



## FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

### Unidade Curricular

20181008 - DESIGN EMOCIONAL

### Tipo

Obrigatória

<b>Ano lectivo</b>	<b>Curso</b>	<b>Ciclo de estudos</b>	<b>Créditos</b>
2019/20	Mestrado Design de Interação	2º	3.00 ECTS
<b>Idiomas</b>	<b>Periodicidade</b>	<b>Pré requisitos</b>	<b>Ano Curricular / Semestre</b>
Português	semestral		1º / 2º

### Área Disciplinar

Design

### Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	1.50	0.00	0.00	0.00	0.00	1.50

### Total Horas da UC (Semestrais)

<b>Total Horas de Contacto</b>	<b>Horas totais de Trabalho</b>
21.00	75.00

### Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Paulo Noriega

### Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Francisco Rebelo 0.25 horas  
Paulo Noriega 1.25 horas

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

1. Compreensão dos processos mentais envolvidos nas emoções e sua relação com design
- ?2. Compreender a relação entre a componente emocional associada à relação com o produto e a preferência do produto por parte dos utilizadores?

3. Aplicar técnicas de avaliação das emoções geradas pela interação com o produto

### **Conteúdos Programáticos / Programa**

1. Objecto de estudo e aplicações do Design Emocional
2. Além da funcionalidade: o apelo emocional e a irresistibilidade do produto?
3. Psicologia das emoções: sentimentos, cognição e processo cerebral?
4. Abordagens categoriais e axiais das emoções?
5. A multiplicidade de dimensões do design e das emoções?
6. Técnicas de avaliação das dimensões emocionais na interação do utilizador com o produto.

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

A experiência emocional é complexa e funciona a diversos níveis físicos e psicológicos. É necessário compreender esta experiência e compreender a relação biunívoca entre emoção e cognição. Naturalmente esta relação complexa reflete-se nas interações entre um utilizador e um determinado produto ou sistema que também pode desencadear diferentes tipos de emoções. Compreender esta relação e saber quais as formas de a avaliar são fundamentais no design de interação.

### **Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

Aulas expositivas e discussão de casos de estudo com os alunos no espaço de aula. A avaliação será realizada através dum trabalho onde é feita uma avaliação emocional, provocada por uma interação entre o utilizador e um produto.

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

Os conceitos base serão explorados por método expositivo seguido de discussão, tendo os alunos de aplicar num trabalho os conceitos e ferramentas aprendidos nas aulas.

### **Bibliografia Principal**

Damasio, A. (1994) O Erro de Descartes. Lisboa: Europa América?  
Norman, D.A. (2004). Emotional design: Why we love or hate everyday things. Basic Books: New York

### **Bibliografia Complementar**

Eysenck, M. & Keane, T. (2015). Cognitive psychology: a student's handbook. Psychology Press. London?

Gleitman, H., Fridlund, A.J., & Reisberg, D. (2009) Psicologia. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa?

Norman, D. A., (2013). The design of everyday things: revised and expanded edition. Basic Books: New York?

Roald, T. (2007). Cognition in Emotion: An Investigation through Experiences with Art. Editions Rodopi B.V: Amsterdam

Wells, M. (2003). In Search of the Buy Button; What makes some products irresistible? Neuroscientists are racing to find out and pass the answer along to marketers. Factiva TM Forbes. 62, V, 171, 17.



## CURRICULAR UNIT FORM

### Curricular Unit Name

20181008 - Emotional Design

### Type

Obrigatória

#### Academic year

2019/20

#### Degree

Mestrado Design de  
Interação

#### Cycle of studies

2º

#### Year of study/ Semester

3.00 ECTS

#### Lecture language

Português

#### Periodicity

semestral

#### Prerequisites

#### Unit credits

1º / 2º

### Scientific area

Design

### Contact hours (weekly)

Tehoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	1.50	0.00	0.00	0.00	0.00	1.50

### Total CU hours (semestrial)

Total Contact Hours  
21.00

Total workload  
75.00

### Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Paulo Noriega

### Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Francisco Rebelo 0.25 horas

Paulo Noriega 1.25 horas

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

1. Comprehension of the mental processes involved in emotions and its relation to design
- ?2. To understand the connection between the emotional aspects related with the product and the consumers' preference for a product.?
3. Apply techniques to evaluate emotional component of products.of interaction with products

## Syllabus

1. Study object and applications of emotional design?
2. Beyond functionality: the emotional appeal and irresistibility of the product
3. Emotions psychology: feelings, cognitions and cerebral process?
4. Emotion categories?
5. The multiple dimensions of design and emotion?
6. Evaluation techniques of emotional dimensions in design

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

Emotional experience is complex and works at various physical and psychological levels. It is necessary to understand this experience and to understand the biunivocal relationship between emotion and cognition. Of course this complex relationship is reflected in the interactions between a user and a particular product or system that can also trigger different types of emotions. Understanding this relationship and knowing which forms to evaluate it are fundamental in interaction design.

## Teaching methodologies (including evaluation)

Lectures in the classroom and discussion of case studies. The evaluation will be performed through a work where there is evaluation of the emotion type, that is provoked by an interaction between the user and a product.

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

The basic concepts will be explored by expositive method followed by discussion. Students have to apply in a project the concepts and tools learned in class.

## Main Bibliography

Damasio, A. (1994) O Erro de Descartes. Lisboa: Europa América?  
Norman, D.A. (2004). Emotional design: Why we love or hate everyday things. Basic Books: New York

## Additional Bibliography

Eysenck, M. & Keane, T. (2015). Cognitive psychology: a student's handbook. Psychology Press. London?

Gleitman, H., Fridlund, A.J., & Reisberg, D. (2009) Psicologia. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa?

Norman, D. A., (2013). The design of everyday things: revised and expanded edition. Basic Books: New York?

Roald, T. (2007). Cognition in Emotion: An Investigation through Experiences with Art. Editions Rodopi B.V: Amsterdam

Wells, M. (2003). In Search of the Buy Button; What makes some products irresistible? Neuroscientists are racing to find out and pass the answer along to marketers. Factiva TM Forbes. 62, V, 171, 17.