveal the capacity to elaborate a small research project, fostering skills of clarity, rigor, coherence and consistency in the preparation of academic texts;*
5. *Acquire skills in terms of the ability to present, argue and debate ideas, demonstrating written and oral communication skills.*
6. *Structure, in an autonomous way, the knowledge produced on a given topic, with a view to developing transferable skills for work in other areas of knowledge.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução aos Métodos e Técnicas de Investigação Social*
 - 1.1. *Conhecimento científico e senso comum*
 - 1.2. *Ciências Sociais e Humanidades: lugar no conjunto do saber*
2. *Métodos de Investigação*
 - 2.1. *Método descritivo, correlacional, experimental, causal, histórico e estudo de caso*
3. *As etapas clássicas do trabalho de investigação científica*
 - 3.1. *A escolha do objeto de análise e pergunta de partida*
 - 3.2. *As hipóteses*
 - 3.3. *A exploração*
 - 3.4. *A construção do modelo de análise*
 - 3.5. *A análise das informações*
 - 3.6. *As conclusões*
4. *Técnicas de recolha de dados*
 - 4.1. *Entrevista, individual e de grupo; Questionário; Consulta documental; Pesquisa do material; Fontes; Investigação bibliográfica; Referência bibliográfica; Índice como instrumento de trabalho; Fichas e apontamentos*
5. *Análise de dados*
 - 5.1. *Escolha da técnica de análise de dados*
 - 5.2. *Codificação e Categorização*
 - 5.3. *Análise quantitativa vs análise qualitativa*
 - 5.4. *Análise de conteúdo*
6. *Redação/Comunicação*
7. *Apresentação Oral*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction to Social Research Methods and Techniques*
 - 1.1. *Scientific knowledge and common sense*
 - 1.2. *Social Sciences and Humanities: place in the set of knowledge*
2. *Research Methods*
 - 2.1. *Descriptive, correlational, experimental, causal, historical and case study method*
3. *The classic stages of scientific research work*
 - 3.1. *The choice of the object of analysis and starting question*
 - 3.2. *The hypotheses*
 - 3.3. *Exploration*
 - 3.4. *The construction of the analysis model*
 - 3.5. *Analysis of information*
 - 3.6. *The conclusions*
4. *Data collection techniques*
 - 4.1. *Interview, individual and group; Quiz; Documentary consultation; Material research; Sources; Bibliographic research; Bibliographic reference; Index as a working tool; Sheets and notes*
5. *Data analysis*
 - 5.1. *Choice of data analysis technique*
 - 5.2. *Coding and Categorization*
 - 5.3. *Quantitative analysis vs qualitative analysis*
 - 5.4. *Content analysis*
6. *Writing / Communication*
7. *Oral presentation*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos estão de acordo com os objetivos estabelecidos para a unidade curricular de Métodos e Técnicas de Investigação, dado que:.

- *promovem a aquisição de conhecimentos e competências relativamente ao emprego de metodologias específicas na elaboração de diferentes tipos de trabalho com carácter científico, académico e até corporativo;*
- *promovem a consciencialização do carácter relevante e complexidade das Ciências Sociais e Humanidades, bem como dos métodos e técnicas que lhes estão associados..*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus are in accordance with the objectives established for the curricular unit of Research Methods and Techniques, as:.

- *promote the acquisition of knowledge and skills regarding the use of specific methodologies in the development of different types of work with a scientific, academic and even corporate character;*
- *promote awareness of the relevant nature and complexity of Social Sciences and Humanities, as well as the methods and techniques associated with them..*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- *Partindo de um corpo de conteúdos teóricos, propõe-se que os estudantes adquiram competências ao nível da formulação de questões de investigação, constituição de hipóteses interpretativas, escolha crítica da(s) metodologia(s) mais adequada(s) para operacionalização das questões formuladas, bem como escrita e apresentação do trabalho de pesquisa.*
- *O docente será, acima de tudo, moderador e condutor de um processo de aprendizagem individual, acompanhando, supervisionando e coordenando o desenvolvimento de exercícios e trabalhos práticos.*
- *A avaliação da UC compreende a realização de um trabalho final individual, direccionado aos interesses de investigação dos alunos: documento escrito (75%) e apresentação e defesa oral (25%)..*
- *Sempre que o aluno não obtenha aproveitamento por avaliação contínua, os conhecimentos são avaliados com um projeto de investigação (50%) e um exame teórico (50%).*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

- *Considering a body of theoretical contents, it is proposed that students acquire skills in the formulation of research questions, constitution of interpretative hypotheses, critical choice of the most appropriate methodology (s) for operationalizing the formulated questions , as well as writing and presenting the research work.*
- *The teacher will be, above all, moderator and conductor of an individual learning process, monitoring, supervising and coordinating the development of exercises and practical work.*
- *The Curricular Unit evaluation includes the completion of an individual final work, directed to the students' research interests: written document (75%) and oral presentation and defense (25%).*
- *Whenever the student does not obtain continuous assessment, knowledge is evaluated with a research project (50%) and a theoretical exam (50%).*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação empírica, em contexto académico e, mais tarde, empresarial..*
- *Nesta unidade são exploradas metodologias não só de exposição e demonstração assim como de exploração e descoberta individual e em grupo , tentando recriar as atuais tendências e exigências de um profissional neste setor..*
- *Sem descuidar a exposição teórica-prática dos principais conceitos, promove-se um conjunto variado de métodos e processos de formação centrados no/a discente tendentes à consecução dos objectivos definidos, privilegiando-se uma abordagem prática e um encaminhamento para o desenvolvimento de um trabalho autónomo, com orientação de carácter formal e científica..*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The selected teaching methodology aims to ensure that students not only acquire good theoretical knowledge on the topics covered by the objectives established for this course unit, but also that students learn to carry out their empirical application, in an academic and, later, business context..*
- *In this unit, methodologies are explored not only for exposure and demonstration, but also for individual and group exploration and discovery, trying to recreate the current trends and requirements of a professional in this sector..*
- *Without neglecting the theoretical-practical exposition of the main concepts, a varied set of training methods and processes are promoted, centered on the student, with a view to achieving the defined objectives, privileging a practical approach and a direction for the development of a work autonomous, with formal and scientific guidance..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *ALBARELLO, Luc et al (1997) Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva*
2. *ALMEIDA, F J. e PINTO, J. M. (1990). A Investigação nas Ciências Sociais. Lisboa: Presença*
3. *AMADO, J. (2017) Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva.*
4. *BERGER, A. (2000) Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches. London: Sage.*
5. *CRESWELL, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Los Angeles: SAGE Publications.*
6. *MOREIRA, C. (1994) Planeamento e Estratégias da Investigação Social. Lisboa: ISCSP*
7. *OLLYER, G. e LINGSTROM, R. (1994) Business Week Guide to Multimedia Presentations. Osborne McGraw-Hill.*
8. *QUIVY, R. e CAMPENHOUDT, L. V. (2008) Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva*
9. *SOUSA, G. V. (1998) Metodologia da investigação, redacção e apresentação de trabalhos científicos. Porto: Livraria Civilização Editora.*

Mapa IV - Tecnologias Web

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Tecnologias Web

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Web Technologies

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Jaime Fins

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Saber desenvolver e modificar páginas web baseadas em HTML;*
2. *Aplicar formatação e posicionamento a páginas HTML recorrendo a CSS;*
3. *Capacidade para desenvolver, integrar e submeter formulários em páginas de internet;*
4. *Desenvolver interações ao nível do front-end recorrendo a JavaScript;*
5. *Identificar os protocolos de comunicação e respetivos portos HTTP/HTTPS;*
6. *Conhecer o workflow de um pedido HTTP tanto em contexto estático como dinâmico;*
7. *Utilizar frameworks que acelerem o desenvolvimento de páginas web.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Know how to develop and change web pages based on HTML;*
2. *Apply formatting and positioning to HTML pages using CSS;*
3. *Ability to develop, integrate and submit forms in web pages;*
4. *Develop front-end interactions using JavaScript;*
5. *Identify communication protocols and respective HTTP/HTTPS ports;*
6. *Know the workflow of an HTTP request, both in static and dynamic contexts;*
7. *Use frameworks to boost the development of web pages.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *História da World Wide Web até à Atualidade*
2. *Protocolo HTTP/HTTPS e Respetivos Portos*
3. *Diferença e Ciclo de Vida dos Pedidos Web Dinâmicos e Estáticos*
4. *HTML*
 - 4.1. *Estrutura de uma página HTML (tags)*
 - 4.2. *Hiperligações*
 - 4.3. *Conteúdos multimédia*
 - 4.4. *Listas e tabelas*
 - 4.5. *Tabelas*
 - 4.6. *Formulários*
5. *CSS*
 - 5.1. *Formatação*
 - 5.2. *Posicionamento*
 - 5.3. *Sobreposição*
6. *JavaScript*
 - 6.1. *DOM*
 - 6.2. *Tipos de dados e variáveis*
 - 6.3. *Condições*
 - 6.4. *Ciclos*
 - 6.5. *Funções*
7. *Frameworks Frontend*
 - 7.1. *Bootstrap*
 - 7.2. *Foundation*
 - 7.3. *jQuery*

4.4.5. Syllabus:

1. *History of the World Wide Web until today*
2. *HTTP/HTTPS protocol and respective ports*
3. *Difference and life cycle of dynamic and static web requests*
4. *HTML*
 - 4.1. *Structure of an HTML page (tags)*
 - 4.2. *Hyperlinks*
 - 4.3. *Multimedia content*
 - 4.4. *Lists and tables*
 - 4.5. *Tables*
 - 4.6. *Forms*
5. *CSS*
 - 5.1. *Formatting*

- 5.2. Positioning
- 5.3. Overlay
- 6. JavaScript
- 6.1. DOM
- 6.2. Types of data and variables
- 6.3. Conditions
- 6.4. Cycles
- 6.5. Functions
- 7. Front-end Frameworks
- 7.1. Bootstrap
- 7.2. Foundation
- 7.3. jQuery

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- This curricular unit's syllabus was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would not only cover all the goals of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the time restrictions, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. A unidade curricular funcionará num ambiente teórico/prático e de experimentação, com a execução de pequenos exercícios onde se abrange cada um dos tópicos.;
2. Exposição teórica dos conceitos essenciais sobre tecnologias e práticas utilizadas no desenvolvimento web atual.;
3. Realização exercícios teóricos e práticos em aula baseados nos conhecimentos previamente adquiridos;
4. Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização de exercícios, bem como provas práticas e teóricas. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;
5. Nota final avaliação contínua: 20% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 80 % na realização de dois testes práticos em períodos distintos (40%+40%);
6. Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. The curricular unit will take place in a theoretical/practical and experimental environment, with small exercises that will cover each one of the topics.;
2. Theoretical presentation of the core concepts on technologies and practices used in current web development.;
3. Theoretical and practical exercises performed in class, based on previously acquired knowledge.;
4. Continuous evaluation based on the participation in classes, exercises and practical and theoretical tests. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;
5. Final grade of continuous evaluation: 20% for participation and practical exercises in classes; 80% for two practical tests in different moments (40% + 40%).;
6. Final grade of final evaluation: practical test with a 100% weight in the final grade..

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquiram um bom conhecimento teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que aprendam a sua aplicação prática.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the goals established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. Haverbeke, M. (2018). *Eloquent JavaScript*, No Starch Press, 978-1593279509
2. Purewal, S. (2014). *Learning Web App Development*, O'Reilly, 978-1-449-37019-0
3. Budd, A., Björklund, E. (2016). *CSS Mastery*, Apress, 978-1-4302-5864-3.
4. Boehm A., Ruvalcaba Z. (2018). *Murach's HTML5 and CSS3 4th Edition*, Mike Murach & Associates, 978-1943872268.

Mapa IV - Metodologias em Design**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Metodologias em Design***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Design Methodologies***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***DES***4.4.1.3. Duração:***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***48***4.4.1.5. Horas de contacto:***125***4.4.1.6. ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Vitor Manuel Tavares Teixeira***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- 1. Implementação de metodologias projectuais no âmbito do desenvolvimento conceptual e criativo dos projetos;*
- 2. Interpretar argumentações e retóricas associadas ao conceito 'design';*
- 3. Explorar a gramática do design de comunicação;*
- 4. Aprender metodologias de investigação em design num contexto teórico-prático;*
- 5. Identificar atitudes e métodos utilizados no meio projetual, incluindo as colaborativas;*
- 6. Adequar os objetivos estéticos do design às possibilidades metodológicas, técnicas e produtivas, da produção gráfica, recorrendo nomeadamente às ferramentas informáticas adequadas;*
- 7. Desenvolver raciocínio e estimulação criativa em projeto, consubstanciado na história da comunicação visual e na praxis do design gráfico contemporâneo;*
- 8. Desenvolver a capacidade de pensamento crítico relativamente às diferentes perspetivas de Design, o seu papel na sociedade e tangências.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Implementation of project methodologies in the scope of conceptual and creative development of projects;*
- 2. Analyse arguments and rhetoric related to the concepts of "design";*
- 3. Explore the communication design grammar;*
- 4. Learn design research methodologies in a theoretical-practical context;*
- 5. Identify attitudes and methods used in projects, including collaboration;*
- 6. Adapt the aesthetic design goals to methodological, technical and productive possibilities of graphic production, namely using appropriate IT tools;*
- 7. Develop creative thinking and stimulation in project, embodied in the history of visual communication and the praxis of contemporary graphic design;*
- 8. Develop the capacity of critical thinking regarding the different perspectives of Design, its role in society and tangents.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Parte 1: metodologia projetual e composição gráfica*
 - 1.1. *Definição de metodologias projectuais para potenciar a composição gráfica: relação entre conceito, imagem e texto*
 - 1.2. *Aplicação de metodologias de Design Thinking*
 - 1.3. *Abordagem e reflexão sobre várias metodologias projectuais*
 - 1.4. *Composição, estrutura e construção da forma gráfica*
2. *Parte 2: metodologia projetual e linguagem gráfica*
 - 2.1. *Implementação de metodologia projetual adequada ao processo criativo*
 - 2.2. *Potenciar a exploração e análise da linguagem gráfica: imagem, cor e texto*
 - 2.3. *Consolidação do uso das ferramentas informáticas de trabalho em design gráfico*
 - 2.4. *O texto como valor expressivo e plástico*
 - 2.5. *Reflectir sobre as principais funções do design na sua componente didáctica*
 - 2.6. *Aprender a relevância da metodologia projetual e da linguagem gráfica no processo criativo dos trabalhos*

4.4.5. Syllabus:

1. *Part 1: project methodology and graphic composition*
 - 1.1. *Definition of project methodologies to enhance graphic composition: relation between concept, image and text*
 - 1.2. *Methodologies of Design Thinking applied to the creative process dynamics*
 - 1.3. *Approach and reflection regarding several project methodologies*
 - 1.4. *Composition, structure and design of a graphic form*
2. *Part 2: project methodology and graphic language*
 - 2.1. *Implementation of a project methodology appropriate for the creative process*
 - 2.2. *Enhance the exploration and analysis of graphic language: image, colour and text*
 - 2.3. *Consolidation of the use of IT tools for graphic design work*
 - 2.4. *Text as an expressive and plastic value*
 - 2.5. *Reflect on the main functions of design in its didactic component*
 - 2.6. *Apprehend the relevance of design methodology and graphic language in the creative process of the works*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Prevê-se que o estudante desenvolva capacidade de pensamento crítico relativamente às diferentes perspectivas de trabalho em metodologias de Design.*
- *Propõe-se ao estudante aprofundar competências em metodologia, planificação e controlo dos projetos; Propõe atmbém aprofundar conhecimentos sobre estratégias de planificação, nomenclatura e estrutura do plano do projeto.*
- *Os estudantes nesta UC têm um papel activo na sua formação e no desenvolvimento das suas competências..*
- *Propõe-se o desenvolvimento de exercícios práticos (sendo os mesmos cruciais para o bom funcionamento desta UC), assente numa metodologia de trabalho em design previamente definida.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *It is expected that the student develops critical thinking skills regarding different work perspectives in Design methodologies.*
- *It is proposed to the student to deepen skills in methodology, planning and control of projects; It also proposes to deepen knowledge about planning strategies, the number and structure of the project plan.*
- *Students in this CU have an active role in their training and in the development of their skills.*
- *It is proposed to develop practical exercises (which are crucial for the proper functioning of this CU), based on a previously defined design work methodology.*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas são de carácter teórico-prático, com abordagem de conceitos, de referências autorais de Design, de ferramentas/tecnologias e de técnicas orientadas para o desenvolvimento do processo criativo e materialização dos trabalhos;*
2. *Realização de trabalhos práticos orientados à criação de projectos de Design de Comunicação;*
3. *Avaliação é contínua baseada na participação nas aulas (20%), na realização, apresentação e defesa dos trabalhos propostos pelo professor (50%) e por fim, avaliação por meio de prova teórica (30%).;*
4. *Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Classes are theoretical and practical, with concepts, authorial references of Design, tools / technologies and techniques oriented to the development of the creative process and materialization of the works.;*
2. *Realization of practical work oriented to the creation of Communication Design projects;*
3. *Assessment is continuous based on participation in classes (20%), in the realization, presentation and defense of the works proposed by the teacher (50%) and finally, assessment through theoretical test (30%).;*
4. *Final grade Final evaluation: practical test with 100% weight in the use of the discipline.*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimento teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.
- Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos alunos reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde que estes irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.
- Prevê-se nesta UC que o aluno possua capacidade de autonomia no âmbito do processo criativo com vista a aplicar e desenvolver as suas ideias nos projetos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application.
- Some autonomous work by the students is expected to be done in class, because it is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the acquired theoretical and technical knowledge.
- It is foreseen in this UC that the student has the capacity of autonomy in the scope of the creative process in order to apply and develop his ideas in the projects.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. LUPTON , Ellen (2020), *Pensar com Tipos: Guia para Designers, Escritores, e Estudantes*; Edição G.G. ISBN: 9788584521661
2. DABNER David, Vickress Abbie, Stewart Sandra (2019), *Design Gráfico, Princípios e Práticas (2ª Edição)* G. Gili; ISBN: 9788584521463
3. AMBROSE Gavin, HARRIS Paul (2017), *Typography*. Edição GBLOOMSBURY PUBLISHING PLC. 9781474225281
4. BALTAZAR, Maria João (2016), *Design Português 3 - Edições Verso da História*; ISBN: 9789898657961
5. LUPTON Ellen, Phillips Jennifer Cole (2015), *Graphic Design. The New Basics*; PRINCETON ARCHITECTURAL PRESS. ISBN: 9781616893323
6. KARJALUOTO, Eric (2013) *The Design Method; New Riders*; ISBN: 9780321928849
7. ESKILSON, Stephen J. (2019). *Graphic Design: A History (third edition)*. Laurence King Publishing. ISBN: 9781786273970

Mapa IV - Copywrite e Escrita Comercial

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Copywrite e Escrita Comercial

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Copywrite and Commercial Writing

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

100

4.4.1.5. Horas de contacto:

32

4.4.1.6. ECTS:

4

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Fábia Isabel Ortega Borges***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. *Desenvolver técnicas de escrita comercial, ajustadas a diferentes plataformas de comunicação organizacional, com a intenção de vender ideias, marcas, produtos e serviços;*
2. *Reconhecer a necessidade de briefing de copywrite no âmbito de uma campanha publicitária;*
3. *Desenvolver competências, estratégias e técnicas no domínio da escrita comercial;*
4. *Enquadrar o copywrite nas estratégias de Marketing de Conteúdo para a web e redes sociais.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Develop business writing techniques, adapted to different organizational communication platforms, with the intention of selling ideas, brands, products and services.;*
2. *Recognize the need of a copywrite briefing as part of an advertising campaign.;*
3. *Develop business writing skills, strategies and techniques.;*
4. *Frame copywrite in Content Marketing strategies for web and social networks..*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Escrever para Vender*
 - 1.1. *Persuasão*
 - 1.2. *Call-to-Action*
 - 1.3. *Copywriting e Neuromarketing*
2. *Estratégias de Marketing de Conteúdo*
 - 2.1. *Do Discurso ao Diálogo*
 - 2.2. *Da Redação ao Conteúdo*
 - 2.3. *Soundbites, Headlines, Slogans e Texto Publicitário*
3. *Planeamento do Marketing de Conteúdo*
 - 3.1. *Auditoria e inventário de conteúdo*
 - 3.2. *Calendarização editorial*
 - 3.3. *Produção e mensuração de resultados*

4.4.5. Syllabus:

1. *Write to Sell*
 - 1.1. *Persuasion*
 - 1.2. *Call-to-action*
 - 1.3. *Copywriting and Neuromarketing*
2. *Content Marketing Strategies*
 - 2.1. *From Speech to Dialogue*
 - 2.2. *From Writing to Content*
 - 2.3. *Soundbites, Headlines, Slogans and Text Advertising*
3. *Content Marketing Planning*
 - 3.1. *Content Auditing and Inventory*
 - 3.2. *Editorial Calendar*
 - 3.3. *Production and measurement of results*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Os conteúdos programáticos visam essencialmente desenvolver competências, estratégias e técnicas no domínio da escrita comercial. Enquadrada numa estratégia de campanha publicitária e/ou de marketing de conteúdo, pretende-se que o programa da UC explore várias aplicações do copywrite, ajustados ao perfil dos alunos..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus aims essentially to develop skills, strategies and techniques in the field of commercial writing. As part of an advertising campaign and / or content marketing strategy, the UC program is intended to explore various copywrite applications tailored to the student profile..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas assumirão caráter oficial, privilegiando-se os exercícios de copywrite, no âmbito de campanhas de marcas, produtos e serviços case-study. Os diferentes conteúdos programáticos serão apresentados com recurso a texto de apoio e a análise de campanhas reais, que merecerão a reflexão dos alunos: Comentário de textos, com vista a destacar estratégias e técnicas no âmbito da escrita comercial

Exercícios orientados de copywriting

Simulação da apresentação de projetos de copywrite para campanhas publicitárias e marketing de conteúdo

Os alunos serão avaliados através de uma prova escrita (30%), o portefólio de trabalhos produzidos no decorrer do semestre (20%) e um trabalho-projeto de copywrite desenvolvido para uma campanha case study (50%).

Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The classes will take on an officinal approach, focusing on copywrite exercises, within the scope of brand-name campaigns, products and case-study services. The different syllabus will be presented using support text and analysis of real campaigns, which will deserve the students' reflection:

Commentary on texts, with a view to highlighting strategies and techniques in the field of commercial writing

Guided copywriting exercises

Copywrite project presentation simulation for advertising campaigns and content marketing

Students will be assessed through a written test (30%), a portfolio of papers produced during the semester (20%) and a copywrite project work developed for a case study campaign (50%).

Final grade final evaluation: practical test with 100% weight in the course.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- O desenvolvimento de competências, estratégias e técnicas no domínio do copywriting passa necessariamente pelo carácter oficinal da unidade curricular, privilegiando-se os exercícios orientados de escrita comercial e produção de conteúdos, bem como a análise e reflexão sobre campanhas publicitárias e projetos de marketing de conteúdo, numa dimensão de simulação profissional..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The development of skills, strategies and techniques in the field of copywriting necessarily involves the workshop character of the curricular unit, favoring the oriented exercises of commercial writing and content production, as well as the analysis and reflection on advertising campaigns and content marketing projects in a dimension of professional simulation..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. Albrighton, T. (2018) *Copywriting Made Simple. How To Write Powerful And Persuasive Copy That Sells*, Troubador Publishing, ISBN: 9781789013641
2. Applegate, E. (2015) *Strategic Copywriting. How To Create Effective Advertising*, Rowman & Littlefield, ISBN: 9781442244078
3. Ashton, R. (2012) *Copywriting In A Week. Be A Great Copywriter In Seven Simple Steps*. Hodder & Stoughton General Division, ISBN: 9781473609419
4. Gettins, D. (2006) *How To Write Great Copy. Learn The Unwritten Rules Of Copywriting*, Kogan Page, ISBN: 9780749448622
5. Iezzi, T. (2016) *Idea Writers. Copywriting in A New Media And Marketing Era*. Palgrave Macmillan US, ISBN: 9781137510440
6. Marcel, M. (2019) *Effective Copywriting Strategy-For Money & Sales*, Clever Gizmos LLC, ISBN: 9781733328746
7. Quinn, P. (2016) *Secrets of Successful Copywriting*, Elsevier Science, ISBN: 9781483163987

Mapa IV - Fundamentos do Marketing**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Fundamentos do Marketing

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Marketing Fundamentals

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Fabiana Lopes Coelho***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. *Identificar, descrever e aplicar os princípios fundamentais do marketing;*
2. *Conhecer o processo de marketing, objetivos e principais estratégias;*
3. *Compreender o mercado e os seus consumidores;*
4. *Desenvolver uma estratégia orientada para o consumidor.*
5. *Conhecer as novas tendências do marketing.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Identify, describe and apply the basic principles of marketing;*
2. *Understand the process of marketing, objectives and main strategies;*
3. *Understand the market and its consumers;*
4. *Develop a consumer-oriented strategy.*
5. *Understand the new marketing trends.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução ao marketing*
2. *História e teoria do marketing*
3. *O comportamento do consumidor e o processo de compra*
4. *Segmentação, Targeting, Posicionamento*
5. *Relacionamento com o consumidor (CRM)*
6. *Branding e desenvolvimento do produto*
7. *As variáveis do marketing: produto, preço, distribuição, segmentação*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction to marketing*
2. *History and theory of marketing*
3. *The consumer behaviour and the purchase process*
4. *Segmentation, targeting and positioning*
5. *Consumer relationship (CRM)*
6. *Branding and product development*
7. *Marketing variables: product, price, distribution and segmentation*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus of the curricular unit was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which not only would cover all of the objectives of the curricular unit but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the restrictions of time, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos relativos a fundamentos teóricos, conceptuais e caracterizadores ligados ao marketing assim como à sua história, origens, propósitos e tendências;*
2. *Realização de trabalhos de investigação, análise e reflexão em formato de caso de estudo e apresentações orais;*
3. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*
4. *Nota final avaliação contínua: 40% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 60% Teste.*
5. *Nota final avaliação final: prova teórica com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical and practical classes to present the concepts related to theoretical, conceptual and characterising fundamentals related to marketing as well as to its history, origin, purposes and trends.;*
2. *Research, analysis and reflection works as case studies and oral presentations.;*
3. *Continuous evaluation, through the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works. Students who do not obtain approval in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
4. *Final grade of continuous evaluation: 40% for participation and practical exercises in classes; 60% for written test..*
5. *Final grade of final evaluation: theoretical test with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A componente teórica será trabalhada através do método expositivo onde serão apresentados os principais tópicos relativos aos fundamentos do marketing. O método interrogativo será utilizado para verificar a transmissão de conhecimentos e levar o estudante a questionar os conceitos transmitidos e a aplicação dos mesmos na realidade cultural que nos rodeia. Ao nível da componente prática, serão utilizados os métodos demonstrativo e activo onde o estudante irá proceder a ações de interpretação e dissertação de conceitos alusivos ao marketing de forma abstrata ou aplicada a casos de estudo..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The theoretical part will be lectured using an expositive method to present marketing fundamentals. The interrogative method will be used to verify the correct knowledge assimilation, leading the student to make assumptions about the nature of its surrounding cultural and economical landscape. Regarding the practical component, students will be asked to perform research tasks followed by synthesis and dissertation assignments either in an abstract form or applied to specific case studies..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *BLYTHE, Jim e Martin, Jane (2019); "Essentials of Marketing", 19a edição, Pearson*
2. *ETZEL, Michael; Walker, Bruce e Stanton, William (2007); "Marketing", 14a edição, McGraw Hill*
3. *KOTLER, Philip e Armstrong, Gary, (2018) "Principles of Marketing", 17a Edição, Pearson.*
4. *KOTLER, Philip e Keller, Kevin Lane (2019); "Administração de Marketing", 15a edição, Pearson Education.*
5. *LENDREVIE, Jacques; Lévy, Julien; Dionísio, Pedro; Rodrigues, Joaquim; (2015); "Mercator da Língua Portuguesa – Teoria e prática do marketing"; 16a edição, Dom Quixote*
6. *Rodrigues, M. et Al (2015). Fundamentos de Marketing. Edições Sílabo. 978-9726188124*
7. *Russell, E. (2017). The Fundamentals of Marketing. AVA Publishing. 978-2940373727*

Mapa IV - Comunicação Organizacional**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Comunicação Organizacional

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Organizational Communication

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CE

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Fábia Isabel Ortega Borges***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. *A UC de Comunicação Corporativa apresenta aos alunos as diferentes dimensões da Comunicação Organizacional e reforça a necessidade da sua gestão estratégica através de Planos de Comunicação que sustentem a sua operacionalização, baseados no sincretismo de diferentes fluxos e processos de comunicação e respetivas plataformas.;*
2. *Ao abordar conceitos de Identidade e Cultura Corporativa, os alunos reconhecem os elementos distintivos de uma organização, que devem estar na base do discurso corporativo.;*
3. *É ainda fundamental que os alunos compreendam a importância da Reputação Corporativa, enquanto ativo intangível das organizações, sendo a Comunicação Corporativa um contributo fundamental para um eficaz processo relacional com diferentes stakeholders.;*
4. *Por fim, a UC deve capacitar os alunos para o desenvolvimento de um Plano de Comunicação Corporativa, que reflita os conhecimentos adquiridos no decorrer do semestre..*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *The Corporate Communication CU presents students with different dimensions of Organisational Communication and reinforces the need for its strategic management through Communication Plans that support its operationalisation, based on the syncretism of different communication flows and processes, and its respective platforms.;*
2. *By addressing concepts of Corporate Identity and Culture, students recognise the distinctive elements of an organisation, which should be the basis of corporate discourse.;*
3. *It is also essential that students understand the importance of Corporate Reputation, as an intangible asset for organisations, and Corporate Communication as a fundamental contribution to an efficient relational process with different stakeholders.;*
4. *Finally, the CU should enable students to develop a Corporate Communication Plan, which reflects the knowledge acquired during the semester..*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Identidade e Cultura Corporativa*
 - 1.1. *O DNA corporativo e suas manifestações através do comportamento, cultura e personalidade*
 - 1.2. *Convergência da Identidade, Cultura e Comunicação*
2. *Gestão da Comunicação Corporativa*
 - 2.1. *Comunicação Integrada e articulação das diferentes dimensões da Comunicação Corporativa: Comunicação Interna, Institucional e de Marketing*
 - 2.2. *A comunicação enquadrada numa abordagem sistémico-contingencial de gestão do relacionamento da organização com os seus diferentes stakeholders*
 - 2.3. *Planos de Comunicação Corporativa sustentados na articulação e convergência de owned, paid, earned e shared media*
3. *Reputação e Ativos Intangíveis*
 - 3.1. *Componentes da Reputação Corporativa*
 - 3.2. *Auditoria e Gestão da Reputação Corporativa*
4. *Planos de Comunicação Corporativa*
 - 4.1. *Auditoria e definição de objetivos de Comunicação, alinhados com a Estratégia Corporativa*
 - 4.2. *Cronograma de Ações, Calendarização e Orçamentação*
 - 4.3. *Monitorização, Controlo e Avaliação*

4.4.5. Syllabus:

1. Corporate Identity and Culture

1.1. Corporate DNA and its manifestations through corporate behaviour, culture and personality

1.2. Convergence of identity, culture and communication

2. Corporate Communication Management

2.1. Integrated communication and articulation of different dimensions of Corporate Communication: Internal, Institutional and Marketing Communication

2.2. Corporate Communication framed in a systemic and contingency approach of the organisational relationship management with its different stakeholders

2.3. Corporate Communication Plans supported by the articulation and convergence of owned, paid, earned and shared media

3. Reputation and intangible assets

3.1. Corporate Reputation components

3.2. Corporate Reputation Audit and Management

4. Corporate Communication Plans

4.1. Audit and definition of communication goals in line with the Corporate Strategy

4.2. Action chronogram, scheduling and budgeting

4.3. Monitoring, control and evaluation

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Os conteúdos programáticos da UC compreendem a necessidade de reflexão sobre temas fundamentais da Gestão da Comunicação Corporativa, como a Identidade e Cultura Organizacional, a Imagem e, finalmente, a Reputação..

- Os alunos associarão o Design da Comunicação Organizacional à representação da sua Identidade e Cultura, paradigma essencial num mundo globalizado, em que as organizações competem num mercado transnacional, sujeitas a um benchmarking permanente que dissemina boas práticas, mas onde muitas vezes não se reflete nos constrangimentos da sua aplicação..

- Neste sentido, a UC proporciona conhecimentos e competências que possibilitam que os alunos compreendam a necessidade de gerir de forma articulada a identidade da organização (quem é), a sua cultura (como atua) e os seus processos comunicativos (o que diz), afirmando junto dos seus stakeholders os seus atributos únicos, singulares e irrepetíveis..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The CU syllabus embraces the need for reflection regarding essential themes of Corporate Communication Management, such as Organisational Identity and Culture, Image and Reputation..

- Students will associate Organisational Communication Design with the representation of its Identity and Culture, an essential paradigm in a globalised world, in which organisations compete in a translational environment, subject to permanent benchmarking that disseminates good practices, but which is not often reflected in the constraints of each application..

