



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

201321000 - DESIGN DE COMUNICAÇÃO I

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo	Curso	Ciclo de estudos	Créditos
2019/20	Mestrado Design Comunicação	1º	9.00 ECTS
Idiomas	Periodicidade	Pré requisitos	Ano Curricular / Semestre
Português ,Inglês	semestral		1º / 1º

Área Disciplinar

Design

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	9.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto	Horas totais de Trabalho
126.00	252.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Marco António Neves da Silva

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Marco António Neves da Silva 9.00 horas

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

Generais

É objectivo fomentar o entendimento da área do design de comunicação e do seu âmbito de acção profissional, estimulando o pensamento visual criativo. De modo a iniciar-se um processo de

trabalho, que levará a uma qualidade das opções de comunicação gráfica. Será fundamental, desenvolver e cumprir projecto em design de comunicação, de um modo informado e crítico. Como tal, torna-se necessário adquirir conhecimentos sobre os conceitos e as referências específicas desta actividade, dominando os elementos e os princípios, sua importância e finalidade.

Específicos

- Promover a pesquisa e a leitura como base para o desenvolvimento de conceitos e para uma melhor obtenção de cultura visual.
- Incentivar a experiência de trabalho sobre a relação entre texto e imagem em actuações específicas.
- Adquirir conhecimentos e capacidade de trabalho sobre os principais suportes de comunicação gráfica.
- Ser capaz de delinear estratégias de comunicação, de modo a obter coerência gráfica em realizações múltiplas.

Conteúdos Programáticos / Programa

O design de comunicação será abordado na sua abrangência, de temas e definições, mas também de áreas de actuação e suportes. Haverá uma prevalência de elementos e princípios, influenciadores das várias relações entre texto e imagem, que determinem expressões e estilos gráficos diferenciados.

A unidade curricular irá assentar na concepção e desenvolvimento de projectos, de âmbito alargado e que se estabeleçam através da definição de estratégias para o design, da diversidade de sistemas de comunicação visual e sua realização material.

Será favorecido o contacto com o domínio da edição electrónica, nas suas múltiplas manifestações e o seu paradigma de produção e distribuição actual. Considera-se também a identidade e coerência visual, sua consistência e extensão. Bem como o tratamento de informação complexa, sua síntese e apresentação.

Assim, a unidade curricular visa ajudar a esclarecer territórios individuais e colectivos do design de comunicação. Todas as etapas de metodologia projectual destinam-se a permitir aos alunos manifestar interesses, introduzindo também ferramentas de auxílio visual.

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

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

- Aulas de exposição de conteúdos sobre os tópicos listados no programa da unidade curricular, fazendo uso da síntese interpretativa de alguns autores, mas também apresentando referências visuais onde é possível observar a aplicação dos elementos e princípios. Estas aulas devem ser complementadas com consultas adicionais fora das horas de contacto. Serão usadas apresentações digitais através de projecção, incentivando a participação de todos os alunos.
- Aulas práticas ou de desenvolvimento de trabalho individual ou em grupo, em que os alunos se ocupam da criação, desenvolvimento e execução das suas propostas para as fases do projecto

proposto. Em cada uma destas sessões será feito acompanhamento individual ou em grupo, através da exposição dos alunos e discussão em torno das ideias e resultados evidentes no momento.

- Aulas de apresentação e discussão dos resultados, em que os alunos expõem ao docente e aos colegas as obtenções das fases de projecto. Estas sessões funcionarão como uma avaliação periódica e estabelecem um balanço onde devem ser mencionados aspectos a alterar ou melhorar à totalidade das evidências expostas.

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

Bibliografia Principal

Baines, P. (2005) *Penguin by Design: a Cover Story 1935-2005*. Allen Lane - Penguin Books, London.

Fletcher, A. (2001) *The Art of Looking Sideways*, Phaidon, New York, London.

Frascara, J. (1988) 'Graphic Design: Fine Art or Social Science?'. in: V Margolin & R

Buchanan (eds.) 1995, *The Idea of Design, a Design Issues Reader*, MIT Press, Cambridge: 44-55.

Haslam, A. (2006) *Book design*, Laurence King Publishing, London.

