**Referencial de Competências**

**da Qualificação**

**Técnico/a de Design de Comunicação Gráfica**

**Área de Educação e Formação**:213 – Audiovisuais e Produção dos Media

**Código da Qualificação**: 213377

**Nível de Qualificação: **

**Pontos de Crédito: 99**

**Publicações e Atualizações:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

**Observações:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Descrição Geral da Qualificação (Missão):**

Criar e desenvolver produtos de comunicação visual (ilustração, infografia, identidade corporativa, cartaz, publicação, embalagem, suportes publicitários, animação gráfica, *mockup*, design de interfaces gráficas para aplicações e sites, entre outros), através da captação, conceção, maquetização e produção de objetos gráficos bi e tridimensionais para suportes impressos ou para ecrã, bem como preparar a arte final para a impressão ou exibição.

**Atividades Principais:**

1. Interpretar um briefing, com a finalidade de criar conceitos de comunicação visual que respondam aos objetivos definidos.

2. Elaborar a estrutura e composição de planos visuais (layout), adequando as opções criativas, gráficas e técnicas aos suportes e meios e ao público-alvo da ação de comunicação.

3. Identificar características específicas da tipografia, da cor e do formato de imagem com a finalidade de fazer opções gráficas adequadas aos diferentes media.

4. Conceber projetos de comunicação gráfica, com recurso a meios eletrónicos e manuais, seguindo a metodologia projetual de design de comunicação.

5. Compor imagens, formas (estáticas ou em movimento) e textos (escritos ou oralizados) através de processos manuais e eletrónicos, para utilização em meios diversificados de comunicação, selecionando e manuseando as ferramentas digitais adequadas.

6. Compor a arquitetura de páginas, para projetos de design editorial, utilizando programas de edição eletrónica e aplicando formatos de página e estilos de parágrafos.

7. Projetar conteúdos, para a criação de interfaces digitais, utilizando as metodologias adequadas para a experiência do utilizador.

8. Elaborar apresentações, para defender conceitos e soluções de design de comunicação.

9. Proceder à calibração dos equipamentos, para obter a qualidade pretendida na reprodução e difusão, tendo em conta as características dos diferentes media.

10. Preparar produtos de comunicação gráfica para impressão ou distribuição, com recurso a ferramentas digitais específicas, respeitando as especificidades técnicas da sua reprodução nos diferentes media.

11. Colaborar na realização de testes de impressão com a finalidade de garantir a qualidade de impressão.

**Unidades de Competência (UC)**

**UC Obrigatórias**

| **Código UC[[1]](#footnote-1)** | **N.º UC** | **Unidades de Competência** | **Pontos de Crédito** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **01** | Elaborar desenhos de comunicação visual | 2,25 |
|  | **02** | Desenhar ilustrações | 2,25 |
|  | **03** | Avaliar os princípios do design e da comunicação visual | 2,25 |
|  | **04** | Aplicar os modos de cor em projetos de comunicação gráfica | 2,25 |
|  | **05** | Desenhar e editar gráficos vetoriais | 2,25 |
|  | **06** | Editar imagens bitmap | 2,25 |
|  | **07** | Criar infografias | 2,25 |
|  | **08** | Criar imagens em projetos de comunicação gráfica | 2,25 |
|  | **09** | Aplicar a tipografia em projetos de comunicação gráfica | 2,25 |
|  | **10** | Criar projetos de Identidade visual | 2,25 |
|  | **11** | Criar Projetos de estacionário gráfico | 2,25 |
|  | **12** | Editar Layout de páginas para publicações | 2,25 |
|  | **13** | Criar ilustrações em projetos de comunicação gráfica | 2,25 |
|  | **14** | Criar uma família tipográfica | 2,25 |
|  | **15** | Criar projetos de *branding* | 2,25 |
|  | **16** | Criar projetos gráficos de comunicação e publicidade | 2,25 |
|  | **17** | Criar gráficos 3D | 2,25 |
|  | **18** | Realizar *Motion graphics* de logotipos | 2,25 |
|  | **19** | Criar cartazes | 2,25 |
|  | **20** | Avaliar processos de impressão e acabamentos | 2,25 |
|  | **21** | Paginar publicações | 2,25 |
|  | **22** | Criar projetos de design editorial para publicações | 2,25 |
|  | **23** | Criar estratégias de marketing e comunicação para uma marca | 2,25 |
|  | **24** | Criar campanhas de comunicação publicitária | 2,25 |
|  | **25** | Conceber projetos gráficos para embalagens | 2,25 |
|  | **26** | Conceber projetos em *wireframe* para produtos digitais | 2,25 |
|  | **27** | Conceber o design para páginas web | 2,25 |
|  | **28** | Conceber o design de interface para dispositivos móveis | 2,25 |
|  | **29** | Aplicar os processos de arte-final e *preflight* | 2,25 |
|  | **30** | Prestar informação sobre o setor de design de comunicação | 2,25 |
|  | **31** | Implementar as normas de segurança e saúde no trabalho na área do design de comunicação | 2,25 |
|  | **32** | Colaborar e trabalhar em equipa | 2,25 |
|  | **33** | Comunicar e interagir em contexto profissional | 2,25 |
|  | **34** | Interagir em inglês na área do design de comunicação | 2,25 |
| **Total de pontos de crédito de UC Obrigatórias** | | | **76,5** |

|  |
| --- |
| **Para obter a qualificação de Técnico/a de Design de Comunicação Gráfica, para além das UC Obrigatórias, terão também de ser realizadas UC Opcionais[[2]](#footnote-2) correspondentes à carga horária de 250h ou ao total de pontos de crédito de 23.** |

**UC Opcionais**

| **Código UC**[[3]](#footnote-3) | **N.º**  **UC** | **Unidades de Competência** | **Pontos de Crédito** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **01** | Efetuar desenhos de observação da forma e do espaço | 2,25 |
|  | **02** | Efetuar desenhos de desenvolvimento da expressividade plástica | 2,25 |
|  | **03** | Efetuar desenhos bidimensionais | 2,25 |
|  | **04** | Realizar edição eletrónica e trabalho em rede | 2,25 |
|  | **05** | Conceber projetos gráficos de imagens vetoriais | 2,25 |
|  | **06** | Conceber projetos gráficos de imagens bitmap | 2,25 |
|  | **07** | Criar projetos de tipografia experimental | 2,25 |
|  | **08** | Realizar *Motion graphics* para projetos gráficos | 2,25 |
|  | **09** | Criar projetos de design editorial interativo | 2,25 |
|  | **10** | Conceber campanhas de comunicação para redes sociais | 2,25 |
|  | **11** | Elaborar o *brandbook* de projetos de comunicação gráfica | 2,25 |
|  | **12** | Conceber portfólios fotográficos aplicados a projetos de comunicação gráfica | 2,25 |
|  | **13** | Criar embalagens | 2,25 |
|  | **14** | Efetuar a produção gráfica da obra impressa | 2,25 |
|  | **15** | Avaliar os direitos de autor, proteção de dados e propriedade industrial | 2,25 |
|  | **16** | Planear a procura de emprego | 2,25 |
|  | **17** | Aplicar a escrita criativa em contexto profissional | 2,25 |
|  | **18** | Aplicar *storytelling* na comunicação | 2,25 |
|  | **19** | Desenvolver competências pessoais e criativas | 2,25 |
|  | **20** | Criar e desenvolver ideias de negócio | 4,5 |
|  | **21** | Elaborar o plano de negócios | 4,5 |
|  | | | |
| **Total de pontos de crédito da componente de formação tecnológica** | | | 128 |

**Unidades de Competência Obrigatórias**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Elaborar desenhos de comunicação visual** |
| UFCD 0000 | Desenho de comunicação visual |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar conceitos para expressar visualmente o tema a ser representado visualmente.  R2. Desenhar imagens representativas e expressivas dos conceitos identificados  R3. Fazer uma composição das imagens para formular um discurso gráfico | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Desenho expressivo * Desenho de síntese * Comunicação visual e composição gráfica | * Criar conceitos visuais * Criar narrativas visuais * Elaborar discursos gráficos * Utilizar e manipular elementos estruturais da representação visual * Demonstrar capacidades expressivas através da comunicação visual * Utilizar diferentes meios e suportes para comunicar visualmente * Comunicar através de meios visuais | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Sensibilidade estética e criativa * Flexibilidade cultural |

**Critérios de Desempenho**

**Elaborar desenhos de comunicação visual**:

CD1. Formulando um discurso gráfico coerente com base numa composição organizada e estruturada.