- Therefore, this CU provides knowledge and competences that allow students to understand the need to articulately manage organisation identity (who it is), its culture (how it acts), and its communication processes (what it says), stating to its stakeholders its unique, singular and unrepeatable attributes..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. As metodologias de ensino contemplam sessões teórico-práticas de exposição dos conteúdos por parte do docente e a participação dos alunos na discussão teórico-conceitual dos conteúdos programáticos.;

2. Paralelamente, os alunos são convidados a refletir sobre desafios e problemas de Comunicação Organizacional, que possam ser analisados e/ou desenvolvidos pelos alunos em contexto de aula, simulando o trabalho de um Departamento de Comunicação.;

3. Os alunos são permanentemente avaliados pela sua participação e envolvimento ativo em diferentes atividades propostas pelo docente, designadamente trabalhos individuais e em grupo (4 trabalhos com 25% cada), desenvolvidos ou não no contexto de aula, onde aplicam conceitos da UC a case studies que contemplam situações reais.;

4. No seguimento deste propósito, também os alunos abrangidos pela Avaliação Final realizam uma prova prática (50%), em complemento à aferição dos seus conhecimentos teórico-conceituais num exame final (50%)..

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. The teaching methodologies include theoretical-practical expository sessions of the syllabus by the teacher and the participation of students in its theoretical and conceptual debate.;

2. Simultaneously, students are invited to reflect on challenges and issues of Organizational Communication that can be analysed and/or developed by them in class, through simulation of work in a Communication Department.;

3. Students are permanently evaluated by their participation and active involvement in the different activities proposed by the teacher, namely individual and group works (4 assignments representing 25% of the final grade each), developed in the context of class or not, where the CU concepts are applied to case studies that preferably include real companies and brands.;

4. Following this goal, students included in final evaluation will also perform a practical test (50%), as a complement to the assessment of their theoretical and conceptual knowledge in a final exam (50%)..

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino pretende garantir que os alunos não só apreendem os conteúdos teóricos dos temas abrangidos neste Ciclo de Estudos e traduzidos no programa desta UC, como adquirem competências para a sua aplicação prática, cumprindo os objetivos de aprendizagem..
- Ao serem permanentemente analisados case studies que evidenciem os temas de cada tópico e a sua aplicação às dinâmicas organizacionais, proporcionam-se momentos de análise e reflexão relativamente ao enquadramento dos temas em circunstâncias reais, em contexto corporativo..
- A avaliação contínua é concretizada ao longo do semestre, de forma quantitativa e qualitativa, proporcionando-se aos alunos informação que lhes permita adequar o seu desempenho aos objetivos da UC..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the goals established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application..
- By permanently analyzing case studies that highlight the themes of each topic and their application to organizational dynamics, they provide moments of analysis and reflection regarding the framing of the themes in real circumstances, in a corporate context..
- Continuous assessment is carried out throughout the semester, in a quantitative and qualitative manner, providing students with information that allows them to adapt their performance to the objectives of the course..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. ALMANSA, A. (2010) *Assessorias de Comunicação, Difusão*
2. ARGENTI, P. (2011) *Comunicação Empresarial: a construção da identidade, imagem e reputação, Elsevier*
3. CAETANO, J.; RASQUILHA, L. (2007) *Gestão e Planeamento de Comunicação. Quimera*
4. CORNELISSEN, J. (2017) *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice, SAGE*
5. DOWLING, G. (2002) *Creating corporate reputations: identity, image, and performance. Oxford*
6. FLATLEY, M. et al (2015) *Comunicação empresarial. McGraw Hill*
7. HATCH, M. (2008) *Yaking brand initiative: how companies can align strategy culture, and identity through corporate branding. Jossey-Bass*
8. LANGHAM, T. (2018) *Reputation Management: The Future of Corporate Communications and Public Relations, Emerald Publishing*
9. PADAMO, C. & OLIVEIRA, E. et al (2015). *Relações Públicas e Comunicação Organizacional. Desafios da Globalização. Escolar Editora*
10. VILLAFÑE, J. (2004) *La Buena Reputación, claves del valor intangible de las empresas, Pirámide*

Mapa IV - Produção Audiovisual

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Produção Audiovisual

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Audiovisual Production

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

60

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Sara Eduarda Silva Cruz***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

1. *Compreender a linguagem e os modos de expressão característicos do audiovisual;*
2. *Construir um olhar crítico e competências analíticas no visionamento de cinema;*
3. *Adquirir competências essenciais a nível conceptual no formato da curta-metragem;*
4. *Obter sólidos conhecimentos no manuseamento da câmara de Vídeo Digital e DSLR;*
5. *Aprender e aplicar princípios de montagem e edição de vídeo;*
6. *Introduzir à sonoplastia.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Understand the language and expression modes typical of audiovisual;*
2. *Build a critical perspective and analytical competences regarding cinema;*
3. *Acquire essential competences at the conceptual level in short film format;*
4. *Acquire solid knowledge to handle digital video cameras and DSLR;*
5. *Learn and apply the principles of video editing;*
6. *Introduction to sound design.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Linguagem audiovisual: composição, enquadramentos e planos.*
 - 1.1. *Teoria e linguagem da iluminação e direção de fotografia.*
 - 1.2. *Ótica e objetivas.*
 - 1.3. *Diafragma e exposição.*
2. *Tecnologia das câmaras de vídeo profissionais*
 - 2.1. *Formatos de gravação*
 - 2.2. *câmaras e acessórios*
- 2.3. *Setup da câmara: alimentação, “brancos”, backfocus, áudio, tripé.*
3. *Vídeo digital. Normas, formatos e codecs. Ligações.*
4. *Propriedades do som.*
 - 4.1. *Tipologia de microfones e seu uso.*
 - 4.2. *Monitores.*
 - 4.3. *Ligações, cabos, sincronismos e manutenção.*
 - 4.4. *Mistura de som para imagem.*
5. *Gravação áudio em vídeo:*
 - 5.1. *Formatos*
 - 5.2. *Gravação direta na câmara, com mixer e gravação independente.*
6. *Teorias e princípios da montagem*
 - 6.1. *Tempo, dramaturgia e ritmo*
 - 6.2. *Espaço e tempo sonoros.*
 - 6.3. *Práticas de edição: do rough cut até à montagem final.*
 - 6.4. *Correcção de cor e sonorização.*

4.4.5. Syllabus:

1. *Audiovisual language: composition, frames and plans*
 - 1.1. *Lighting theory and language and photography direction*
 - 1.2. *Optics and lenses*
 - 1.3. *Diaphragm and exposure*
2. *Professional video camera technologies*
 - 2.1. *Recording formats*
 - 2.2. *Cameras and accessories*
 - 2.3. *Camera setup: power, “whites”, back focus, audio, tripod*
3. *Digital video Standards, formats and codecs Connections*
4. *Sound properties*
 - 4.1. *Types of microphones and their uses*
 - 4.2. *Monitors*
 - 4.3. *Connections, cables, synchronisms and maintenance*
 - 4.4. *Sound mixing for image*
5. *Video audio recording:*
 - 5.1. *Formats*
 - 5.2. *Direct camera recording with mixer and independent recording*

6. *Editing theories and principles*
- 6.1. *Time, drama and rhythm*
- 6.2. *Sound space and time*
- 6.3. *Editing practices: from rough cut to final editing*
- 6.4. *Colour correction and sound track*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- This curricular unit's syllabus was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would not only cover all the goals of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the time restrictions, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos, ferramentas, metodologias e técnicas orientadas primariamente ao Audiovisual;*
2. *Aulas práticas de aprendizagem da ferramenta de software Adobe Premiere;*
3. *Recurso a materiais pedagógicos complementares: artigos; links para sites; tutoriais realizados pela docente de suporte às técnicas aprendidas;*
4. *Recurso ao computador, em espaço de aula, para resolução de exercícios e para acompanhamento da exposição da matéria;*
5. *Aulas práticas de acompanhamento dos trabalhos;*
6. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*
7. *Realização de dois trabalhos: trabalho 1 (30%) + trabalho 2 (70%).;*
8. *Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical and practical classes to present concepts, tools, methodologies and techniques primarily oriented to audiovisual;*
2. *Practical classes to learn how to use Adobe Premiere software;*
3. *Use of complementary pedagogical materials: articles; links to websites; tutorials prepared by the teacher to support the techniques taught;*
4. *Use of computer in the classroom, to solve exercises and follow the presentation of the syllabus;*
5. *Practical classes to follow the works;*
6. *Continuous evaluation based on the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
7. *Development of two works: work 1 (30%) + work 2 (70%).;*
8. *Final grade Final evaluation: practical test with 100% weight in the use of the discipline.*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.
- Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos alunos reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde que estes irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application.
- Some autonomous work by the students is expected to be done in class, because it is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the acquired theoretical and technical knowledge.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *ADAMS, M. (1995). Single-Camera Video: The Creative Challenge, William C Brown Pub, 978-0697097606*
2. *Arijon, Daniel (1991) - Grammar of the Film Language. Silman-James Pr*

3. JAGO, M. (2017). *Adobe Premiere Pro CC Classroom in a Book*, Adobe, 978-0134665313
4. Brown, Blain (2018). *Motion Picture and Video Lighting*, Focal Press
5. Brown, Blain (2016) - *Cinematography, Theory and Practice*. Focal Press
6. Dancyger, Ken (2002) - *The Technique of Film and Video Editing*. Focal Press
7. Katz, Steven D. (2019), *Film directing Shot by Shot*, Studio City, CA: Michael Wiese,
8. Vineyard, Jeremy (2008), *Setting Up Your Shots*, Michael Wiese Productions

Mapa IV - Design de Comunicação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Design de Comunicação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Communication Design

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

DES

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

60

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Vitor Manuel Tavares Teixeira

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Explorar a gramática do design de comunicação;*
2. *Desenvolver a compreensão dos diferentes processos criativos, quer do ponto de vista conceptual como prático;*
3. *Reconhecer o potencial da imagem como meio de comunicação;*
4. *Desenvolver a capacidade de análise de propostas de design e identificar os meios mais adequados através de metodologias de Design Thinking;*
5. *Desenvolver a capacidade de pensamento crítico e argumentativo;*
6. *Desenvolver raciocínio e estimulação criativa em projeto utilizando diferentes meios de comunicação de forma integrada e bem sucedidos..*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Explore the communication design grammar;*
2. *Develop the understanding of different creative processes, both from the conceptual and practical points of view;*
3. *Recognise the potential of image as a means of communication;*
4. *Develop the ability to analyse design proposals and identify the most appropriate means through Design Thinking methodologies;*
5. *Develop the ability of critical and argumentative thinking;*

6. Develop reasoning and creative stimulation in a project using different means of communication in an integrated and successful way..

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Composição e narrativa gráfica

- 1.1. Desenvolver técnicas de “brainstorming” com vista e gerar discussão de ideias*
- 1.2. Desenvolvimento de “mind map” aplicando estratégias/metodologias*
- 1.3. Metodologia projetual aplicada à dinâmica do processo de materialização gráfica*
- 1.4. A composição da narrativa gráfica: relação entre conceito, imagem, texto e suporte*
- 1.5. Enquadramento e evolução técnica, estilística e sociológica do suporte de comunicação*
- 1.6. Implementação de metodologia projetual adequada ao processo criativo*
- 1.7. Composição, estrutura e construção da forma gráfica*

2. Processo de investigação e campanha

- 2.1. Desenvolvimento de ideias/projetos de comunicação visual, aplicando estratégias*
- 2.2. Processo de investigação e abordagem holística do design de comunicação*
- 2.3. Composição, estrutura e construção da forma integrada*
- 2.4. O design gráfico como agente ativo da cultura e sociedade*
- 2.5. Desenvolvimento estratégico, estrutural e operacional do projeto de design de comunicação*

4.4.5. Syllabus:

1. Part 1: graphic composition and narrative

- 1.1. Develop brainstorming techniques in order to discuss ideas*
- 1.2. Mind map development through strategies/methodologies*
- 1.3. Project methodology applied to the dynamic of the graphic materialisation process*
- 1.4. Graphic narrative composition: relation between concept, image, text and support*
- 1.5. Framework and technical, stylistic and sociological evolution of visual communication support*
- 1.6. Implementation of a project methodology appropriate for the creative process*
- 1.7. Composition, structure and design of a graphic form*

2. Part 2: research process and project development (campaign)

- 2.1. Development of visual communication ideas/projects through strategies*
- 2.2. Research process and holistic approach of communication design*
- 2.3. Composition, structure and design of an integrated graphic form*
- 2.4. Graphic design as an active agent for culture and society*
- 2.5. Strategic, structural and operational development of a project*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Aprofundar as competências instrumentais em design de comunicação e tecnologia em contextos simulados, bem como a aquisição de competências interpessoais e uma forte cultura de projecto.*
- Aprofundar a interpretação de argumentos e retóricas associadas ao conceito Design, privilegiando uma formação de base sólida em Design de Comunicação.*
- O estudante deverá compreender e observar a importância do design de comunicação inserido no processo criativo no âmbito desenvolvimento dos projetos propostos pelo docente.*
- Desenvolvimento de competências teóricas, práticas e técnicas necessárias à comunicação do projecto.*
- O estudante deverá compreender a linguagem gráfica e os seus elementos e dotar-se de capacidade com vista a aplicar de forma bem sucedida elementos gráficos em diferentes suportes de comunicação.*
- Deverá o estudante saber aplicar as ferramentas de tratamento de imagem e de desenho vetorial.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

- Deepen instrumental skills in communication design and technology in simulated contexts, as well as the acquisition of interpersonal skills and a strong project culture.*
- Deepen the interpretation of arguments and rhetoric associated with the Design concept, privileging a solid background in Communication Design.*
- The student must understand and understand the importance of communication design inserted in the creative process in the development of projects proposed by the teacher.*
- Development of theoretical, practical and technical skills necessary for project communication.*
- The student must understand the graphic language and its elements and provide himself with the ability to successfully apply graphic elements in different communication media..*
- The student should know how to apply the image processing and vector drawing tools.*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- 1. Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos, ferramentas, metodologias e técnicas orientadas para o desenvolvimento e criação de projectos gráficos;*
- 2. Realização de trabalhos práticos orientados à criação de projectos de Design de Comunicação, cujo software a utilizar em aula/ laboratório criativo deverá ser: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop e/ou Adobe Indesign;*
- 3. Avaliação é contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa dos projetos. Os estudantes que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*

4. Método de avaliação contínua: 80% na resolução de exercícios projectuais; 20% Assiduidade e participação em aula;
5. Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. Theoretical and practical classes to present concepts, tools, methodologies and techniques oriented to the development and creation of graphic projects.;
2. Development of practical works oriented to the creation of projects in Communication Design, through the use of Adobe Illustrator, Adobe Photoshop and/or Adobe Indesign software in classes/creative labs.;
3. Continuous evaluation based on the participation in classes and the preparation, presentation and defence of projects. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;
4. Continuous evaluation method: 80% for the resolution of project-related exercises; 20% for attendance and participation in class.;
5. Final grade of final evaluation: practical test with a 100% weight in the final grade..

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.
- Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos alunos reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde que estes irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application.
- Some autonomous work by the students is expected to be done in class, because it is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the acquired theoretical and technical knowledge.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. LUPTON , Ellen (2006), *Pensar com Tipos: Guia para Designers, Escritores, e Estudantes*; Edição Cosac Naify. ISBN: 9788575035535
2. LUPTON Ellen, Phillips Jennifer Cole (2008), *Novos Fundamentos do Design*; Edição Cosac Naify. ISBN: 9788575032398
3. Fragoso, Margarida (2012). *Design gráfico em Portugal - Formas e Expressões da cultura visual do séc. XX*. Ed. Livros Horizonte. ISBN: 9789722417167
4. Wozencroft, Jon (2002). *The Graphic Language of Neville Brody (v. 1)*. Ed. Universe. ISBN: 9780789306531
5. DUBBERLY, Hugh (2005), *How do you Design? A compendium of models*. Dubberly Design Office.
6. Wozencroft, Jon (1994). *The Graphic Language of Neville Brody (v. 2)*. Ed. Gardners Books (1st edition). ISBN: 9780500277706
7. JARDÍ, Enric (2014), *Pensar com imagens*. Ed. Gustavo Gili; ISBN: 9788565985246
8. OGILVY, David (2010), *Confissões de um Publicitário*. Ed. Arcádia. ISBN: 9789892800332

Mapa IV - Storytelling e Escrita Criativa

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Storytelling e Escrita Criativa

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Storytelling and Creative Writing

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

HUM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

100

4.4.1.5. Horas de contacto:

4.4.1.6. ECTS:

4

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Fábia Isabel Ortega Borges***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. *Analisar alguns processos motivacionais, cognitivos e culturais associados à criatividade;*
2. *Sensibilizar para as diferentes possibilidades da escrita criativa;*
3. *Desenvolver competências, estratégias e técnicas no domínio da escrita criativa;*
4. *Explorar as potencialidades plásticas oferecidas pela língua portuguesa nas áreas da descrição, da narração, da poética e da escrita de humor;*
5. *Dominar aspetos técnico-formais, discursivos e diegéticos inerentes a uma oficina projetual de escrita;*
6. *Fomentar a reflexão sobre a escrita criativa num contexto interdisciplinar e interartes.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *To analyse some motivacional, cognitive and cultural processes related to creativity;*
2. *To show the different possibilities of creative writing;*
3. *To develop skills, strategies and techniques in creative writing;*
4. *To explore the plastic potentialitys offered by portuguese language in the areas of description, narrative, poetics and humourous writing;*
5. *To dominate formal, discursive and diegetic skills inherent to a writing workshop;*
6. *To promote the reflexion upon creative writing within a interdisciplinary and interart context.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Module I. Creative writing*
 - 1.1. *Creative writing*
 - 1.1.1. *Creative writing and creativity*
 - 1.1.2. *Creative writing and other arts: interactive dialogues*
 - 1.1.3. *Creative writing genders: fiction, drama, poetry, script, autobiographical writing, publicity writing*
2. *Module II. Strategies, techniques and exercises in creative writing*
 - 2.1. *Poetical expression*
 - 2.2. *Description*
 - 2.3. *Narrative*
 - 2.4. *Narrative's frames: incipit and ending*
 - 2.5. *Narrative's point of vue: homo and heterodiegesis*
 - 2.6. *Dialogue*
 - 2.7. *Time treatment*
3. *Module III. Writing workshop*
 - 3.1. *Adaptation as creative process*
 - 3.1.1. *Script*
 - 3.2. *Building a short movie*

4.4.5. Syllabus:

1. *Module I. Creative writing*
 - 1.1. *Creative writing*
 - 1.1.1. *Creative writing and creativity*
 - 1.1.2. *Creative writing and other arts: interactive dialogues*
 - 1.1.3. *Creative writing genders: fiction, drama, poetry, script, autobiographical writing, publicity writing*
2. *Module II. Strategies, techniques and exercises in creative writing*
 - 2.1. *Poetical expression*
 - 2.2. *Description*

- 2.3. Narrative
- 2.4. Narrative's frames: incipit and ending
- 2.5. Narrative's point of view: homo and heterodiegesis
- 2.6. Dialogue
- 2.7. Time treatment
- 3. Module III. Writing workshop
- 3.1. Adaptation as creative process
- 3.1.1. Script
- 3.2. Building a short movie

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Os conteúdos programáticos visam essencialmente desenvolver competências, estratégias e técnicas no domínio da escrita criativa, através da exploração das potencialidades plásticas oferecidas pela língua portuguesa nas áreas da descrição, da narração e da expressão poética. Numa perspetiva interdisciplinar e interartes, subjacente ao ciclo de estudos em questão, visam igualmente explorar o processo criativo de adaptação de uma obra escrita a uma obra multimédia..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- Syllabus intend to develop skills, strategies and techniques in creative writing, by exploring the plastic potentiality offered by portuguese language in the areas of description, narrative and poetics. In an interdisciplinary and interart approach, inherent to this degree, it seeks to experiment the process of adaptation of a written work to a multimedia work..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. As aulas assumirão caráter oficial, privilegiando-se os exercícios de escrita criativa. A Docente disponibilizará os textos de apoio.;
2. A execução dos conteúdos passará por:
 - a. Comentário de textos, com vista a destacar estratégias e técnicas no âmbito da escrita criativa.
 - b. Exercícios orientados de escrita criativa.
 - c. Sessões de leitura e comentário em grupo das ficções construídas no âmbito da oficina projetual de escrita.
 - d. Apresentação de trabalhos criativos no âmbito da adaptação;
2. Av. Contínua: Realização de 1 (um) teste escrito, de 1 (um) portefólio de trabalhos produzidos sob orientação da Docente e de 1 (um) projeto de escrita criativa produzido sob a orientação da Docente ao longo das horas de contacto e das horas não presenciais, com peso equitativo na classificação final; Av. Final: Realização de um exame escrito nas Épocas Normal ou de Recurso.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. The sessions will assume a workshop nature, focusing on exercises on creative writing. The Teacher will provide the literary texts to support the sessions.;
2. The content production will encompass:
 - a. Text commentaries in order to highlight strategies and techniques under the field of creative writing.
 - b. Creative writing practical exercises.
 - c. Reading sessions on fictional works.
 - d. Adaptation assignment presentations;
2. Ongoing assessment: one written test, one essay portfolio and one creative writing project developed under the lecturer supervision along the contact hours and non contact hours. Final assessment: theoretical written exam..

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- O desenvolvimento de competências, estratégias e técnicas no domínio da escrita criativa passa necessariamente pelo caráter oficial da unidade curricular, privilegiando-se os exercícios orientados de escrita criativa, bem como as sessões de leitura, partilha e comentário em grupo dos textos escritos pelos Alunos, numa dimensão de que não é excluída a componente da experimentação lúdica.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The development of skills, strategies and techniques in creative writing implies a workshop, favouring the guided exercises, as well as the reading, sharing and commenting sessions from texts written by Students, not without the ludic experimentation dimension.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. CARMELO, Luís (2008). *Manual de escrita criativa. Vol. 2. Lisboa: Publicações Europa-América.*
2. MANCELOS, João de (2017). *Introdução à escrita criativa. Lisboa: Colibri.*
3. SENA-LINO, Pedro (2008). *Curso de escrita criativa I: Criative-se: usar em caso de escrita. Porto: Porto Editora.*
4. SENA-LINO, Pedro (2013). *Curso de escrita criativa II: Uma costela de quem? Um manual de construção de personagens. Porto: Porto Editora.*
5. ISIDORO, Paula (2018). *Desafios de Escrita Criativa. Lidel.*

Mapa IV - Estudos de Mercado**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Estudos de Mercado***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Market Research***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***CE***4.4.1.3. Duração:***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***48***4.4.1.6. ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Carla Sofia da Fonseca Amorim***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

1. A Unidade Curricular está desenhada para prestar atenção específica aos métodos e técnicas de natureza qualitativa e quantitativa que suportam a identificação, medida e controlo das variáveis nucleares à análise de Mercado nas Organizações.;

2. Pretende-se, pois, que os alunos:

a. Compreendam o quadro de referência e utilidade estratégica do conhecimento e previsão de comportamentos de mercado.

b. Se familiarizem com as mais comuns metodologias aplicadas na obtenção e análise de informação de mercados, com vista à sua compreensão e domínio.

c. Reconheçam situações de gestão e de decisão com elevada exigência no Mercado, as clarifiquem e adotem estratégias adequadas para as superar.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. The Curricular Unit was designed to specifically cover the methods and techniques of a qualitative and quantitative nature that support the identification, measurement and control of the core variables necessary for the market analysis of the organisations.;

2. Therefore, the aim is that students:

a. Understand the reference framework and strategic utility of knowledge and prediction of market behaviours.

b. Become familiar with the most common methodologies applied in obtaining and analysing market information, aiming for its understanding and mastery.

c. Recognise and clarify demanding management and decision situations in the market and adopt the adequate strategies to overcome them.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Delimitação Teórica dos Estudos de Mercado*
 - 1.1. *Aproximação à sua Definição e Conteúdos*
 - 1.2. *Enquadramento Estratégico dos Estudos de Mercado*
 - 1.3. *Enquadramento Operacional dos Estudos de Mercado*
 - 1.4. *Supostos, objetivos, Estrutura e Planificação do Estudo de Mercados*
2. *Tipologia e Valor das Fontes de Informação*
3. *Métodos de Investigação*
 - 3.1. *Objetivos e Técnicas (vantagens e limites) da Investigação Qualitativa*
 - 3.2. *Objetivos e Técnicas (vantagens e limites) da Investigação Quantitativa*
 - 3.3. *Tipologia e Processos de Amostragem*
4. *Métodos e Técnicas de Análise, Classificação e Tratamento de Dados*
 - 4.1. *Estudo de Mercados, Análise de Dados e Escalas de Medida*
 - 4.2. *Fundamentos e Estrutura da Análise de Dados*
 - 4.3. *Fundamentos e Estrutura da Análise de Dados*
5. *Aplicações tradicionais e emergentes dos estudos de mercado (exercícios)*
6. *Preparação e Apresentação de projetos e Relatórios*

4.4.5. Syllabus:

1. *Theoretical delimitation of market studies*
 - 1.1. *Approximation to its definition and content*
 - 1.2. *Strategic framing of market studies*
 - 1.3. *Operational framing of market studies*
 - 1.4. *Assumptions, objectives, structure and planning of market studies*
2. *Typology and value of information sources*
3. *Research methods*
 - 3.1. *Objectives and techniques (advantages and limitations) of qualitative research*
 - 3.2. *Objectives and techniques (advantages and limitations) of quantitative research*
 - 3.3. *Typology and sampling processes*
4. *Methods and techniques for data analysis, classification and processing*
 - 4.1. *Market studies, data analysis and measurement scales*
 - 4.2. *Fundamentals and structure of data analysis*
 - 4.3. *Fundamentals and structure of data analysis*
5. *Traditional and emerging application of market studies (exercises)*
6. *Preparation and presentation of projects and reports*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A estrutura de conteúdos da UC decorre na sequência da perceção da importância estratégica e do valor acrescentado que a função marketing research aporta às Organizações até ao contacto direto com métodos e técnicas de recolha e tratamento de informação qualitativa e quantitativa.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *The CU syllabus structure is the result of a perception sequence of the strategic importance and added value that the marketing research function provides to organisations, up to the direct contact with the collection and processing methods and techniques of qualitative and quantitative information..*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *A estrutura de conteúdos da UC decorre na sequência da perceção da importância estratégica e do valor acrescentado que a função marketing research aporta às Organizações até ao contacto direto com métodos e técnicas de recolha e tratamento de informação qualitativa e quantitativa;*
2. *A avaliação contínua é obrigatoriamente composta de: realização e apresentação de trabalhos práticos: contribui em 40% para a nota final; provas de avaliação global: contribui em 60% para a nota final;*
3. *Avaliação final: – Realização de um exame teórico nas Épocas Normal ou de Recurso, com peso de 100% na classificação final..*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *The CU syllabus structure is the result of a perception sequence of the strategic importance and added value that the marketing research function provides to organisations, up to the direct contact with the collection and processing methods and techniques of qualitative and quantitative information.;*
2. *The continuous evaluation is mandatory and comprised of: development and presentation of practical works: contributes 40% to the final grade; overall evaluation tests: contribute 60% to the final grade.;*
3. *Final evaluation: - Conducting a theoretical exam in the Normal or Resource Seasons, with a weight of 100% in the final classification..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Ao longo das sessões, e de uma forma sistemática, os alunos (1) são expostos e envolvem-se num duplo processo de ensino, com base apresentações introdutórias, curtas e concisas, por parte de grupos de alunos e relativos aos sucessivos temas e subtemas previstos complementados por bem focadas intervenções do Docente e (2) na sequência de um reforço da aprendizagem, obrigam-se a apresentar individualmente notícias relativas aos temas tratados as quais dinamizam a discussão e a abordagem mais dinâmica de conceitos e métodos.*
- *Complementarmente, os alunos realizam um trabalho aplicado – desenho, recolha de informação, análise de dados e resultados (em grupo e na segunda parte aplicada de cada aula) que apresentam à discussão.*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *Throughout the sessions, and systematically, students (1) will be exposed to and engaged in a double teaching process, based on short and straightforward introductory presentations regarding different themes and sub-themes, presented by groups of students and supplemented by the focused interventions of the teacher and (2) in light of a deep learning effort, they commit to individually presenting news on the addressed themes, promoting discussion and a more dynamic approach to concepts and methods..*
- *In addition, an applied work is carried out, which includes: design, information collection, data analysis and results (in group and during the second part of each class), which students will bring to discussion..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. Aaker, D., Kumar, V.; Leone, R. and Day, G. S. (2013). *Marketing Research*. 11ª Ed. London: John Wiley & Sons
2. Lopes, J. L. P. (2011). *Fundamental dos Estudos de Mercado*. 2nd Ed. Lisboa: Edições Sílabo
3. Maroco, J. (2010). *Análise Estatística com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo
4. Moreira, A.; Macedo, P.; Costa, M.; Moutinho V. (2011). *Exercícios de Estatística com recurso ao SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo
5. Malhotra, N. (2010). *Marketing Research: an applied orientation*. 6th Ed. Prentice Hall
6. Malhotra, N. K., Nunan, D. and Birks, D. F. (2017). *Marketing Research : an applied approach*. 5ª ed. Pearson
7. Lacobucci, D. (2015). *Marketing Research : methodological foundations*. 11ª Ed. EUA: Early Little Books
8. Tharenou, P. (2007). *Management Research Methods*. 1st. Ed. Cambridge University Press

Mapa IV - Comunicação de Marketing**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Comunicação de Marketing***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Marketing Communication***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***MP***4.4.1.3. Duração:***Semestre***4.4.1.4. Horas de trabalho:***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***48***4.4.1.6. ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):**

Fabiana Lopes Coelho

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. No seguimento de Comunicação Organizacional, esta UC pretende complementar e completar conteúdos programáticos, dotando os alunos de conhecimentos e competências que lhes permitam desenvolver um Plano de Comunicação que englobe as diferentes técnicas de Comunicação de Marketing, enquadradas no P – Promotion do Marketing Mix.;

2. São, assim, objetivos específicos da UC.:

a. reconhecer a importância da comunicação na estratégia de marketing da empresas, através da articulação de estratégias above the line, below the line, num novo paradigma de Comunicação Integrada (IMC).;

b. apresentar as Agências IMC como alternativa de empregabilidade dos futuros graduados.;

c. desenvolver nos alunos capacidades de análise, planeamento e atuação em contextos similares aos da realidade empresarial, através de case studies.;

d. capacitar os alunos para o desenvolvimento de um Plano de Comunicação de Marketing, num paradigma IMC, que reflita os conhecimentos adquiridos no decorrer do semestre..

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. Following the Corporate Communication CU, this CU aims to complement and achieve its syllabus by providing students with knowledge and skills that allow them to develop a Communication Plan that comprises the different Marketing Communication techniques, framed within P – Promotion of the Marketing Mix.;

2. The specific CU goals are the following.:

a. recognise the importance of communication in the marketing strategy of companies, through the articulation of above-the-line and below-the-line strategies, in a new paradigm of Integrated Marketing Communication (IMC).;

b. present IMC agencies as an alternative for future jobs for graduates.;

c. develop in students analysis, planning and performance capacities in contexts similar to those of business reality, through case studies.;

d. enable students for the development of a Marketing Communication Plan, in an IMC paradigm, which reflects the knowledge acquired during the semester..