Heller, S. (2004) *Design Literacy: understanding Graphic Design*, 2nd Edition, Allworth Press, New York.

Moggridge, B. (2010) *Designing Media*. The MIT Press, Cambridge and London.

Mollerup, P. (1997) *Marks of Excellence: the History and Taxonomy of Trademarks*, Phaidon Press, London.

Muller-Brockmann, J. (1982) *Sistemas de Grelhas: Um Manual para Desenhistas Gráficos*. Gustavo Gili: Barcelona.

Rand, P. (2001) *Paul Rand: A Designer's Art*. Yale University Press.

Bibliografia Complementar

Airey, D. (2010) *Logo Design Love: a Guide to creating iconic brand identities*. New Riders, Berkley.

Ambrose, G. e Harris, P. (2009) *The fundamentals of graphic design*, AVA Publishing, Lausanne.

Armstrong, H. (2009) *Graphic Design Theory - Reading from the field*. Princeton Architectural Press.

Barnard, M. (2005). *Graphic design as a communication*. Taylor & Francis LTD.

Blackwell, L. (1995) *The End of Print: the Graphic Design of David Carson*, Laurence King, London.

Bonsiepe, G. (1999) *Interface: an approach to Design*, Jan Van Eyck Akademie, Maastricht.

Bringhurst, R. (1997) *The elements of typographic style*, 2nd Edition, Hartley & Marks Publishers, Point Roberts, Vancouver.

Brody, N. e Wozencroft, J. (1988) *The Graphic Language of Neville Brody*, Thames & Hudson, London.

Cornish, K, Goodman-Deane, J, Ruggeri, K, Clarkson, PJ (2015). *Visual accessibility in graphic design: A client-designer communication failure*. *Design Studies*, 40: 176-195.

Downs, S. (2012) *The Graphic Communication Handbook*. Routledge: New York.

Fawcett-Tang, R. (2004). *New Book Design*. Laurence, King Publishing: London.

Fawcett-Tang, R. (2005) *Mapping: an Illustrated Guide to Graphic Navigational Systems*, Rotovision, Mies.

Foster, H. (2003) *Design and Crime: and other Diatribes*. Verso Books: London, New York.

Frascara, J. (2004) *Communication Design: Principles, Methods and Practice*. Allworth Press: New York.

Heller, S. e Vienne, K. (2012) *100 Ideias que mudaram o Design Gráfico*. Laurence King Publishing, London.

Hollis, R. (1997) *Graphic Design: a Concise History*. Thames and Hudson, London.

Johnson, M. (2002) *Problem solved*, Phaidon Press, London, New York.

Kinross, R. (1989) 'The Rethoric of Neutrality', in: V. Margolin (ed. lit) *Design Discourse : History, Theory, Criticism*, The University of Chicago Press, Chicago: 131-144.

Lupton, E. (2011) *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming*, Princeton Architectural Press, New York.

Mcalhone, B. e Stuart, D. (1996). *A Smile in the Mind: Witty Thinking in Graphic Design*. Phaidon Press, London.

Meggs, P. (1998) *A History of Graphic Design*, John Wiley & Sons, New York.

Millman, D. (2007) *How to Think Like a Great Graphic Designer*. Allworth Press, New York.

Mu?ller-Brockman, J. (1998) *Historia de la Comunicación Visual*. Gustavo Gili: Barcelona.

Olins, W. (2003) *A Marca*, Editorial Verbo, Lisboa.

Salonen, E. (2010) *Common Interest: Documents: Design and Format solutions for the Arts, Culture, Academia and Charities*, Índex Book, Barcelona.

Samara, T. (2005) *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout workshop*. Rockport.

Shaughnessy, A. (2005) *How to be a Graphic Designer without losing your soul*, Laurence King, London.

Spiekermann, E. e Ginger, E. M. (2003) *Stop Stealing Sheep and find out how Type Works*, 2nd edition, Adobe Press, Berkley.

Tschichold, J. (1998) *The New Typography*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London.

Tufte, E. (1990) *Envisioning Information*, Graphics Press, Cheshire.

Wheeler, A. (2009) *Designing Brand Identity*, John Wiley & Sons, New Jersey.