CD2. Aplicando expressividade estética na composição elaborada.

CD3. Utilizando corretamente os meios e suportes na composição elaborada

CD4. Fundamentando as opções escolhidas para a composição tendo em conta o tema.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Materiais de desenho diversificados

**Observações**

uc comum co técnico de animação 2d 3d

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Desenhar ilustrações** |
| UFCD 0000 | Desenho de ilustração |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Contextualizar o projeto de ilustração e efetuar pesquisas de elementos visuais  R2. Selecionar soluções visuais e técnicas de representação.  R3. Criar a narrativa visual e elaborar esboços  R4. Executar o projeto de ilustração  R5. Justificar a narrativa visual | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Contextualização cultural, histórica, artística e social da ilustração * Tipos de ilustração * Técnicas e meios para a realização de ilustração * Processo de produção do projeto de desenho de ilustração * Criatividade e processo criativo | * Enumerar tipologias de ilustração * Reconhecer a função das diferentes tipologias de ilustração * Aferir sobre a evolução histórica da ilustração * Aplicar diferentes técnicas de representação * Manusear diferentes materiais de desenho * Aplicar técnicas de ilustração analógicas e/ou digitais * Aplicar técnicas de processo criativo | * Sentido * Autonomia * Sensibilidade estética e criativa * Flexibilidade cultural |

**Critérios de Desempenho**

**Desenhar ilustrações**:

CD1. Escolhendo soluções visuais adequadas à tipologia do projeto de ilustração

CD2. Aplicando técnicas de representação adequadas à tipologia do projeto de ilustração

CD3. Manuseando corretamente as ferramentas escolhidas para o projeto de ilustração

CD4. Fundamentando a narrativa visual do projeto de ilustração tendo em conta a sua função.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Materiais de desenho diversificados

**Observações**

uc comum co técnico de animação 2D 3D

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Avaliar os princípios do design e da comunicação visual** |
| UFCD 0000 | Teoria do design e da comunicação visual |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Caracterizar a profissão de designer de comunicação;  R2. Caracterizar os fundamentos do design de comunicação  R3. Enumerar as leis da perceção visual  R4. Estruturar um projeto de comunicação visual  R5. Caracterizar as ferramentas para o desenvolvimento do processo criativo | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Conceito de design – origem; significado; ação * Comunicação – princípios básicos * Elementos da comunicação visual * Princípios da comunicação visual * Leis da perceção visual (Leis da Gestalt ou psicologia da forma) * Metodologia projetual em design de comunicação gráfico – Design Thinking * Criatividade e processo criativo | * Compreender a ação do designer de comunicação * Reconhecer os elementos da comunicação visual * Reconhecer os princípios da comunicação visual * Reconhecer as leis da perceção visual * Identificar as etapas do Design Thinking * Reconhecer as técnicas de processo criativo | * Consciência social e cidadania * Disponibilidade para aprender * Curiosidade * Sentido crítico |

**Critérios de Desempenho**

**Avaliar os princípios do design e da comunicação visual**:

CD1. Caracterizando a ação do designer de comunicação

CD2. Caracterizando os elementos da comunicação visual

CD3. Caracterizando os princípios da composição visual

CD4. Enumerando as leis da perceção visual

CD5. Estruturando as etapas e ações de cada etapa da metodologia projetual em design

CD6. Caracterizando as ferramentas para o desenvolvimento do processo criativo

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Casos de estudo de peças de comunicação visual.

**Observações**

Comum com Técnico artes Gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Aplicar os modos de cor em projetos de comunicação gráfica** |
| UFCD 0000 | Cor aplicada à comunicação gráfica |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Definir a palete de cor para o projeto gráfico  R2. Aplicar palete de cor nas diferentes peças gráficas  R3. Selecionar o sistrema de cor para cada peça gráfica  R4. Fundamentar a escolha da palete cromática | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Teoria da cor * Finalidades da cor * Técnicas de utilização da cor | * Classificar as cores * Interpretar o significado das cores * Distinguir sistemas de cor * Criar composições cromáticas legíveis, com contraste e harmoniosas * Adequar as cores ao conceito de um projeto gráfico | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Sentido crítico * Sensibilidade estética e criativa |

**Critérios de Desempenho**

**Aplicar os modos de cor em projetos de comunicação gráfica**:

CD1. Adequando a palete cromática ao conceito

CD2. Adequando a palete cromática à função das peças gráficas

CD3. Selecionando corretamente os sistemas de cor tendo em conta o processo de difusão de cada peça gráfica

CD4. Justificando as opções escolhidas para a seleção da palete cromática tendo em conta o conceito do projeto e a função das peças gráficas

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Materiais de pintura diversificados

**Observações**

uc comum com técnico de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Desenhar e editar gráficos vetoriais** |
| UFCD 0000 | Edição de vetores I |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Criar um documento e formatar a página de trabalho  R2. Desenhar linhas, formas e objetos  R3. Manipular objetos vetoriais  R4. Aplicar cor em objetos vetoriais  R5. Editar texto  R6. Construir gráficos e pictogramas  R7. Organizar o documento, salvar, exportar e imprimir | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Arquitetura do programa e área de trabalho * Desenho com linhas e formas * Edição de objetos * Edição de texto * Transformação e distorção de objetos * Utilização de camadas (layers) * Cor, contorno e preenchimento | * Identificar os principais programas informáticos para a edição de vetores. * Identificar a diferença entre pixel e vetor * Aplicar métodos e técnicas de desenho e edição de gráficos vetoriais * Identificar os sistemas de cor * Identificar formatos de ficheiros | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Curiosidade * Persistência |

**Critérios de Desempenho**

**Desenhar e editar gráficos vetoriais**:

CD1. Formatando corretamente a página de trabalho tendo em conta a finalidade do projeto e os canais de difusão

CD2. Selecionando corretamente as ferramentas do programa para desenhar, editar e manipular gráficos vetoriais e texto

CD3. Utilizando camadas (layers) para gerir corretamente o processo de desenho de gráfico vetoriais

CD3. Aplicando a cor em objetos vetoriais usando adequadamente as ferramentas de cor e os sistemas de cor tendo em conta os canais de difusão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Gráficas
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Referências sobre tutoriais de edição de vetores
* Imagens para vetorizar

**Observações**

uc comum com:

técnico de artes gráficas

Operador de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Editar imagens bitmap** |
| UFCD 0000 | Edição de imagens bitmap I |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Criar um documento, formatar a página de trabalho, definir a resolução do trabalho e importar imagens  R2. Fazer ajustes de cor, brilho, contraste e enquadramento  R3. Criar seleções e manipular as imagens através do retoque, pintura, filtros e adição e subtração de elementos  R4. Fazer uma composição com duas ou mais imagens e texto  R5. Selecionar os sistemas de cor e fazer alterações de cor nas imagens  R6. Organizar o trabalho em camadas (layers)  R7. Definir o formato do ficheiro, salvar, exportar e imprimir as imagens | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Arquitetura do programa e área de trabalho * Ferramentas de seleção * Ferramentas de manipulação de imagem * Manipulação de camadas (layers) – organização do processo de edição * Edição e manipulação de texto * Documentos - características e formatos | * Identificar os principais programas informáticos para a edição de imagens bitmap * Identificar a diferença entre pixel e vetor * Aplicar métodos e técnicas de tratamento e edição de imagens bitmap * Identificar os sistemas de cor * Identificar formatos de ficheiros * Adequar as resoluções das imagens | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Curiosidade * Persistência |

**Critérios de Desempenho**

**Editar imagens bitmap**:

CD1. Formatando corretamente a página de trabalho tendo em conta a resolução da imagem em função do canal de difusão