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Da Estratégia de Marketing à da Comunicação

1.1. Estratégia, objetivos, alvos, posicionamento

1.2. Processo e sistema de comunicação: push, pull, profile

2. Mix da Comunicação

2.1. Comunicação de Marketing above the line e below the line

2.2. Comunicação Integrada de Marketing (IMC) como novo paradigma da Com. de Marketing

3. Os atores da comunicação

3.1. Agências

3.2. Preparação de briefings

4. Publicidade

4.1. Publicidade Institucional e Pub de Produto

4.2. Preparação, execução e avaliação de uma campanha publicitária

5. Relações Públicas

5.1. Objetivos, públicos e meios

5.2. Planeamento e Execução de Ações

6. Marketing Direto

6.1. Preparação, execução e avaliação de uma campanha

7. Merchandising

7.1. Tipos de merchandising

7.2. Objetivos e técnicas

8. Promoções de Vendas

8.1. Públicos, objetivos e técnicas promocionais

9. Eventos, Patrocínio e Mecenato

9.1. Objetivos e Estrutura de uma ação

10. Novas Tendências em Comunicação de Marketing

11. Plano Integrado de Comunicação

4.4.5. Syllabus:

1. From Marketing to Communication Strategy

1.1. Strategy, goals, targets, positioning

1.2. Communication process and system: push, pull, profile

2. Communication Mix

2.1. Above-the-line and below-the-line Marketing Communication

2.2. *Integrated Marketing Communication (IMC) as the new paradigm of Marketing Communication*

3. *Communication agents*

3.1. *The agencies*

3.2. *Briefing preparation*

4. *Advertising*

4.1. *Institutional and product advertising*

4.2. *Preparation, execution and evaluation of an advertising campaign*

5. *Public relations*

5.1. *Goals, audiences and means*

5.2. *Action planning and execution*

6. *Direct Marketing*

6.1. *Preparation, execution and evaluation of a campaign*

7. *Merchandising*

7.1. *Types of merchandising*

7.2. *Goals and techniques*

8. *Sales promotions*

8.1. *Audiences, goals and promotional techniques*

9. *Events, sponsorship and patronage*

9.1. *Goals and structure of an action*

10. *New trends in Marketing Communication*

11. *Integrated Communication Plan*

4.4.6. **Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

- *Atendendo precisamente aos objetivos da UC, o seu enquadramento no curso de Design de Comunicação Organizacional e os conteúdos de Comunicação Corporativa, foram definidos estes conteúdos programáticos que refletem, no seu conjunto, a preocupação em abranger os temas fundamentais desta área de conhecimento, proporcionando assim uma formação completa e avançada, enfatizando os temas considerados mais importantes, em função do perfil dos alunos e das expectativas da sua atuação profissional..*

4.4.6. **Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

- *Mainly based on the CU's goals, its framework in the Organisational Communication Design course and the Corporate Communication contents, the syllabus was defined to reflect, in its whole, the concern in including essential themes of this area of knowledge, therefore providing a complete and advanced training, emphasising the most important topics, according to the students' profile and the expectations for their professional performance..*

4.4.7. **Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

1. *Sessões teóricas e práticas, com exposição do docente, que contemplam, sempre que possível, a apresentação de situações reais;;*
2. *Participação dos alunos na discussão teórico-conceitual dos conteúdos programáticos;;*
3. *Resolução de case studies, relativos à matéria leccionada, com preparação, apresentação e discussão pelos alunos, integrados ou não nas horas de contacto dedicados à UC.;*
4. *A avaliação da UC consiste na apreciação contínua do desempenho dos alunos. Desenvolvimento,, em grupo, de um trabalho semestral com uma ponderação de 75%, em três momentos de avaliação que consistem em briefings que simulam a dinâmica de uma agência ou departamento de comunicação com uma "empresa-cliente" para desenvolvimento de um PCM (25% cada briefing).;*
5. *A este trabalho associar-se-á uma prova escrita (25%) de aferição dos conteúdos programáticos.;*
6. *Nota final avaliação final: prova teórica com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. **Teaching methodologies (including students' assessment):**

1. *Theoretical and practical expository sessions that include, whenever possible, the presentation of real situations;;*
2. *Participation of students in the theoretical and conceptual syllabus debate;;*
3. *Resolution of case studies, related to the syllabus taught, which include their preparation, presentation and discussion by the students. This work may or may not be integrated in the CU contact hours.;*
4. *The CU evaluation is a continuous assessment of student performance. Accordingly, students will develop in group, a semester work (75% weighting) during three evaluation moments, which consist of briefings simulating the dynamics of a communication agency or department with a "client company", for the development of a Marketing Communication Plan (25% each briefing).;*
5. *This work will be combined with a written test (25%) for syllabus assessment.;*
6. *Final grade of final evaluation: theoretical test with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. **Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

- *A metodologia de ensino pretende garantir que os alunos não só apreendem os conteúdos teóricos dos temas abrangidos e refletidos no programa da UC, como adquirem competências para a sua aplicação prática, cumprindo os objetivos de aprendizagem de uma UC que perspetiva já a integração dos alunos em contexto de trabalho e procura prepará-los para essa circunstância através de simulações e case studies.*

- Paralelamente, a avaliação contínua será concretizada ao longo do semestre, de forma quantitativa e qualitativa, proporcionando aos alunos informação que lhes permitam adequar o seu desempenho aos objectivos da UC.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The teaching methodology aims to guarantee that students not only learn the theoretical contents of the subjects addressed and reflected in the CU programme, but also acquire competences for their practical application, fulfilling the learning outcomes of each CU that envision the students' integration in a work context and aiming to prepare them for that situation through simulations and case studies..

- In parallel, continuous evaluation will be achieved throughout the semester, quantitatively and qualitatively, providing students with information that allows them to adapt their performance to the CU's goals..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. BALMER, J. (2007) *Revealing the corporation: perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, and corporate-level marketing*. Routledge
2. BRANNAN, T. (2000) *A practical guide to integrated marketing communications*. Kogan Page
3. CASTRO, J. (2007) *Comunicação de Marketing*. Silabo
4. LINDON, D. et al (2010) *Publicitor Comunicação 360° Online – Offline*. D. Quixote
5. OGDEN, J. et al (2007) *Comunicação Integrada de Marketing*. Prentice-Hall
6. PELSMACKER, P. (2010) *Marketing Communications: a European perspective*. Prentice Hall
7. PERSUIT, J. (2016) *Integrated Marketing Communication*. Lexington Books
8. SHIMP, T. (1997) *Advertising, promotion and supplemental of integrated marketing communications*. Dryden Press
9. VV (2013) *Marketing e Comunicação. Desafios da Globalização*. Escolar Editora.

Mapa IV - Modelação e Síntese de Imagem

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Modelação e Síntese de Imagem

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Modelling and Rendering

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

48

4.4.1.5. Horas de contacto:

125

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Mário Manuel Dominguez Silva

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. Tomar conhecimento do conceito de representação digital de objeto/modelo 3D e o estado da arte ao nível tecnológico de suporte aos sistemas de modelação atuais;
2. Receber as bases intrínsecas à interação com um espaço tridimensional digital no sentido de ganhar habituação para outros sistemas análogos;
3. Adquirir bases de planeamento e condução de projetos de modelação 3D, entendendo todas as fases associadas;
4. Garantir bons hábitos de trabalho em modelação 3D, especialmente nos domínios da otimização e topologia da geometria;
5. Dominar a componente de iluminação virtual, fotométrica ou não, com enquadramento em bases funcionais e/ou estéticas, culminando na formulação de modelos de luz completos;
6. Compreender, criar e aplicar materiais físicos e não-físicos, tomando em consideração as suas características e casos de utilização;
7. Assimilar o fluxo de otimização, exportação, composição e pós-produção de síntese de imagem.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. Become aware of the concept of digital representation of the 3D object/model and the state of the art at the technological support level of current modelling systems;
2. Obtain the intrinsic grounds to the interaction with a digital three-dimensional space in order to get used to other similar systems;
3. Acquire foundations for planning and development of 3D modelling projects and understanding all related stages;
4. Ensure good work habits in 3D modelling, particularly in the areas of geometry topology and optimisation;
5. Master the component of virtual lighting, photometric or not, with framing in functional and/or aesthetic bases, culminating in the formulation of full light models;
6. Understand, create and apply physical and non-physical materials, taking into account its characteristics and use cases;
7. Assimilate the flow of optimisation, export, composition and post-production of image synthesis.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Representação digital 3D
2. Modelação em 3DS Max
 - 2.1. Modelação paramétrica
 - 2.2. Modelação por varrimento e objetos compostos
 - 2.3. Modelação poligonal por sub-objetos
 - 2.4. Low-poly para Hi-poly
3. Técnicas
 - 3.1. Modelação de superfícies rígidas e mistas
 - 3.2. Práticas de otimização, de normalização e de fluxo consciente de topologia
4. Introdução à visualização
 - 4.1. Fases de produção para visualização
 - 4.2. Motores de síntese (rendering) e seus componentes
 - 4.3. Definições gerais para síntese de imagem
5. Iluminação
 - 5.1. Fotométrica
 - 5.2. Baseada em imagem
6. Materiais físicos e não-físicos
 - 6.1. Albedo, aspereza, especularidade, reflexão, polimento, anisotropia e metalicidade
 - 6.2. Emissividade, translucência, refração e dispersão de sub-superfície
7. Projeção de texturas
 - 7.1. Projeção UVW simples e repetição de texturas
 - 7.2. Unwrapping
8. Exportação, pós-produção e composição

4.4.5. Syllabus:

1. 3D digital representation
2. Modelling in 3DS Max
 - 2.1. Parametric modelling
 - 2.2. Modelling by scanning and composed objects
 - 2.3. Polygonal modelling by sub-objects
 - 2.4. Low-poly to high-poly
3. Techniques
 - 3.1. Modelling of hard and mixed surfaces
 - 3.2. Practices for optimisation, normalisation and conscious flow of topology
4. Introduction to visualisation
 - 4.1. Production stages for visualisation
 - 4.2. Synthesis engines (rendering) and its components
 - 4.3. General settings for image synthesis
5. Lighting
 - 5.1. Photometrics
 - 5.2. Based on image

6. Physical and non-physical materials

6.1. Albedo, roughness, specularity, reflection, polishing, anisotropy and metallicity

6.2. Emissivity, translucency, refraction and dispersion of subsurface

7. Texture projection

7.1. Simple UVW projection and repetition of textures

7.2. Unwrapping

8. Export, post-production and composition

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomado como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular, nomeadamente relativos ao estado da arte no que concerne as tecnologias associadas na representação digital de informação 3D; assim como a materiais, iluminação e síntese de imagem; e o cultivo de uma prática contínua e de dificuldade crescente na finalização, texturização e síntese de elementos no contexto da produção gráfica para comunicação multimédia.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- This curricular unit's syllabus was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would not only cover all of the goals of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the time restrictions, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit, namely regarding the state of the art of technologies associated to the digital representation of 3D information, as well as to materials, lighting and image synthesis, and the culture of a continuous and increasing difficulty practice in finishing, texturisation and synthesis of elements within the context of graphic production for multimedia communication..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- 1. A disciplina é composta por sessões teórico-práticas onde serão utilizados os métodos de ensino expositivo, prática simulada e tutorial consoante a necessidade da matéria a lecionar.;*
- 2. Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final.;*
- 3. A avaliação na modalidade contínua consiste na avaliação da participação nas aulas e na realização de exercícios práticos, onde se pretende que os alunos apliquem os conhecimentos adquiridos e cujo acompanhamento periódico constituirá, juntamente com uma apresentação final dos trabalhos, o método de avaliação;*
- 4. Nota final avaliação contínua: 40% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 60% trabalho realizado fora da sala de aulas;*
- 5. A avaliação na modalidade final sustenta-se na realização de uma prova prática com peso de 100% no aproveitamento.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

- 1. The subject will be based on theoretical and practical sessions, where the expository method, simulated practice and tutorial guidance will be used as teaching methodologies, depending on the needs of the syllabus.;*
- 2. Continuous evaluation based on the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
- 3. Continuous evaluation will focus on participation in classes and practical exercises, where students should apply the knowledge acquired and whose periodic monitoring, together with a final presentation of the works, will comprise the evaluation method.;*
- 4. Final grade of continuous evaluation: 40% for participation and practical exercises in classes; 60% for work outside the classroom.;*
- 5. Final evaluation consists of a practical exam with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi considerado que o tempo dedicado ao trabalho autónomo dos alunos deveria ser superior ao reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, em que estes irão procurar integrar e desenvolver a sua prática, garantindo uma necessária aproximação com a técnica e com a ferramenta, aspeto fundamental dada a necessidade de prática que estas impõem, designadamente na modelação de elementos para showcasing comercial.

- Neste contexto, foram analisadas as horas/semana e definido o volume de dedicação de um aluno médio à unidade, desde a componente presencial (ou de contacto) ao número de horas que é plausível que lhe dedique fora das aulas para realização de trabalhos, pesquisa e avaliação.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- It was considered that the time dedicated to autonomous work by the students should be greater than the time reserved to the contact hours with the teacher. It is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, also distributes tasks

to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will seek to consolidate and develop their practical knowledge, thus assuring the necessary approximation to the technique and the tool, which is a key aspect when considering the need for practice that they impose, namely in the modelling of elements for games..

- In this context, the hours/week were analysed and the time dedicated by an average student to the unit was defined, from the attendance (or contact) component to the number of hours that it is plausible they dedicate outside the classroom to the development of works, research and evaluation..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. HUGHES, J., ADRIES, V. et Al. (2013). *Computer Graphics: Principles and Practice*, Addison Wesley, 978-0321399526
2. YOT, R. (2011). *Light for Visual Artists: Understanding & Using Light in Art & Design*, Laurence King, 978-1856696609
3. HUNTER, F. et Al. (2015). *Light Science & Magic: An Introduction to Photographic Lighting*, Focal Press, 978-0415719407
4. THOMAS, M. (2012). *3ds Max Speed Modeling for 3D Artists*, Packt Publishing, 978-1849692366
5. MURDOCK, K. (2017). *Kelly L. Murdock's Autodesk 3ds Max 2018 Complete Reference Guide*, SDC Publications, 978-1630571078
6. MALLEY, B. (2017). *Adobe Master Class: Advanced Compositing in Photoshop: Bringing the Impossible to Reality with Bret Malley*, Adobe, 978-0134780108

Mapa IV - Pós-produção e Distribuição Audiovisual

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Pós-produção e Distribuição Audiovisual

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Audiovisual Post-production and Distribution

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Teresa de Jesus Baptista Vieira

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Apreender os recursos técnicos e artísticos no contexto da pós-produção;*
2. *Saber planificar e definir projetos e métodos de trabalho no campo da montagem e pós-produção;*
3. *Reconhecer processos, técnicas e mecanismos para o trabalho de pós-produção;*
4. *Compreender a gramática da montagem e pós-produção Vídeo;*
5. *Utilizar software de edição e pós-produção (Adobe Premier, Adobe AfterEffects e DaVinci Resolve);*
6. *Desenvolver as suas capacidades de análise e crítica.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Learn the technical and artistic resources within the post-production context;*
2. *Know how to plan and define projects and working methods in the field of editing and post-production;*
3. *Recognise processes, techniques and mechanisms for post-production work;*
4. *Understand the grammar of video editing and post-production;*
5. *Use editing and post-production software (Adobe Premier, Adobe AfterEffects and DaVinci Resolve);*
6. *Develop critical analysis abilities.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Pós-produção*
 - 1.1. *Fundamentos técnicos*
 - 1.2. *Intercâmbio de Ficheiros entre aplicações*
 - 1.3. *Introdução aos efeitos visuais e workflow*
 - 1.4. *Composição digital de imagem*
 - 1.5. *Formatos de imagem e de ficheiros*
2. *Técnicas de composição avançada*
 - 2.1. *Noções de Keying, Matte e Despill*
 - 2.2. *Máscaras, Rotoscopia e cleaning*
 - 2.3. *Tracking*
 - 2.4. *Color grading*
3. *Efeitos especiais*
4. *Normas e plataformas de distribuição audiovisual*

4.4.5. Syllabus:

1. *Post-production*
 - 1.1. *Technical background*
 - 1.2. *File interchange between applications*
 - 1.3. *Introduction to visual effects and workflow*
 - 1.4. *Digital image composition*
 - 1.5. *Image and file formats*
2. *Advanced composition techniques*
 - 2.1. *Keying, matte and despill notions*
 - 2.2. *Masks, rotoscopy and cleaning*
 - 2.3. *Tracking*
 - 2.4. *Colour grading*
3. *Special effects*
4. *Audiovisual distribution standards and platforms*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- This curricular unit's syllabus was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would not only cover all the goals of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the time restrictions, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos, ferramentas, metodologias e técnicas orientadas primariamente à Pós-Produção de Video;*
2. *Aulas práticas de aprendizagem da ferramenta de software Adobe Premier e After Effects;*
3. *Recurso a materiais pedagógicos complementares: artigos; links para sites; tutoriais realizados pela docente de suporte às técnicas aprendidas;*
4. *Recurso ao computador, em espaço de aula, para resolução de exercícios e para acompanhamento da exposição da matéria;*
5. *Aulas práticas de acompanhamento dos trabalhos;*
6. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*
7. *Realização de dois trabalhos: trabalho 1 (30%) + trabalho 2 (70%).;*
8. *Avaliação final: – Realização de um exame prático nas Épocas Normal ou de Recurso, com peso de 100% na classificação final..*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical and practical classes to present concepts, tools, methodologies and techniques primarily oriented to video post-production;*
2. *Practical classes to learn the Adobe Premier and After Effects software;*
3. *Use of complementary pedagogical materials: articles; links to websites; tutorials prepared by the teacher to support the techniques taught;*
4. *Use of computer in the classroom, to solve exercises and follow the presentation of the syllabus;*
5. *Practical classes to follow the works;*
6. *Continuous evaluation based on the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
7. *Development of two works: work 1 (30%) + work 2 (70%).;*
8. *Final evaluation: Practical exam during Normal or Supplementary Seasons with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Foi considerado que o tempo dedicado ao trabalho autónomo dos alunos deveria ser superior ao reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, em que estes irão procurar integrar e desenvolver a sua prática, garantindo uma necessária aproximação com a técnica e com a ferramenta, aspeto fundamental dada a necessidade de prática que estas impõem.*
- *Neste contexto, foram analisadas as horas/semana e definido o volume de dedicação de um aluno médio à unidade, desde a componente presencial (ou de contacto) ao número de horas que é plausível que lhe dedique fora das aulas para realização de trabalhos, pesquisa e avaliação.*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *It was considered that the time dedicated to autonomous work by the students should be greater than the time reserved to the contact hours with the teacher. It is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, also distributes tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will seek to consolidate and develop their practical knowledge, thus assuring the necessary approximation to the technique and the tool, which is a key aspect when considering the need of practice they impose..*
- *In this context, the hours/week were analysed and the time dedicated by an average student to the unit was defined, from the attendance (or contact) component to the number of hours that it is plausible they dedicate outside the classroom to the development of works, research and evaluation..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *Byrne, B. (2009) The Visual Effects Arsenal: VFX Solutions for the Independent Filmmaker, Burlington, Elsevier*
2. *Brougher, Kerry (org.) e Ferguson, Russell (ed.) (1996) Art and Film Since 1945: Hall of Mirrors, Los Angeles, The Museum of Contemporary Art*
3. *Carvalho, Jorge (2003) Cinema e Tecnologia Pós-Produção e a Transformação da Imagem, Lisboa, Edições*
4. *Cordeiro, Edmundo (2004), Actos de Cinema, Coimbra, Angelus Novus*
5. *Nicholas T. Proferes (2008) Film Directing Fundamentals, USABritish Library*
6. *Rabiger, Michael. (1997) Film Techniques and aesthetics, Oxford: Focal Press*
7. *Fridsma, L. (2019). Adobe After Effects CC Classroom in a Book (Classroom in a Book (Adobe)), Adobe. 978-0135298640*

Mapa IV - Fotografia Comercial**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Fotografia Comercial

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Commercial Photography

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Nuno Manuel Gonçalves Santos Caldeira***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. *Gerir as diferentes fases de produção aplicadas em fotografia comercial: planeamento, orçamentação, gestão criativa do processo fotográfico e entrega final ao cliente.;*
2. *Analisar os enquadramentos, a iluminação, os cenários, o equipamento e os processos fotográficos de captação de imagens adequados às situações, objetos e pessoas, em consonância com a área da fotografia a que se destinam.;*
3. *Captar e registar imagens animadas e fixas, no estúdio e no exterior, utilizando os equipamentos fotográficos adequados. ;"*
4. *Gerir o processo de pós-produção fotográfica aplicado à fotografia Comercial.;*
5. *Produzir um portfolio enquadrado com a estratégia comercial do autor..*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Manage the different production phases applied in commercial photography: planning, budgeting, creative management of the photography process and final delivery to the customer.;*
2. *Analyse frames, lighting, scenarios, equipment and photography processes for image capturing that is appropriate to situations, objects and people, in line with the area of photography they are intended for.;*
3. *Capture and record animated and static images, in the studio or outdoors, using the appropriate photography equipment.;*
4. *Manage the post-production photography process, applied to commercial photography.;*
5. *Prepare a portfolio framed within the author's commercial strategy..*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Fotografia Digital*
 - 1.1. *Processo de digitalização aplicado à fotografia digital*
 - 1.2. *A câmara digital, seus componentes, tecnologias e acessórios*
 - 1.3. *Exposição fotográfica*
 - 1.4. *Sistema ótico da câmara e acessórios*
 - 1.5. *Técnicas de registo e composição fotográfica*
2. *Técnicas de iluminação para fotografia*
 - 2.1. *Tipos de projetores*
 - 2.2. *Modificadores para projetores*
 - 2.3. *Intensidade e direção da luz*
 - 2.4. *A sombra*
 - 2.5. *Fotografia de materias reflexivos e refrativos*
3. *Fotografia Comercial*
 - 3.1. *Técnicas de fotografia de produto*
 - 3.2. *Fotografia de retrato e de grupo*
 - 3.3. *Fotografia de espaços e ambientes*
4. *Edição, pós-processamento fotográfico e exportação*

4.4.5. Syllabus:

1. *Digital photography*
 - 1.1. *Scanning process applied to digital photography*
 - 1.2. *Digital camera, its components, technologies and accessories*
 - 1.3. *Photo exhibition*
 - 1.4. *Camera optical system and accessories*
 - 1.5. *Capture and photo composition techniques*

- 2. *Lighting techniques for photography*
- 2.1. *Types of projectors*
- 2.2. *Modifiers for projectors*
- 2.3. *Light intensity and direction*
- 2.4. *Shadows*
- 2.5. *Reflective and refractive photography*
- 3. *Commercial Photography*
- 3.1. *Techniques of product photography*
- 3.2. *Portrait and group photography*
- 3.3. *Space and environment photography*
- 4. *Editing, photo post-processing and exporting*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Os conteúdos programáticos refletem diretamente os objetivos da unidade curricular e levando em consideração as limitações de tempo, medido em ECTS, atribuído à mesma. Assim, pretende-se sensibilizar os alunos para o domínio dos estudos da fotografia comercial. Para tal, é feita uma abordagem compreensiva ao posicionamento da fotografia como meio expressão e cultura, enquadrando as suas características, partes, vertentes, propósitos e valências. É feito um enfoque na dicotomia entre narratologia e ludologia, servindo este fator como alavanca para a reflexão da fotografia comercial como um domínio de análise peculiar e que dele deriva uma estética própria, quer da obra como da própria prática..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus directly reflects the curricular unit's goals, taking into account the time restrictions, measured in ECTS, which are assigned to it. Therefore, we intend to make students aware of the study area of commercial photography. For this purpose, a comprehensive approach to the positioning of photography as a means of expression and culture is made, embracing its features, parts, components, purposes and valences. A focus is given to the dichotomy between narratology and ludology, with this factor being used as a lever for the reflection of commercial photography as a domain of special analysis and from which derives a unique aesthetics, both from the work and practice..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos, ferramentas, metodologias e técnicas orientadas primariamente à produção em fotografia comercial;*
2. *Recurso a aulas de terreno e aulas de estúdio para efeitos de experimentação, demonstração de conhecimentos teóricos adquiridos;*
3. *Realização de trabalhos práticos orientados à criação de elementos publicitários ou coleções de elementos isolados, passíveis de integração em obras de entretenimento digital;*
4. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos e projetos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*
5. *Nota final avaliação contínua: 40% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 60% trabalho realizado fora da sala de aulas;*
6. *Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical and practical classes to present concepts, tools, methodologies and techniques primarily oriented to commercial photography production.;*
2. *Use of field and studio classes, so students can experience different situations and demonstrate the theoretical knowledge acquired.;*
3. *Development of practical works oriented towards the creation of advertising elements or collections of single elements, which can be integrated in digital entertainment works.;*
4. *Continuous evaluation based on the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works and projects. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
5. *Final grade of continuous evaluation: 40% for participation and practical exercises in classes; 60% for work outside the classroom.;*
6. *Final grade of final evaluation: practical test with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- É de extrema importância que, para a correta aprendizagem e compreensão das especificidades inerentes ao estudo da fotografia comercial, sejam realizados exercícios baseados em casos práticos de investigação, análise e reflexão..
- A necessidade de proporcionar um fundamento teórico sobre tecnologias da fotografia; compagina com o objetivo de analisar casos práticos e com o objetivo final de dotar os formandos de conhecimento aplicado e experiência para o domínio prático dos equipamentos e técnicas administradas, com resultados práticos diretos em produtos acabados.
- Foi considerado que o tempo dedicado ao trabalho autónomo dos alunos deveria ser superior ao reservado às sessões de contacto com a docente, pois pretende-se que esta, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, em que estes irão procurar integrar e desenvolver os conhecimentos, formar e desenvolver autonomia, eficácia, eficiência e qualidade de trabalho nas áreas supracitadas.

- Neste contexto, foram analisadas as horas/semana e definido o volume de dedicação de um aluno médio à unidade, desde a componente presencial (ou de contacto) ao número de horas que é plausível que lhe dedique fora das aulas para realização de trabalhos, pesquisa, treino e avaliação.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- It is extremely important to carry out exercises based on practical cases of research, analysis and reflection, for a correct learning and understanding of the specificities underlying the studies of commercial photography..
- The need to offer a theoretical ground on photography technologies combines with the goal of analysing practical cases and with the final objective of providing students with applied knowledge and experience for the practical domain of the equipment and techniques used, with direct practical results in finished products..
- It was considered that the time dedicated to autonomous work by the students should be greater than the time reserved for the contact hours with the teacher. It is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, also distributes tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will seek to consolidate and develop their knowledge, train and develop work autonomy, efficacy, efficiency and quality in the above mentioned areas..
- In this context, the hours/week were analysed and the time dedicated by an average student to the unit was defined, from the attendance (or contact) component to the number of hours that it is plausible they dedicate outside the classroom to the development of works, research, practice and evaluation..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. ANG, T. (2017). *Digital photography Masterclass, DK, 978-0241241257*
2. HUNTER, F. et Al. (2015). *Light Science & Magic: An Introduction to Photographic Lighting, Focal Press, 978-0415719407*
3. Emery, J. (2015). *Lighting Design for Commercial Portrait Photography, Amherst Media, 978-1608958955*
4. Earnest A. (2019). *Lighting For Product Photography: The Digital Photographer's Step-by-Step Guide to Sculpting with Light (2nd Edition), Amherst Media, 978-1682034064*
5. Earnest A. (2008). *Sculpting with Light: Techniques for Portrait Photographers, Amherst Media, 978-1584282365*

Mapa IV - Plataformas e Desenvolvimento Web

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Plataformas e Desenvolvimento Web

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Web Platforms and Development

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Jaime Fins

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. Desenvolver competências na aplicação de tecnologias web ao nível do backend.;
2. Implementar bases de dados com estruturas simplificadas.;
3. Desenvolver operações CRUD desde o interface até à base de dados.;
4. Utilizar frameworks de desenvolvimento ao nível de backend.;
5. Dominar o ciclo de vida de um pedido web dinâmico.;
6. Integrar tecnologias front-end com tecnologias back-end.;
7. Utilizar adequadamente ferramentas para geração de sites estáticos.;
8. Alojamento de páginas estáticas ou dinâmicas online.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. Develop competences in the application of web technologies at the backend level.;
2. Implement databases with simplified structures.;
3. Develop CRUD operations from the interface to the database.;
4. Use development frameworks at the backend level.;
5. Master the life cycle of a dynamic web request.;
6. Integrate frontend with backend technologies.;
7. Use appropriate tools for static site generation.;
8. Host static or dynamic pages online.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Funcionamento e Comportamento de Servidores Aplicacionais
2. Browser como Sandbox para Aplicações
3. Desenvolvimento Backend
 - 3.1. PHP como linguagem de desenvolvimento
 - 3.2. Laravel como framework para desenvolvimento web
4. Operações CRUD
 - 4.1. Criação e submissão de formulários
 - 4.2. Validação de formulários do lado do servidor
 - 4.3. Operações Create, Read, Update, Delete (CRUD)
5. Geradores de Sites Estáticos
6. Alojamento de Páginas
 - 6.1. Domínios (DNS)
 - 6.2. Plataformas "pré-feitas" (Wordpress)
 - 6.3. Plataformas WYSIWYG (Wix)
 - 6.4. Alojamento de sites estáticos
 - 6.5. Alojamento de sites dinâmicos
7. JavaScript
 - 7.1. AJAX
 - 7.2. Callbacks e Promises

4.4.5. Syllabus:

1. Operation and behaviour of Application Servers
2. Sandbox browser for applications
3. Backend development
 - 3.1. PHP as a programming language
 - 3.2. Laravel as a framework for web development
4. CRUD operations
 - 4.1. Form creation and submission
 - 4.2. Form validation from the server side
 - 4.3. Create, Read, Update, Delete (CRUD) operations
5. Static site generators
6. Page hosting
 - 6.1. Domains (DNS)
 - 6.2. Pre-made platforms (WordPress)
 - 6.3. WYSIWYG platforms (Wix)
 - 6.4. Static site hosting
 - 6.5. Dynamic site hosting
7. JavaScript
 - 7.1. AJAX
 - 7.2. Callbacks and Promises

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- This curricular unit's syllabus was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would not only cover all the goals of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the time restrictions, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *A unidade curricular funcionará num ambiente teórico/prático e de experimentação, com a execução de pequenos exercícios onde se abrange cada um dos tópicos.;*
2. *Exposição teórica dos conceitos essenciais sobre tecnologias e práticas utilizadas no desenvolvimento web atual.;*
3. *Realização exercícios teóricos e práticos em aula baseados nos conhecimentos previamente adquiridos.;*
4. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização de exercícios, bem como provas práticas e teóricas. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final.;*
5. *Nota final avaliação contínua: 20% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 80 % na realização de dois testes práticos em períodos distintos (40%+40%).;*
6. *Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *The curricular unit will take place in a theoretical/practical and experimental environment, with small exercises that will cover each topic.;*
2. *Theoretical presentation of the core concepts on technologies and practices used in current web development.;*
3. *Theoretical and practical classroom exercises, based on previously acquired knowledge.;*
4. *Continuous evaluation based on the participation in classes, exercises and practical and theoretical tests. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
5. *Final grade of continuous evaluation: 20% for participation and practical exercises in classes; 80% for two practical tests in different moments (40% + 40%).;*
6. *Final grade of final evaluation: practical test with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino pretende garantir que os alunos não só apreendem os conteúdos teóricos dos temas abrangidos neste Ciclo de Estudos e traduzidos no programa desta UC, como adquirem competências para a sua aplicação prática, cumprindo os objetivos de aprendizagem.*
- A avaliação contínua é concretizada ao longo do semestre, de forma quantitativa e qualitativa, proporcionando-se aos alunos informação que lhes permita adequar o seu desempenho aos objetivos da UC.*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the goals established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application..*
- Continuous assessment is carried out throughout the semester, in a quantitative and qualitative manner, providing students with information that allows them to adapt their performance to the objectives of the course..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *Stauffer, M. (2019). Laravel: Up & Running: A Framework for Building Modern PHP Apps, O'Reilly, 978-1492041214*
2. *Nixon, R. (2018). Learning PHP, MYSQL, Javascript, CSS & HTML5, O'Reilly, 978-1491978917*
3. *Kim, Gene and Behr, Kevin and Spafford, Kim (2014). The phoenix project: A novel about IT, DevOps, and helping your business win, IT Revolution.*
4. *Camden, Raymond and Rinaldi, Brian (2017). Working with Static Sites: Bringing the Power of Simplicity to Modern Sites, O'Reilly*

Mapa IV - Design e Identidade da Marca

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Design e Identidade da Marca

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Brand and Identity Design

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:*DES***4.4.1.3. Duração:***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***48***4.4.1.6. ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Vitor Manuel Tavares Teixeira***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- 1. Compreenda os conceitos e bases inerentes às marcas;*
- 2. Entenda a importância do design de identidade para o quotidiano das organizações ou empresas;*
- 3. Defina e enuncie as funções da marca e a identidade da marca ;*
- 4. Assimile o conceito de identidade corporativa, desde a perspectiva do design, ao de planeamento e gestão da marca;*
- 5. Utilize meios de comunicação distintos de forma integrada com vista a construir uma identidade visual;*
- 6. Desenvolva competências ao nível da criatividade, da inovação, da crítica e da tecnologia;*
- 7. Aplique critérios de avaliação do valor da marca e seja capaz de identificar tendências futuras;*
- 8. Aplique a metodologia projetual como uma ferramenta importante para a correta materialização do trabalho;*
- 9. Crie e desenvolva objecto gráfico de design editorial - manual normativo completo - de identidade visual.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Understand brand-related concepts and principles;*
- 2. Understand the importance of identity design for the daily activity of organisations or companies;*
- 3. Define and list brand functions and brand identity;*
- 4. Assimilate the corporate identity concept from the perspective of design to planning and brand management;*
- 5. Use different media in an integrated manner in order to build a visual identity;*
- 6. Develop abilities at the creativity, innovation, review and technology levels;*
- 7. Apply criteria to evaluate brand value and be able to identify future trends;*
- 8. Apply project methodology as an important tool to properly materialise work;*
- 9. Create and develop an editorial graphic design object - a complete visual identity style guide.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. O design e a marca*
 - 1.1. Marca: o que é? a natureza e as funções, identidade*
 - 1.2. Branding: posicionamento de marca, o processo de gestão da marca*
 - 1.3. Símbolos, Logotipos e slogans*
 - 1.4. Critérios de avaliação do valor da marca: identidade corporativa e identidade visual*
 - 1.5. A relevância do design de Identidade e imagem corporativa para o quotidiano das organizações*
 - 1.6. Investigação em design e identidade da marca, como um processo contínuo de enriquecimento individual*
 - 1.7. Aprofundamento do conceito de identidade corporativa, desde a perspectiva do design, do planeamento à gestão da marca*
 - 1.8. Aulas expositivas (com vista a dissecar e gerar discussão produtiva) de exemplos pertinentes de manuais de identidade da marca*

2. Manual de normas

2.1. *Composição e estrutura do objecto gráfico editorial (grelhas, hierarquias, textos, imagens, grafismos, símbolos, escalas, etc.).*

2.2. *Criação e desenvolvimento de manual (normativo) completo de identidade visual de uma marca*

4.4.5. Syllabus:

1. Design and brand

1.1. *Brand: what is it? Brand nature and functions, brand identity*

1.2. *Branding: brand positioning, the brand management process*

1.3. *Symbols, logos and slogans*

1.4. *Criteria to evaluate brand value: corporate identity and visual identity*

1.5. *The importance of identity design and corporate image for the daily activity of organisations or companies*

1.6. *Research in brand identity and design as a continuous process for individual improvement*

1.7. *Deepen the corporate identity concept from the perspective of design to planning and brand management*

1.8. *Theoretical classes (in order to analyse and allow a productive discussion) presenting relevant examples of brand identity style guides*