Yelavich, S. (2004) *Profilie: Pentagram Design*, Phaidon Press, London.

Frankel, F. e DePace, A. (2012) *Visual Strategies: A Practical Guide to Graphics for Scientists and Engineers*. Yale University Press, New Haven.

Weingart, W. (2000). *Typography - My Way to Typography*. Lars Mu?ller Publishers, Basel.

Wragg, N, Barnes, C (2016). *Graphic Designers' Sense and Knowledge of the User: Is thinking differently the groundwork for acting differently?* *Visible Language* 50 (3), 29.



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

201321000 - Communication Design I

Type

Obrigatória

Academic year

2019/20

Degree

Mestrado Design
Comunicação

Cycle of studies

1º

Year of study/ Semester

9.00 ECTS

Lecture language

Português ,Inglês

Periodicity

semestral

Prerequisites

Unit credits

1º / 1º

Scientific area

Design

Contact hours (weekly)

Tehoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	9.00	0.00	0.00	0.00	0.00	9.00

Total CU hours (semestrial)

Total Contact Hours
126.00

Total workload
252.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Marco António Neves da Silva

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Marco António Neves da Silva 9.00 horas

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

General

There is a purpose to foster the understanding of the ??communication design area and its professional scope, stimulating creative visual thinking. In order to start a work process, which will lead to quality in graphic communication options. It will be fundamental, to develop and fulfill projects in communication design, in an informed and critical way.

As such, it becomes necessary to acquire knowledge about the main concepts and specific references of such activity, mastering elements and principles, their importance and purpose.

Specific

- To promote research and reading as a basis for concept development and for a better attainment of visual culture.
- Encourage work experience on the relationship between text and image in specific actions.
- Acquire knowledge and ability to work on graphic communication main media.
- Be able to delineate communication strategies in order to obtain graphic coherence in multiple outputs.

Syllabus

Communication design will be approached in its scope, of themes and definitions, but also in areas of action and support. There will be a prevalence of elements and principles, influencers of the various relationships between text and image, which determine different graphic expressions and styles.

The curricular unit will be based on a wide scope design and project development, established through the definition of strategies for design, visual communication systems diversity and their material accomplishment.

Contact with electronic publishing will be favored, in its multiple manifestations and its production paradigm and current distribution. It will also be considered visual identity and coherence, its consistency and extension. As well as complex information treatment, its synthesis and presentation.

Thus, the curricular unit aims to help clarify individual and collective territories of communication design. All stages of project methodology are destined to allow students to express interests, as well as introducing visual aids tools.

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

Teaching methodologies (including evaluation)

- Lectures on contents listed in the curricular unit syllabus, making use of interpretive synthesis from some authors, but also presenting visual references where it is possible to observe application of elements and principles. These classes should be complemented with additional inquiries outside of contact hours. Digital presentations will be made through projection, encouraging participation from all students.
- Practical classes or development of individual or group work, in which students are involved in creation, development and execution of their proposals for the several phases of the proposed project. In each of these sessions there will be individual or group follow-up, through students' presentation and discussion around ideas and results evident at the time.
- Presentation classes and discussion of results, in which students expose their achievements. These sessions will serve as a periodic evaluation and provide a balance sheet where aspects to be changed or improved must be mentioned.

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

Main Bibliography

- Baines, P. (2005) Penguin by Design: a Cover Story 1935-2005. Allen Lane – Penguin Books, London.
- Fletcher, A. (2001) The Art of Looking Sideways, Phaidon, New York, London.
- Frascara, J. (1988) 'Graphic Design: Fine Art or Social Science?'. in: V Margolin & R Buchanan (eds.) 1995, The Idea of Design, a Design Issues Reader, MIT Press, Cambridge: 44-55.
- Haslam, A. (2006) Book design, Laurence King Publishing, London.
- Heller, S. (2004) Design Literacy: understanding Graphic Design, 2nd Edition, Allworth Press, New York.
- Moggridge, B. (2010) Designing Media. The MIT Press, Cambridge and London.
- Mollerup, P. (1997) Marks of Excellence: the History and Taxonomy of Trademarks, Phaidon Press, London.
- Mu?ller-Brockmann, J. (1982) Sistemas de Grelhas: Um Manual para Desenhistas Gráficos. Gustavo Gili: Barcelona.
- Rand, P. (2001) Paul Rand: A Designer's Art. Yale University Press.