CD2. Selecionando corretamente as ferramentas do programa para editar e manipular imagens e texto

CD3. Utilizando camadas (layers) para gerir corretamente o processo de edição da imagem

CD4. Usando de forma adequada os sistemas de cor tendo em conta o canal de difusão da imagem

CD5. Salvando e exportando nos formatos corretos tendo em conta o canal de difusão da imagem

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Gráficas
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagens bitmap
* Referências sobre tutoriais de edição de imagens
* Imagens para editar

**Observações**

uc comum com:

técnico de artes gráficas

Operador de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Criar infografias** |
| UFCD 0000 | Infografia |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Sistematizar a informação  R3. Definir a linha gráfica  R5. Elaborar esboços para testar a legibilidade da informação a infografar  R4. Criar os elementos visuais que constituem a infografia (icons; sinais, signos, iconografia e pictografia)  R6. Fazer a composição dos elementos visuais e maquetizar a infografia | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Metodologia projetual em design de comunicação gráfico – (Design Thinking) * Criatividade e processo criativo * Infografia- Contextualização histórica e princípios base * Princípios da comunicação visual * Leis da perceção visual (Leis da Gestalt ou psicologia da forma) * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Aplicar técnicas de pesquisa e seleção de informação * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Relacionar informação * Aplicar metodologia projetual (Design Thinking) * Aplicar técnicas de processo criativo * Estruturar arquitetura de informação * Estabelecer hierarquia de informação * Comunicar através de meios visuais * Selecionar e utilizar programas informáticos * Preparar um projeto de comunicação visual para ser entregue | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Objetividade * Sensibilidade estética e criativa |

**Critérios de Desempenho**

**Criar infografias**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Adequando a linha gráfica ao público-alvo e à função da peça infográfica

CD3. Estabelecendo uma hierarquia de informação adequada à narrativa da peça infográfica

CD4. Utilizando programas informáticos adequados à produção da infografia tendo em conta a sua função

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais; revistas)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição eletrónica
* Bancos de imagem bitmap e/ou vetorial
* Estudos de caso de *infografias*

**Observações**

UC comum com técnico de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Criar imagens em projetos de comunicação gráfica** |
| UFCD 0000 | Imagem aplicada à comunicação gráfica |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Distinguir diferentes tipos de imagens.  R2. Manipular diferentes tipos de imagens.  R3. Utilizar e construir imagens em resposta a objetivos comunicacionais.  R4. Articular imagens com grafismos e tipografia para um projeto gráfico. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Contexto histórico, social e cultural da imagem na comunicação gráfica e nos *mass media* * Elementos da semiótica da imagem * Criatividade e processo criativo * Tipologias da imagem em design de comunicação * Técnicas de captação e manipulação de imagem * Direitos de utilização da imagem, de autor e conexos * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Classificar imagens * Interpretar o significado das imagens * Aplicar técnicas de processo criativo * Adequar as imagens ao conceito dos projetos gráficos * Apresentar conceitos através de imagens * Manusear programas informáticos de edição de imagens * Reconhecer os direitos de autor das imagens * Preparar imagens para entrega e difusão | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Sentido crítico * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Respeito pela legislação em vigor |

**Critérios de Desempenho**

**Criar imagens em projetos de comunicação gráfica**:

CD1. Adequando os conceitos das imagens aos objetivos comunicacionais propostos.

CD2. Articulando imagens com grafismos e tipografia de forma legível e harmoniosa.

CD3. Selecionando e utilizando corretamente programas informáticos de edição de imagem.

CD3. Justificando as opções escolhidas tendo em conta a função da imagem.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais; revistas)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Regulamentação sobre direitos de autor na utilização de imagens
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Aplicar a tipografia em projetos de comunicação gráfica** |
| UFCD 0000 | Tipografia aplicada à comunicação gráfica |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Selecionar as famílias tipográficas a usar no projeto gráfico  R3. Aplicar as famílias tipográficas selecionadas às peças gráficas do projeto  R4. Manipular a tipografia para obter legibilidade  R5. Relacionar os tipos de letra com os elementos constituintes do projeto  R6. Fundamentar a escolha e utilização das famílias tipográficas | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Introdução à tipografia - Contexto histórico e evolução tecnológica * Tipos de letra - Adequação e integração da tipografia ao estilo e composição gráfica * Leitura e legibilidade * Contraste, ênfase e ritmo da letra na composição gráfica * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas | * Reconhecer a importância da tipografia na comunicação visual * Identificar a evolução histórica da tipografia * Caracterizar a nomenclatura das principais famílias e grupos tipográficos * Reconhecer os fundamentos da composição tipográfica. * Adaptar a tipografia à sua função num projeto gráfico * Selecionar e utilizar programas informáticos * Identificar referências e tendências estéticas e criativas | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Aplicar a tipografia em projetos de comunicação gráfica**:

CD1. Adequando ao conceito e á linha gráfica do projeto

CD2. Adequando aos meios de comunicação que integram o projeto gráfico

CD3. Manipulando a tipografia para obter legibilidade tendo em conta o espaço ótico, o contraste e a mancha gráfica.

CD4. Utilizando corretamente os programas informáticos para o desenvolvimento do projeto gráfico

CD5. Justificando a escolha das famílias tipográficas tendo em conta o conceito do projeto e a linha gráfica

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Aplicações informáticas de edição de edição eletrónica
* Estudos de caso de trabalho tipográfico

**Observações**

uc comum com Técnico de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar projetos de Identidade visual** |
| UFCD 00000 | Identidade Visual |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Criar um conceito visual e uma linha gráfica para o logotipo  R3. Elaborar esboços para testar o conceito e a funcionalidade do logotipo  R4. Maquetizar o logotipo  R5. Elaborar o manual de normas gráficas de aplicação do logotipo  R6. Fazer o racional criativo do conceito e linha gráfica do logotipo | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Metodologia projetual em design de comunicação gráfico – Design Thinkin * Criatividade e processo criativo * Leis da perceção visual - Leis da Gestalt ou psicologia da forma * Logotipo – Função; Aplicações; Estrutura; Componentes * Manual de normas gráficas de logotipo * Ética e a cultura profissional * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar metodologia projetual (Design Thinking) * Aplicar técnicas de processo criativo * Relacionar informação visual * Utilizar a cor e a tipografia como ferramentas de comunicação * Definir normas gráficas para a aplicação de logotipos * Comunicar através de meios visuais * Selecionar e utilizar programas informáticos * Preparar um projeto de comunicação visual para ser entregue | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa |

**Critérios de Desempenho**

**Criar projetos de logotipo e manual de normas**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Estabelecendo as normas gráficas de aplicação do logotipo

CD3. Utilizando programas informáticos adequados à produção do logotipo e manual de normas

CD4. Justificando o conceito e a linha gráfica tendo em conta as características do público-alvo e os valores da marca

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Bancos de imagem bitmap e/ou vetorial
* Estudos de caso de logotipos e manuais de normas

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar Projetos de estacionário gráfico** |
| UFCD 00000 | Estacionário gráfico |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Definir as peças de estacionário da marca  R3. Definir a linha gráfica e elaborar o *Key visuals*  R4. Maquetizar e prototipar as peças de estacionário  R5. Elaborar o manual de normas da utilização das peças de estacionário  R6. Elaborar o *brandboard* e fazer o racional criativo da linha gráfica | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Metodologia projetual em design de comunicação gráfico – Design Thinkin * Criatividade e processo criativo * Identidade visual – estratégias de comunicação; meios e suportes; consistência gráfica. * Manual de normas gráficas * Ética e a cultura profissional * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar metodologia projetual (Design Thinking) * Aplicar técnicas de processo criativo * Relacionar informação visual * Definir normas para a identidade visual de uma marca * Comunicar através de meios visuais * Selecionar e utilizar programas informáticos * Preparar um projeto de comunicação visual para ser entregue | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Criar Projetos de identidade visual**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Estabelecendo uma relação coerente entre a linha gráfica do estacionário com a do logotipo da marca