2. Corporate visual identity - style guide

2.1. *Composition and structure of the editorial design object (grids, hierarchies, texts, images, graphics, symbols, scales, etc.).*

2.2. *Creation and development of a brand's complete visual identity style guide*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Esta unidade curricular promove a capacidade de planear e estruturar as diferentes fases de um projeto.*
- *Visa aprofundar conhecimentos sobre estratégias de planificação, nomenclatura e estrutura do plano de projecto.*
- *Estabelecer métodos regulares de investigação que permitam ampliar os conhecimentos do aluno em Design e Identidade de Marca e otimizar o seu processo de trabalho.*
- *Desenvolver a capacidade de organização de informação bem como a capacidade de criar e utilizar grelhas como forma de organizar conteúdos e reforçar a identidade visual num projeto editorial.*
- *Nesta unidade curricular, os estudantes têm um papel activo na sua formação e no desenvolvimento das suas competências.*
- *Potenciar a capacidade de argumentação e fundamentação em todas as fases cruciais dos projetos, com vista a adquirir competências de análise crítica em relação ao próprio trabalho e ao trabalho dos seus pares.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *This curricular unit promotes the ability to plan and structure the different stages of a project.*
- *It aims to deepen knowledge regarding strategies of planning, nomenclature and structure of the project plan.*
- *Establish regular research methods allowing the development of students' knowledge on Brand Identity and Design and to optimise their work process.*
- *Develop the ability to organise information and to create and use grids as a way to organise contents and strengthen visual identity in an editorial project.*
- *In this curricular unit, students have an active role in their training and in the development of their skills..*
- *Enhance argumentation and reasoning ability at each key stage of the projects, in order to acquire critical analysis skills regarding their own work and the work of their peers.*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos, ferramentas, metodologias e técnicas orientadas para o desenvolvimento e criação de projectos gráficos;*
2. *Realização de trabalhos práticos orientados à criação de projectos de design de comunicação, cujo software a utilizar em aula/ laboratório criativo deverá ser: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop e/ou Adobe Indesign;*
3. *Avaliação é contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa dos projetos. Os estudantes que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*
4. *Método de avaliação contínua: 80% na resolução de exercícios projectuais; 20% Assiduidade e participação em aula;*
5. *Nota final avaliação final: prova prática com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical and practical classes to present concepts, tools, methodologies and techniques oriented to the development and creation of graphic projects.;*
2. *Development of practical works oriented to the creation of projects in Communication Design, through the use of Adobe Illustrator, Adobe Photoshop and/or Adobe Indesign software in classes/creative labs.;*
3. *Continuous evaluation, through the participation in classes and the preparation, presentation and defence of projects. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
4. *Continuous evaluation method: 80% for the resolution of project-related exercises; 20% for attendance and participation in class.;*
5. *Final grade of final evaluation: practical test with a 100% weight in the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.*
- *Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos alunos reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde que estes irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.*
- *Devido à natureza laboratorial desta unidade curricular, será realizada em regime de avaliação contínua e em modo presencial, em caso excepcionais o acompanhamento e orientação dos trabalhos poderá ser realizado online (email ou videocall)..*
- *O estudante deverá ser capaz de identificar e gerir os Valores da Marca e respetivas implicações atuais e futuras, e deverá também possuir capacidade de definir metodologias para o desenvolvimento e aplicação de ideias para projectos..*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application.*
- *Some autonomous work by the students is expected to be done in class, because it is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the acquired theoretical and technical knowledge.*
- *Due to the laboratorial nature of this curricular unit, it will be carried out in a continuous evaluation regime and in person, in exceptional cases the monitoring and orientation of the works may be carried out online (email or videocall)..*
- *The student must be able to identify and manage the Brand Values and their current and future implications, and must also be able to define methodologies for the development and application of project ideas..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *DABNER David, Vickress Abbie, Stewart Sandra (2019), Design Gráfico, Princípios e Práticas (2a Edição) G. Gili; ISBN: 9788584521463*
2. *LUPTON Ellen, Phillips Jennifer Cole (2008), Novos Fundamentos do Design; Edição Cosac Naify. ISBN: 9788575032398*
3. *Fragoso, Margarida (2012). Design gráfico em Portugal - Formas e Expressões da cultura visual do séc. XX. Ed. Livros Horizonte. ISBN: 9789722417167*
4. *FISHEL, Catherine (2003), Como Recriar a Imagem Corporativa, Edições G. Gili.; ISBN: 9788425218521*
5. *DUBBERLY, Hugh (2005), How do you Design? A compendium of models. Dubberly Design Office.*
6. *RAPOSO, Daniel (2008), Branding, história da marca, gestão da marca, identidade visual corporativa. Edições IPCB. ISBN: 9789898196071*
7. *AGI OPEN, Porto (2010), Process is the project = O processo é o projecto / AGI Open 2010. R2 Design, Ed. AGI Porto 2010.*
8. *ARDEN, Paul (2003), It's Not How Good You Are, It's How Good You Want To Be. Ed. Phaidon Press; ISBN: 9780714843377*

Mapa IV - Projeto Integrado I**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Projeto Integrado I***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Integrated Project I***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***APM***4.4.1.3. Duração:***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***48***4.4.1.6. ECTS:**

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Mário Manuel Dominguez Silva

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Desenvolver e adquirir competências sobre a concepção e desenvolvimento de projetos de carácter agregador que exijam um conjunto alargado de conhecimentos em áreas do Digital Media, sustentado por princípios de Design e estratégias de Marketing.;*
2. *Adquirir conceitos introdutórios sobre a concepção, metodologia e desenvolvimento de projetos.;*
3. *Dar a conhecer técnicas e ferramentas que suportem o processo de ideação e estimulem o pensamento criativo.;*
4. *Dotar o estudante de competências para a Interpretação e discussão dos resultados obtidos.;*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Develop and acquire skills in the design and development of projects of an aggregating nature that require a wide range of knowledge in areas of Digital Media, supported by principles of Design and Marketing strategies.;*
2. *Acquire theoretical concepts about the design, methodology and development of projects.;*
3. *Provide the student with techniques and tools that support his ideation process and stimulate creative thinking.;*
4. *Provide the student with skills for Interpretation and discussion of the results obtained.;*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Processo de Ideação*
 - 1.1. *Ferramentas*
 - 1.2. *Metodologia*
 - 1.3. *Pensamento Lateral*
 - 1.3.1. *Pensamento Divergente*
 - 1.3.2. *Pensamento Convergente*
 - 1.4. *Técnicas*
 - 1.4.1. *Brainstorming*
 - 1.4.2. *Mind Mapping*
 - 1.4.3. *Role Playing*
 - 1.4.4. *Concept Sketching*
2. *Desenvolvimento do Projeto*
 - 2.1. *Objectivos*
 - 2.2. *Fases do projeto*
 - 2.3. *Estado da Arte*
 - 2.4. *Estratégias*
 - 2.5. *Planeamento*
 - 2.6. *Proposta Formal de Projeto*
 - 2.7. *Pitching*
 - 2.8. *Proposta Formal de Projeto*
3. *Metodologia Scrum*
4. *Kanban*

4.4.5. Syllabus:

1. *Ideation Process*
 - 1.1. *Tools*
 - 1.2. *Methodology*
 - 1.3. *Lateral Thinking*
 - 1.3.1. *Divergent Thinking*
 - 1.3.2. *Converging Thinking*
 - 1.4. *Techniques*
 - 1.4.1. *Brainstorming*
 - 1.4.2. *Mind Mapping*
 - 1.4.3. *Role Playing*

1.4.4. Concept Sketching**2. Project development****2.1. Objectives****2.2. Project phases****2.3. State of the art****2.4. Strategies****2.5. Planning****2.6. Project's formal proposal****2.7. Pitching****2.8. Project's formal proposal****3. Scrum****4. Kanban****4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

- Considerando os objetivos de aprendizagem que foram definidos, houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, mas que também dessem suporte aos alunos na concepção do projeto.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- Considering the defined learning outcomes, efforts were made to select a syllabus which not only would cover all of the objectives of the curricular unit but also give support to students regarding the conception of the project.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A UC tem um carácter de mentoria e enquadra-se no modelo pedagógico "Project Based Learning" e "Learning By Doing". Os métodos de ensino são de natureza prática, principalmente do tipo laboratorial e orientados ao acompanhamento e supervisão do desenvolvimento de projeto.

Serão também realizadas sessões de exploração criativa, onde os alunos participarão em dinâmicas que envolvem processos de pensamento lateral, mapas mentais e brainstorming,

O primeiro momento, de natureza teórica, consiste na elaboração de um 'briefing' de projeto (20%). O segundo consiste na apresentação do resultado das tarefas desenvolvidas até então (30%). O terceiro e último momento consiste na entrega e apresentação da proposta do projeto juntamente com trabalho prático já desenvolvido até então (50%). Alternativamente, existe a avaliação final que consiste na entrega e apresentação de um projeto (100%) sob critérios mais restritos ao nível do tempo de desenvolvimento.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The UC has a mentoring character and fits into the "Project-Based Learning" pedagogical model, with the project supervisor having a central role in enabling its full implementation.

The teaching methods are practical, mainly of the laboratory type and oriented to project development.

Creative exploration sessions will also be held, where students will participate in dynamics that involve lateral thinking, mind maps and brainstorming,

The first moment, of theoretical nature, consists of the preparation of a project briefing. The second one consists of the presentation of the already developed tasks. The third and last moment consists of the delivery and presentation of the project proposal, together with the already developed practical work. The final grade (FG) consists of the weighted and rounded average of the three moments (20% + 30% + 50%). Alternatively, there is also final evaluation, which consists of the delivery and presentation of the project at the set dates

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino seleccionada pretende garantir que os alunos não só possuem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática, neste caso, no contexto do processo de concepção de um projeto individual.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students have not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application within the context of conception of a project.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. FREZATTI, Fábio et al (2018) Aprendizagem Baseada em Problemas (PBL), ATLAS, ISBN: 9788597017885

2. LE BOTERF, G. (2003). Desenvolvendo a competência dos profissionais. Porto Alegre: Artmed

3. POWELL, P. C., & WEENK, W. (2003). Project-Led Engineering Education. Utrecht: Lemma.

4. WEST, Michael (2005) Os Segredos Para Uma Gestão de Equipas de Sucesso. Plátano. ISBN: 9789727702886

5. MICHALKO, M. (2006). Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking

6. Jullien, B., & Lung, Y. (2017). Rethinking Innovation and Design for Emerging Markets: Inside the Renault Kwid Project. Milton: CRC Press.

7. Kniberg, H., Skarin M. (2010), *Kanban and Scrum - Making the Most of Both*, C4Media ISBN 978-0-557-13832-6
8. Sutherland, J. (2014) *Scrum_ the art of doing twice the work in half the time* - Crown Business

Mapa IV - Branding e Gestão da Marca

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Branding e Gestão da Marca

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Branding and Brand Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Fabiana Lopes Coelho

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Adquirir um conhecimento aprofundado do que são marcas e como gerir uma marca;*
2. *Obter conhecimento teórico-práticos sobre como analisar uma marca e saber realizar uma auditoria à mesma;*
3. *Saber reconhecer o capital de um marca;*
4. *Saber estruturar e analisar a identidade uma marca;*
5. *Conhecer de forma aprofundada e prática o processo de criação de marcas.*
6. *Adquirir competências no desenvolvimento de uma estratégia para a marca e um plano para a comunicação da marca;*
7. *Conhecer os diferentes meios e canais para comunicar a marca;*
8. *Estar a par e conhecer desafios da gestão de marca na Era digital.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Acquire an in-depth knowledge on brands and on how to manage a brand;*
2. *Obtain theoretical and practical knowledge on how to analyse a brand and on how to perform a brand audit;*
3. *Know how to recognise brand equity;*
4. *Know how to structure and analyse brand identity;*
5. *Understand in an in-depth and practical manner the process of creating brands.*
6. *Acquire skills on the development of a brand strategy and a brand communication plan;*
7. *Know the different media and channels used to communicate the brand;*
8. *Keep up to date and know the challenges of brand management in the digital age.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Gestão da Marca*
 - 1.1. *A definição de marca*
 - 1.2. *A função da marca*
 - 1.3. *A marca como sinal distintivo*
 - 1.4. *A diversidade e tipos de marca*
2. *A Identidade da marca*
 - 2.1. *Identidade vs Imagem de marca*
 - 2.2. *O processo de criação de marcas*
 - 2.3. *A gestão de marca como processo*
 - 2.4. *A auditoria de marca*
 - 2.5. *Os modelos de identidade marca*
3. *A arquitetura de marca*
 - 3.1. *Os modelos de arquitetura de marca*
 - 3.2. *A arquitetura de marca como processo estratégico*
 - 3.3. *As extensões de marca*
4. *O Capital de marca*
 - 4.1. *O conceito de Brand Equity*
 - 4.2. *A lealdade à marca e o relacionamento com o cliente*
5. *A comunicação de marca*
 - 5.1. *A estratégia e o plano de comunicação de marca*
 - 5.2. *Os eventos e a ativação de marca*
 - 5.3. *As relações públicas vs. Publicidade*
 - 5.4. *O mercado das agências vs.a marcas nas organizações*
6. *A marcas na Era digital*
 - 6.1. *As marcas e a ativação digital*
 - 6.2. *As marcas e a estratégia de comunicação digital*
 - 6.3. *O processo de interação e engagement*
 - 6.4. *O influencer marketing*

4.4.5. Syllabus:

1. *Brand Management*
 - 1.1. *Definition of brand*
 - 1.2. *The function of a brand*
 - 1.3. *The brand as a distinctive sign*
 - 1.4. *Brand diversity and types*
2. *Brand identity*
 - 2.1. *Brand identity vs Brand image*
 - 2.2. *The process of creating brands*
 - 2.3. *Brand management as a process*
 - 2.4. *Brand audit*
 - 2.5. *Brand identity models*
3. *Brand architecture*
 - 3.1. *Brand architecture models*
 - 3.2. *Brand architecture as a strategic process*
 - 3.3. *Brand extension*
4. *Brand equity*
 - 4.1. *The concept of brand equity*
 - 4.2. *Brand loyalty and customer relationship*
5. *Brand communication*
 - 5.1. *Brand strategy and communication plan*
 - 5.2. *Events and brand activation*
 - 5.3. *Public relations vs advertising*
 - 5.4. *Market of agencies vs brands within organisations*
6. *Brands in the digital age*
 - 6.1. *Brands and digital activation*
 - 6.2. *Brands and digital communication strategy*
 - 6.3. *Interaction and engagement process*
 - 6.4. *Influencer marketing*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Os conteúdos programáticos propostos permitem aos alunos adquirirem uma compreensão global da Gestão de Marca e do seu processo, ao mesmo tempo que lhes permitem enquadrar em termos concretos toda a realidade que envolve as Marcas, tal como as práticas que caracterizam os processo de gestão e construção de uma marca.*
- *Os conteúdos programáticos permitem também uma aprendizagem concreta sobre o valor das marcas e do seu poder.*
- *É também objectivo que o programa contribua para uma compreensão das transformações e desafios, que as marcas têm vindo a enfrentar, tal como a sua importância para a área de Gestão de Marketing.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *The syllabus proposed allows students to acquire a global understanding of Brand Management and its process, as well as to specifically frame the entire reality related to brands and the practices that characterise brand building and management processes.*
- *The syllabus also provides specific learning on brand value and power.*
- *The programme should also provide an understanding of the changes and challenges brands are facing, as well as their importance for the area of Marketing Management.*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Exposição teórica de conteúdos na aula pelo docente;*
2. *Leitura complementar de textos recomendados entre as aulas e reflexão crítica em torno dos conteúdos;*
3. *Participação individual nas actividades desenvolvidas na sala de aulas;*
4. *Discussão casos que ilustrem os conteúdos e permitam a sua aplicação prática;*
5. *Realização de um trabalho de grupo com apresentação de um estudo de caso em aula e relatório de toda a investigação realizada, faseado em três momentos de avaliação: M1 (10%), M2 (15%) e M3 (25%).*
6. *Realização de teste teórico para aferição de conhecimentos abstratos (M4 - 50%);*
7. *Avaliação final: prova teórica para aproveitamento total da unidade (100%).*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical presentation of the syllabus by the teacher in class;*
2. *Complementary reading of recommended texts between classes and critical reflection regarding the topics;*
3. *Individual student participation in the activities developed in the classroom;*
4. *Discussion of cases that illustrate the syllabus and allow its practical application;*
5. *Development of a group work with the presentation of a case study in class and a report of the entire research performed, divided in three assessment moments: M1 (10%), M2 (15%) and M3 (25%).*
6. *Realization of theoretical test to assess abstract knowledge (M4 - 50%);*
7. *Final assessment: theoretical test for full use of the unit (100%).*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A exposição de conteúdos na aula, a leitura e reflexão crítica de textos recomendados e a participação e a discussão de casos permitirá aos estudantes conhecer de forma global a importância da gestão da marca e da sua importância para a gestão de marketing..*
- *A exposição de conteúdos na aula e discussão de exercícios práticos permitirão aos estudantes conhecer e dominar os mais variados conceitos fundamentais para a compreensão da Gestão de Marca e permitirão ao aluno desenvolver competência para desenvolver trabalho prático ao nível da gestão de marcas..*
- *A realização individual do teste de avaliação e dos trabalhos práticos permitirão a aplicação dos conhecimentos de forma mais profunda e sistemática. Assim: as metodologias de ensino e o seu enquadramento com os conteúdos programáticos irão permitir concretizar os objectivos relativos à disciplina, já que permitirão a apresentação e exposição dos conteúdos, ao mesmo tempo que se introduz a relação entre a teoria e a prática. A discussão dos temas propostos e dos casos apresentados deverá permitir ao aluno participar, desfazer dúvidas e estabelecer uma relação mais próxima com a disciplina e os seus conteúdos..*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The syllabus presentation in class, the reading and critical reflection of recommended texts and the participation and discussion of cases will allow students to globally understand the importance of brand management for marketing management..*
- *The syllabus presentation in class and the discussion of practical exercises will allow students to know and master the different key concepts for Brand Management, enabling students to develop skills regarding brand management practical work..*
- *Individual written test and practical work will allow students to apply their knowledge in an in-depth and systematic manner. Therefore, the teaching methodologies and their framing within the syllabus will allow the fulfilment of the curricular unit's goals, since they will enable the presentation of the syllabus and connect theory and practice. The discussion of the proposed topics and presented cases should allow students to participate, clarify doubts and establish a closer link with this curricular unit and its syllabus..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *Rosenbaum-Elliott, R., Percy, L., & Pervan, S. (2015). Strategic brand management. Oxford University Press, USA.*
2. *Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2015). Brand management: Research, theory and practice. Routledge*
3. *Kapferer, J. N. (2008). The new strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term. Kogan Page Publishers.*
4. *Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2011). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity. Pearson Education India.*
5. *De Chernatony, L. (2010). Creating powerful brands. Routledge.*
6. *Aaker, D. A. (2009). Managing brand equity. Simon and Schuster.*
7. *Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2012). Brand leadership. Simon and Schuster.*

Mapa IV - Marketing Digital**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Marketing Digital***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Digital Marketing***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***MP***4.4.1.3. Duração:***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***48***4.4.1.6. ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Jaime Fins***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- 1. Saber contextualizar e caracterizar os conceitos que sustentam a nova economia digital;*
- 2. Conhecer os principais componentes do Marketing Digital;*
- 3. Compreender o processo estratégico do Marketing Digital;*
- 4. Adquirir competências de planeamento e operacionalização das principais ferramentas de Marketing Digital.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Be able to contextualise and characterise the concepts that support the new digital economy;*
- 2 Understand the main components of Digital Marketing;*
- 3 Understand the strategic process of Digital Marketing;*
- 4. Acquire planning and operationalisation competences regarding the main tools of Digital Marketing.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Conceitos básicos da Nova economia digital e princípios fundamentais do marketing digital*
- 2. Estratégia Digital*
 - 2.1. A jornada do consumidor*
 - 2.2. Objectivos e indicadores de desempenho digitais (KPI's)*
 - 2.3. Propostas de valor*
 - 2.4. Meios e Comunicação Digital*
- 3. Sites, Plataformas e Mobile Marketing*
- 4. Optimização para motores de busca (Search Engine Optimization - SEO)*
- 5. Publicidade nos motores de busca (Search Engine Advertising - SEA)*
- 6. Marketing de Conteúdo*

7. Marketing de Afiliados
8. Redes Sociais: Gestão e Publicidade
9. Publicidade online - Display Advertising
10. E-mail Marketing

4.4.5. Syllabus:

1. Basic concepts of the new digital economy and basic principles of digital marketing
2. Digital strategy
 - 2.1. Consumer journey
 - 2.2. Digital objectives and key performance indicators (KPIs)
 - 2.3. Value propositions
 - 2.4. Digital communication and media
3. Websites, platforms and mobile marketing
4. Search Engine Optimisation - SEO
5. Search Engine Advertising - SEA
6. Content marketing
7. Affiliate marketing
8. Social networks: management and advertising
9. Online advertising - Display advertising
10. E-mail marketing

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus of the curricular unit was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would explore the resolution of any problems students may face throughout the project or the internship, namely issues related to the report, the resource management and the attitude, within the restrictions of time, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos relativos a fundamentos teóricos, conceptuais e caracterizadores ligados ao marketing digital assim como à sua história, origens, propósitos e tendências;
2. Realização de trabalhos de investigação, análise e reflexão em formato de caso de estudo e apresentações orais;
3. Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;
4. Nota final avaliação contínua: 40% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 60% trabalho realizado fora da sala de aulas.
5. Nota final avaliação final: prova teórica com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. Theoretical and practical classes to present the concepts related to theoretical, conceptual and characterising fundamentals related to digital marketing as well as to its history, origin, purposes and trends.;
2. Research, analysis and reflection works as case studies and oral presentations.;
3. Continuous evaluation, through the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works. Students who do not obtain approval in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;
4. Final grade of continuous evaluation: 40% for participation and practical exercises in classes; 60% for work outside the classroom..
5. Final grade of final evaluation: theoretical test with a 100% weight in the final grade.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. ADOLPHO Conrado (2012). *Os 8 Ps do Marketing Digital - O guia estratégico de marketing digital, Texto Gestão*.
2. CHAFFEY, Dave, ELLIS-CHADWIC Fiona (2012) *Digital Marketing - Strategy, Implementation and Practice, Pearson*.
3. Kotler, P. et al (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley*.
4. Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page*.

Mapa IV - Ambientes Virtuais Interativos

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Ambientes Virtuais Interativos

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Interactive Virtual Environments

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Hugo Miguel Gonçalves Crespo Machado Silva

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Conhecer as questões inerentes à realidade virtual e seu impacto no contexto do marketing;*
2. *Adquirir competências no reconhecimento, distinção, função e utilização de plataformas orientadas ao desenvolvimento de ambientes virtuais;*
3. *Explorar e utilizar, em perspetiva de introdução, ferramentas fundamentais incluídas em plataformas de desenvolvimento de ambientes virtuais, articulando as mesmas com a importação de diferentes tipos de media;*
4. *Compreender diferentes sistemas e tipos de iluminação e configurar de acordo com diferentes tipos de ambiente e em conformidade com requisitos de performance;*
5. *Garantir experiência na formulação e aplicação de comportamentos de carácter elementar a objetos e agentes intervenientes no ambiente virtual;*
6. *Saber levar a cabo um projeto de criação de uma aplicação virtual interativa, aplicando os fundamentos gerais de produção em contexto de promoção de um produto ou marca.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Obtain knowledge about the interinsic questions regarding virtual reality and its impact on the marketing landscape;*
2. *Acquiring skills in the recognition, distinction, function and use of platforms oriented towards the development of virtual environments;*
3. *Exploring and using, at an introductory level, fundamental tools included in virtual environment development platforms and articulating them with the import of different types of media;*

4. *Understanding different lighting types and systems and configuring them according to different environment types and performance requirements;*
5. *Assuring experience in the design and application of basic behaviours to objects and agents participating in the virtual environment;*
6. *Manage to develop a project of a virtual reality interactive application under the purpose of commercial or brand promotion.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução à realidade virtual*
 - 1.1. *Definição e historial*
 - 1.2. *Imersão, presença e compromisso*
 - 1.3. *Desenhar experiências para realidade virtual*
 - 1.4. *Modelos de perceção: espaço, tempo, atenção e manutenção*
 - 1.5. *Adversidades e contra-indicações da RV*
2. *Criação de conteúdos para realidade virtual*
 - 2.1. *Desenho de ambientes e espaços virtuais*
 - 2.2. *Condicionamento do comportamento na experiência*
 - 2.3. *Linhas de guia para criação de conteúdos em RV*
 - 2.4. *Interação: relação humano/máquina, dispositivos, padrões e técnicas*
3. *Introdução a Plataforma de desenvolvimento de ambientes virtuais*
 - 3.1. *Introdução ao Unity*
 - 3.2. *Gestão de assets: importação, preparação e distribuição*
 - 3.3. *Materiais e Texturas*
 - 3.4. *Iluminação*
 - 3.5. *Som*
 - 3.6. *Controlo de Interação e scripting*
4. *Especificação e implementação de aplicações*
 - 4.1. *Product showcase interativo*
 - 4.2. *Visita virtual interativa*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction to virtual reality*
 - 1.1. *Definition and history*
 - 1.2. *Immersion, presence and commitment*
 - 1.3. *Designing experiences to virtual reality*
 - 1.4. *Models of perception: space, time, attention and maintenance*
 - 1.5. *Adversities and counter-indications regarding VR*
2. *Content creation for VR*
 - 2.1. *Virtual space and environment design*
 - 2.2. *Behavioural experience control*
 - 2.3. *Guidelines for content creation in VR*
 - 2.4. *Interaction: human/machine relation, devices, patterns and techniques*
3. *Introduction to development for VR*
 - 3.1. *Introduction to Unity*
 - 3.2. *Asset management, import, preparation and distribution*
 - 3.3. *Materials and textures*
 - 3.4. *Lighting*
 - 3.5. *Sound*
 - 3.6. *Interaction control and scripting*
4. *Specification and application implementation*
 - 4.1. *Creating a virtual and interactive product showcase*
 - 4.2. *Creating a virtual tour*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Os conteúdos programáticos refletem os objetivos da unidade curricular e levando em consideração as limitações de tempo, medido em ECTS, atribuído à mesma. Pretende-se sensibilizar os alunos para a o desenho de aplicações de realidade virtual com fins comerciais ou corporativos, tendo em conta os standarts do mercado de trabalho e as expectativas do utilizador no que toca à experiência e acessibilidade..*
- *Os alunos são submetidos a um constante cruzamento entre teoria e prática, fazendo convergir noções fundamentais ligadas ao design e avaliação de interação, com uma componente prática ativa e participativa, resultando na criação de protótipos evidenciadores da aquisição desses mesmos conhecimentos.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *The syllabus directly reflects the goals of the curricular unit, taking into account the restrictions of time, measured in ECTS, which are assigned to this CU. Therefore, we intend to make students aware of the dimension of planning, design and development of interactive applications, considering the user experience as a key point in the approach to be taken.*
- *Students are provided with a constant balance between theory and practice, converging key notions related to design and*

interaction evaluation with an active and participative practical component, which results in the creation of prototypes that show their knowledge acquisition.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *As metodologias de ensino são de caráter expositivo (teoria) e demonstrativo (prática). Existe ainda acompanhamento contínuo de alunos na resolução de exercícios práticos e trabalhos de avaliação nas aulas e fora destas.;*
2. *O método de avaliação contínua escolhido assume um caráter periódico e cumulativo repartido por 2 momentos práticos com a cotação de 50% cada.;*
3. *Fatores continuados como assiduidade, pontualidade, participação e civismo; são levados em consideração na atribuição das notas.;*
4. *Caso o aluno não obtenha aprovação à avaliação contínua, é realizado um exame prático (120 min c/consulta)..*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *The teaching methodologies are of expositive type (theoretical part) and demonstrative (practical part). There is also a continuous tutoring and supervision by the teacher during classes and at distance.;*
2. *The continuous evaluation method encompasses 2 evaluation moments moments, each one representing 50% of the final grade.;*
3. *Factors like attendance, punctuality, participation and civility are also taken into consideration when issuing grades.;*
4. *In case of not being able to pass the continuous evaluation, the student can attend final evaluation, composed by a practical exam (120 min open book)..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A execução pedagógica é realizada em ambiente de laboratório de informática, sendo as aulas divididas em dois tempos: exposição/demonstração e prática..*
- *Para além da prática demonstrada via exemplos preparados e orientados ao propósito, aos alunos é indicada a realização de exercícios que aludem à utilização das ferramentas e técnicas lecionadas nessa aula, aprofundando-as. A realização destes exercícios ocorre com a presença e acompanhamento do docente. Se necessário, os alunos deverão continuar em casa e com recurso a ajuda por via assíncrona. Estes exercícios destinam-se a preparar o aluno na eventualidade deste optar pela avaliação final. Os alunos em avaliação contínua são submetidos a várias tarefas de avaliação com contornos de projeto de forma individual ou em grupo..*
- *Em paralelo, são transmitidos conceitos teóricos de relacionamento direto não só com a atividade exercida na componente prática, como numa abordagem à temática transversal da disciplina, com o intuito de ampliar os conhecimentos efetivos do alunos sobre esse mesmo domínio. Esta matéria é dada em aula e fornecida ao aluno em forma de síntese. Este conhecimento teórico não é avaliado de forma direta..*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The pedagogical implementation is held in a computer laboratory environment, with classes divided into two stages: exposition / demonstration and practice..*
- *Besides the implementation demonstrated via examples prepared and oriented, students perform exercises that allude to the use of the tools and techniques taught in this class. The completion of these exercises is monitored with help of the teacher. If necessary, students should finish the work at home and, if necessary, getting help from the teacher through asynchronous channels. These exercises are designed for students that aim to achieve approval by final exam. Those who chose continuous evaluation will be submitted to the same level of tutoring, while performing a specific number of solo/group projects..*
- *In parallel, theoretical concepts of direct relationship not only with the activity performed in the laboratory component, such as a cross-thematic approach to the discipline, with the aim of expanding the actual knowledge of the students on the same domain are transmitted. This subject is given in class and provided to the student in the form of synthesis. This theoretical knowledge is not assessed directly..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *Hackl, C.; Wolfe S. (2017). Marketing New Realities: An Introduction to Virtual Reality & Augmented Reality Marketing, Branding, & Communications. Meraki Press.*
2. *Jerald, K. (2015). The VR Book: Human-Centered Design for Virtual Reality. ACM Books.*
3. *SAPIO, F. (2015). Unity UI Cookbook, Packt Publishing, 978-1785885822*
4. *FELICIA, P. (2016). Unity 5 From Zero to Proficiency (Foundations): A step-by-step guide to creating your first game with Unity, CreateSpace Independent Publishing Platform, 978-1518699894*
5. *SMITH, M., QUEIROZ, C. (2015). Unity 5.x Cookbook, Packt Publishing, 978-1784391362*
6. *THORN, A. (2015). Unity Animation Essentials, Packt Publishing, 978-1782174813*
7. *LEVY, L. (2009). Game Development Essentials: Game QA & Testing, Delmar Cengage Learning, 978-1435439474*

Mapa IV - Animação e Motion Design

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Animação e Motion Design

4.4.1.1. Title of curricular unit:*Animation and Motion Design***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***APM***4.4.1.3. Duração:***Semester***4.4.1.4. Horas de trabalho:***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***48***4.4.1.6. ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Teresa de Jesus Baptista Vieira***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- 1. Conhecer a história e origens da animação, assimilando os seus princípios, características, ramificações e influências;*
- 2. Interiorizar e aplicar os fundamentos transversais da animação digital;*
- 3. Assimilar os contornos técnicos, estéticos e conceptuais do Motion Design em contexto do design de informação e produção audiovisual;*
- 4. Saber aplicar conhecimentos de ferramentas de autoria de animação para vídeo na sequência de resolução de problemas de comunicação organizacional.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Obtain knowledge about the history and origins of animation, its principles, characteristics, ramifications and influences;*
- 2. Assimilate and apply the fundamentals of digital animation;*
- 3. Embody the technical, aesthetical and conceptual outlines for motion design in contexto of informational design and audiovisual production;*
- 4. Demonstrate ability on animation authoring tools for video output in context of problem resolution for organizational communication purposes.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução*
 - 1.1. Primeiras inovações na simulação do movimento*
 - 1.2. Brinquedos óticos, técnicas tradicionais e o cinema de animação*
- 2. Fundamentos de animação digital*
 - 2.1. Temporização*
 - 2.2. Propriedades da matéria, forças e princípios físicos*
 - 2.3. Poses, keyframing e intervalismo*
 - 2.4. Os 12 princípios*
- 3. Animação para audiovisual*
 - 3.1. Princípios de Motion Design*
 - 3.3. O discurso cinético na comunicação audiovisual*
 - 3.4. A estética, metáforas visuais e hierarquia na animação infográfica*
- 4. Elementos animados na comunicação audiovisual*

- 4. Intros, Outros e Separadores
- 4.2. Lower-thirds, Rodatopos e Rodapés
- 4.3. Transições, chamadas e sobreposições
- 4.4. Personagens
- 4.5. Tipografia
- 5. Animação em After Effects
- 5.1. Curvas de variação de valores e velocidade
- 5.2. Hierarquia e Objetos Nulos (Nulls)
- 5.3. Animação via Keyframing
- 5.4. Animação via Puppet Warp
- 5.5. Animação com recurso a articulações (joints)
- 5.6. Animação via Scripting

4.4.5. Syllabus:

- 1. Introduction
 - 1.1. First motion simulation innovations
 - 1.2. Optical toys, traditional animation techniques and animation cinema
- 2. Digital animation fundamentals
 - 2.1. Timing
 - 2.2. Properties of matter, forces and physics representation
 - 2.3. Poses, keyframing and interpolation
 - 2.4. Twelve principles of animation
- 3. Animation for audiovisual production
 - 3.1. Motion design principles
 - 3.3. The kinetic discourse within audiovisual communication
 - 3.4. The aesthetics, visual metaphors and hierarchy regarding infographic animation
- 4. Animated elements in audiovisual communication
 - 4. Intros, outros and fillers
 - 4.2. Lower-thirds, footers and headers
 - 4.3. Transitions, calls and overlays
 - 4.4. Characters
 - 4.5. Typography
- 5. Animation in After Effects
 - 5.1. Value and velocity variation curves
 - 5.2. Hierarchy and Null Objects
 - 5.3. Keyframing Animation
 - 5.4. Puppet Warp Animation
 - 5.5. Join Animation
 - 5.6. Scripting Animation

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Os conteúdos programáticos refletem os objetivos da unidade curricular e levando em consideração as limitações de tempo, medido em ECTS, atribuído à mesma. Pretende-se sensibilizar os alunos para a o desenho e produção em animação digital, tendo em conta os standards do mercado de trabalho e as expectativas do utilizador no que toca à experiência e acessibilidade..
- Os alunos são submetidos a um constante cruzamento entre teoria e prática, fazendo convergir noções fundamentais ligadas ao design e avaliação de interação, com uma componente prática ativa e participativa, resultando na criação de protótipos evidenciadores da aquisição desses mesmos conhecimentos.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus directly reflects the goals of the curricular unit, taking into account the restrictions of time, measured in ECTS, which are assigned to this CU. Therefore, we intend to make students aware of the dimension of planning, design and production of animated sequences, considering the user experience as a key point in the approach to be taken.
- Students are provided with a constant balance between theory and practice, converging key notions related to design and interaction evaluation with an active and participative practical component, which results in the creation of prototypes that show their knowledge acquisition.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- 1. As metodologias de ensino são de caráter expositivo (teoria) e demonstrativo (prática). Existe ainda acompanhamento contínuo de alunos na resolução de exercícios práticos e trabalhos de avaliação nas aulas e fora destas.;
- 2. O método de avaliação contínua escolhido assume um caráter periódico e cumulativo repartido por 5 momento práticos com a cotação de 20% cada.;
- 3. Fatores continuados como assiduidade, pontualidade, participação e civismo; são levados em consideração na atribuição das notas.;
- 4. Caso o aluno não obtenha aprovação à avaliação contínua, é realizado um exame prático (120 min c/consulta)..