Additional Bibliography

- Airey, D. (2010) Logo Design Love: a Guide to creating iconic brand identities. New Riders, Berkley.
- Ambrose, G. e Harris, P. (2009) The fundamentals of graphic design, AVA Publishing, Lausanne.
- Armstrong, H. (2009) Graphic Design Theory - Reading from the field. Princeton Architectural Press.
- Barnard, M. (2005). Graphic design as a communication. Taylor & Francis LTD.
- Blackwell, L. (1995) The End of Print: the Graphic Design of David Carson, Laurence King, London.
- Bonsiepe, G. (1999) Interface: an approach to Design, Jan Van Eyck Akademie, Maastricht.
- Bringhurst, R. (1997) The elements of typographic style, 2nd Edition, Hartley & Marks Publishers, Point Roberts, Vancouver.
- Brody, N. e Wozencroft, J. (1988) The Graphic Language of Neville Brody, Thames & Hudson, London.
- Cornish, K, Goodman-Deane, J, Ruggeri, K, Clarkson, PJ (2015). Visual accessibility in graphic design: A client-designer communication failure. Design Studies, 40: 176-195.
- Downs, S. (2012) The Graphic Communication Handbook. Routledge: New York.
- Fawcett-Tang, R. (2004). New Book Design. Laurence, King Publishing: London.
- Fawcett-Tang, R. (2005) Mapping: an Illustrated Guide to Graphic Navigational Systems, Rotovision, Mies.
- Foster, H. (2003) Design and Crime: and other Diatribes. Verso Books: London, New York.
- Frascara, J. (2004) Communication Design: Principles, Methods and Practice. Allworth Press: New York.

Heller, S. e Vienne, K. (2012) 100 Ideias que mudaram o Design Gráfico. Laurence King Publishing, London.

Hollis, R. (1997) Graphic Design: a Concise History. Thames and Hudson, London.

Johnson, M. (2002) Problem solved, Phaidon Press, London, New York.

Kinross, R. (1989) 'The Rethoric of Neutrality', in: V. Margolin (ed. lit) Design Discourse : History, Theory, Criticism, The University of Chicago Press, Chicago: 131-144.

Lupton, E. (2011) Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming, Princeton Architectural Press, New York.

Mcalhone, B. e Stuart, D. (1996). A Smile in the Mind: Witty Thinking in Graphic Design. Phaidon Press, London.

Meggs, P. (1998) A History of Graphic Design, John Wiley & Sons, New York.

Millman, D. (2007) How to Think Like a Great Graphic Designer. Allworth Press, New York.

Mu?ller-Brockman, J. (1998) Historia de la Comunicación Visual. Gustavo Gili: Barcelona.

Olins, W. (2003) A Marca, Editorial Verbo, Lisboa.

Salonen, E. (2010) Common Interest: Documents: Design and Format solutions for the Arts, Culture, Academia and Charities, Índex Book, Barcelona.

Samara, T. (2005) Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout workshop. Rockport.

Shaughnessy, A. (2005) How to be a Graphic Designer without losing your soul, Laurence King, London.

Spiekermann, E. e Ginger, E. M. (2003) Stop Stealing Sheep and find out how Type Works, 2nd edition, Adobe Press, Berkley.

Tschichold, J. (1998) The New Typography, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London.

Tufte, E. (1990) Envisioning Information, Graphics Press, Cheshire.

Wheeler, A. (2009) Designing Brand Identity, John Wiley & Sons, New Jersey.

Yelavich, S. (2004) Profile: Pentagram Design, Phaidon Press, London.

Frankel, F. e DePace, A. (2012) Visual Strategies: A Practical Guide to Graphics for Scientists and Engineers. Yale University Press, New Haven.

Weingart, W. (2000). Typography - My Way to Typography. Lars Mu?ller Publishers, Basel.

Wragg, N, Barnes, C (2016). Graphic Designers' Sense and Knowledge of the User: Is thinking differently the groundwork for acting differently? Visible Language 50 (3), 29.