CD3: Aplicando corretamente as normas gráficas de aplicação do logotipo

CD4. Utilizando programas informáticos adequados à produção das peças de estacionário

CD5. Estabelecendo de forma clara as normas gráficas de utilização do estacionário

CD6. Fundamentado a linha gráfica tendo em conta os valores da marca

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Bancos de imagem bitmap e/ou vetorial
* Estudos de caso de projetos de estacionário

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Editar Layout de páginas para publicações** |
| UFCD 0000 | Edição de layout de páginas |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Criar um documento, formatar e organizar as páginas de trabalho  R2. Importar e aplicar texto, imagens e gráficos ao layout pré-definido  R3. Organizar o trabalho em camadas (layers)  R4. Selecionar os sistemas de cor e aplicar cores e grafismos às páginas e textos  R5. Definir o formato do ficheiro, salvar, exportar e imprimir | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Introdução à aplicação informática de paginação * Composição e tratamento de texto * Criação e gestão de páginas no documento * Processo de organização do documento - Utilização de camadas (layers) * Criação e gestão de cores * Importação de textos, imagens e grafismos * Criação e utilização de fluxos de texto no documento * Formato do texto – colunas e blocos | * Identificar os principais programas informáticos para paginação * Caracterizar os elementos e a estrutura da uma página e de uma publicação * Aplicar métodos e técnicas de tratamento de texto e de paginação. * Interpretar maquetas e layouts * Identificar os sistemas de cor * Identificar formatos de ficheiros | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Curiosidade * Persistência |

**Critérios de Desempenho**

**Editar Layout de páginas para publicações digitais e de desktop**:

CD1. Formatando e organizando corretamente as páginas de trabalho tendo em conta o canal de difusão

CD2. Selecionando corretamente as ferramentas do programa para editar texto e posicionar imagens no layout pré-definido

CD3. Utilizando camadas (layers) para gerir corretamente o processo edição do layuot

CD4. Usando de forma adequada os sistemas de cor tendo em conta o canal de difusão

CD5. Salvando e exportando nos formatos corretos tendo em conta o canal de difusão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de Layout de páginas
* Referências sobre tutoriais de edição de texto e paginação
* Layout de páginas para editar
* Textos, imagens e grafismos para aplicar no layout de páginas

**Observações**

uc comum com:

técnico de artes gráficas

Operador de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar ilustrações em projetos de comunicação gráfica** |
| UFCD 00000 | Ilustrações de comunicação gráfica |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Criar o conceito para uma narrativa visual  R3. Definir a linguagem gráfica  R4. Elaborar esboços  R5. Elaborar a ilustração e aplicá-la no seu contexto (Mockups) | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Criatividade e processo criativo * Ilustração como disciplina autónoma * Princípios da comunicação visual * Leis da perceção visual (Leis da Gestalt ou psicologia da forma) * Direitos de autor * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar técnicas de processo criativo * Definir técnicas, suportes e formatos para ilustrações * Testar conceitos e linguagens visuais * Utilizar ferramentas digitais, analógicas ou hibridas * Comunicar através de meios visuais * Preparar um projeto de comunicação visual para ser entregue | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Pensamento crítico * Sensibilidade estética e criativa * Respeito pela legislação em vigor |

**Critérios de Desempenho**

**Criar ilustrações em projetos de comunicação gráfica**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Adequando o conceito e linguagem visual ao público-alvo e à função da ilustração

CD3. Selecionando os materiais e técnicas tendo em conta a narrativa visual e a função da ilustração

CD4. Fundamentado o conceito e a linguagem visual da ilustração tendo em conta as características do público-alvo e os objetivos estabelecidos

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais; revistas; livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Regulamentação sobre direitos de autor na utilização de imagens
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática e em movimento
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Materiais de desenho diversificados
* Bancos de imagem

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar uma família tipográfica** |
| UFCD 00000 | Tipografia |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Pesquisar elementos gráficos  R2. Desenhar os caracteres do alfabeto  R3. Vetorizar o alfabeto  R4. Exportar e publicar o alfabeto  R5. Fundamentar o conceito e funcionalidade do alfabeto | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Contextualização cultural e histórica do desenho da letra e do design de comunicação * Ideogramas, caracteres não latinos e latinos * Glossário, nomenclatura e anatomia da letra * Sistemas de classificação, grupos e famílias tipográficas * Estrutura da letra, modelação e variação * Principais formatos, recursos, tecnologias e técnicas * Leitura e legibilidade | * Reconhecer a importância da tipografia * Identificar a evolução histórica da tipografia * Caracterizar a nomenclatura das principais famílias e grupos tipográficos * Reconhecer os fundamentos da composição tipográfica. * Relacionar famílias tipográficas com conceitos visuais * Atribuir uma funcionalidade a um alfabeto * Selecionar e utilizar programas informáticos | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Criar uma família tipográfica**:

CD1. Criando um alfabeto com caracteres gráfica e estruturalmente coerentes

CD2. Criando um alfabeto funcional tendo em conta a estrutura da letra, o espaço entre letras (Kerning) e o espaço entre linhas

CD3. Selecionando e utilizando corretamente os programas informáticos e plataformas digitais para vectorização e edição de caligrafia

CD3. Justificando as opções escolhidas tendo em conta o conceito e a funcionalidade da família tipográfica

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Aplicações informáticas de edição eletrónica
* Plataforma browser de caligrafia
* Estudos de caso trabalho tipográfico

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar projetos de *branding*** |
| UFCD 00000 | Projeto de *branding* |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Definir as peças gráficas para a estratégia de *branding* da marca  R3. Definir a linha gráfica e elaborar o *Key visuals*  R4. Maquetizar e prototipar as peças gráficas  R5. Elaborar o brandboard e fazer o racional criativo da estratégia de *branding* | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Metodologia projetual em design de comunicação gráfico – Design Thinkin * Criatividade e processo criativo * *Branding* – estratégias de gestão da comunicação de marcas * Ética e a cultura profissional * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar metodologia projetual (Design Thinking) * Aplicar técnicas de processo criativo * Efetuar e aplicar estratégias de *branding* * Comunicar através de meios visuais * Selecionar e utilizar programas informáticos * Preparar um projeto de comunicação visual para ser entregue * Fundamentar estratégias de *branding* | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Criar projetos de *branding***:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Aplicando de forma coerente a identidade visual da marca à linha gráfica das peças gráficas

CD3. Aplicando corretamente as normas gráficas da marca

CD4. Utilizando programas informáticos adequados à produção das peças gráficas

CD5. Justificando a seleção das peças gráficas tendo em conta as características do público-alvo, as necessidades de comunicação da marca e o seu posicionamento

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição electrónica
* Bancos de imagem bitmap e/ou vetorial
* Estudos de caso de estratégias de *branding*

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar projetos gráficos de comunicação e publicidade** |
| UFCD 00000 | Projeto gráfico de comunicação e publicidade |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Criar o conceito de comunicação e a linha gráfica  R3. Elaborar esboços, *moodboars* e *key visuals* para testar o conceito e a linha gráfica  R4. Maquetizar e prototipar as peças gráficas  R5. Fazer o racional criativo do conceito de comunicação | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Publicidade– Contexto histórico * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Metodologia projetual em design de comunicação gráfico – Design Thinking * Criatividade e processo criativo * Meios e suportes de comunicação * Ética e cultura profissional * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar metodologia projetual (Design Thinking) * Aplicar técnicas de processo criativo * Comunicar através de meios visuais * Selecionar e utilizar programas informáticos * Preparar as peças gráficas para entrega * Fundamentar conceitos de comunicação | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber projetos em *wireframe* para produtos digitais**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Adequando o conceito de comunicação e a linha gráfica de forma coerente às várias peças gráficas do projeto

CD3. Utilizando programas informáticos adequados à produção de cada peça gráfica

CD4. Justificando o conceito e a linha gráfica da campanha tendo em conta as características do público-alvo e o posicionamento da marca

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática e em movimento
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição eletrónica
* Bancos de imagem, sons e vídeos
* Estudos de caso de campanhas publicitárias

