

<p>Curso: 2º CICLO; 120 ECTS</p> <p>MESTRADO EM DESIGN E CULTURA VISUAL</p> <p>Curso Nº: 9278 Nº de Registo:</p> <p>Opção de Especialização: Design Visual</p>	<p>Unidade Curricular:</p> <p>MARKETING E COMUNICAÇÃO</p> <p>Código:</p>
--	---

Ano: 1º	Créditos ECTS:	Tipo: T	Tempo de Trabalho (Horas)	
Semestre: 2º	3	Teórica	Total: 80	Contacto: 20
Área Científica: Teoria do Projecto, da Produção e da Comunicação Código: PP			Regente: Mestre Américo Mateus, Prof. Auxiliar Conv.	
Competências a Adquirir: Identificar, dominar e reconhecer conceitos e ferramentas operatórias de designers em projectos de comunicação de marketing.				
Descrição do Programa: O Modelo Geral de Comunicação; Os aspectos comunicacionais no Produto, Preço, Distribuição e Comunicação; A identidade de Marca - Marca de produto e marca de empresa; O Design e o Mix de Comunicação; O Design e a Publicidade; A organização do sector da publicidade e do design em Portugal. Como fazer um “briefing”; Como desenvolver um projecto de comunicação integrada.				
Metodologia: Aulas expositivas para apresentação de programas projectuais. Trabalho tutorial em regime teórico/prático.				
Avaliação: Condições para aprovação com classificação a partir de 10 - Suficiente: a) elaboração de um trabalho de investigação, respeitando a metodologia e as normas do trabalho científico que demonstre um conhecimento suficiente da bibliografia recomendada; b) teste de avaliação com classificação “suficiente”; c) assiduidade e investimento qualitativo nas aulas (valendo até 20% da avaliação final); d) expressão (organização de ideias e tradução de complexidades) correcta. Condições para aprovação com classificação a partir de 14 - Bom: a) trabalho de investigação que demonstre um bom conhecimento da bibliografia recomendada; b) teste de avaliação com classificação “bom”; c) assiduidade e investimento qualitativo nas aulas; d) expressão correcta, objectiva e comunicativamente eficiente. Condições para aprovação com classificação a partir de 16 - Muito Bom: a) trabalho de investigação que demonstre i) conhecimento aprofundado da bibliografia recomendada; ii) revisão da bibliografia actual; iii) pesquisa de outras fontes; b) teste de avaliação com classificação “muito bom”; c) assiduidade e investimento qualitativo nas aulas; d) expressão correcta, objectiva e logicamente estruturada. Condições para aprovação com classificação a partir de 18 - Excelente: a) trabalho de investigação que demonstre: i) conhecimento aprofundado da bibliografia recomendada; ii) revisão da bibliografia actual e pesquisa de outras fontes; iii) contribuição válida para o conhecimento actual do tema estudado; b) teste de avaliação com classificação “excelente”; c) assiduidade e investimento qualitativo nas aulas; d) expressão correcta, logicamente estruturada e comunicativamente expressiva.				
Bibliografia: 1/ OLINS, Wally, <i>Imagem Corporativa</i> , Calman & King, Londres, 1995; 2/ ARENS, William F., <i>Contemporary Advertising</i> , McGraw Hill, New York, 2006 3/ KOTLER, Philip, <i>Administração de Marketing</i> , São Paulo, Prentice Hall, 12ª Edição, 2006 4/ LUCENA, João Pedro, <i>Inovação Pelo Posicionamento e Identidade Visual</i> , ISEG, 2000. 5/				