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *The teaching methodologies are of expositive type (theoretical part) and demonstrative (practical part). There is also a continuous tutoring and supervision by the teacher during classes and at distance.;*
2. *The continuous evaluation method encompasses 5 evaluation moments moments, each one representing 20% of the final grade.;*
3. *Factors like attendance, punctuality, participation and civility are also taken into consideration when issuing grades.;*
4. *In case of not being able to pass the continuous evaluation, the student can attend final evaluation, composed by a practical exam (120 min open book)..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A execução pedagógica é realizada em ambiente de laboratório de informática, sendo as aulas divididas em dois tempos: exposição/demonstração e prática..*
- *Para além da prática demonstrada via exemplos preparados e orientados ao propósito, aos alunos é indicada a realização de exercícios que aludem à utilização das ferramentas e técnicas lecionadas nessa aula, aprofundando-as. A realização destes exercícios ocorre com a presença e acompanhamento do docente. Se necessário, os alunos deverão continuar em casa e com recurso a ajuda por via assíncrona. Estes exercícios destinam-se a preparar o aluno na eventualidade deste optar pela avaliação final. Os alunos em avaliação contínua são submetidos a várias tarefas de avaliação com contornos de projeto de forma individual ou em grupo..*
- *Em paralelo, são transmitidos conceitos teóricos de relacionamento direto não só com a atividade exercida na componente prática, como numa abordagem à temática transversal da disciplina, com o intuito de ampliar os conhecimentos efetivos do alunos sobre esse mesmo domínio. Esta matéria é dada em aula e fornecida ao aluno em forma de síntese. Este conhecimento teórico não é avaliado de forma direta..*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The pedagogical implementation is held in a computer laboratory environment, with classes divided into two stages: exposition / demonstration and practice..*
- *Besides the implementation demonstrated via examples prepared and oriented, students perform exercises that allude to the use of the tools and techniques taught in this class. The completion of these exercises is monitored with help of the teacher. If necessary, students should finish the work at home and, if necessary, getting help from the teacher through asynchronous channels. These exercises are designed for students that aim to achieve approval by final exam. Those who chose continuous evaluation will be submitted to the same level of tutoring, while performing a specific number of solo/group projects..*
- *In parallel, theoretical concepts of direct relationship not only with the activity performed in the laboratory component, such as a cross-thematic approach to the discipline, with the aim of expanding the actual knowledge of the students on the same domain are transmitted. This subject is given in class and provided to the student in the form of synthesis. This theoretical knowledge is not assessed directly..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *Jackson, Chris (2017). After Effects for Designers: Graphic and Interactive Design in Motion. Routledge. 978-1138735873*
2. *Dodds, David (2019). Hands-On Motion Graphics with Adobe After Effects CC: Develop your skills as a visual effects and motion graphics artist. Packt Publishing. 978-1789345155*
3. *Shaw, Aistom (2015). Design for Motion: Fundamentals and Techniques of Motion Design. Routledge. 978-1138812093*
4. *Stone, Brian R., Whalin, Leah (2018). The Theory and Practice of Motion Design: Critical Perspectives and Professional Practice. Routledge. 978-1138490802*
5. *WHITTAKER, H. (2009). Timing for Animation, Focal Press, 978-0240521602*
6. *WILLIAMS, R. (2009). The Animator's Survival Kit, Faber & Faber, 978-0571238347*
7. *FURNISS, M. (2017). Animation: The Global History, Thames and Hudson Ltd, 978-0500252178*

Mapa IV - Produção Gráfica e Paginação**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Produção Gráfica e Paginação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Digital Printing and Pagination

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Nuno Manuel Gonçalves Santos Caldeira***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

1. *Conhecer as etapas que constituem os diferentes fluxos de trabalho na indústria gráfica. Adquirir conhecimentos gerais sobre originais e sua reprodutividade, tipografia e cor.;*
2. *Compreender os diferentes sistemas de reprodução gráfica e sua aplicação específica. Adquirir conhecimentos relativos à constituição da forma impressora adequada à produção industrial.;*
3. *Compreender o funcionamento de software específico.;*
4. *Distinguir os diferentes formatos de ficheiros;*
5. *Perceber os sistemas de gestão da cor.;*
6. *Desenvolver de capacidades de preparação de originais para diferentes tipos de utilização.;*
7. *Elaborar ficheiros digitais, decorrentes de um projeto, para a sua execução gráfica em condições excelentes para reprodução;*
8. *Utilizar corretamente tipografia, cores, imagens e manchas de impressão;*
9. *Produzir ficheiros finais corretos para imposição e impressão.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Know the stages that compose the different workflows in the printing industry. Acquire general knowledge on originals and their replicability, typography and colour.;*
2. *Understand the different graphic reproduction systems and their specific application. Acquire knowledge on the composition of the appropriate printing plate for industrial production.;*
3. *Understand how specific software works.;*
4. *Distinguish the different file formats.;*
5. *Understand the colour management systems.;*
6. *Develop abilities regarding the preparation of originals for different types of use.;*
7. *Prepare digital files resulting from a project for graphic production in excellent reproduction conditions.;*
8. *Correctly use typography, colours, images and printing areas.;*
9. *Generate final files that are appropriate for imposition and printing..*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Fluxo de produção gráfica (pré-impressão, impressão e pós-impressão)*
2. *Originais: texto (tipos de letra) e imagem (traço-linha, tom contínuo, retículas)*
3. *Composição de cores: síntese aditiva (RGB), síntese subtractiva (CMYK) e cores diretas (Pantone)*
4. *Definição dos processos de impressão através das formas (analógica/digital), e por sistema*
 - 4.1. *Formas Relevográficas (tipografia e flexográfica)*
 - 4.2. *Formas Planográficas (offset)*
 - 4.3. *Formas Calcográficas ou Ocográficas (rotogravura e tampografia)*
 - 4.4. *Formas Permeográficas (serigrafia)*
 - 4.5. *Impressão Digital*
 - 4.5.1. *Tipos de impressoras*
 - 4.5.2. *Suportes de impressão*
 - 4.5.3. *Tipos de tinta*
 - 4.5.4. *Sistemas de software RIP*

5. Paginação

- 5.1. Formatos de ficheiros, marcas de corte e de dobra, bleed e slug
- 5.2. Preparação de imagens para impressão
- 5.3. Gestão de fontes tipográficas
- 5.4. Gestão de cor
- 5.5. Uso das ferramentas de verificação prévia do InDesign
- 5.6. Comunicar com a gráfica

4.4.5. Syllabus:

1. Graphic production workflow (prepress, printing and postpress)
2. Originals: text (fonts) and image (line-dash, continuous tone, reticles)
3. Colour composition: additive synthesis (RGB), subtractive synthesis (CMYK) and spot colours (Pantone)
4. Definition of printing processes through plates (analogue/digital) and by system
 - 4.1. Relief plates (typography and flexographic)
 - 4.2. Planographic plates (offset)
 - 4.3. Chalcographic or gravure plates (rotogravure and tampography)
 - 4.4. Lithographic plates (screen printing)
 - 4.5. Digital printing
 - 4.5.1. Types of printers
 - 4.5.2. Printing supports (rigid, semi rigid and flexible)
 - 4.5.3. Types of ink (solvent, eco-solvent ink, latex, UV, solvent UV, water-based)
 - 4.5.4. RIP software systems
5. Page layout
 - 5.1. File formats, crop and fold marks, bleed and slug
 - 5.2. Image preparation for print
 - 5.3. Typography and font management
 - 5.4. Colour proof
 - 5.5. Use of InDesign prior verification tools
 - 5.6. Communicate with the printing company

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- This curricular unit's syllabus was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would not only cover all the goals of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the time restrictions, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. Aulas expositivas e demonstrativas com apoio audiovisual;
2. Desenvolvimento de exercícios exemplificando e confirmando os conhecimentos adquiridos.;
3. Visitas de estudo a empresas de artes gráficas;
4. Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;
5. Nota final avaliação contínua: 40% participação nas aulas e trabalhos de durante o período de contacto, 60% trabalho realizado fora da sala de aulas;
6. Nota final avaliação final: prova teórica com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. Theoretical classes with audiovisual support;
2. Development of exercises to provide examples and consolidate knowledge;
3. Study visits to printing companies;
4. Continuous evaluation based on the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;
5. Final grade of continuous evaluation: 40% for participation in classes and works during contact period; 60% for work outside the classroom.;
6. Final grade of final evaluation: theoretical test with a 100% weight in the final grade..

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.*
- *Foi considerado que o tempo dedicado ao trabalho autónomo dos alunos deveria ser superior ao reservado às sessões de contacto com a docente, pois pretende-se que esta, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, em que estes irão procurar integrar e desenvolver os conhecimentos, formar e desenvolver autonomia, eficácia, eficiência e qualidade de trabalho nas áreas supracitadas.*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the goals established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application..*
- *It was considered that the time dedicated to autonomous work by the students should be greater than the time reserved for the contact hours with the teacher. It is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, also distributes tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will seek to consolidate and develop their knowledge, train and develop work autonomy, efficacy, efficiency and quality in the above mentioned areas..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. DIAS, R. e MEIRA, S. (2018). *Imprimere: arte e processo nos 250 anos da Imprensa Nacional.* . Lisboa: INCM, ESAD
2. KIPPHAN, H. (2001). *Handbook of print media: technologies and production methods.* Heidelberg: Springer
3. BARBOSA, C. (2009). *Manual de Produção Gráfica. Parede: Principia*
4. BAER, L. (2005). *Produção Gráfica.* São Paulo: Editora Senac
5. JOHANSSON, K. e LUNDBERG, P. e RYBERG, R. (2004). *Manual de producció n gráfica. Recetas..* Barcelona: Editorial Gustave Gili
6. Nickelson, J. (2017). *Fine Art Inkjet Printing: The Craft and Art of the Fine Digital Print.* San Rafael, CA, USA: Rocky Nook
7. McCUE, C. (2014). *Real World Print Production with Adobe Creative Cloud.* San José, California: Peachpit

Mapa IV - Webdesign

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Webdesign

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Webdesign

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

João Nuno Lopes Angélico

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:*<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

1. *Tomar conhecimento dos princípios básicos e das particularidades de desenvolver design para a web multiplataforma;*
2. *Desenvolver capacidades de trabalho e raciocínio na criação de interfaces tendo em conta a filosofia do "Human-centered Design" (HCD) centrado no paradigma contemporâneo do desenvolvimento para a web;*
3. *Mostrar capacidades em desenvolver interfaces responsivas para os mais variados formatos digitais, tendo em conta os standards da indústria.;*
4. *Criar interfaces tendo em consideração os desafios da acessibilidade e inclusão dos utilizadores tendo em conta a evolução das expectativas da sociedade moderna perante a tecnologia e a experiência de utilização..*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Become aware of the fundamentals and specificities of developing design for the web;*
2. *Develop work and reasoning abilities on the creation of interfaces taking into account the "Human-centred Design" (HCD) philosophy centered on the contemporary web development paradigm;*
3. *Demonstrate the ability to develop responsive interfaces for the most diverse digital formats, taking into account industry standards.;*
4. *Create interfaces taking into account user accessibility and inclusion challenges, as well as the evolution of modern society expectations regarding technology and user experience..*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução*
 - 1.1. *Métodos e Tecnologias de interação*
 - 1.2. *Human-centered Design*
 - 1.3. *Discoverability e Understanding*
 - 1.4. *Affordances, significantes, mapeamento, feedback e modelos conceptuais*
 - 1.5. *Design de interação e UX*
 - 1.6. *Os 7 estados de acção*
2. *Hierarquia da informação*
 - 2.1. *Identificação, divisão e associação das partes*
 - 2.2. *Estrutura relacional de elementos*
 - 2.3. *Padrões de organização*
 - 2.4. *O ciclo de interação*
 - 2.5. *Metáforas, simbologia e codificação*
3. *Produção em Webdesign*
 - 3.1. *Ciclos de design*
 - 3.2. *Personas*
 - 3.3. *Planeamento e outlining*
 - 3.4. *Wireframes e Prototipagem*
 - 3.5. *Abordagem Mobile-first*
 - 3.6. *Métodos de avaliação interativos*
4. *Desenvolvimento de interfaces para a Web*
 - 4.1. *Resoluções e espaço de ecrãs digitais*
 - 4.2. *Posicionamento e transformação de elementos*
 - 4.3. *Tipos de elementos de interface*
 - 4.4. *Canvas, layouts e grupo de elementos*
 - 4.5. *Responsividade*
 - 4.6. *Animação*
 - 4.7. *Acessibilidade*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction*
 - 1.1. *Interaction methods and technologies*
 - 1.2. *Human-centred Design*
 - 1.3. *Discoverability and understanding*
 - 1.4. *Affordances, signifiers, mapping, feedback and conceptual models*
 - 1.5. *Interaction design and experience design*
 - 1.6. *The seven stages of action*
2. *Information hierarchy*
 - 2.1. *Identification, division and association*
 - 2.2. *Relational structure of elements*
 - 2.3. *Organisation patterns*
 - 2.4. *The cycle of interaction*
 - 2.5. *Metaphors, symbolism and encoding*
3. *Webdesign Production*

- 3.1. *Design cycles*
- 3.2. *Creation of personas*
- 3.3. *Planning and outlining*
- 3.4. *Wireframes and prototyping*
- 3.5. *Mobile-first Approach*
- 3.6. *Interactive evaluation methods*
- 4. *Web Interfaces*
 - 4.1. *Resolution and digital screen space*
 - 4.2. *Element positioning and transformation*
 - 4.3. *Types of interface elements*
 - 4.4. *Canvas, layouts and group of elements*
 - 4.5. *Responsiveness*
 - 4.6. *Animation*
 - 4.7. *Accessibility*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Os conteúdos programáticos refletem os objetivos da unidade curricular e levando em consideração as limitações de tempo, medido em ECTS, atribuído à mesma. Pretende-se sensibilizar os alunos para a o desenho de interfaces para os meios interativos digitais, tendo em conta os standards do mercado de trabalho e as expectativas do utilizador no que toca à experiência e acessibilidade..*
- *Os alunos são submetidos a um constante cruzamento entre teoria e prática, fazendo convergir noções fundamentais ligadas ao design e avaliação de interação, com uma componente prática ativa e participativa, resultando na criação de protótipos evidenciadores da aquisição desses mesmos conhecimentos.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *The syllabus reflects the curricular unit's goals, taking into account the time restrictions, measured in ECTS, which are assigned to it. We intend to make students aware of interface design for digital interactive media, taking into account labour market standards and user expectations regarding experience and accessibility..*
- *Students are provided with a constant balance between theory and practice, converging key notions related to design and interaction evaluation with an active and participative practical component, which results in the creation of prototypes that show their knowledge acquisition..*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *A disciplina é composta por sessões teórico-práticas onde serão utilizados os métodos de ensino expositivo, prática simulada e tutorial consoante a necessidade da matéria a leccionar;*
2. *A exposição de noções teóricas deverá ser apreendida pelos alunos através de actividades de estudo e conceptualização;*
3. *Os trabalhos práticos a elaborar serão alvo de acompanhamento permanente durante o decorrer das aulas e, em caso de necessidade, à distância por via assíncrona de comunicação;*
4. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*
5. *Nota final avaliação contínua: 40% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 60% trabalho realizado fora da sala de aulas;*
6. *A avaliação na modalidade final sustenta-se na realização de uma prova prática com peso de 100% no aproveitamento da unidade.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *The subject will be based on theoretical and practical sessions, where the expository method, simulated practice and tutorial guidance will be used as teaching methodologies, depending on the needs of the syllabus.;*
2. *The presentation of theoretical notions should be assimilated by students through study and conceptualisation activities.;*
3. *Practical works to be carried out will be under permanent monitoring during classes and, if necessary, at a distance through asynchronous communication.;*
4. *Continuous evaluation based on the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works. Students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation.;*
5. *Final grade of continuous evaluation: 40% for participation and practical exercises in classes; 60% for work outside the classroom.;*
6. *Final evaluation consists of a practical exam with a 100% weight in the final grade of the unit..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *É de extrema importância que, para a correcta aprendizagem e compreensão das especificidades do planeamento e desenho de interfaces para ecrãs digitais orientados para webdesign, sejam realizados exercícios baseados em casos práticos. Desta forma, proporciona-se a exposição dos alunos à complexidade não só dos tópicos fundamentais presentes nos conteúdos programáticos, como temas paralelos de relevo, no sentido de existir uma sólida assimilação de conhecimentos, um substancial aumento da amplitude dos horizontes de percepção sobre o tema, como também um desenvolvimento das competências específicas da disciplina. Através da realização de exercícios de domínio das*

ferramentas e trabalhos que procurem incorporar e demonstrar os conteúdos teóricos assimilados, é avaliada a capacidade de trabalho e a capacidade do aluno num nível mais avançado de desenho de interfaces em contextos de distribuição de conteúdos e conversões através da web..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- It is extremely important that, for the correct learning and understanding of the specifics of the planning and design of interfaces for digital screens oriented to web design, exercises are carried out based on practical cases. In this way, students are exposed to the complexity not only of the fundamental topics shown in the syllabus, but also relevant parallel themes, in the sense that there is a solid assimilation of knowledge, a substantial increase in the range of perception horizons on the theme, as well as a development of discipline-specific skills. Through the realization of exercises to master the tools and works that seek to incorporate and demonstrate the theoretical contents assimilated, the student's work capacity and ability at a more advanced level of interface design in contexts of content distribution and conversions are assessed through web..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things*. Cambridge, MA: The MIT Press, 978-0262525671
2. Krug, S. (2014). *Don't make me think, revisited: a common sense approach to Web usability*. Berkeley, CA: New Riders
3. Tidwell, J. (2011). *Designing interfaces*. Sebastopol, CA: O'Reilly, 978-1449379704
4. KRISHNA, G. (2015). *The Best Interface Is No Interface: The simple path to brilliant technology*, New Riders, 978-0133890334
5. Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). *About face: the essentials of interaction design*. Hoboken: John Wiley & Sons
6. JOHNSON, J. (2010). *Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Rules*, Morgan Kaufmann
7. UNGER, R., CHANDLER, C. (2012). *A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making*, New Riders
8. FRAIN, B (2020). *Responsive Web Design with HTML5 and CSS: Develop future-proof responsive websites using the latest HTML5 and CSS techniques*. New Riders

Mapa IV - Projeto Integrado II

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Projeto Integrado II

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Integrated Project II

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

100

4.4.1.5. Horas de contacto:

32

4.4.1.6. ECTS:

4

4.4.1.7. Observações:

1. *Demonstrar competências na criação e apresentação de projetos integrados de Digital Media num contexto organizacional;*
2. *Saber planejar e antecipar a sustentação económica do projeto a desenvolver;*
3. *Integrar uma visão prática e actual do trabalho em equipa, em todas as suas componentes;*
4. *Expor-se problemas e conflitos que possam resultar do trabalho em equipa, proporcionando momentos para desenvolvimento de soft skills na resolução dos mesmos.*

4.4.1.7. Observations:

1. *Demonstrate skills in creating and presenting integrated Digital Media projects in an organizational context.;*
2. *Being able to plan and anticipate the economic support of the project to be developed;*
3. *Providing students with a practical and current overview of teamwork in all its components;*
4. *Presenting different problems and conflicts to students that may arise from teamwork and providing moments for the development of soft skills to solve them.*

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Mário Manuel Dominguez Silva

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Demonstrar competências na criação e apresentação de projetos integrados de Digital Media num contexto organizacional;*
2. *Saber planear e antecipar a sustentação económica do projeto a desenvolver;*
3. *Integrar uma visão prática e actual do trabalho em equipa, em todas as suas componentes;*
4. *Expor-se problemas e conflitos que possam resultar do trabalho em equipa, proporcionando momentos para desenvolvimento de soft skills na resolução dos mesmos.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Demonstrate skills in creating and presenting integrated Digital Media projects in an organizational context.;*
2. *Being able to plan and anticipate the economic support of the project to be developed;*
3. *Providing students with a practical and current overview of teamwork in all its components;*
4. *Presenting different problems and conflicts to students that may arise from teamwork and providing moments for the development of soft skills to solve them.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Desenvolvimento do Projeto*
 - 1.1. *Objectivos*
 - 1.2. *Fases do projeto*
 - 1.3. *Estado da Arte*
 - 1.4. *Proposta de Valor e Segmentação de mercado*
 - 1.5. *Planeamento*
 - 1.4 *Proposta Formal de Projeto*
 - 1.5 *Comunicação e Imagem*
 - 1.6 *Pitching*
 - 1.7 *Colaboração e Trabalho de Equipa*
 - 1.8 *Definição de grupo e equipa*
- 2.2. *Papeis e responsabilidades*
 - 2.1. *Tempo e recursos*
 - 2.2. *Acordos*
 - 2.3. *Ferramentas de colaboração*
 - 2.6. *Resolução de diferenças*
 - 2.7. *Soft skills na colaboração*
 - 2.8. *Processo motivacional nas equipas*

4.4.5. Syllabus:

1. *Project development*
 - 1.1. *Objectives*
 - 1.2. *Project phases*
 - 1.3. *State of the art*
 - 1.4. *Value Proposition and Market Segmentation*
 - 1.5. *Planning*
 - 1.4 *Project's formal proposal*
 - 1.5 *Communication and Image*
 - 1.6 *Pitching*
 - 1.7 *Collaboration and work in teams*
 - 1.8 *Definition of group and team*
- 2.2. *Roles and responsibilities*
 - 2.1. *Time and resources*
 - 2.2. *Agreements*
 - 2.3. *Collaboration tools*
 - 2.6. *Dealing with differences*

2.7. *Soft skills in collaboration*2.8. *Motivational process in teams***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

- *Considerando os objetivos de aprendizagem que foram definidos, houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, mas que também dessem suporte aos alunos na concepção do projeto.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *Considering the defined learning outcomes, efforts were made to select a syllabus which not only would cover all of the objectives of the curricular unit but also give support to students regarding the conception of the project.*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *A UC tem um carácter de mentoria e enquadra-se no modelo pedagógico "Project Based Learning & Learn By Doing".;*
 2. *Visualização e apreciação das tendências de mercado;*
 3. *Recurso a materiais pedagógicos complementares;*
 4. *Sessões de orientação tutorial com vista a elaboração de um projeto Tutoria , supervisão e acompanhamento do desenvolvimento dos projetos dos alunos;*
 5. *O primeiro momento , de natureza teórica, consiste na elaboração de um 'briefing' de projeto (20%). O segundo consiste na apresentação do resultado das tarefas desenvolvidas até então (30%). O terceiro e último momento consiste na entrega e apresentação da proposta do projeto juntamente com trabalho prático já desenvolvido até então (50%). Alternativamente, existe a avaliação final que consiste na entrega e apresentação de um projeto (100%) sob critérios mais restritos ao nível do tempo de desenvolvimento..*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *The UC has a mentoring character and fits into the pedagogical model "Project Based Learning & Learn By Doing".;*
 2. *Presentation and evaluation of market trends;*
 3. *Use of complementary pedagogical materials;*
 4. *Tutorial orientation sessions in order to prepare a project; Mentoring, supervision and follow-up of the development of the projects of students;*
 5. *The first moment, of theoretical nature, consists of the preparation of a project briefing. The second one consists of the presentation of the already developed tasks. The third and last moment consists of the delivery and presentation of the project proposal, together with the already developed practical work. The final grade (FG) consists of the weighted and rounded average of the three moments (20% + 30% + 50%). Alternatively, there is also final evaluation, which consists of the delivery and presentation of the project at the set dates.*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A metodologia de ensino seleccionada pretende garantir que os alunos não só possuem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática, neste caso, no contexto do processo de concepção de um projeto em grupo.*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The selected teaching methodology aims to ensure that students have not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application within the context of conception of a project in group.*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *FREZATTI, Fábio et al (2018) Aprendizagem Baseada em Problemas (PBL), ATLAS, ISBN: 9788597017885*
 2. *LE BOTERF, G. (2003). Desenvolvendo a competência dos profissionais. Porto Alegre: Artmed*
 3. *MACÃES, Manuel (2017) Pessoas e Gestão de Equipas, Actual Editora ISBN: 9789896942335*
 4. *MIGUEL, António (2019) Gestão Moderna de Projetos. Melhores Técnicas e Práticas. FCA. ISBN: 9789727227662*
 5. *POWELL, P. C., & WEENK, W. (2003). Project-Led Engineering Education. Utrecht: Lemma.*
 6. *WEST, Michael (2005) Os Segredos Para Uma Gestão de Equipas de Sucesso. Plátano. ISBN: 9789727702886*

Mapa IV - Empreendedorismo e Portefólio Digital**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Empreendedorismo e Portefólio Digital

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Enterpreneurship and Digital Portfolio

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:*CE***4.4.1.3. Duração:***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho:***100***4.4.1.5. Horas de contacto:***32***4.4.1.6. ECTS:***4***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Fábia Isabel Ortega Borges***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- 1. Desenvolver o conhecimento aprofundado do que é a o empreendedorismo e das competências do empreendedor;*
- 2. Desenvolver o mindset de empreender e da atitude empreendedora;*
- 3. Desenvolver competências no trabalho de equipa;*
- 4. Criar e desenvolver um portfolio digital;*
- 5. Conhecer e saber como usar as plataformas de personal branding e promoção pessoal.*
- 6. Desenvolver a marca pessoal.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Develop an in-depth knowledge of the meaning of entrepreneurship and the skills of an entrepreneur;*
- 2 Develop the entrepreneur and entrepreneurial attitude mindset;*
- 3 Develop team work skills;*
- 4. Create and develop a digital portfolio;*
- 5. Understand and know how to use personal branding and self-promotion platforms.*
- 6. Develop a personal brand.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. O empreendedorismo*
 - 1.1. O empreendedorismo e o papel do empreendedor*
 - 1.2. Contexto dos negócios das indústrias criativas e das start-ups;*
 - 1.3. o papel do empreendedor na inovação*
 - 1.4. Os fatores que influencia o empreendedorismo.*
 - 2. A marca pessoal*
 - 2.1. A identidade da marca e a marca pessoal*
 - 2.2. Definição da marca pessoal*
 - 2.3. O conceito de personal branding e as plataformas de personal branding*
 - 2.4. A marca pessoal no contexto das indústrias criativas*
 - 2.5. Personal branding e social media*
 - 3. O portfolio digital*
 - 3.1. o conceito de portfolio digital*
 - 3.2. O portfolio digital e a marca pessoal*
 - 3.3. As tipologias de portfolio digital*
 - 3.4. O portfolio digital na prática: preparação e desenvolvimento*
- O portfolio digital em análise*

4.4.5. Syllabus:

1. *Entrepreneurship*
 - 1.1. *Entrepreneurship and the entrepreneur's role*
 - 1.2. *Context of creative industry businesses and start-ups*
 - 1.3. *The entrepreneur's role in innovation*
 - 1.4. *Factors that influence entrepreneurship*
 2. *Personal branding*
 - 2.1. *Brand identity and personal branding*
 - 2.2. *Definition of personal branding*
 - 2.3. *The concept of personal branding and personal branding platforms*
 - 2.4. *Personal branding in the context of creative industries*
 - 2.5. *Personal branding and social media*
 3. *Digital portfolio*
 - 3.1. *The concept of digital portfolio*
 - 3.2. *Digital portfolio and personal branding*
 - 3.3. *Types of digital portfolios*
 - 3.4. *Digital portfolio in practice: preparation and development*
- Digital portfolio in analysis*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Esta Unidade Curricular pretende demonstrar a importância do desenvolvimento do portfolio digital para a área do empreendedorismo e para a área das indústrias criativas. No final do período letivo os alunos terão desenvolvido as linhas orientadoras de uma marca pessoal que será coerente com o obrigatório desenvolvimento do seu portfolio digital. É também essencial conhecer as plataformas e saber como tirar partido delas, de forma a adaptar o portfolio às diferentes exigências e diferentes públicos..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- This Curricular Unit aims to demonstrate the importance of developing a digital portfolio in the areas of entrepreneurship and creative industries. At the end of the semester, students will have developed guidelines for a personal brand, which will be consistent with the compulsory development of their digital portfolio. It is also essential to know the platforms and how to benefit from them, in order to adapt the portfolio to different demands and different audiences..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Exposição teórica de conteúdos na aula pelo docente;*
2. *Leitura complementar de textos recomendados entre as aulas e reflexão crítica em torno dos conteúdos abordados;*
3. *Participação individual nas actividades desenvolvidas na sala de aulas ;*
4. *Exercícios de criação de marca e portfolio;*
5. *Desenvolvimento de exercícios de criatividade, design-thinking e brainstorming.*
6. *Método de avaliação contínua: 80% na resolução de exercícios projectuais; 20% Assiduidade e participação em aula;*
7. *A avaliação na modalidade final sustenta-se na realização de uma prova prática com peso de 100% no aproveitamento da unidade.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical presentation of the syllabus by the teacher in class;*
2. *Complementary reading of recommended texts between classes and critical reflection regarding the topics addressed;*
3. *Individual student participation in the activities developed in the classroom;*
4. *Exercises of brand creation and portfolio;*
5. *Development of exercises related to creativity, design thinking and brainstorming.*
6. *Final grade of continuous evaluation: 80% for participation and practical exercises in classes; 20% for participation and class attendance;*
7. *Final grade of final evaluation: practical test with a 100% weight in the final grade.*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- As metodologias de ensino são versáteis e adequam-se a uma unidade curricular que pretende colocar os alunos perante o desafio de criação de suportes de comunicação pessoal, que se adequem às necessidades do mercado. O aluno terá a oportunidade de desenvolver o seu portfolio e marca pessoal, recebendo feedback constante, ao mesmo tempo que beneficia exercícios de criatividade e brainstorming. A observação de estudos de caso, discussão e análise de portfolios digitais premiados permitirá manter um standard de qualidade elevado, no momento de apresentação final do projeto..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The teaching methodologies are versatile and appropriate to a CU that aims to place students before a creation challenge of personal communication supports, which responds to market needs. Students have the opportunity to develop their portfolio and personal brand, with constant feedback, while taking advantage of creativity and brainstorming exercises.

The observation of case studies, discussion and analysis of awarded digital portfolios will allow a high quality standard in the presentation of the final project..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
2. Schawbel, D. (2009). *Me 2.0: Build a powerful brand to achieve career success*. Kaplan Books.
3. Robin, B. R., & McNeil, S. G. (2019). *Digital storytelling*. *The International Encyclopedia of Media Literacy*, 1-8.
4. Scolere, L. (2019). *Brand yourself, design your future: Portfolio-building in the social media age*. *New Media & Society*, 1461444819833066.
5. Kelly, S. (2017). *Personal branding for entrepreneurial journalists and creative professionals*. Routledge.
6. van der Land, S. F., Willemsen, L. M., & Wilton, B. G. (2016, July). *Professional personal branding*. In *International Conference on HCI in Business, Government, and Organizations* (pp. 118-128). Springer, Cham.
7. Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.
8. Morgan, M. (2011). *Personal branding: Create your value proposition*. *Strategic Finance*, 93(2), 13.