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Criar gráficos 3D** |
| UFCD 0000 | Gráficos 3D |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Recolher referências visuais relacionadas com o objeto a modelar  R2. Criar esboços do layout geral e dos elementos-chave  R3. Selecionar um programa de modelagem 3D e criar a área de trabalho  R4. Criar geometrias tridimensionais para representar o objeto a modelar  R5. Aplicar texturas  R6. Configurar a iluminação  R7. Renderizar o modelo para visualização, salvar e exportar . | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Diferentes programas 3D e respetivas características * Arquitetura do programa e área de trabalho * Caracterização do ambiente 3D e seus objetos * Comandos de transformação - movimentação, rotação e alteração de escala * Iluminação * *Rendering –* Finalizar o projeto para visualização | * Identificar os principais programas informáticos 3D * Reconhecer as terminologias de modelação 3D * Aplicar métodos e técnicas de modelação 3D * Compreender como funciona a iluminação de objetos * Identificar a importância da modelação 3D na prática do design * Criar rotinas e processos de trabalho | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Curiosidade * Persistência |

**Critérios de Desempenho**

**Criar gráficos 3D**:

CD1. Selecionando e operando programas de modelação 3D

CD2. Aplicando as técnicas de modelação 3D

CD3. Renderizando o projeto tendo em conta os canais de difusão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de modelação 3D
* Referências sobre tutoriais de modelação 3D

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Realizar *Motion graphics* de logotipos** |
| UFCD 00000 | *Motion graphics* de logotipos |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Criar uma narrativa visual e elaborar o *storyborad*  R2. Selecionar o programa informático, abrir o documento e preparar o ambiente de trabalho  R3. Executar a animação do logo e organizar o projeto em camadas  R4. Selecionar e aplicar som e/ou música na animação  R5. Salvar e exportar a animação par publicar em diferentes media e suportes | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Programas de animação gráfica e o ambiente de trabalho * Metodologia de trabalho * Processos e técnicas de animação * Principais ferramentas * Som e música * Adaptação a vários media e dispositivos | * Identificar os principais programas informáticos para a realização de animação gráfica * Caracterizar os elementos e a estrutura da uma animação gráfica * Utilizar a nomenclatura referente à animação gráfica * Aplicar métodos e técnicas de animação gráfica * Comunicar através de meios audiovisuais * Preparar um projeto de animação gráfica para difusão | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Organização * Sensibilidade estética e criativa |

**Critérios de Desempenho**

**Realizar *Motion graphics* de logotipos**:

CD1. Tendo em consideração a linha gráfica e as normas de utilização do logotipo

CD2. Selecionando e manuseando adequadamente o programa de animação gráfica

CD3. Adequando o formato da animação a diferentes media e suportes

CD4. Exportando a animação tendo em conta a utilização em diferentes media e suportes

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Logotipo a ser animado
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem em movimento
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Bancos de sons

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar cartazes** |
| UFCD 00000 | Cartaz |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Criar o conceito de comunicação visual  R3. Elaborar esboços  R4. Executar o cartaz, maquetizar e prototipar  R5. Fundamentar o conceito do cartaz | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Cartaz -Contexto histórico, social, económico, artístico e político * Objetivos e funcionalidade do cartaz * Materiais, tecnologias e formatos na produção de cartazes * Fases de desenvolvimento de um cartaz * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Criatividade e processo criativo * Direitos de autor * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Reconhecer o contexto histórico, social e económico do cartaz * Identificar os objetivos e funcionalidade de um cartaz. * Identificar as técnicas, materiais e formatos na produção de cartazes * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar técnicas de processo criativo * Testar conceitos e linguagens visuais * Utilizar ferramentas digitais, analógicas ou hibridas * Comunicar através de meios visuais * Preparar um projeto de cartaz para ser entregue | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Pensamento crítico * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Respeito pela legislação em vigor |

**Critérios de Desempenho**

**Criar cartazes**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Adequando o conceito e linguagem visual ao público-alvo e à função do cartaz

CD3. Adequando a composição dos elementos que constituem o cartaz à hierarquia de informação estabelecida no briefing.

CD4. Selecionando os materiais e técnicas tendo em conta a função do cartaz.

CD5. Fundamentado o conceito e a linguagem visual do cartaz tendo em conta as características do público-alvo e os objetivos comunicacionais

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais; revistas; livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Regulamentação sobre direitos de autor na utilização de imagens
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Bancos de imagem

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Avaliar processos de impressão e acabamentos** |
| UFCD 00000 | Processos de impressão e acabamentos |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Caracterizar o contexto histórico e a evolução tecnológica dos processos de impressão e acabamentos  R2. Caracterizar os diferentes processos de impressão e acabamentos  R3. Enumerar as fases de produção da obra impressa e acabamentos  R4. Estabelecer as vantagens e desvantagens de cada um dos processos de impressão e acabamentos para a finalidade de diferentes produtos gráficos  R5. Enumerar os aspetos críticos na impressão e acabamentos de trabalhos gráficos | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Processos de impressão e acabamentos - Contexto histórico e evolução tecnológica * Processos de impressão planográficos – Offset, Litografia * Processos de impressão Ocográficos – Rotogravura e Tampografia e gravura * Processos de impressão relevográficos – Flexografia, tipografia e xilogravura * Processos de impressão permeográficos – serigrafia e stencil * Processo de impressão sem matriz – Jato de tinta e laser * Acabamentos simples de encadernação e especiais * Fases de execução de obra impressa * Aspetos a considerar na impressão de trabalhos gráficos | * Reconhecer o contexto histórico e a evolução tecnológica dos processos de impressão e acabamentos * Reconhecer os diferentes processos de impressão e acabamentos * Identificar as vantagens e desvantagens de cada um dos diferentes processos de impressão e acabamentos * Relacionar os processos de impressão e acabamento com a finalidade do produto gráfico. * Produzir pareceres técnicos de acompanhamento de produção gráfica * Identificar técnicas de impressão e acabamento * Identificar os materiais para cada tipo de impressão e acabamento | * Disponibilidade para aprender * Curiosidade * Sentido crítico |

**Critérios de Desempenho**

**Avaliar processos de impressão**:

CD1. Caracterizando contexto histórico e a evolução tecnológica dos processos de impressão e acabamento

CD2. Caracterizando os diferentes processos de impressão

CD3. Enumerando as principais fases de produção da obra impressa

CD4. Enumerando as principais vantagens e desvantagens de cada um dos processos de impressão e acabamento para a finalidade de diferentes produtos gráficos

CD5. Enumerando os principais aspetos críticos na impressão e acabamento de trabalhos gráficos

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Referências bibliográficas sobre a impressão gráfica

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Paginar publicações** |
| UFCD 0000 | Paginação de publicações |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Determinar colunas e blocos de texto, definir os estilos de parágrafo e de caracter  R2. Selecionar os sistemas de cor e aplicar cores e grafismos às páginas e textos  R3. Criar o layout da publicação e aplicar em páginas mestras  R4. Efetuar a interação de texto e imagens e formatar tabelas  R5. Criar índices e notas de rodapé  R6. Organizar o trabalho em camadas (layers)  R7. Maquetizar a publicação, definir o formato do ficheiro, salvar, exportar e imprimir | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Criação de um documento – Dimensões; Definição da mancha; margens e sangrias * Como moldar o texto a imagens - Interação de texto e imagens * Páginas mestras * Colunas e as *Baseline Grid* * Estilos de parágrafo e de caracter * Listas e índices * Tabelas * Notas de rodapé * Saídas e análise de provas * Técnicas de maquetização revisão e acertos de provas * Preparação para impressão | * Identificar os principais programas informáticos para paginação * Caracterizar os elementos e a estrutura da uma página e de uma publicação * Aplicar métodos e técnicas de paginação de publicações. * Interpretar maquetas e layouts * Identificar os sistemas de cor * Identificar formatos de ficheiros | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Organização * Sentido estético e criativo |

**Critérios de Desempenho**

**Paginar publicações**:

CD1. Formatando e organizando corretamente as páginas mestras tendo em conta o layout definido

CD2. Selecionando corretamente as ferramentas do programa para criar o layout da página, editar e paginar o texto

CD3. Utilizando camadas (layers) para gerir corretamente o processo de construção do layuot das páginas

CD4. Usando de forma adequada os sistemas de cor tendo em conta o canal de difusão

CD5. Salvando e exportando nos formatos corretos tendo em conta o canal de difusão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de Layout de páginas
* Referências sobre tutoriais de edição de texto e paginação
* Textos, imagens e grafismos para construir layout de páginas

**Observações**

uc comum com:

técnico de artes gráficas

Operador de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Criar projetos de design editorial para publicações** |
| UFCD 0000 | Projeto de design editorial para uma publicação |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar os objetivos comunicacionais propostos e pesquisar referências e tendências editoriais  R2. Planear o projeto de design editorial  R3. Criar a linha gráfica editorial, a narrativa visual e o fluxo da informação gráfica da publicação  R4. Criar o layout da publicação e aplicar em páginas mestras  R5. Executar o projeto de design editorial  R6. Maquetizar a publicação, definir o formato do ficheiro, salvar, exportar e imprimir | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Introdução ao design editorial * Organização de um documento * Elementos gráficos de uma página * Projeto editorial * Design editorial e design estratégico * Componentes técnicas e estruturais dos suportes editoriais * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Caracterizar os fatores históricos, sociais, culturais e económicos do design editorial * Distinguir as funções do design editorial * Reconhecer os conceitos relacionados com o design editorial * Aplicar técnicas de design editorial * Diferenciar a hierarquia de informação * Identificar formatos em design editorial * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Comunicar através de meios visuais | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Organização * Flexibilidade cultural * Sentido estético e criativo |

**Critérios de Desempenho**

**Criar projetos de design editorial para publicações**:

CD1. Planeando o projeto definindo o formato e o nº de páginas tendo em conta o suporte de difusão (impresso, ecrã ou em rede)

CD2. Criando uma linha gráfica editorial, uma narrativa visual e um fluxo da informação tendo em conta os objetivos comunicacionais

CD3. Executando o projeto de design editorial respeitando as técnicas de paginação de publicações adequadas ao suporte de difusão

CD4. Salvando e exportando nos formatos corretos tendo em conta o suporte de difusão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Objetivos comunicacionais do projeto
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de Layout de páginas
* Referências sobre tutoriais de design editorial

**Observações**

uc comum com técnico de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar estratégias de marketing e comunicação para uma marca** |
| UFCD 00000 | Marketing e comunicação |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Definir o Marketing mix  R2. Definir o público-alvo e criar uma persona  R3. Analisar a concorrência e os fatores políticos, económicos, sociais e tecnológicos (análise PEST) e fazer a análise SWOT  R4. Elaborar o *brand compass*  R5. Criar o posicionamento do produto ou serviço  R6. Definir os pontos de contacto com o público-alvo e identificar meios e suportes de comunicação  R7. Definir o tom e o modo da comunicação . | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Conceito de Marketing * Relação entre o marketing e a comunicação * Conceito de marca; produto e serviço * Marketing mix * Conceito de mercado * Posicionamento de marca * Tipos de concorrência * Análise SWOT * Plano de marketing * *Brand compass* * Meios e suportes de comunicação publicitária * Estratégia de comunicação * Criatividade e processo criativo * Ética e cultura profissional | * Identificar a ação do marketing * Descrever a evolução histórica da ação do marketing * Compreender o conceito de marca * Distinguir produto de serviço * Identificar referências e tendências de mercado * Identificar os pontos chave de uma estratégia de marketing * Identificar os pontos chave de uma estratégia de comunicação * Relacionar a estratégia de comunicação com a estratégia de marketing * Utilizar ferramentas de processo criativo * Reconhecer os valores éticos das marcas | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Pensamento crítico * Criatividade * Gestão de tempo |

**Critérios de Desempenho**

**Criar estratégias de marketing e comunicação para uma marca**:

CD1. Garantindo que a estratégia de marketing está em conformidade com a regulamentações legal e padrões éticos

CD2. Descrevendo as características do produto ou serviço tendo em conta os 4 P´s do marketing mix

CD3. Caracterizando o público-alvo e definindo uma persona

CD4. Realizando uma análise SWOT tendo em conta a concorrência e os fatores políticos, económicos e sociais relacionados com o produto ou serviço

CD5. Definindo um posicionamento com uma proposta de valor diferenciada da concorrência

CD6. Garantindo consistência na comunicação, adequando o tom e o modo aos vários meios de comunicação

CD7. Identificando meios e suportes de comunicação tendo em conta os pontos de contacto da marca com o público-alvo

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de texto
* Aplicações informáticas para apresentações
* Estudos de caso de estratégias de marketing e comunicação

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar campanhas de comunicação publicitária** |
| UFCD 00000 | Campanha de comunicação publicitária |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing de comunicação e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Criar a estratégia e o conceito de comunicação  R3. Selecionar os meios e suportes para a campanha de comunicação  R4. Elaborar esboços, *moodboars* e *key visuals* para testar o conceito e a linha gráfica  R5. Maquetizar e prototipar peças da campanha de comunicação  R6. Fazer o racional criativo da estratégia e do conceito da campanha de comunicação | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Metodologia projetual em design de comunicação gráfico – Design Thinking * Criatividade e processo criativo * Publicidade– caracterização; áreas de intervenção * Estratégia de comunicação publicitária – o *brand compass* * Meios e suportes de comunicação * Ética e cultura profissional * Maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar metodologia projetual (Design Thinking) * Aplicar técnicas de processo criativo * Utilizar o *brand compass* * Aplicar conceitos a diferentes meios e suportes publicitários * Comunicar através de meios visuais * Selecionar e utilizar programas informáticos * Preparar as peças da campanha para entrega * Efetuar a direção de arte na produção de peças de comunicação * Fundamentar estratégias e conceitos de comunicação | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Criar projetos gráficos de comunicação e publicidade**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Adequando a estratégia de comunicação e o conceito ao público-alvo da campanha de comunicação

CD3. Construindo peças gráficas para meios e suportes de comunicação diversificados aplicando o mesmo conceito de comunicação aos vários meios e suportes

CD4. Utilizando programas informáticos adequados à produção de cada peça gráfica tendo em conta as características técnicas dos meios e suportes

CD5. Justificando a escolha dos meios e suportes de comunicação em função dos pontos de contacto com o público-alvo

CD6. Justificando o conceito e a linha gráfica da campanha tendo em conta as características do público-alvo e o posicionamento da marca

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática e em movimento
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição eletrónica
* Bancos de imagem, sons e vídeos
* Estudos de caso de campanhas publicitárias

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Conceber projetos gráficos para embalagens** |
| UFCD 00000 | Embalagem |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Selecionar e prototipar o cortante da embalagem, distribuir a informação gráfica pelas partes que a constituem e testar a sua funcionalidade  R3. Usar um programa de edição de vetores para maquetizar a embalagem (editar o cortante, ajustá-lo à sua função e aplicar os grafismo e elementos informativos)  R4. Imprimir o cortante maquetizado e prototipar, fazer ajustes e voltar a maquetizar se necessário  R5. Preparar os ficheiros digitais para impressão em gráfica | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Design de embalagem - Contexto histórico, social e económico * Embalagem – Finalidades e processos * Bidimensionalidade versus tridimensionalidade no design de comunicação gráfica * Normas legais sobre embalagens * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Artes finais, maquetização. Prototipagem e gestão de ficheiros digitais | * Reconhecer o contexto histórico, social e económico da embalagem * Identificar questões ligadas à economia de materiais, à ecologia e sustentabilidade na produção de embalagens * Identificar as técnicas, materiais e formatos na produção de embalagens * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Preparar um projeto de embalagem para ser entregue | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Organização * Sensibilidade estética e criativa * Respeito pela legislação em vigor * Consciência social e cidadania |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber projetos gráficos para embalagens**:

CD1. Selecionando e ajustando o cortante tendo em consideração a função para a qual a embalagem vai ser usada