Mapa IV - Desenho de Experiência de Utilização

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Desenho de Experiência de Utilização

4.4.1.1. Title of curricular unit:

User Experience Design

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Jaime Fins

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Apresentar a importância da experiência do utilizador no contexto da interação homem-computador bem como os seus princípios orientados pelo Desenho Centrado no Utilizador;*
2. *Explorar métodos e técnicas de desenho, teste, e criação de produtos digitais;*
3. *Dar a conhecer o processo de design centrado no utilizador.;*
4. *Apresentar e explicar os diferentes testes de usabilidade de experiência de utilizador;*
5. *Aplicar estratégias de desenho de Experiência de Utilizador no contexto do Marketing Digital.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Present the importance of the user experience in the context of human-computer interaction as well as its principles guided by User-Centered Design;*
2. *Explore methods and techniques for design, test and creation of digital products;*
3. *Get to know the user-centred design process, ;*
4. *Present and explain the different user experience usability tests;;*
5. *Apply User Experience Design strategies in the context of Digital Marketing.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução à Experiência de Utilizador*
 - 1.1. *Princípios de Usabilidade*
 - 1.2. *Arquitetura de Informação*
 - 1.3. *Design de Interação*
2. *Processo de Design Centrado no Utilizador*
 - 2.1. *Concepção e planeamento*
- Metodologias de desenvolvimento (Waterfall vs Agile)*
- 2.3. *Filtros no processo design*
- 2.4. *Introspeção: vantagens, riscos e prática*
- 2.5. *Casos de estudo*
3. *Prototipagem*
 - 3.1. *Processo e vantagens da prototipagem*
 - 3.2. *Diferentes técnicas de prototipagem*
 - 3.3. *Prototipagem em formato físico e digital*
 - 3.4. *Ferramentas de apoio*
4. *Investigação do Utilizador*
 - 4.1. *Revisão de Especialistas*
 - 4.2. *Avaliação Heurística*
 - 4.3. *Avaliação de Usabilidade*
 - 4.4. *Testes em Guerrilha*
- Desenho de Experiência de Consumidor*
- Diagramas do Modelo Mental*
- 5.2. *Blueprints de Serviços*
- 5.3. *Mapas da Jornada do Cliente*
- 5.4. *Mapas da Experiência do Cliente*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction to User Experience*
 - 1.1. *Usability Principles*
 - 1.2. *Information Architecture*
 - 1.3. *Interaction Design*
2. *User-Centered Design Process*
 - 2.1. *Conception and planning*
- Development methodologies (Waterfall vs Agile)*
- 2.3. *Filters in the design process*
- 2.4. *Introspection: advantages, risks and practice*
- 2.5. *Study cases*
3. *Prototyping*
 - 3.1. *Prototyping process and advantages*
 - 3.2. *Different prototyping techniques*
 - 3.3. *Prototyping in physical and digital format*
- 3.4. *Support tools*
4. *User Investigation*
 - 4.1. *Expert Review*
 - 4.2. *Heuristic Evaluation*
 - 4.3. *Usability Evaluation*
 - 4.4. *Guerrilla Tests*
- Consumer Experience Design*
- Mental Model Diagrams*
- 5.2. *Service Blueprints*
- 5.3. *Customer Journey Maps*
- 5.4. *Customer Experience Maps*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

- O foco na experiência do utilizador e do design centrado no utilizador no seguimento da análise de métricas é fundamental uma vez que permitirá ao aluno avaliar no futuro o impacto de opções de design no comportamento do utilizador, permitindo ajustar, afinar e melhorar o desempenho de qualquer produto digital..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus of the curricular unit was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which not only would cover all of the objectives of the curricular unit, but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the restrictions of time, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

- The focus on the user experience and on the user-centred design following the metric analysis is essential, since students will be able to evaluate the future impact of the design options in the user behaviour, allowing the adjustment, tuning and improvement of the performance of any digital product..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. Sessões de exposição teórica, com exposição oral dos temas, apoiada em bibliografia seleccionada;
2. Utilização de recursos didáticos para demonstração de processos de prototipagem, testes e avaliação;
3. Realização de exercícios práticos em contexto de aula.;
4. A avaliação contínua baseia-se em dois momentos de avaliação práticos com o peso de 50 % cada (M1 e M2), onde são avaliadas duas iterações do desenvolvimento de um protótipo, realização de testes, análise de dados, documentos escritos e apresentações. ;
5. Sessões de acompanhamento, supervisão e orientação do desenvolvimento do projeto.;
6. Em época de exame, e sempre que o aluno não obtenha aproveitamento por avaliação contínua, os conhecimentos são avaliados com um exame teórico com um peso de 100% na nota final.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. Theoretical presentation sessions, supported by selected bibliography.;
2. Use of teaching resources to present prototyping, tests and evaluation processes.;
3. Conducting practical exercises in the classroom.;
4. The continuous assessment is based on two practical assessment moments with a weight of 50% each (M1 and M2), where two iterations of the development of a prototype, testing, data analysis, written documents, and presentations are evaluated.;
5. Follow-up, supervision and orientation sessions regarding the development of the final project.;
6. Whenever students do not obtain approval in continuous evaluation, their knowledge will be evaluated through a theoretical exam weighting 100% of the final grade..

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.

- Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos alunos reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde que estes irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application..

- Some autonomous work by the students is expected to be done in class, because it is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the theoretical and technical knowledge acquired..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. KRUG, S. (2020), *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability (3rd Edition)*, 978-0321965516
2. ALLEN, J., CHUDLEY, J. (2012). *Smashing UX Design: Foundations for Designing Online User Experiences*, Bell and Bain, 978-0470666852
3. BANFIELD, R. , LOMBARDO, C. T, WAX, T. (2015) *Design Sprint - A Practical Guidebook for Building Great Digital Products*. O'Reilly Media.
4. KLEIN, L. (2015.) *UX for Lean Startups: Faster, Smarter User Experience Research and Design*. O'Reilly.
5. COLBORNE, G. (2011) *Simple and usable : web, mobile and interaction design, EUA, New Riders*

6. NORMAN, D.(2002) , *Design of Everyday Things, Basic Books, 978-0465067107*

7. WEINSCHENK, S. (2011). *100 Things Every Designer Needs To Know About People, New Riders, 978-0321767530*

Mapa IV - Campanhas e Análise de Métricas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Campanhas e Análise de Métricas

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Analytics and Online Marketing Campaigns

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

48

4.4.1.6. ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Fabiana Lopes Coelho

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- 1. Dar a conhecer e demonstrar técnicas e a utilização prática de ferramentas de análise da performance de páginas web e redes sociais.;*
- 2. Criar e configurar de forma eficiente campanhas publicitárias online de acordo com objetivos de negócio e respetiva orçamentação.;*
- 3. Produzir relatórios da performance de páginas Web e Redes Sociais, nomeadamente sobre o público-alvo, a aquisição, envolvimento e comportamento dos utilizadores;*
- 4. Selecionar, de forma sistemática e consistente, os resultados da pesquisa feita face aos objetivos pretendidos.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Present the practical use of data analysis tools in order to analyse;*
- 2. Efficiently create and configure online advertising campaigns according to business objectives and respective budgeting.;*
- 3. Prepare reports related to the performance of website and Social Media pages , namely the target audience, engagement, acquisition and user behaviour;*
- 4. Systematically and consistently select the results of the search performed regarding the intended goals.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução a Análise Web*
 - 1.1. Ferramentas de Análise*
 - 1.2. Funcionamento e Configuração*

- 1.3. *Vistas e Filtros*
- 1.4. *Produção de Relatórios*
- 2. *Conceitos Avançados de Web Analytics*
- 2.1. *Recolha e Processamento de Dados*
- 2.2. *Utilizadores e Sessões*
- 2.3. *Dimensões e Métricas Personalizadas*
- 2.4. *Ferramentas e técnicas avançadas de análise*
- 2.5. *Segmentação de Dados*
- 2.6. *Variáveis explicativas: demográficas, comportamentais, outras*
- 2.7. *Técnicas Analíticas de Redes Sociais*
- 3. *Campanhas de Marketing Online*
- 3.1. *Orçamentação (Custo por Clique, Custo por Impressão e Custo por Aquisição)*
- 3.2. *Metas e Objetivos de Negócio (Consciência, Consideração e Conversão)*
- 3.3. *Publicidade Motores Busca (SEA)*
- 3.4. *Publicidade em Redes Sociais (SEM)*
- 3.5. *Acompanhamento e Avaliação de Campanhas*
- 3.6. *Subscrições*
- 3.7. *Conversões*
- 3.8. *Custo de Conversão de Cliente*
- 3.9. *Remarketing*

4.4.5. Syllabus:

- 1. *Introduction to Web analytics*
- 1.1. *Analysis tools*
- 1.2. *Operation and configuration*
- 1.3. *Views and filters*
- 1.4. *Reports*
- 2. *Web analytics - advanced concepts*
- 2.1. *Data collection and processing*
- 2.2. *Users and sessions*
- 2.3. *Custom dimensions and metrics*
- 2.4. *Advanced analysis tools and techniques*
- 2.5. *Data segmentation*
- 2.6. *Explanatory variables: demographic, behavioural, others*
- 2.7. *Social Network Analytics Techniques*
- 3. *Online Marketing Campaigns*
- 3.1. *Budgeting (Cost Per Click, Cost Per Impression and Cost Per Acquisition)*
- 3.2. *Business Goals and Objectives (Awareness, Consideration and Conversion)*
- 3.3. *Search Engines Advertising (SEA)*
- 3.4. *Social Media Advertising (SEM)*
- 3.5. *Monitoring and Evaluation of Campaigns*
- 3.6. *Subscriptions*
- 3.7. *Conversions*
- 3.8. *Customer Conversion Cost*
- 3.9. *Remarketing*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também proporcionassem uma consolidação da aprendizagem prática, dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- It was based on the learning objectives of the course that the syllabus of the course was defined. There was a concern to select a syllabus that would cover all the course objectives and also provide a consolidation of practical learning within the time constraints measured in ECTS, assigned to this course.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- 1. *Sessões de exposição teórica apoiada em bibliografia seleccionada;*
- 2. *Utilização de recursos didáticos para demonstração de processos de prototipagem, testes e avaliação;*
- 3. *Sessões demonstrativas e exploratórias da utilização de ferramentas de análise de dados;*
- 4. *Implementação e utilização dos conteúdos desenvolvidos em situações reais;*
- 5. *A avaliação contínua baseia-se num trabalho teórico com um peso de 50% e um trabalho prático com um peso de 50 %, nos quais o aluno demonstrará a capacidade de aplicação e compreensão dos conceitos estudados;*
- 6. *Em época de exame, e sempre que o aluno não obtenha aproveitamento por avaliação contínua, os conhecimentos são avaliados com um exame teórico com um peso de 100% na nota final.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical presentation sessions, supported by selected bibliography.;*
2. *Use of teaching resources to present prototyping, tests and evaluation processes.;*
3. *Practical and exploratory sessions based on the use of data analysis tools.;*
4. *Implementation and use of the syllabus in real situations.;*
5. *Continuous assessment is based on a theoretical work with a weight of 50% and a practical work with a weight of 50%, in which the student should demonstrate the ability to apply and understand the concepts studied.;*
6. *Whenever students do not obtain approval in continuous evaluation, their knowledge will be evaluated through a theoretical exam weighting 100% of the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.*
- *Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos alunos reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde que estes irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application..*
- *Some autonomous work by the students is expected to be done in class, because it is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the theoretical and technical knowledge acquired..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *KAUSHIK, A., (2009) Web Analytics 2.0 : The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity, Sybex, 978-0470529393*
2. *CHUCK, H., BURBAY, K. (2013) Digital marketing analytics : making sense of consumer data in a digital world , EUA: QUE*
3. *SPONDER M. (2011) ,Social Media Analytics: Effective Tools for Building, Interpreting, and Using Metrics, McGraw Hill Professional, 978-0071768627*
4. *CLIFTON, B. (2015) Succesful Analytics - Gain Business Insights By Managing Google Analytics, 978-1910591000*
5. *VAYNERCHUCK, G. (2016) #AskGaryVee: One Entrepreneur's Take on Leadership, Social Media, and Self-Awareness, Harper Business, 978-0071768627*

Mapa IV - Ativação da Marca e Merchandising**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Ativação da Marca e Merchandising

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Merchandising and Brand Activation

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

60

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Nuno Manuel Gonçalves Santos Caldeira

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Visa aprofundar conhecimentos sobre a Ativação da Marca e Merchandising;*
2. *Assimilar que Activação de uma Marca é um passo relevante na evolução da marca com vista a fortalecer as relações emocionais entre a marca e as pessoas (consumidor);*
3. *Compreender a Imagem de Marca, as políticas da Marca, análise do valor da marca;*
4. *Compreender a real reputação da marca e a importância do Merchandising na sua promoção e/ou divulgação.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Aim to deepen knowledge regarding Brand Activation and Merchandising;*
2. *Understand that Brand Activation is an important step in brand evolution, in order to strengthen the emotional relationships between brand and people (consumer);*
3. *Understand brand image, brand policies and brand value analysis;*
4. *Understand the real reputation of the brand and the importance of Merchandising for its promotion.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Marketing Experiencial*
 - 1.1. *Invação e ativação da marca*
 - 1.2. *A mensagem emocional e a mensagem racional*
 - 1.3. *A marca, o tempo e o espaço*
 - 1.4. *Embaixadores e Influenciadores*
 - 1.5. *A média-arte na ativação da marca*
2. *Plano de ativação da marca*
 - 2.1. *Dimensões da ativação*
 - 2.1.1. *Comunicação*
 - 2.1.2. *Produtos e serviços*
 - 2.1.3. *Pessoas e processos*
 - 2.1.4. *Contextos digitais*
 - 2.1.5. *Contextos físicos*
3. *Processo de ativação*
 - 3.1. *Pontos de contacto*
 - 3.2. *Customer Journey*
 - 3.3. *Definição e implementação do plano*
 - 3.4. *Monitorização do Progresso*

4.4.5. Syllabus:

1. *Experiential Marketing*
 - 1.1. *Invention and brand activation*
 - 1.2. *The emotional message and the rational message*
 - 1.3. *The brand, time and space*
 - 1.4. *Ambassadors and Influencers*
 - 1.5. *Medium-art in brand activation*
2. *Brand activation plan*
 - 2.1. *Activation dimensions*
 - 2.1.1. *Communication*
 - 2.1.2. *Products and services*
 - 2.1.3. *People and processes*
 - 2.1.4. *Digital contexts*
 - 2.1.5. *Physical contexts*
3. *Activation process*
 - 3.1. *Contact points*
 - 3.2. *Customer Journey*
 - 3.3. *Defining and implementing the plan*
 - 3.4. *Progress Monitoring*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Visa aprofundar conhecimentos sobre a Ativação da Marca e Merchandising.*
- *Assimilar que Ativação de uma Marca é um passo relevante na evolução da marca com vista a fortalecer as relações emocionais entre a marca e as pessoas (consumidor).*
- *Compreender a Imagem de Marca, as políticas da Marca, análise do valor da marca.*
- *Compreender a real reputação da marca e a importância do Merchandising na sua promoção e/ou divulgação.*
- *Potenciar a capacidade de argumentação e fundamentação em todas as fases cruciais dos projetos, com vista a adquirir competências de análise crítica em relação ao próprio trabalho e ao trabalho dos seus pares.*
- *Nesta unidade curricular, os estudantes têm um papel activo na sua formação e no desenvolvimento das suas competências.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *Aim to deepen knowledge regarding Brand Activation and Merchandising.*
- *Understand that Brand Activation is an important step in brand evolution, in order to strengthen the emotional relationships between brand and people (consumer).*
- *Understand brand image, brand policies and brand value analysis.*
- *Understand the real reputation of the brand and the importance of Merchandising for its promotion.*
- *Enhance argumentation and reasoning ability at each key stage of the projects, in order to acquire critical analysis skills regarding their own work and the work of their peers.*
- *In this curricular unit, students have an active role in their training and in the development of their skills..*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Sessões de exposição teórica, com exposição oral dos temas, apoiada em bibliografia seleccionada;*
2. *Utilização de recursos didáticos para demonstração de processos de prototipagem, testes e avaliação;*
3. *Realização de exercícios práticos em contexto de aula.;*
4. *A avaliação contínua baseia-se em dois momentos de avaliação práticos com o peso de 50 % cada (M1 e M2), onde, respetivamente, são avaliadas duas iterações do desenvolvimento de planeamento e montagem de locais temporários de representação da marca e organização de eventos.;*
5. *Sessões de acompanhamento, supervisão e orientação do desenvolvimento do projeto.;*
6. *Em época de exame, e sempre que o aluno não obtenha aproveitamento por avaliação contínua, os conhecimentos são avaliados com um exame teórico com um peso de 100% na nota final.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Theoretical presentation sessions, supported by selected bibliography.;*
2. *Use of teaching resources to present prototyping, tests and evaluation processes.;*
3. *Conducting practical exercises in the classroom.;*
4. *The continuous evaluation is based on two practical evaluation moments with a weight of 50% each (M1 and M2), where, respectively, two iterations of the development of planning and assembly of temporary places of representation of the brand and organization of events are evaluated.;*
5. *Follow-up , supervision and orientation sessions regarding the development of the final project.;*
6. *Whenever students do not obtain approval in continuous evaluation, their knowledge will be evaluated through a theoretical exam weighting 100% of the final grade..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *A metodologia de ensino seleccionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.*
- *Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos alunos reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde que estes irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application..*
- *Some autonomous work by the students is expected to be done in class, because it is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the theoretical and technical knowledge acquired..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. *SMILANSKY, S. (2017) Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, Kogan Page, 978-0749480967*
2. *COLEMAN, D. (2018) Building Brand Experiences: A Practical Guide to Retaining Brand Relevance, Kogan Page, 978-0749481568*

3. *DOWSON, R. BASSETT, D (2018). Event Planning and Management: Principles, Planning and Practice, Kogan Page, 978-0749483319*
4. *Kotler, P. et al (2016). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley.*
5. *Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page.*
6. *BLYTHE, Jim e Martin, Jane (2019); "Essentials of Marketing", 19a edição, Pearson*

Mapa IV - Oficina Audiovisual

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Oficina Audiovisual

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Audiovisual Workshop

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

60

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Carlos Miguel da Silva Coelho da Costa

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Aprofundar competências relacionadas com os processos criativos essenciais à linguagem audiovisual;*
2. *Adquirir conhecimentos diversos sobre o estado da arte a respeito de novas técnicas, tecnologias, linguagens e plataformas emergentes no âmbito da produção audiovisual;*
3. *Garantir experiência na interligação de plataformas, materiais, linguagens e equipamentos, numa direção de convergência entre os vários meios criativos;*
4. *Assumir integração em equipas multi-disciplinares na realização de projetos audiovisuais sob a forma de instalações de carácter experimental;*
5. *Explorar técnicas de video imersivo, videomapping e utilização de drones para captação de video para fins de comunicação organizacional;*
6. *Submeter-se a um primeiro contato com tecnologias emergentes e sua interoperabilidade entre as mesmas e com tecnologias correntes.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Deepen competences regarding the essencial creative processes within audiovisual production;*
2. *Acquire diverse knowledge about the state of the art regarding new techniques, technologies, languages and emerging platforms in the context of audiovisual production;*
3. *Earn experience on the articulation between platforms, materials, languages and devices, in a direct convergence by the*

variety of all creative media;

4. Being integrated in multi-disciplinary teams to develop audiovisual projects in the form of experimental installations;

5. Explore techniques of immersive video, videomapping and drone piloting for video capture in context of video production for organizational communication;

6. Having a first contact with emerging technologies and their interoperability between them and between mainstream technologies.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Oficina criativa multi-disciplinar

1.1. Desconstrução de tendências e análise do estado da arte

1.2. Integração de equipamentos, materiais e tecnologias

1.3. Inter-operabilidade de linguagens e plataformas

2. Tecnologias emergentes audiovisuais

2.1. Video multi-projeção e instalação audiovisual

2.2. Video 360°

2.3. Videomapping

2.4. Filmagem com recurso a veículos não tripulados

4.4.5. Syllabus:

1. Creative workshop

1.1. Deconstruction of trends and analysis of the state of the art

1.2. Integration of equipments, materials and technologies

1.3. Interoperability of languages and platforms

2. Audiovisual emergent technologies

2.1. Multi-projection video and audiovisual installation

2.2. 360° Video

2.3. Videomapping

2.4. Drone filming

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Considerando os objetivos de aprendizagem que foram definidos, houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos introdutórios que possibilitam realizar um estado da arte de novas tecnologias que potenciam e proporcionam um ponto de partida para exploração das mesmas.

- A UC tem também momentos de aula mais expositivos onde conceitos teóricos são explicados e exemplificados e se confrontam com os exercícios práticos fazendo pontes entre a reflexão abstrata e a abordagem prática.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- Considering the defined learning outcomes, efforts were made to select an introductory syllabus which would allow to analyse the state of the art of new technologies and to provide a starting point to explore them.

- The CU also has expository moments, during which the theoretical concepts are explained and illustrated with practical exercises, which act as a bridge between abstract thinking and practical approach.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. Aulas expositivas dos conceitos teóricos relacionados com tecnologias emergentes;

2. Análise e discussão de casos de estudo;

3. Aulas práticas para mentoria e acompanhamento de projetos exploratórios;

4. A avaliação contínua assenta em três momentos de avaliação que consistem na realização na realização de trabalhos práticos com o peso combinado de 100%;

5. Resolução de exercícios relacionados com a matéria lecionada durante as aulas;

6. Alternativamente, existe a avaliação final que é constituída por uma prova teórico-prática que representa o total da avaliação.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. Lectures on theoretical concepts related to emerging technologies;

2. Analysis and discussion of study cases;

3. Practical classes for mentoring and follow-up of exploratory projects;

4. The continuous evaluation is based on three evaluation moments, which will be practical works with the combined weight of 100%;

5. Exercise solving related to syllabus taught in classroom;

6. Alternatively, there is also final evaluation, which is composed of a theoretical and practical test and represents the total of the grade.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também propocionar uma

experiência prática da utilização de novas tecnologias e ferramentas no domínio da produção de audiovisual..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit and to provide a practical experience on the use of new technologies and tools in the domain of production for audiovisual products..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- 1. Bishop, C. (2010). Installation Art. Tate. 978-1854375186*
- 2. Machamer, J. (2018). Immersive Theatre: Engaging the Audience. 978-1612299198*
- 3. Weynand, D. Piccin, V. (2015). How Video Works: From Broadcast to the Cloud. Routledge. 978-1138786011*
- 4. Wohl, M. (2019). The 360° Video Handbook: A step-by-step guide to creating video for virtual reality. Michael Wohl. 978-0578463407*
- 5. Maniello, D. (2015). Augmented Reality in public spaces. Basic Techniques for video mapping. Le Penseur. 978-8895315348*
- 6. Fridsma, L. (2019). Adobe After Effects CC Classroom in a Book (Classroom in a Book (Adobe)), Adobe. 978-0135298640*
- 7. Spotted Eagle, D., Pidgen, J. (2018). The Drone Pilot's Guide to Real Estate Imaging: Using Drones for Real Estate Photography and Video. Sundance Media Group. 978-1614310709*

Mapa IV - Design de Informação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Design de Informação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Information Design

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

DES

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

60

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Vitor Manuel Tavares Teixeira

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- 1. Conhecer a história e contexto da utilização de gráficos para a representação de informação;*
- 2. Assimilar os aspetos formais, qualitativos e quantitativos, da infografia ao serviço da comunicação para públicos de literacia diversa;*
- 3. Projetar e conceber solução ao nível de sinalética para espaços e produtos com direta aplicação prática;*

4. *Materializar o conhecimento adquirido previamente em design na formulação de soluções de comunicação;*
5. *Aplicar a metodologia projetual como uma ferramenta importante para a correta materialização do trabalho.*
6. *Prevê-se que o aluno adquira conhecimentos e competências no âmbito da infografia e desenvolva de forma autónoma a criação e vectorização dos exercícios propostos pelo docente (usando as ferramentas de edição gráfica adequadas).*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Know the history and context of using graphics for the information representation;*
2. *Assimilate the formal, quantitative and qualitative aspects of infographics in service of communication for literally diverse publics;*
3. *Project and conceive solutions of signage for spaces and products with direct practical application;*
4. *Materialize the acquired knowledge on design on communication solutions for organizational communication purposes in light of information design;*
5. *Apply project management methodologies as an important tool in the development process of design solutions.*
6. *It is expected that the student acquires knowledge and skills in the scope of infographics and independently develops the creation and vectorization of the exercises proposed by the teacher (using the appropriate graphic editing tools).*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução à Infografia*
 - 1.1. *Natureza da informação e vectorização*
 - 1.2. *Aspetos funcionais e de auto-referenciação*
 - 1.3. *Anatomia e função*
 - 1.4. *Dispersão e sobreposição*
 - 1.5. *Metáfora e comparação*
 - 1.6. *Poder emocional*
 2. *Aspetos qualitativos*
 - 2.1. *Linha e forma*
 - 2.2. *Cor*
 - 2.3. *Etiquetagem e ligações*
 - 2.4. *Ponto de vista*
 - 2.5. *Página e ecrã*
 - 2.6. *Interpretação*
 3. *Aspetos quantitativos*
 - 3.1. *Sobrecarga de informação*
 - 3.2. *Comparação dimensional*
 - 3.3. *O paradoxo da pirâmide*
 - 3.4. *Substituição*
 - 3.5. *Integridade e significância numérica*
 - 3.6. *Consistência da escala*
 - 3.7. *Relativo, absoluto e multi-eixo*
 - 3.8. *Dimensões e proporções*
 4. *Estrutura, Organização e Tipo*
 - 4.1. *Grelha*
 - 4.2. *Organização, desorganização e proximidade*
 - 4.3. *Hierarquias relacionais*
 - 4.4. *Figuras de estilo*
 - 4.5. *Diferenciação tipográfica*
 - 4.6. *Legibilidade*
 5. *Sinalética e orientação*
 - 5.1. *Rede de navegação*
 - 5.2. *Escala e adjacência*
 - 5.3. *Libertação da informação*
 - 5.4. *Transições e familiaridade*
 6. *Aquitetura de Informação*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction to infographics*
 - 1.1. *Nature of information*
 - 1.2. *Formal aspects and self-referencing*
 - 1.3. *Anatomy and function*
 - 1.4. *Dispersion and overlapping*
 - 1.5. *Metaphors and comparisons*
 - 1.6. *Emotional power*
 2. *Qualitative aspects*
 - 2.1. *Line and shape*
 - 2.2. *Color*
 - 2.3. *Labeling and connections*
 - 2.4. *Perspective*

- 2.5. Page and screen
- 2.6. Interpretation
- 3. Quantitative aspects
 - 3.1. Information overload
 - 3.2. Dimensional comparison
 - 3.3. The pyramid paradox
 - 3.4. Substitution
 - 3.5. Integrity and numerical significance
 - 3.6. Scale consistency
 - 3.7. Relative, absolute and multi-axial approach
 - 3.8. Dimensions and proportions
- 4. Structure, organization and type
 - 4.1. Grid
 - 4.2. Organization, desorganization and proximity
 - 4.3. Relational hierarchies
 - 4.4. Style figures
 - 4.5. Typographical differentiation
 - 4.6. Readability
- 5. Signeage and orientation
 - 5.1. Navigation network
 - 5.2. Scale and adjacency
 - 5.3. Information releasing
 - 5.4. Transitions and familiarity
- 6. Information Architecture

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.
- Pretende-se igualmente estimular a capacidade de traduzir informação em bruto numa solução adaptada à literacia visual de um dado público e, simultaneamente, otimizar todo o processo de utilização e/ou conversão em contexto de produtos e atividades de caráter organizacional..
- Nesta UC pretende-se que o aluno adquira capacidades e competências de infografia com vista à sua aplicação em ambientes digitais e analógicos, tendo em consideração os princípios essenciais da interface gráfica e da produção vs. criação de conteúdo infográfico.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus of the curricular unit was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which not only would cover all of the objectives of the curricular unit but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the restrictions of time, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit.
- It is aimed to stimulate the capacity for raw information translation in a solution adapted to a given public's literacy, and simultaneously, optimize the whole process of conversion and usage in context of products and activities in organizational contexts..
- In this UC it is intended that the student acquires infographics skills and competences with a view to its application in digital and analog environments, taking into account the essential principles of the graphical interface and of production vs. infographic content creation.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. Sessões de exposição teórica apoiada em bibliografia seleccionada;
2. Sessões de prática aplicada orientadas à resolução de problemas e formulação de propostas;
3. Acompanhamento, supervisão e coordenação do desenvolvimento de exercícios práticos e do trabalho prático final;
4. Implementação e utilização dos conteúdos desenvolvidos em situações reais;
5. A avaliação contínua baseia-se em três trabalhos práticos com um peso de 20% cada e um trabalho teórico, com um peso de 40%, nos quais o aluno demonstrará a capacidade de aplicação e compreensão dos conceitos estudados.
6. Em época de exame, e sempre que o aluno não obtenha aproveitamento por avaliação contínua, os conhecimentos são avaliados com um exame prático com um peso de 100% na nota final.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. Theoretical presentation sessions, supported by selected bibliography;
2. Practical and exploratory sessions based problem solving and solution pitching;
3. Follow-up, supervision and coordination of the development of practical exercises and final practical work;
4. Implementation and use of the syllabus in real situations;
5. Continuous evaluation is based on three practical works weighting 20% each, and written essay weighting 40%, through which student will show his/her ability to apply the concepts..

6. Whenever the student does not obtain approval in continuous evaluation, his/her knowledge is evaluated through a practical exam weighting 100% of the final grade.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os alunos não só adquirem um bom conhecimento teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática.

- Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos alunos reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde que estes irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students acquire not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application.

- Some autonomous work by the students is expected to be done in class, because it is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the acquired theoretical and technical knowledge.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. Muray Dick (2020). *Infographic. A History Of Data Graphics In News And Communications*. MIT press. ISBN: 9780262358125

2. Grady, J; Grady, K. (2008). *The Information Design Handbook*. Rotovision. 978-2940361915

3. Baer, L. (2010). *Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies*. Rockport Publishers. 978-1592536276

4. McCandless, D. (2012). *Information is Beautiful*. Collins. 978-0007492893

5. Black, A. et Al (2017). *Information Design: Research and Practice*. Routledge. 978-0415786324

6. Katz, J. (2012). *Designing Information: Human Factors and Common Sense in Information Design*. John Willey & Sons. 978-1118341971

7. Chris, Oxlade (2015). *Infographics*. Pearson Education Limited. ISBN: 9781406272185

Mapa IV - Plataformas e Tecnologias de E-Business

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Plataformas e Tecnologias de E-Business

4.4.1.1. Title of curricular unit:

E-Business Platforms and Technologies

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

150

4.4.1.5. Horas de contacto:

60

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Mário Manuel Dominguez Silva***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

1. *Conhecer os modelos de e-business mais relevantes;*
2. *Compreender a interação existente entre as novas tendências tecnológicas e o contexto social e empresarial do e-business*
3. *Explicar os componentes-chave das arquiteturas de e-business ;*
4. *Introduzir a noção de formas organizacionais mediadas pela tecnologia e discutir as suas implicações no tecido empresarial;*
5. *Analisar criticamente as razões do sucesso e das falhas das tecnologias de e-business;*
6. *Identificar inovações relacionadas com o universo do e-business através da apresentação de estudos de caso.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Understand the most relevant e-business models;*
2. *Understand the interaction between the new technological trends and the social and corporate e-business context;*
3. *Explain the key components of e-business architectures;*
4. *Present the notion of organisational forms facilitated by technology and discuss its implications in the business fabric;*
5. *Critically analyse the reasons of success and failure of e-business technologies;*
6. *Identify innovations related to the e-business universe through case studies.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Fundamentos e desenvolvimento dos negócios online*
2. *Modelos de negócio B2B e B2C*
3. *Comportamento online do consumidor, evolução e modelos de e-business*
4. *O contexto do e-business: questões económicas, éticas e legais*
5. *Estratégias de preços no e-business*
6. *Segurança e privacidade no e-business*
7. *Novas formas organizacionais: organizações virtuais, mercados electrónicos, hierarquias electrónicas*
8. *Inovações nas tecnologias de e-business: a economia de partilha e os mercados C2C*

4.4.5. Syllabus:

1. *Fundamentals and development of online businesses.*
2. *B2B and B2C business models.*
3. *Online consumer behaviour, evolution and e-business models.*
4. *E-business context: economic, ethical and legal issues.*
5. *Pricing strategies in e-business.*
6. *Security and privacy in e-business.*
7. *New organisational forms: virtual organisations, electronic markets and electronic hierarchies.*
8. *Innovations in e-business technologies: economy of sharing and C2C markets.*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também dessem maior ênfase aos temas considerados mais importantes, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular..