CD2. Adequando a linguagem visual ao público-alvo e à função da embalagem

CD3. Adequando a informação constante na embalagem às normas legais

CD4. Selecionando os materiais e técnicas tendo em conta a função da embalagem

CD5. Preparando adequadamente os ficheiros digitais para impressão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Regulamentação sobre embalagens
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Cortantes de embalagem

**Observações**

uc comum com técnico de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Conceber projetos em *wireframe* para produtos digitais** |
| UFCD 00000 | Design UX (*User Experience*) |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências do design e da tecnologia  R2. Aplicar e/ou analisar inquéritos individuais ou em grupo sobre as preferências e expectativas do utilizador  R3. Elaborar esboços para mapear a interação  R4. Selecionar o programa para executar o *wireframe,* abrir o documento e prepara o ambiente de trabalho  R5. Elaborar o *wireframe* e fazer prototipagem interativa  R6. Testar a usabilidade e a acessibilidade | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências do design e da tecnologia * Meios digitais – Web e aplicações mobile – características e funcionalidades * Programas de *Wireframing-* A arquitetura do programa, área de trabalho e ferramentas * Metodologia de design UX * Fontes de pesquisa sobre o mercado e o público-alvo * Princípios do design * Acessibilidade em design * Ética em design | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências do design e da tecnologia * Compreender o desenvolvimento da *web* e das aplicações *mobile* * Identificar os principais programas informáticos de *Wireframing* * Identificar as etapas do processo de trabalho do designer UX * Identificar métodos de pesquisa para recolher dados sobre as necessidades, comportamentos e preferências dos utilizadores * Compreender os princípios de design inclusivo * Reconhecer o impacto do design na sociedade | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber projetos em *wireframe* para produtos digitais**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Criando um fluxo de interação acessível ao utilizador

CD3. Utilizando programas informáticos adequados à produção do *wireframe*

CD4. Fazendo testes de usabilidade e acessibilidade analisando e corrigindo erros

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Mapas de *wireframe*
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de *Wireframing*
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição de imagem
* Bancos de imagem, sons e vídeos
* Estudos de caso de design UX

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Conceber o design para páginas web** |
| UFCD 00000 | Páginas web |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências do design e da tecnologia  R2. Elaborar o *Wireframe*, fazer a prototipagem interativa  R3. Testar a usabilidade, a acessibilidade e o design responsivo  R4. Criar a linha gráfica  R5. Elaborar os elementos gráficos (icons, símbolos, botões)  R6. Preparar os conteúdos (textos. imagens, vídeos, animações, sons)  R7. Executar prototipagem final com conteúdos e elementos gráficos, exportar e publicar | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências do design e da tecnologia * Sites – características e funcionalidades * Estrutura de uma página web * Tipografia e a cor na web * Ferramentas de conceção e desenvolvimento * Design UX/UI * Fontes de pesquisa sobre o mercado e o público-alvo * Princípios do design * Acessibilidade em design * Ética em design * Exportação para diferentes plataformas | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências do design e da tecnologia * Compreender o desenvolvimento da web * Reconhecer a necessidade de um layout intuitivo e ajustável a diferentes condições de visualização * Reconhecer as características da cor e da tipografia para ambientes digitais * Identificar os principais programas e plataformas informáticas para prototipar sites * Identificar as etapas do processo de trabalho do designer UX/UI * Identificar métodos de pesquisa para recolher dados sobre as necessidades, comportamentos e preferências dos utilizadores * Compreender os princípios de design inclusivo * Reconhecer o impacto do design na sociedade * Reconhecer a importância do design responsivo | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber o design de interface para dispositivos móveis**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Criando um fluxo de interação acessível ao utilizador

CD3. Utilizando programas e plataformas informáticos adequadas à prototipagem de sites

CD4. Fazendo testes de usabilidade, acessibilidade e responsividade do site, analisando e corrigindo erros

CD5. Utilizando adequadamente a cor e a tipografia tendo em conta as características da visualização em dispositivos digitais

CD6. Adequando a linha gráfica e os conteúdos aos objetivos comunicacionais

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Mapas de *wireframe*
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas e plataformas de prototipagem de sites
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição de imagem
* Bancos de imagem, sons e vídeos
* Estudos de caso de design UX/UI

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Conceber o design de interface para dispositivos móveis** |
| UFCD 00000 | Design de interface para dispositivos móveis |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências do design e da tecnologia  R2. Elaborar o Wireframe, fazer a prototipagem interativa e testar a usabilidade e a acessibilidade  R3. Criar a linha gráfica  R4. Elaborar os elementos gráficos (icons, símbolos, botões)  R5. Preparar os conteúdos (textos. imagens, vídeos, animações, sons)  R6. Executar prototipagem final com conteúdos e elementos gráficos, exportar e publicar . | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências do design e da tecnologia * Dispositivos e plataformas móveis –aplicações mobile – características e funcionalidades * Ferramentas de conceção e desenvolvimento * Design UX/UI * Tipografia e a cor nos dispositivos móveis * Fontes de pesquisa sobre o mercado e o público-alvo * Princípios do design * Acessibilidade em design * Ética em design * Exportação para diferentes plataformas | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências do design e da tecnologia * Compreender o desenvolvimento das aplicações *mobile* * Identificar os principais programas e plataformas informáticas para prototipar aplicações para dispositivos móveis * Identificar as etapas do processo de trabalho do designer UX/UI * Identificar métodos de pesquisa para recolher dados sobre as necessidades, comportamentos e preferências dos utilizadores * Reconhecer as características da cor e da tipografia para ambientes digitais * Compreender os princípios de design inclusivo * Reconhecer o impacto do design na sociedade | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber o design de interface para dispositivos móveis**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Criando um fluxo de interação acessível ao utilizador

CD3. Utilizando programas informáticos adequados à prototipagem de aplicações móveis

CD4. Fazendo testes de usabilidade e acessibilidade analisando e corrigindo erros

CD5. Utilizando adequadamente a cor e a tipografia tendo em conta as características da visualização em dispositivos digitais

CD6. Adequando a linha gráfica e os conteúdos aos objetivos comunicacionais

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Mapas de *wireframe*
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas e plataformas de prototipagem de aplicações para dispositivos móveis
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição de imagem
* Bancos de imagem, sons e vídeos
* Estudos de caso de design UX/UI

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Aplicar os processos de arte-final e *preflight*** |
| UFCD 0000 | Arte-finalização e *preflight* |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Verificar a resolução das imagens  R2. Verificar os perfis e sistemas de cor  R3. Verificar as fontes e converter em curvas quando se aplique  R4. Incluir margens e sangrias  R5. Verificar erros ortográficos, gramaticais ou de layout  R6. Selecionar o formato do ficheiro, marcas de corte e de registo  R7. Configurar a impressora e verificar a prova de impressão | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Processos de pré-impressão - evolução tecnológica * Processo e técnicas de *preflight* * Compatibilidade e formatos de ficheiros * Produção de arte final * Técnicas de compactação, envio e troca de ficheiros * Fases de execução de uma obra de pré-impressão digital | * Reconhecer a evolução tecnológica dos processos de pré-impressão * Reconhecer a diferença entre pré-impressão convencional e digital * Reconhecer as vantagens e desvantagens dos processos convencionais e não convencionais * Aplicar técnicas de produção de artes finais * Identificar as diferentes fases do desenvolvimento dos processos de pré-impressão digital. | * Disponibilidade para aprender * Curiosidade * Organização |

**Critérios de Desempenho**

**Aplicar os processos de pré-impressão digital**:

CD1. Verificando a resolução das imagens

CD2. Verificando os perfis e sistemas de cor

CD3. Verificando as fontes e convertendo em curvas quando se aplique

CD4. Incluindo margens e sangrias

CD5. Verificando erros ortográficos, gramaticais ou de layout

CD6. Selecionando o formato do ficheiro tendo em conta o processo de impressão e incluindo marcas de corte e de registo

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal
* Gráficas

**Recursos**

* Peças gráficas para impressão
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição eletrónica