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus of the curricular unit was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which not only would cover all of the objectives of the curricular unit but would also give greater emphasis to the themes considered to be the most important, within the restrictions of time, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Aulas teórico-práticas de apresentação de conceitos relativos a fundamentos teóricos, conceptuais e caracterizadores ligados ao e-business assim como à sua história, origens, propósitos e tendências;*
2. *Realização de trabalhos de investigação, análise e reflexão em formato de caso de estudo e apresentações orais;*
3. *Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos. Os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final;*

4. Nota final avaliação contínua: 40% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 60% teste;
5. Nota final avaliação final: prova teórica com peso de 100% no aproveitamento da disciplina.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. Theoretical and practical classes to present the concepts related to theoretical, conceptual and characterising fundamentals related to marketing as well as to its history, origin, purposes and trends;
2. Research, analysis and reflection works as case studies and oral presentations;
3. Continuous evaluation, through the participation in classes and the preparation, presentation and defence of works. Students who do not obtain approval in continuous evaluation will be subject to final evaluation;
4. Final grade of continuous evaluation: 40% for participation and practical exercises in classes; 60% for written test;
5. Final grade of final evaluation: theoretical test with a 100% weight in the final grade.

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A componente teórica será trabalhada através do método expositivo onde serão apresentados os principais tópicos relativos aos fundamentos do comércio eletrónico e à distância. O método interrogativo será utilizado para verificar a transmissão de conhecimentos e levar o estudante a questionar os conceitos transmitidos e a aplicação dos mesmos na realidade cultural que nos rodeia. Ao nível da componente prática, serão utilizados os métodos demonstrativo e activo onde o estudante irá proceder a ações de interpretação e dissertação de conceitos alusivos ao comércio eletrónico de forma abstrata ou aplicada a casos de estudo..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The theoretical part will be lectured using an expositive method to present e-business and e-commerce topics. The interrogative method will be used to verify the correct knowledge assimilation, leading the student to make assumptions about the interinsic aspects regarding the electronic commerce paradigm within today's society. Regarding the practical component, students will be asked to perform research tasks followed by synthesis and dissertation assignments either in an abstract form or applied to specific case studies.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. Chaffey, D. et al (2015) *Digital business and e-commerce management*, Harlow: Pearson Education
2. Laudon, K. and Traver C. (2019) *E-Commerce 2019: Business, Technology and Society*, Global Edition. Pearson. 978-1292303178
3. Larsson, Tanner (2016) *Ecommerce Evolved: The Essential Playbook To Build, Grow & Scale A Successful Ecommerce Business*. CreateSpace Independent Publishing Platform. 978-1534619340
4. Schneider, G. (2014). *Electronic Commerce*. Cengage Learning. 978-1285425436

Mapa IV - Direitos de Autor**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Direitos de Autor

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Copyright

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

DIR

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

100

4.4.1.5. Horas de contacto:

32

4.4.1.6. ECTS:

4

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

João António Bahia de Almeida Garrett

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- 1. Identificar e compreender a noção e conteúdo dos direitos de propriedade intelectual;*
- 2. Aplicar o regime geral do Direito de Autor: objecto, atribuição, conteúdo, limites e tutela;*
- 3. Conhecer a protecção jurídica dos programas de computador, bases de dados e a responsabilidade por conteúdos ilícitos em rede;*
- 4. Conhecer o regime geral de protecção dos direitos de autor na Internet e os desafios que coloca à comunicação das organizações.*
- 5. Conhecer as bases fundamentais do regime jurídico da marca.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Identify and understand the notion and the content of intellectual property rights;*
- 2. Apply the general copyright regime: object, attribution, content, limits and protection;*
- 3. Understand the legal protection of software and databases, and the responsibility for illegal network contents;*
- 4. Understand the general regime of protection of copyright on the internet and the challenges faced by the organisations' communication.*
- 5. Understand the fundamental principles of trademark legal regime.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Os direitos de propriedade intelectual*
- 2. Regime Geral do Direito de Autor: atribuição, exercício, limites, tutela*
- 3. Os direitos de autor na Sociedade de Informação*
 - 3.1. Programas de Computador*
 - 3.2. Bases de dados*
 - 3.3. A criação e a difusão de obras na Internet*
 - 3.4. A protecção dos direitos de autor na Internet*
- 4. Regime jurídico da marca*
 - 4.1. Noção*
 - 4.2. Composição*
 - 4.3. Espécies*
 - 4.4. Marca colectiva*
 - 4.5. Princípios da composição*
 - 4.6. Tutela jurídica*
 - 4.7. Licenças*
 - 4.8. Transmissão da marca*
 - 4.9. Extinção do direito à marca*

4.4.5. Syllabus:

- 1. Intellectual property rights*
- 2. General copyright regime: attribution, exercise, limits, protection*
- 3. Copyright in the information society*
 - 3.1. Software*
 - 3.2. Databases*
 - 3.3. Creation and distribution of works on the internet*
 - 3.4. The protection of copyright on the internet*
- 4. Trademark legal regime*
 - 4.1. Notion*
 - 4.2. Composition*
 - 4.3. Types*
 - 4.4. Collective mark*
 - 4.5. Principles of composition*
 - 4.6. Legal protection*
 - 4.7. Licences*
 - 4.8. Trademark transfer*
 - 4.9. Extinction of the trademark right*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- O conteúdo programático assegura a compreensão das especificidades da propriedade intelectual na Sociedade de Informação, sendo o objectivo referente à compreensão da noção e conteúdo dos direitos de propriedade intelectual atingido pelo Capítulo I..
- O Capítulo II facultará o conhecimento do regime geral de Direito de Autor.
- Através do Capítulo III o aluno ficará a conhecer a protecção jurídica dos programas de computador e bases de dados bem como as especificidades relacionadas com a criação e a difusão de obras na Internet.
- Através do Capítulo IV o aluno ficará a conhecer as bases fundamentais do regime jurídico da marca.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus ensures the understanding of the specificities of intellectual property in the information society, whose goal is understanding the notion and the content of intellectual property rights being achieved in Chapter I..
- Chapter II provides knowledge regarding the general copyright regime..
- In Chapter III, students will understand the legal protection of software and databases, as well as the specificities related to the creation and distribution of works on the internet..
- With Chapter IV, students will understand the fundamental principles of trademark legal regime..

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. As aulas terão uma primeira parte expositiva, a que se segue uma análise crítica da legislação, jurisprudência e doutrina nacionais e internacionais, com o objetivo de encontrar soluções para problemas concretos colocados pela comunicação das organizações, especialmente em ambiente digital. Estimular-se-á a participação dos alunos quer na apresentação de problemas suscitados pelo contexto comunicacional quer na contribuição para a sua solução.;
2. Avaliação contínua: dois testes, realizados ao longo do semestre, dependendo a aprovação à UC da obtenção da nota média mínima de 10 valores.;
3. Avaliação final: exame escrito a realizar nas épocas próprias..

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. The first part of the classes will be a theoretical presentation, which will be followed by a critical analysis of national and international legislation, case-law and legal theory, in order to find solutions for real problems placed by the organisations' communication, especially in a digital environment. Students' participation will be encouraged both for the presentation of problems arising from the communication context and the contribution to its solution.;
2. Continuous evaluation: two tests performed during the semester, depending on the minimum average grade of 10 valores [on a scale of 0 to 20] to succeed in this CU.;
3. Final evaluation: written exam to be performed in specific seasons..

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- O método expositivo, orientado numa perspectiva prático-funcional (em função dos problemas com que os alunos se defrontarão no exercício profissional), é o mais adequado ao primeiro contacto com o enquadramento jurídico do Direito de Autor..
- A análise crítica da legislação, jurisprudência e doutrina nacionais e internacionais, com a participação dos alunos, que se estimulará, devidamente conjugada com a exposição das matérias, facilitará o cumprimento dos objectivos definidos..

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The expository method, oriented in a practical-functional perspective (according to the problems students will face in their professional activity) is the most appropriate for the first contact with the legal framework of copyright..
- The critical analysis of national and international legislation, case-law and legal theory, with students' participation, will be stimulated together with the syllabus presentation, to facilitate the fulfilment of the goals established..

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. AKESTER, Patrícia (2013). *Direito de Autor em Portugal, nos PALOP, na União Europeia e nos Tratados Internacionais*. Ed. Almedina.
2. GONÇALVES, Luís Couto (2014). *Manual de Direito Industrial*. Ed. Almedina.
3. MARQUES, J. P. R. (2015). *Patentes de programas de computador e sistemas informáticos de jogos electrónicos – métodos de exercício de actividades económicas. Estudos de Direito Intelectual em Homenagem ao Prof. Doutor José de Oliveira Ascensão*. Ed. Almedina pp. 807-842.
4. MELLO, Albano de Sá e (2016). *Manual de Direito de Autor e Direitos Conexos*. Ed. Almedina.
5. Morais, L. S. (2015). *Sociedade da informação, mercados digitais, direito de autor e concorrência – É chegada a hora de uma grande reforma europeia?. Estudos de Direito Intelectual em Homenagem ao Prof. Doutor José de Oliveira Ascensão*. Ed. Almedina. pp. 387-398
6. PEREIRA, Alexandre Dias et al. (2016). *Direito de Autor: Que Futuro na Era Digital?* Ed. Guerra & Paz.

Mapa IV - Privacidade e Proteção de Dados

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Privacidade e Proteção de Dados

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Privacy and Data Protection

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

DIR

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

100

4.4.1.5. Horas de contacto:

32

4.4.1.6. ECTS:

4

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

João António Bahia de Almeida Garrett

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- 1. Familiarizar os alunos com a problemática da tutela jurídica da privacidade e da protecção de dados pessoais e sua importância no contexto da actividade comunicacional das empresas e organizações;*
- 2. Preparar os alunos para prevenir, enfrentar e lidar com os diversos problemas que as empresas e organizações enfrentam nesta área;*
- 3. Proporcionar o conhecimento dos conceitos jurídicos fundamentais e da legislação e estruturas de supervisão de nível europeu e nacional.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Familiarise students with the problems surrounding legal protection of privacy and personal data protection and its importance in the context of communication in companies and organisations;*
- 2 Prepare students to prevent, face and deal with several issues that companies and organisations face in this area;*
- 3 Provide knowledge of fundamental legal concepts and legislation and supervision structures at the European and national levels.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Ser Humano, Pessoa e Direito*
 - 1.1. Os bens da personalidade*
 - 1.2. Os direitos subjectivos*
 - 1.3. O "direito geral" de personalidade e os direitos especiais*
 - 1.4. Características dos direitos de personalidade*
 - 2. Direitos especiais de personalidade*
 - 2.1. O direito à integridade moral, ao bom nome e à reputação*
 - 2.2. O direito ao nome*
 - 2.3. Cartas-missivas confidenciais e não confidenciais*
 - 2.4. Sms e comunicações electrónicas*
 - 2.5. O direito à imagem*

2.6. *O direito à reserva sobre a intimidade da vida privada*

3. *Legislação e supervisão*

3.1. *Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho de 27 de abril de 2016 (Regulamento Geral sobre a Protecção de Dados)*

3.2. *Directiva 2009/136/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de Novembro de 2009 (relativa à privacidade e às comunicações electrónicas - Directiva da Privacidade Electrónica)*

3.3. *Lei n.º 58/2019 de 8 de agosto*

3.4. *O European Data Protection Supervisor*

A Comissão Nacional de Protecção de Dados

4.4.5. Syllabus:

1. *Human being, person and rights*

1.1. *Personality assets*

1.2. *Subjective rights*

1.3. *The “general right” of personality and special rights*

1.4. *Characteristics of personality rights*

2. *Special personality rights*

2.1. *The right to moral integrity, good name and reputation*

2.2. *The right to a name*

2.3. *Confidential and non-confidential letters*

2.4. *SMS and electronic communications*

2.5. *The right to image*

2.6. *The right to privacy*

3. *Legislation and supervision*

3.1. *Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 (General Data Protection Regulation)*

3.2. *Directive 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 (on privacy and electronic communications - ePrivacy Directive)*

3.3. *Portuguese Law no. 58/2019, of 8 August*

3.4. *The European Data Protection Supervisor*

The National Data Protection Authority

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Os Capítulos 1 e 2 visam responder aos primeiro e terceiro objectivos. .*

- *O Capítulo 3 dirige-se à realização dos segundo e terceiro objectivos..*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- *Chapters 1 and 2 aim to respond to the first and third goals..*

- *Chapter 3 aims the achievement of the second and third goals..*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *As aulas terão uma primeira parte expositiva, a que se segue uma análise crítica da legislação, jurisprudência e doutrina nacionais e internacionais, com o objetivo de encontrar soluções para problemas concretos colocados pela comunicação das organizações, especialmente em ambiente digital. Estimular-se-á a participação dos alunos quer na apresentação de problemas suscitados pelo contexto comunicacional quer na contribuição para a sua solução.;*

2. *Avaliação contínua: dois testes, realizados ao longo do semestre, dependendo a aprovação à UC da obtenção da nota média mínima de 10 valores.;*

3. *Avaliação final: exame escrito a realizar nas épocas próprias..*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *The first part of the classes will be a theoretical presentation, which will be followed by a critical analysis of national and international legislation, case-law and legal theory, in order to find solutions for real problems placed by the organisations' communication, especially in a digital environment. Students' participation will be encouraged both for the presentation of problems arising from the communication context and the contribution to its solution.;*

2. *Continuous evaluation: two tests performed during the semester, depending on the minimum average grade of 10 valores [on a scale of 0 to 20] to succeed in this CU.;*

3. *Final evaluation: written exam to be performed in specific seasons..*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *O método expositivo, orientado numa perspectiva prático-funcional (em função dos problemas com que os alunos se defrontarão no exercício profissional), é o mais adequado ao primeiro contacto com as matérias jurídicas..*

- *A análise crítica da legislação, jurisprudência e doutrina nacionais e internacionais, com a participação dos alunos, que se estimulará, devidamente conjugada com a exposição das matérias, facilitará o cumprimento dos objectivos definidos..*

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- *The expository method, oriented in a practical-functional perspective (according to the problems students will face in their professional activity) is the most appropriate for the first contact with legal issues..*
- *The critical analysis of national and international legislation, case-law and legal theory, with students' participation, will be stimulated together with the syllabus presentation, to facilitate the fulfilment of the goals established..*

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. CALVÃO, Filipa Urbano (2018). *Direito da Proteção de Dados Pessoais*. Ed. Universidade Católica. ISBN: 9789898835406
2. CARVALHO, Orlando de (2012). *Teoria Geral do Direito Civil*. Ed. Coimbra Editora. ISBN: 9789723220179
3. CORDEIRO, António Menezes (2017). *Tratado de Direito Civil, IV*. Ed. Almedina. ISBN: 9789724068053
4. PINTO, C. A. da Mota (2012). *Teoria Geral do Direito Civil*. Ed. Coimbra Editora. ISBN: 9789723221022

Mapa IV - Estágio / Projeto**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Estágio / Projeto

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Internship/Project

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

APM

4.4.1.3. Duração:

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho:

550

4.4.1.5. Horas de contacto:

32

4.4.1.6. ECTS:

22

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Mário Manuel Dominguez Silva

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1. *Dar a possibilidade ao formando de optar por uma das seguintes situações:.*
 - *Obter uma experiência profissional ao realizar um estágio para o desenvolvimento de trabalho na área de especialização escolhida; OU.*
 - *Dar continuidade ao projeto especificado no semestre anterior, passando assim para fase de produção e documentação desse mesmo processo.;*
2. *Demonstrar capacidade de redação de um relatório académico de estágio/projeto.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *Giving students the possibility to choose one of the following situations:.*
 - *Obtaining a professional experience through an internship to develop work in the chosen specialisation area; OR.*
 - *Continuing the project set out in the previous semester and passing to the production and documentation phase of that*

process.;

2. *Showing abilities to draft an internship/project academic report.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Abordagem ao estágio/projeto*
 - 1.1. *Definição realista de objetivos e metas*
 - 1.2. *Planificação de tarefas e gestão de tempo*
 - 1.3. *Responsabilidade, compromisso e foco pessoal*
 - 1.4. *Técnicas de pesquisa, leitura, anotação e resumo*
 - 1.5. *Disciplina, motivação e procrastinação*
 - 1.6. *Ferramentas e métodos de apoio ao trabalho*
2. *Redação do relatório*
 - 2.1. *Análise das normas institucionais e do curso*
 - 2.2. *Estruturas e componentes*
 - 2.3. *Tom, nomenclatura e outras questões do foro da linguagem*
 - 2.4. *Estilo e paginação*
 - 2.5. *Técnicas de representação visual de informação*
 - 2.6. *Citações e plágio*
 - 2.7. *Normas de referenciação bibliográfica*
3. *Estágio/projeto*

4.4.5. Syllabus:

1. *Approach to the internship/project*
 - 1.1. *Realistic definition of objectives and goals*
 - 1.2. *Task planning and time management*
 - 1.3. *Personal responsibility, engagement and focus*
 - 1.4. *Research, reading, annotation and summary techniques*
 - 1.5. *Discipline, motivation and procrastination*
 - 1.6. *Tools and methods to support the work*
2. *Report drafting*
 - 2.1. *Analysis of the institution's and course's norms*
 - 2.2. *Structures and components*
 - 2.3. *Tone, nomenclature and other language-related issues*
 - 2.4. *Style and layout*
 - 2.5. *Techniques to visually present information*
 - 2.6. *Quotes and plagiarism*
 - 2.7. *Bibliographical references standards*
3. *Internship/project*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos da unidade curricular. Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que explorassem a resolução de problemas eventuais com os quais os alunos se possam deparar no contexto da realização de um projeto ou do estágio, designadamente questões relacionadas com o relatório, gestão de recursos e atitude, isto dentro das limitações do tempo, medido em ECTS, atribuído a esta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The syllabus of the curricular unit was defined on the basis of its intended learning outcomes. Efforts were made to select a syllabus which would explore the resolution of any problems students may face throughout the project or the internship, namely issues related to the report, the resource management and the attitude, within the restrictions of time, measured in ECTS credits and assigned to this curricular unit.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. *Distribuição entre tempo de trabalho (no projeto, em regime autónomo, ou na entidade acolhedora) e tempo de contacto com o docente para apoio aos alunos e administração de informação transversal sobre o estágio/projeto, assim como acompanhamento generalizado e motivação;*
2. *Complementar a formação com a análise e desconstrução de relatórios de estágio e projeto de cursos semelhantes e/ou anos anteriores;*
3. *Atribuição de um docente orientador especialista da área de estudos/produção (preferencialmente externo à unidade) que acompanha o aluno de forma próxima durante todo o percurso do plano curricular;*
4. *A nota final (única) resulta do parecer do júri referente à demonstração de resultados, relatório e defesa pública demonstrados pelo aluno.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

1. *Distribution of work hours (in the project, through independent work or at the hosting entity) and contact time with the teacher to provide support to students and to manage transversal information on the internship/project, as well as general monitoring and motivation;*
2. *Providing additional training with the analysis and deconstruction of similar and/or from previous years internship or project reports;*
3. *Assignment of an expert advisor teacher from the study/production area (preferably external to the unit) to closely monitor the student throughout all curricular plan;*
4. *The final (single) grade follows from the jury's opinion regarding the presentation of results, the report and the public defence by student.*

4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- A metodologia de ensino seleccionada pretende garantir que os alunos não só possuem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que os alunos aprendem a realizar a sua aplicação na prática, neste caso no contexto do processo de produção do projeto pessoal ou na da entidade acolhedora onde realizam o estágio curricular.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

- The selected teaching methodology aims to ensure that students have not only a good theoretical knowledge on topics covered by the objectives established for this curricular unit, but also that they are able to learn their practical application within the context of production of the personal project or within the context of the entity hosting the curricular internship.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. NEVILLE, C. (2016). *The Complete Guide to Referencing and Avoiding Plagiarism*, Open University Press, 978-0335262021
2. D'OLIVEIRA, T. (2007). *Teses e Dissertações: Recomendações para a elaboração e estruturação de trabalhos científicos*, Editora RH, 978-9728871048
3. COLLINS, H. (2010). *Creative Research: The Theory and Practice of Research for the Creative Industries*, AVA Publishing, 978-2940411085
4. PEARS, R. (2016). *Cite Them Right: Essential Referencing Guide*, Palgrave, 978-1137585042
5. WARE, C. (2012). *Information Visualization: Perception for Design*, Morgan Kaufmann, 978-0123814647
6. FEW, S. (2012). *Show me the Numbers*, Analytics Press, 978-0970601971

4.5. Metodologias de ensino e aprendizagem

4.5.1. Adequação das metodologias de ensino e aprendizagem aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos:

Considerando que os objetivos gerais e transversais das unidades curriculares da Licenciatura em Produção Digital em Comunicação de Marca passam essencialmente pelo desenvolvimento não só de conhecimentos teóricos avançados dentro das diferentes áreas científicas, mas também pelo desenvolvimento de competências metodológicas e técnicas que contribuam para uma crescente profissionalização dos estudantes, consideramos que as metodologias de ensino se encontram adaptadas. Isto na medida em que as metodologias escolhidas pelos docentes procuram não só transmitir conteúdos teóricos através do método expositivo, como também o desenvolvimento de competências de investigação e através de uma abordagem orientada à resolução de problemas de aplicação direta em contexto profissional e empresarial, incorporando de forma legítima o espírito do ensino politécnico.

4.5.1. Evidence of the teaching and learning methodologies coherence with the intended learning outcomes of the study programme:

Considering that the general and transversal objectives of the curricular units of the Degree in Digital Production for Branding are essentially the development not only of advanced theoretical knowledge within the different scientific areas, but also the development of methodological and technical skills that contribute to the growing professionalization of students, we consider that the teaching methodologies are adapted. This is so because the methodologies chosen by teachers seek not only to convey theoretical content through the expository method, but also the development of research skills and through a problem-solving approach of direct application in professional and business context, incorporating legitimately the spirit of polytechnic education.

4.5.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho que será necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS:

Haverá uma articulação ativa entre a coordenação e docentes, no sentido de proporcionar uma visão ampla em relação ao calendário de atividades e avaliações estipuladas. Esta interação permitirá a cada docente e ao coordenador ajustar globalmente as formas de avaliação contínua, nomeadamente em termos dos trabalhos requisitados aos estudantes e do número de momentos de avaliação realizados, que representam também uma carga sobre o n.º de horas de estudo. Esta articulação é feita em cada uma das UC e em termos globais em conjugação com as outras UC. O objectivo passa por uma monitorização da adequação das cargas de trabalho (estudo) aos conteúdos das UC, aos ECTS previstos e também no cômputo geral do plano curricular.

4.5.2. Means to verify that the required students' average workload corresponds the estimated in ECTS.:

There will be an active articulation between the coordination and teachers, in order to provide a broad view regarding the schedule of activities and evaluations stipulated. This interaction will allow each teacher and the coordinator to adjust globally the forms of continuous assessment, namely in terms of the work required of the students and the number of assessment moments performed, which also represent a burden on the number of hours of study. This articulation is made in each of the UCs and globally in conjunction with the other UCs. The objective is to monitor the adequacy of workloads (study) to the contents of the UCs, the expected ECTS and also the overall curriculum plan.

4.5.3. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes será feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Um dos objetivos das reuniões da comissão científico-pedagógica da licenciatura em Produção Digital em Comunicação de Marca, é permitir aos docentes discutir, analisar, comparar e acordar aspetos pedagógicos, bem como obter a melhor forma de avaliar os estudantes de acordo com o teor e a natureza de cada unidade curricular. Desta forma, é recomendado a todos os docentes que organizem o processo de avaliação dos seus estudantes, de forma a valorizar todas as dimensões de trabalho e produção académica destes, incluindo não só os conteúdos teóricos, mas também os trabalhos individuais e de grupo, a participação dos estudantes em contexto de aula e a qualidade dessa participação. Será avaliada a capacidade do estudante se integrar e participar com qualidade nas tarefas propostas pelos docentes no decorrer do processo de ensino-aprendizagem, mediante os critérios definidos inicialmente. Pretende-se, desta forma, garantir que nenhuma dimensão abrangida pelos objetivos seja negligenciada.

4.5.3. Means of ensuring that the students assessment methodologies are adequate to the intended learning outcomes:

One of the objectives of the meetings of the Scientific-Pedagogical Commission of the Degree in Organizational Communication Design is to allow teachers to discuss, analyze, compare and agree pedagogical aspects, as well as to obtain the best way to evaluate students according to content and nature of each course unit. Thus, it is recommended to all teachers to organize the assessment process of their students, in order to value all the dimensions of their work and academic production, including not only the theoretical content, but also the individual and group work, to student participation in the classroom context and the quality of that participation. Students will be able to integrate and participate with quality in the tasks proposed by the teachers during the teaching-learning process, according to the criteria initially defined. This is to ensure that no dimension covered by the objectives is neglected.

4.5.4. Metodologias de ensino previstas com vista a facilitar a participação dos estudantes em atividades científicas (quando aplicável):

Não aplicável

4.5.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities (as applicable):

Not applicable

4.6. Fundamentação do número total de créditos ECTS do ciclo de estudos**4.6.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos, com base no determinado nos artigos 8.º ou 9.º (1.º ciclo), 18.º (2.º ciclo), 19.º (mestrado integrado) e 31.º (3.º ciclo) do DL n.º 74/2006, de 24 de março, com a redação do DL n.º 65/2018, de 16 de agosto:**

O ciclo de estudos conducente ao grau de licenciado em Produção Digital em Comunicação de Marca tem 180 créditos e uma duração de seis semestres curriculares de trabalho dos estudantes, pelo que está de acordo com o estabelecido na legislação em vigor.

Ao longo dos 6 semestres letivos previstos, os estudantes receberão a maior parte da formação com enquadramento na área científica associada ao audiovisual e produção dos media; sendo que, consoante a opção de UC que escolham, poderão tomar contacto também com outras áreas e temas conexos.

De acordo com o ponto 3 do art.º 8 do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, o plano de estudos inclui uma UC de Projeto / Estágio em Produção Digital em Comunicação de Marca que pretende ser um primeiro contato com o exercício da profissão, assegurando aos estudantes uma componente de aplicação dos conhecimentos e saberes adquiridos.

4.6.1. Justification of the total number of ECTS credits and of the duration of the study programme, based on articles 8 or 9 (1st cycle), 18 (2nd cycle), 19 (integrated master) and 31 (3rd cycle) of DL no. 74/2006, republished by DL no. 65/2018, of August 16th:

he study cycle leading to the degree Digital Production for Branding has 180 credits and a duration of six curricular semesters, reason why it is in agreement with the established in the legislation.

Over the six planned semesters, students will receive most of the training in the scientific area associated with audiovisual and media production; Depending on their choice of UC, they may also be in contact with the other subjects and relevant topics.

Following the point 3 of article 8 of Decree-Law no.n.º63/2016, of sept 13, the CU of Project / Internship in Digital Production

for Branding is considered in the curricular plan, which is intended to be a first contact with the profession, assuring the students a component of application of the acquired knowledge.

4.6.2. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares:

Os docentes foram envolvidos relativamente à metodologia proposta de distribuição de créditos e seguidamente participaram na definição dos conteúdos programáticos que iriam corresponder a cada unidade curricular, sendo essa definição feita de modo aos conteúdos programáticos serem adequados ao tempo disponível.

4.6.2. Process used to consult the teaching staff about the methodology for calculating the number of ECTS credits of the curricular units:

The teaching staff was involved regarding the proposed methodology to distribute the credits and, then, the teachers participated in the definition of the syllabus that will correspond to each curricular unit. This definition was made in order to make the syllabus suitable to the time available.

4.7. Observações

4.7. Observações:

Unidades opcionais: Escolher 2 (duas) por semestre quando aplicável

O quinto semestre da licenciatura proposta procura incorporar o desenvolvimento de uma dinâmica pedagógica centrada em PBL (Project Based Learning), em que diferentes UC's são trabalhadas de forma integrada e articulada, numa lógica de simulação permanente, com briefings e desafios apresentados por empresas/ agências com as quais o Curso estabeleça parcerias.

Neste sentido, é objetivo garantir uma transição sustentada entre o ambiente académico e a realidade empresarial, potenciando hábitos de trabalho em equipas multidisciplinares no âmbito da estratégia de uma comunicação organizacional, seja a montante com Conselhos de Administração, Direções de Marketing e/ou Departamentos de Comunicação, seja a jusante com Agências de Comunicação, Publicidade, Meios, Gráficas, Webdesign, Digital Influencers, entre outros.

Esta dinâmica será gerida através da unidade de "Projeto Integrado II" que, em articulação com as restantes unidades curriculares do semestre, procurará adequar os ativos disponíveis (estudantes e docentes) a necessidades reais dos parceiros externos.

4.7. Observations:

Optional units: Choose 2 (two) each semester when applicable

The fifth semester of the proposed degree seeks to incorporate the development of a pedagogical dynamic centered on PBL (Project Based Learning), in which different CUs are worked in an integrated and articulated manner, in a logic of permanent simulation, with briefings and challenges presented by companies / agencies. with which the Course establishes partnerships.

In this sense, it aims to ensure a sustained transition between the academic environment and the business reality, enhancing work habits in multidisciplinary teams within the framework of the strategy of organizational communication, either upstream with Boards of Directors, Marketing Directorates and / or Departments. Communication, downstream with Communication Agencies, Advertising, Media, Graphics, Webdesign, Digital Influencers, among others.

This dynamic will be managed through the "Integrated Project II" CU which, in articulation with the other semester curricular units, will seek to match available assets (students and teachers) to the real needs of external partners.

5. Corpo Docente

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.

Mário Manuel Dominguez da Silva

5.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

5.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment regime	Informação/ Information
Mário Manuel Dominguez Silva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	CTC da Instituição	213 - Audiovisuais e Produção dos Média	100	Ficha submetida

Nome	Função	Nível	CTC da Instituição proponente	Disciplina	Créditos	Estado
Jaime Fins	Assistente ou equivalente	Mestre	CTC da Instituição proponente	213 - Audiovisuais e Produção dos Média	100	Ficha submetida
Hugo Miguel Gonçalves Crespo Machado Silva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	CTC da Instituição proponente	Media Digitais	100	Ficha submetida
Nuno Manuel Gonçalves Santos Caldeira	Assistente ou equivalente	Mestre	CTC da Instituição proponente	Audiovisuais e Produção dos Media	50	Ficha submetida
Tiago Filipe Neves da Cruz	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Média-arte Digital	50	Ficha submetida
Teresa de Jesus Baptista Vieira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Digital Media - Technology	100	Ficha submetida
João António Bahia de Almeida Garrett	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Direito (Ciências Jurídico-Empresariais)	100	Ficha submetida
Vitor Manuel Tavares Teixeira	Assistente ou equivalente	Mestre		Arte e Multimédia	100	Ficha submetida
Carla Sofia da Fonseca Amorim	Assistente ou equivalente	Mestre	CTC da Instituição proponente	Ciências Empresariais - Marketing	100	Ficha submetida
João Nuno Lopes Angélico	Assistente ou equivalente	Mestre	CTC da Instituição proponente	Multimédia	97	Ficha submetida
Sara Eduarda Silva Cruz	Assistente ou equivalente	Mestre	CTC da Instituição proponente	Multimédia	50	Ficha submetida
Fabiana Lopes Coelho	Assistente ou equivalente	Mestre		Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Carlos Miguel da Silva Coelho da Costa	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Arte	50	Ficha submetida
Fábia Isabel Ortega Borges	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Comunicação	50	Ficha submetida
					1147	

<sem resposta>

5.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

5.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

5.4.1.1. Número total de docentes.

14

5.4.1.2. Número total de ETI.

11.47

5.4.2. Corpo docente próprio - Docentes do ciclo de estudos em tempo integral

5.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos em tempo integral.* / "Full time teaching staff" – number of teaching staff with a full time link to the institution.*

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº / No.	Percentagem / Percentage
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of teaching staff with a full time link to the institution:	8	69.74716652136

5.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor

5.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor* / "Academically qualified teaching staff" – staff holding a PhD*

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem / Percentage
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff holding a PhD (FTE):	5.5	47.951176983435

5.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

5.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / “Specialised teaching staff” of the study programme.

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff holding a PhD and specialised in the fundamental areas of the study programme	4	34.87358326068 11.47
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists not holding a PhD, with well recognised experience and professional capacity in the fundamental areas of the study programme	2.97	25.893635571055 11.47

5.4.5. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente.

5.4.5. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente. / Stability and development dynamics of the teaching staff

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Teaching staff of the study programme with a full time link to the institution for over 3 years	4	34.87358326068 11.47
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / FTE number of teaching staff registered in PhD programmes for over one year	2.5	21.795989537925 11.47

Pergunta 5.5. e 5.6.

5.5. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

O Gabinete de Estatística, toma como instrumento principal de aferição questionários normalizados. Estes foram desenvolvidos a partir de padrões estabelecidos internacionalmente pelo ENQA e aferidos à população escolar através de experiências anteriores e, subsequentemente, aprovados em Conselho Pedagógico. Os resultados são submetidos à análise dos órgãos de direcção e levando a medidas concretas de ação. As diferentes formas avaliativas relacionadas com o processo de ensino/aprendizagem estão definidas em Regulamentos, havendo também procedimentos registados numa plataforma informática, verificando sumários, a assiduidade e a pontualidade dos docentes. Salienta-se que foi já aprovado pelo Conselho Técnico-Científico do IPMAIA, no dia 27/05/2020, o Regulamento de Avaliação do Desempenho Docente, que se constituirá como elemento decisivo na melhoria da qualidade, eficácia e eficiência do processo ensino-aprendizagem, ao promover uma avaliação objetiva, isenta e equitativa dos docentes.

5.5. Procedures for the assessment of the teaching staff performance and measures for their permanent updating and professional development.

The Statistics Office uses standardized questionnaires as the main measuring instrument. These were developed based on standards established internationally by ENQA and assessed to the school population through previous experiences and, subsequently, approved by the Teaching Council. The results are then analyzed by the management bodies in order to take the appropriate action. The different forms of appraisal related to the teaching/learning process are defined in the Regulations. Procedures are also registered in an IT system, which also outlines the summaries, assiduity and punctuality of the teachers. It should be noted that the IPMAIA Technical-Scientific Council approved, on 05/27/20, the Regulation on Teaching Performance Evaluation, which will constitute a decisive element in improving the quality, effectiveness and efficiency of the teaching-learning process, by promoting an objective, impartial and equitable evaluation of teachers.

5.6. Observações:

A respeito do docente Nuno Manuel Gonçalves Santos Caldeira, incluído nesta proposta de acreditação preliminar, informa-se que este passará a lecionar a tempo integral no IPMAIA em caso de acreditação do presente ciclo de estudos. A respeito da docente Fabiana Coelho, incluída nesta proposta de acreditação, informa-se que esta perderá uma ou mais unidades curriculares actualmente lecionadas a fim de assegurar as novas unidades, em caso de acreditação do presente ciclo de estudos.

5.6. Observations:

Regarding the lecturer Nuno Manuel Gonçalves Santos Caldeira, presented in this accreditation proposal, it is expected to move to full time in IPMAIA in case of accreditation of this study cycle.

Regarding the lecturer Fabiana Coelho, presented in this accreditation proposal, it is foreseen the dropping of one or more curricular unit in teaching in order to allow the assurance of the new units, in case of accreditation of this study cycle.

6. Pessoal Não Docente**6.1. Número e regime de tempo do pessoal não-docente afeto à lecionação do ciclo de estudos.**

Ao serviço da Maiêutica, entidade instituidora do IPMAIA, encontram-se 57 colaboradores que desempenham funções no Secretariado do Conselho de Gestão e pertencentes às áreas Económico-Financeira, Informático-Tecnológica, Administrativa e Recursos Humanos, Académico-Social e Segurança e Manutenção. Há ainda 14 docentes que, simultaneamente com a atividade académica, também colaboram em gabinetes, centros e laboratórios.

Pessoal não docente a Tempo Parcial - 1

Pessoal não docente a Tempo Integral - 56

Funcionários não docentes afetos diretamente ao CE: Secretária de apoio à coordenação do CE: Arminda Teixeira (lic. em Relações Públicas); Secretárias administrativas: Ana Silva e Márcia Pontes (lic. em Psicologia); Gabinete de Estágios e Inserção no Mercado de Trabalho: Filipe Arruela (lic. em Gestão de Marketing); Técnico do Gabinete de TI e Sistemas de Informação: José Sousa (lic. em Informática de Gestão)

6.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study programme.

At Maiêutica, IPMAIA's founding entity, there are 57 employees who work in the Management Council Secretariat and belong to the Economic-Financial, Computer-Technological, Administrative and Human Resources, Academic-Social and Security and Maintenance areas. There are also 14 teachers who, simultaneously with academic activity, also collaborate in offices, centers and laboratories.

Non-academic staff Part-time - 1

Non-academic staff Full-Time - 56

Directly assigned to the EC: Secretary to support the coordination of the EC: Arminda Teixeira (Public Relations grad.); Administrative secretaries: Ana Silva and Márcia Pontes (Psychology grads.); Internship and Labor Market Insertion Office: Filipe Arruela (Marketing Management grad.); Technician of the IT and Information Systems Office: José Sousa (Management Informatics grad.)

6.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à lecionação do ciclo de estudos.

Dos 57 colaboradores não-docentes, 34 possuem o grau de licenciado e 9 de mestre, desempenhando funções, predominantemente, em gabinetes de apoio, centros, laboratórios e ainda nos serviços de secretariado. Os restantes 14, sem habilitação académica superior, pertencem, maioritariamente, aos serviços de apoio operacional, asseio, manutenção, transporte e vigilância.

6.2. Qualification of the non-academic staff supporting the study programme.

Of the 57 non-teaching collaborators, 34 have a bachelor's degree and 9 a master's degree, performing functions, mainly, in support offices, centers, laboratories and even in secretarial services. The remaining 14, with no higher academic qualifications, mostly belong to the operational support, cleanliness, maintenance, transport and surveillance services.

6.3. Procedimento de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

O Sistema de Avaliação do Desempenho, representa um processo de vital importância ao nível da gestão de Recursos Humanos de uma organização e é visto como um incentivo no desenvolvimento do capital humano.

Relativo a 2019, incluiu as seguintes fases:

Abertura de processo: Identificação dos avaliadores e distribuição do Kit de avaliação;

Autoavaliação: reflexão sobre o desempenho do avaliado;

Heteroavaliação: avaliação do desempenho do avaliado de acordo com a autoavaliação;

Homogeneização: quando a avaliação é feita por mais de um avaliador;

Entrevista: entre o avaliador e avaliado;

Parecer da Comissão de Avaliação sobre a legalidade e qualidade do processo;

Validação e arquivamento: classificações finais atribuídas aos avaliados, informatização dos dados, arquivamento das fichas nos processos individuais dos colaboradores;

Divulgação de resultados: dar conhecimento aos colaboradores dos resultados da avaliação;

Reclamação: no prazo de 5 dias úteis após tomar conhecimento da avaliação.

6.3. Assessment procedures of the non-academic staff and measures for its permanent updating and personal development

The Performance Evaluation System represents a process of crucial importance in managing Human Resources within an organisation and is regarded as an incentive to develop human capital.

Regarding 2019, it included the following stages:

Opening the process: Identifying evaluators and distributing the evaluation Kit;

Self-evaluation: reflection on self-performance;

Evaluation of others: evaluating others' performance according to self-evaluation;

Homogenisation: when there is more than one evaluator involved;

Interview: between evaluator and the subject of evaluation;

Evaluation Commission Report on the legal validity and quality of the process;

Validation and filing: final classifications attributed to the evaluated subjects, data computerisation, filing the profiles in the staff's individual files;

Announcing results: communicate the evaluation results to the staff;

Claim: within 5 working days after receiving the evaluation.

7. Instalações e equipamentos

7.1. Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços letivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.):

O Instituto Politécnico da Maia – IPMAIA desenvolve a sua atividade no Campus Académico da “Maiêutica, Cooperativa de Ensino Superior, CRL”, entidade instituidora do IPMAIA. O Campus compreende uma área bruta de mais de 70 mil m2 e uma área útil de cerca de 9 mil m2, dos quais 4,3 mil m2 estão dedicados ao ensino, dispondo o IPMAIA de um total de 1.861 m2. Para este ciclo de estudos estarão afetos:

3 Labs. de Informática; 3 Salas de Aula equipadas com meios audiovisuais e informáticos pedagógico-didáticos; 4 Gab. de Professores; Sala de Reuniões e de Professores.

Acresce ainda, a utilização partilhada de : Auditório; Biblioteca; Laboratório de Comunicação de Dados e Redes; Centro Multimédia; Sala de jogos; Instalações sanitárias; Papelaria e Reprografia; Cantina/Bar/Cafeteria.

Todos os laboratórios e salas de aula estão equipados para leccionação de conteúdos à distância, privilegiando um modelo misto, com alunos presenciais e alunos remotos.

7.1. Facilities used by the study programme (lecturing spaces, libraries, laboratories, computer rooms, ...):

IPMAIA develops its activity in the Academic Campus of "Maiêutica, Cooperativa de Ensino Superior, CRL ", IPMAIA's founding entity. The Campus comprises a gross area of more than 60 thousand m2 and a useful area of about 9 thousand m2, of which 4,3 thousand m2 are devoted to teaching, being allocated exclusively for the use of IPMAIA a total of 1,861 m2. For this study cycle the following spaces are available:

3 Computer Labs; 3 Classrooms equipped with audio-visual and computer means for pedagogical-didactic support; 4 Teacher Offices; Meeting Room and Teachers' Room.

In addition, IPMAIA shares with other institutions some common facilities: Auditorium; Library; Laboratory of Data Communication and Networks; Multimedia Center; Playroom; Sanitary facilities; Stationery and Reprographics; Cantina/Bar/Cafeteria).

All classrooms are properly equipped with the audiovisual means to support a remote learning approach, supporting an environment for local and remote students to participate.

7.2. Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didáticos e científicos, materiais e TIC):

As disponibilidades atuais incluem equipamentos de elevada sofisticação que têm servido para a realização da atividade letiva, nomeadamente:

64 Computadores pessoais ligados em rede

2 Quadros Interativos

3 Impressoras Multifunções

8 Videoprojetores

8 Gravadores Portáteis Ediol

12 Microfones Shotgun e Lapela Sortidos

22 Canon DSLR EOS

7 Flash Canon SpeedLight

11 Tripés Joby + Vanguard Sortidos

3 LED Microbeam

14 Objetivas Canon Sortidas

1 Kit Estúdio Multiblitz

1 Flycam Nano DSLR

5 Portáteis para docentes

1 impressora multifunções Xerox (A4/A3)

7 kits de desenvolvimento de eletrónica

1 Oculus Rift DK2

3 beacons estímote

10 sticker beacons estimote
 1 Microsoft Kinect 1.0
 20 Tablets Wacom M BT
 1 Impressora 3D

7.2. Main equipment or materials used by the study programme (didactic and scientific equipment, materials, and ICTs):

This is part of the equipment available for class lecturing and student support, which this degree will benefit from:

64 PCs in a Network
 2 Interactive blackboards
 3 Multifunction Printers
 8 Video projectors
 8 Portable Edirol Recorders
 12 Shotgun and Lapel Assorted Mics
 22 Canon DSLR EOS
 7 Flash Canon SpeedLight
 11 Joby + Vanguard Assorted Tripods
 3 LED Microbeam
 14 Assorted Canon Lenses
 1 Kit Multiblitz Studio Lighting
 1 Flycam Nano DSLR
 5 Laptops for teachers
 1 multifunction Xerox (A4/A3)
 7 assorted electronic development kits
 1 Oculus Rift DK2
 3 beacons estimote
 10 sticker beacons estimote
 1 Microsoft Kinect 1.0
 20 Tablets Wacom M BT
 1 3D Printer

8. Atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível.

8.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica

8.1. Mapa VI Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica / Research centre(s) in the area of the study programme where teaching staff develops its scientific activity

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Classification FCT	IES / HEI	N.º de docentes do CE integrados / Number of study programme teaching staff integrated	Observações / Observations
CIAC - Centro de Investigação em Artes e Comunicação	Muito Bom / Very Good	Universidade do Algarve	2	
Instituto de Telecomunicações	Muito Bom / Very Good	Instituto Superior Técnico/Univ.Aveiro/Univ.Coimbra	1	
Instituto Jurídico da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra	Bom / Good	Universidade de Coimbra	1	
Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia (CITEI)	N/A	Instituto Universitário da Maia - ISMAI	2	
N2i - Núcleo de Investigação do IPMAIA	N/A	Instituto Politécnico da Maia - IPMAIA	1	

Pergunta 8.2. a 8.4.

8.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livro, relevantes para o ciclo de estudos, nos últimos 5 anos.

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/d7a70c4f-609c-8516-4adb-5f84bac8aef3>

8.3. Mapa-resumo de atividades de desenvolvimento de natureza profissional de alto nível (atividades de desenvolvimento tecnológico, prestação de serviços ou formação avançada) ou estudos artísticos, relevantes para o ciclo de estudos:

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/high-level-activities/formId/d7a70c4f-609c-8516-4adb-5f84bac8aef3>

8.4. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos.

Numa perspectiva de valorização recíproca, a Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG) tem desenvolvido um conjunto de projetos e de parcerias como forma de enquadrar a sua aproximação ao tecido empresarial português e à comunidade em geral. A nível nacional, a ESTG dispõe de um conjunto alargado de protocolos com inúmeras organizações, especificamente destinados a receber os seus estudantes em estágio curricular. A nível internacional, a ESTG colabora com o Gabinete de Relações Internacionais da Maiêutica, cujas atividades estão relacionadas com a gestão das mobilidades e de parcerias internacionais (protocolos bilaterais com 44 instituições de Ensino Superior internacionais).

Adicionalmente, contamos com as seguintes parcerias empresariais:

Brand Power – Marketing e Comunicação, Lda.

Clickfiel, Lda.

Eu Pago, Lda.

FES Agency, Lda.

Feralbyte, Lda.

Follow, Lda.

Intelidus, Lda.

Mário & Dominguez, Lda.

Max-Digital – Impressões Digitais, Lda.

Paysoft – Desenvolvimento de Software, Lda.

Vítor Carneiro Unipessoal, Lda.

VilaNET, Lda.

Câmara Municipal da Maia

Fundação para a Computação Científica Nacional

GIPSI- Gabinete de Investigação e Projetos em Sistemas de informação

INE- Instituto Nacional de Estatística

8.4. List of main projects and/or national and international partnerships underpinning the scientific, technologic, cultural and artistic activities developed in the area of the study programme.

From a perspective of reciprocal appraisal, the School of Technology and Management (ESTG) has developed a set of projects and partnerships as a way of a positioning approach to the Portuguese business community and the community in general. At a national level, ESTG has a broad set of protocols with numerous organizations, specifically designed to receive their students at a curricular level. At an international level, ESTG collaborates with the Office of International Relations of Maiêutica, which is responsible for the activities related to international partnerships and the management of student mobility protocols (bilateral protocols with 14 foreign higher education institutions).

In addition, we have the following business partnerships:

Alberto de Sousa Lopes, Lda.

Brand Power – Marketing e Comunicação, Lda.

Clickfiel, Lda.

Eu Pago, Lda.

FES Agency, Lda.

Feralbyte, Lda.

Follow, Lda.

Intelidus, Lda.

Mário & Dominguez, Lda.

Max-Digital – Impressões Digitais, Lda.

Paysoft – Desenvolvimento de Software, Lda.

Vítor Carneiro Unipessoal, Lda.

VilaNET, Lda.

Maia Town Hall

Foundation for National Scientific Computation

GIPSI- Office of Research and Projects in Information Systems

INE- National Institute of Statistics

9. Enquadramento na rede de formação nacional da área (ensino superior público)

9.1. Avaliação da empregabilidade dos graduados por ciclo de estudos similares com base em dados oficiais:

Numa avaliação por aproximação, segundo dados do infocursos.mec.pt, as Licenciaturas em Design de Comunicação das diferentes IES, sejam públicas ou privadas, apresentam altas taxas de empregabilidade, atendendo que, em média, menos de 7% dos recém-graduados estão registados no IIEFP como desempregados. A corroborar esta perceção de forte empregabilidade, a consulta de plataformas como cargadetrabalhos.net evidencia que o graduado de PDCM encontra várias propostas de trabalho.

O exercício profissional deste diplomado é também abrangente, seja em Gabinetes e Departamentos de Comunicação e/ou Marketing (ou designações afins), seja em Agências e Consultoras de Comunicação, prestadoras de serviços nesta área.

Sobre estas, foi possível identificar mais de 490 empresas registadas em Portugal com Código de Atividade Económica 70210 [Atividades de Consultoria, Relações Públicas e Comunicação], 137 das quais nas zonas Norte e Centro do país (cf. sabi.bvdinfo.com).

9.1. Evaluation of the employability of graduates by similar study programmes, based on official data:

In an evaluation by approximation, according to data from infocursos.mec.pt, the Communication Design Degrees of the different institutions, whether public or private, have high employability rates, considering that, on average, less than 7% of recent graduates are registered at IEFP as unemployed. Corroborating this perception of strong employability, the consultation of platforms such as cargadetrabalhos.net shows that the PDCM graduate finds several work proposals. The professional practice of this graduate is also comprehensive, either in Communication and / or Marketing Offices and Departments (or similar names), or in Communication Agencies and Consultants, providing services in this area. Of these, it was possible to identify more than 490 companies registered in Portugal with Code of Economic Activity 70210 [Consulting, Public Relations and Communication Activities], 137 of which were in the North and Central areas of the country (cf. sabi.bvdinfo.com).

9.2. Avaliação da capacidade de atrair estudantes baseada nos dados de acesso (DGES):

Os dados nacionais, relativos a cursos públicos afins, designadamente Design de Comunicação, apontam para uma taxa de 100% de preenchimento de vagas disponíveis, à exceção do Instituto Politécnico de Portalegre.

Atendendo ao perfil diferenciador do curso, fazendo-se aproximar do paradigma de formação especializada já comum em variadas instituições de ensino europeias; à localização e acessibilidade da instituição; elevada procura e reduzida concorrência na zona Norte (apenas 3 cursos de uma área próxima, designadamente Design de Comunicação); e a ida ao encontro a um mercado com necessidades flagrantes de mão de obra especializada; são fatores que criarão um contexto positivo na captação de novos estudantes.

Adicionalmente, entre 2015-2017, a IES tem em funcionamento 4 CTeSP em áreas passíveis de originar interesse em progressão de estudos para o CE em proposta. A massa potencial desses estudantes orientados para o marketing, a produção multimédia e áreas afins ronda os 100 anuais.

9.2. Evaluation of the capability to attract students based on access data (DGES):

National data for similar public courses point to an 85% vacancy rate.

Given the differentiating profile of the course, approaching the paradigm of specialized training already common in various European educational institutions; the location and accessibility of the institution; high demand and low competition in the northern region (only 3 courses); and facing a market with blatant needs of skilled labor; These are factors that will create a positive context in attracting new students.

Additionally, between 2015 and 2017, IPMAIA opened 4 CTeSP in areas likely to give rise to interest in progressing studies for the proposed cycle. The potential mass of these marketing-oriented students, multimedia production and related fields is around 100 annually.

9.3. Lista de eventuais parcerias com outras instituições da região que lecionam ciclos de estudos similares:

De momento, não estão previstas parcerias com outras instituições da região.

9.3. List of eventual partnerships with other institutions in the region teaching similar study programmes:

No partnerships with other regional institutions are being planned at the current time.

10. Comparação com ciclos de estudos de referência no espaço europeu

10.1. Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior com duração e estrutura semelhantes à proposta:

Em Portugal, não foi possível encontrar um curso em funcionamento que tenha um posicionamento técnico-científico semelhante a esta proposta. O benchmarking europeu deste Ciclo de Estudos encontrou correspondência com um novo campo de estudo em IES do Reino Unido, designadamente o curso de Advertising e Branding Design das Bedfordshire University e Staffordshire University e Brand and Communication Design (AMD Akademie Mode & Design na Alemanha). Esta área do Branding Design e Comunicação (lecionada nas University of the Arts London, Ravensbourne University London, Bau Design College of Barcelona, entre outros cursos de pós-graduação como Digital Media Practice: Advertising, Marketing & Branding Design da University Of Winchester e Design and Branding Strategy da Brunel University London) reflete o perfil académico e profissional expectável para o nosso graduado.

10.1. Examples of study programmes with similar duration and structure offered by reference institutions in the European Higher Education Area:

It was not possible to find a course in Portugal, currently in operation, that has a technical-scientific position similar to this proposal. The benchmarking done at the european level has found a match with a new field of study in british institutions, namely the degree in Advertising e Branding Design at Bedfordshire University and Brand and Communication Design

(AMD Akademie Mode & Design, Germany). This branding design and communication profile lectured in the University of the Arts London, Ravensbourne University London, Bau Design College of Barcelona, among other post-grad courses such as Digital Media Practice: Advertising, Marketing & Branding Design at the University Of Winchester and Design and Branding Strategy at Brunel University London.

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior:

Considerando a oferta formativa nacional de IES Públicas, analisamos o curso de Design de Comunicação, proposto por 4 Instituições de Ens. Sup. Politécnico e Universitário (UL, UAIGIP Portalegre e UP), bem como outras designações como Design de Comunicação e Audiovisual (IPCB), Design Multimédia (UBI) e Design e Multimédia (U. Coimbra), entre outras ofertas formativas. Paralelamente, encontramos 9 cursos na área da Comunicação Organizacional, Comunicação Empresarial e designações afins (IP Coimbra, IP Leiria, UA, IPL, IPP, IPCV, IP Guarda, IP Viseu e U. Açores), que capacitam os diplomados para a definição de estratégias de Comunicação Organizacional, sem assumir um objetivo da sua concretização operacional e técnica.

A nossa proposta aproxima-se, contudo, do posicionamento do curso de Brand and Communication Design da AMD Akademie Mode & Design na Alemanha, precisamente por aplicar o Design de Comunicação a uma abordagem Organizacional.

10.2. Comparison with the intended learning outcomes of similar study programmes offered by reference institutions in the European Higher Education Area:

Considering the national educational offer of Public Institutions, we analyzed the Communication Design courses, proposed by 4 Institutions of the Polytechnic and University domains (UL, UAIG, IP Portalegre and UP), as well as other designations such as Communication and Audiovisual Design (IPCB), Multimedia Design (UBI) and Design and Multimedia (U. Coimbra), among other training offers. In parallel, we found 9 courses in the area of Organizational Communication, Business Communication and related designations (IP Coimbra, IP Leiria, UA, IPL, IPCV, IP Guarda, IP Guarda, IP Viseu and U. Azores), which enable graduates to define Organizational Communication strategies, without assuming an objective of their operational and technical implementation.

Our proposal is close to the positioning of AMD Akademie Mode & Design's Brand and Communication Design course in Germany, precisely by applying Communication Design to an Organizational approach.

11. Estágios e/ou Formação em Serviço

11.1. e 11.2 Estágios e/ou Formação em Serviço

Mapa VII - Protocolos de Cooperação

Mapa VII - AMZMCRTV, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

AMZMCRTV, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - AMZMCRTV.pdf](#)

Mapa VII - Brand Power - Marketing e Comunicação, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Brand Power - Marketing e Comunicação, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Brand Power .pdf](#)

Mapa VII - Feralbyte, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Feralbyte, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Feralbyte.pdf](#)

Mapa VII - Health & Business**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Health & Business

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Health & Business.pdf](#)

Mapa VII - Mário & Dominguez, Lda.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Mário & Dominguez, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Mário e Dominguez.pdf](#)

Mapa VII - Press Play Unipessoal, Lda.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Press Play Unipessoal, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Press Play Unipessoal.pdf](#)

Mapa VII - Vilanet, Lda.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Vilanet, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Vilanet.pdf](#)

Mapa VII - Vítor Carneiro, Lda.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Vítor Carneiro, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Vítor Carneiro.pdf](#)

Mapa VII - Max Digital, Lda.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Max Digital, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - MAX DIGITAL.pdf](#)

Mapa VII - Clickfiel, Lda.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Clickfiel, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - CLICKFIEL.pdf](#)

Mapa VII - EuPago, Lda.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

EuPago, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Eupago.pdf](#)

Mapa VII - Intelidus, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Intelidus, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo - Intelidus.pdf](#)

Mapa VII - Paysoft - Desenvolvimento de Software, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Paysoft - Desenvolvimento de Software, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo de Dese. de Software .pdf](#)

11.2. Plano de distribuição dos estudantes

11.2. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.(PDF, máx. 100kB).

[11.2._PAPNCE_PDCM_anexo_11-2.pdf](#)

11.3. Recursos próprios da Instituição para acompanhamento efetivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço.

11.3. Recursos próprios da Instituição para o acompanhamento efetivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço:

O Gabinete de Estágios e Inserção Profissional é responsável pelo desenvolvimento de programas de estágio na sequência dos Protocolos de Colaboração estabelecidos com as Entidades que acolhem os estudantes da instituição. Os estágios são orientados por supervisores da instituição, podendo ser coadjuvados por outros docentes, aprovados pelo CCP do Curso e sob proposta do coordenador, cujas funções são:

- assegurar a articulação entre os orientadores cooperantes;
- elaborar, em conjunto com cada orientador cooperante, o plano individual de atividades de estágio e supervisionar a sua execução;
- supervisionar e participar nos diferentes momentos de avaliação (intermédia e final).

11.3. Institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods:

The Internship and Professional Insertion Office is responsible for the development of internship programs by following the Protocols of Cooperation established with the entities that receive IPMAIA's students.

The interns are guided by expert teachers, who may be assisted by other teachers, approved by the Scientific and Pedagogical Committee of the course after proposal of the coordinator. Its functions are:

- Ensure the articulation between cooperative advisors;
- Develop, together with each cooperative advisor, the individual plan of training activities and supervise their implementation;
- Supervise and participate in the different stages of evaluation (intermediate and final).

11.4. Orientadores cooperantes

11.4.1. Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço (PDF, máx. 100kB).

11.4.1 Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço (PDF, máx. 100kB).

[11.4.1_PAPNCE_PDCM_anexo_11-4.pdf](#)

11.4.2. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por lei)

11.4.2. Mapa X. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por Lei) / External supervisors responsible for following the students' activities (mandatory for study programmes with in-service training mandatory by law)

Name	que pertence / Institution	Professional Title	Professional qualifications (1)	of working years
------	----------------------------	--------------------	---------------------------------	------------------

<sem resposta>

12. Análise SWOT do ciclo de estudos

12.1. Pontos fortes:

O Curso proporciona uma formação transversal, com equilíbrio entre teoria e prática, que capacita o estudante para o desenvolvimento de estratégias de comunicação e sua operacionalização efetiva, garantindo autonomia no contexto empresarial em que se insere.

Tem uma forte vertente prática nos domínios das tecnologias de comunicação multimédia, alinhadas a uma planificação de comunicação necessária a um profissional freelancer, ou contratado por uma agência ou departamento de comunicação e/ou marketing.

A ligação a agências e empresas que proporcionam briefings, necessidades e/ou problemas de comunicação permite uma base de trabalho sustentada em PBL, em que estudantes e professores desenvolvem projetos num ambiente real ou simulado.

12.1. Strengths:

The Course provides transversal training, with a balance between theory and practice, which enables students to develop communication strategies and their effective operationalisation, ensuring autonomy in the business context in which this course operates.

It has a strong practical background in the fields of multimedia communication technologies, aligned with the communication planning needed by a freelance professional, or hired by a communication and/or marketing agency or department.

Being able to connect with agencies and companies that provide communication briefings, needs and/or issues, enables a sustained PBL work base, where students and teachers develop projects in a real or simulated environment.

12.2. Pontos fracos:

Limitada investigação produzida e publicada pelo corpo docente do ciclo de estudos, motivada pelo exercício e envolvimento paralelo em outras atividades de natureza profissional, aspeto compensado por uma intenção de participação em projetos de carácter real e incentivo à obtenção de grau de especialista.

A transversalidade do curso, que possibilita uma formação banda-larga, pode apresentar alguns desafios, atendendo que os estudantes irão competir com outros graduados mais especialistas em algumas vertentes do curso (e.g. Arte Multimédia, Ciências da Comunicação, Gestão de Marketing, Relações Públicas, ou Tecnologias de Comunicação Multimédia), aspeto esse compensado pela reunião particular de competências especializadas deste ciclo de estudos.

12.2. Weaknesses:

Limited research, produced and published by the study cycle teaching staff, motivated by the simultaneous development and involvement in other professional activities, an aspect offset by the intention to participate in real projects and an incentive to obtain a specialist degree.

The transversality of the study programme, which enables broadband training, can also be challenging in that students will compete with some other more specialised graduates in some aspects of the course (e.g. Multimedia Art, Communication Sciences, Marketing Management, Public Relations, or Multimedia Communication Technologies), an aspect that is offset by this study cycle's peculiar set of competences.

12.3. Oportunidades:

Preenchimento de vazio no 1º ciclo do IPMAIA na oferta de cursos que agreguem Tecnologia, Comunicação e Marketing, especialmente considerando o CTeSP de "Design e Inovação Industrial", "Gestão Comercial e Vendas", "Marketing Digital" e "Produção Multimédia e Jogos Digitais" (assim como outros CTeSPs de áreas de charneira), aproveitando assim uma massa crítica de investigação e desenvolvimento em crescimento;

Criar uma via académica de progressão para alunos de CTsSP de "Comunicação Digital" de outras instituições de ensino; Tirar partido do corpo docente especializado já ligado quer à indústria quer à esfera da investigação; assim como da infraestrutura (equipamento e espaços) existente e em permanente renovação, para produção e investigação na área de fronteira entre artes, tecnologia e humanidades;

Captação de candidatos do Grande Porto que não ingressam na Licenciatura de Design de Comunicação da Universidade do Porto, que contou no ano letivo 2019/2020 com mais de 450 candidatos para 56 vagas e nota de entrada 172.5.

Aliciamento também de estudantes internacionais pela especificidades que o curso revela e aproveitando o momento de elevação e atratividade que o país e a instituição atravessam.

12.3. Opportunities:

*Fills a void in the 1st cycle offer of courses at IPMAIA that aggregate Technology, Communication and Marketing, especially considering the CTeSPs in “Industrial Design and Innovation”, “Commercial Management and Sales”, “Digital Marketing” and “Multimedia Production and Digital Games”(as well as other CTeSPs from tangential areas), thus taking advantage of a growing research and development critical mass;
Take advantage of a specialised teaching staff already connected to both industry and research; as well as the existing infrastructure (equipment and spaces) that is constantly being renovated, for production and research in the border area between arts, technology and humanities;
Enrolment of students from the Greater Porto area, who are not accepted in the Bachelor’s Degree in Communication Design of the University of Porto, which received over 450 candidates to 56 seats and had an entry grade of 172.5 last year.
Ability to also attract foreign students due to the specificities of the course and take advantage of the moment of elevation and attractiveness that our country is experiencing.*

12.4. Constrangimentos:

*O IPMAIA ainda tem um reduzido número de IPMSAs na área formativa deste ciclo de estudos, o que torna difícil atrair e garantir docentes em regime de tempo integral;
O curso manifesta uma declarada dependência por equipamentos e condições de aula específicos na grande maioria das suas unidades curriculares. Desta forma, no contexto da instituição, a taxa de ocupação de espaços laboratoriais irá forçosamente aumentar. Algo que deverá conduzir à oportunidade de investimento na expansão da capacidade laboratorial adicional orientado para as práticas multimédia no sentido de possibilitar o correto funcionamento deste curso a par com os restantes já em lecionação.
Inexistência de espaço polivalente adaptado às necessidades específicas do Curso para reunião e trabalho laboratorial, fora de horas de contacto, no apoio a projetos multidisciplinares com ligação direta ao tecido empresarial e com toda a responsabilidade que dessa ligação emerge.*

12.4. Threats:

*IPMAIA still has a reduced number of courses in the training area of this study cycle, which makes it difficult to attract and guarantee full-time teachers.
The course has a clear dependency on specific equipment and classrooms for the majority of its curricular units. This way, in the institution context, the occupancy rate of laboratories will necessarily increase. This situation should lead to an investment opportunity through the extension of additional laboratory capacity oriented towards multimedia practice, in order to allow the correct functioning of this course, in accordance with the others already being taught.
Lack of multipurpose space for meeting and work, outside the contact hours, for support of multidisciplinary projects with a direct connection to the business fabric and with all the responsibility that results from this connection.*

12.5. Conclusões:

*Num mercado em constante mudança e dominado pela necessidade de adaptabilidade e atenção a novas tendências ao nível do comportamento e da tecnologia, aliado à necessidade de existência de autonomia por parte de pequenas e médias empresas no que diz respeito às áreas de comunicação e marketing, a licenciatura em Produção Digital em Comunicação de Marca (PDCM) adianta-se no sentido de proporcionar uma formação completa de um futuro profissional capaz não só de executar como de decidir.
A topologia deste ciclo de estudos assenta no estabelecer com um vincado contraste com um percurso exclusivamente assente no design e produção em comunicação de marca, onde a ligação ao mercado da indústria, dos serviços e do comércio revela-se parca; ou com uma formação assente exclusivamente no domínio do marketing e da estratégia de comunicação, onde a componente técnica de execução é diminuta.
O licenciado em PDCM encarna o espírito e missão do ensino politécnico, corporizando o equilíbrio necessário entre generalidade e especialidade, técnica e teoria, conceito e aplicação - características valorizadas no contexto de departamentos de comunicação de dimensão reduzida, permitindo às empresas uma solução integral, conceptual e tecnicamente competente, com ganhos de eficiência, garantindo uma solução de perfil adequado aos desafios contemporâneos.
O IPMAIA está devidamente equipado com os materiais, equipamentos e recursos necessários para o funcionamento do curso, podendo também dispor das novas instalações e de um corpo docente qualificado. Este curso adequa-se assim à atual população escolar, posicionando-se numa área científica com forte atratividade e empregabilidade, e assumindo um forte potencial de se vir a ligar a projetos significativos da região (Porto e Área Metropolitana do Porto).*

12.5. Conclusions:

*In a constantly changing market, dominated by the need for adaptability and attention to new behavioural and technological trends, combined with the need for small and medium-sized companies to be autonomous with regard to communication and marketing, a Bachelor’s Degree in Digital Production for Branding goes a long way towards providing a complete education for the future professional who is capable of not only performing, but also deciding.
The topology of this study cycle is based on establishing a sharp contrast with a path exclusively based on brand communication design, where the connection to the industry, services and commerce markets is scarce; or with training based exclusively on marketing and communication strategy, where the technical implementation component is reduced.
The Digital Production for Branding graduate takes on the spirit and mission of a polytechnic education, embodying the necessary balance between generality and specialty, technique and theory, concept and application - characteristics that are valued in the context of small-sized communication departments, allowing companies sustainable autonomy, while ensuring a profiling solution well suited to contemporary challenges.
IPMAIA is suitably equipped with the materials, equipment and resources needed for this course, while also disposing of*

new facilities and a qualified teaching staff. This course is therefore suitable for the current school population, positioning itself in a scientific area with strong attractiveness and employability, and assuming a strong potential to be connected to significant projects in the region (Porto and metropolitan area of Porto).