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Prestar informação sobre o** setor de design de comunicação |
| UFCD 00000 | O setor de design de comunicação |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar a informação requerida acerca do setor de design de comunicação  R2. Informar e esclarecer o cliente sobre o setor de design de comunicação | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Design de comunicação - antecedentes históricos. * Influência socioeconómica do setor. * Tipos de design de comunicação - (corporativo, publicitário, editorial, web, *motion*, UX/UI) * Novas tendências do design de comunicação - novos produtos e serviços. * Estratégias de produtos e serviços. * Fatores críticos de sucesso do design de comunicação em Portugal. * Organismos internacionais do design de comunicação * Organismos nacionais e locais de design de comunicação * Definição, caraterísticas e classificação de design de comunicação * ~~Organização e divisão funcional (quando aplicável) - (…).~~ * Comunicação e relacionamento interpessoal. * Legislação da atividade. | * Identificar a evolução e a influência socioeconómica do setor de design de comunicação * Enumerar as novas tendências do design de comunicação * Descrever o setor de design de comunicação a nível nacional e internacional. * Utilizar técnicas de comunicação verbal e não verbal assertiva. * Aplicar técnicas de interação orais e escritas. * Informar acerca dos organismos nacionais e internacionais do setor de design de comunicação * Informar acerca da função das diferentes entidades nacionais, regionais e locais relacionadas com o setor de design de comunicação * ~~Diferenciar a estrutura, organização e divisão funcional dos estabelecimentos de (indicar o setor de atividade).~~ * Distinguir a organização funcional do design de comunicação * Informar sobre as diferentes atividades do design de comunicação * Interpretar legislação relativa ao design de comunicação | * Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. * Proatividade. * Empenho. * Sentido crítico. * Empatia. * Escuta ativa. * Assertividade na comunicação. |

**Critérios de Desempenho**

***Prestar informação sobre o setor de*** design de comunicação***:***

CD 1. Contextualizando a sua evolução histórica, os principais marcos de desenvolvimento e o aparecimento de produtos e serviços em expansão.

CD2. Adequando a comunicação ao tipo e à solicitação do interlocutor.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivo eletrónico com acesso à internet.
* Relatórios de atividade setorial.
* Documentação técnica sobre o setor.
* Legislação reguladora do setor de design de comunicação
* Exemplos de produtos/serviços inovadores.

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Implementar as normas de segurança e saúde no trabalho em** design de comunicação |
| UFCD 00000 | Normas de segurança e saúde no trabalho em design de comunicação |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar os princípios gerais sobre segurança e saúde no trabalho.  R2. Aplicar medidas e procedimentos de segurança e saúde no trabalho. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Princípios de segurança e saúde no trabalho. * Normas e disposições relativas à segurança e saúde em design de comunicação – legislação. * Plano de segurança do estabelecimento. * Plano de prevenção de acidentes. * Plano de prevenção de incêndios. * Plano de evacuação. * Plano contra roubos. * Manuais de segurança. * Meios e regras de segurança em design de comunicação * Equipamentos de proteção individual (EPI), métodos de supressão da negligência e falta de atenção, proteção de máquinas e ergonomia. * Regras de segurança na condução de equipamento e na movimentação de materiais - normas do vestuário, prevenção de choques elétricos, movimentação de peças pesadas. * Causas de acidentes no trabalho - acidentes de movimentação, choques e quedas, acidentes provocados por ferramentas e máquinas em movimento, choques elétricos, acidentes provocados por agentes químicos e gases, queimaduras. * Caixa de primeiros socorros. * Situações de emergência - perda de sentidos, feridas aberta e fechada, queimadura, choque elétrico, eletrocussões, ataque cardíaco, entorses ou distensões, envenenamento, queimaduras. * Causas de incêndio - sistema de aquecimento e cozedura, chaminé e tubos de fumo, materiais inflamáveis, aparelhos elétricos, trabalhadores e outras pessoas fumadoras. * Tipos de incêndio. * Sistemas de deteção. * Tipos de extintores. * Incêndio - plano de ataque, manipulação de extintores, acionamento do sistema automático. * Técnicas de extinção de incêndio de gás. | * Identificar as normas relativas à segurança e saúde no trabalho. * Interpretar o plano de segurança do estabelecimento. * Reconhecer os manuais de segurança. * Aplicar medidas de prevenção do risco. * Aplicar os procedimentos em caso de acidente de trabalho. * Aplicar osprocedimentos de emergência. * Aplicar medidas de prevenção de roubo. * Distinguir os diferentes tipos de incêndio e respetivos sistemas de deteção e de extinção. * Aplicar medidas de prevenção de incêndios. * Utilizar o extintor. * Utilizar equipamentos de proteção individual. * Reportar a situação de emergência. | * Responsabilidade pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Autocontrolo. * Sentido de organização. * Cooperação com a equipa. * Respeito pelas normas de segurança. |

**Critérios de Desempenho**

*Implementar as normas de segurança e saúde no trabalho* em design de comunicação:

CD1. Considerando os tipos de risco existentes no posto de trabalho e respetivas medidas de segurança e preventivas.

CD2. Cumprindo as medidas de atuação em situação de emergência.

CD3. Respeitando o protocolo interno definido

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Legislação sobre segurança e saúde no trabalho.
* Normativos específicos de segurança e saúde no trabalho.
* Documentação sobre segurança e saúde no trabalho (relatórios, folhetos, brochuras, outros).
* Equipamentos de proteção individual (EPI).
* Planos de prevenção de acidentes, de incêndios, de evacuação e de roubo.
* Planos de emergência

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00034** | **Colaborar e trabalhar em equipa** |
| UFCD 00034 | Colaboração e trabalho em equipa |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar a identidade pessoal e partilhada e respetivos comportamentos associados.  R2. Colaborar na aplicação de dinâmicas facilitadoras do trabalho em equipa.  R3. Colaborar na definição de estratégias de resolução de problemas e de tomada de decisão. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Identidade pessoal, social e profissional. * Fenómenos da dinâmica de grupo - influência social e papel social, normas sociais, atitudes e comportamentos facilitadores e dificultadores, padrão de grupo e motivação individual. * Trabalho em equipa - fatores pessoais, relacionais e organizacionais. * Equipa de trabalho - princípios de organização de grupo *vs.* equipa de trabalho, estilos comportamentais, estrutura e fases de desenvolvimento da equipa, perceção de desempenho individual, formas e técnicas de organização, cooperação e colaboração. * Comunicação assertiva - verbal e não-verbal, fatores facilitadores e inibidores. * Canais de comunicação presencial e não presencial. * Importância da comunicação no trabalho entre equipas - fluxos de comunicação, comunicação vertical e horizontal, *feedback* do desempenho. * Técnicas de negociação, de resolução de problemas e de tomada de decisão. * Gestão de tempo – técnicas, planeamento, autoavaliação e otimização das tecnologias. * Trabalho *online* ou teletrabalho - condições facilitadoras, equipas 4D e atitude partilhada. * Saúde no trabalho - síndroma de b*urnout*. * Organização das equipas na área profissional. | * Identificar e analisar os estilos comportamentais individuais. * Identificar as competências individuais. * Identificar os papéis dos membros da equipa - competências e responsabilidades. * Reconhecer a fase de desenvolvimento de competências na qual a equipa se encontra. * Identificar os valores e as principais competências necessários para a equipa atingir o(s) objetivo(s) traçado(s). * Colaborar na definição dos mecanismos de coesão e controlo na equipa. * Colaborar na definição de tarefas e prazos para alcançar os objetivos traçados. * Participar na execução de tarefas predefinidas para a equipa. * Aplicar técnicas de comunicação em diferentes contextos. * Utilizar ferramentas de comunicação. * Partilhar informação presencialmente e/ou *online*. * Formular ideias e sugestões em diferentes contextos comunicacionais. * Trocar conhecimentos e experiências. * Identificar os princípios subjacentes à tomada de decisão. * Analisar problemas e tomar decisões. * Desenvolver rotinas em equipa em momentos formais, informais, presenciais e online. * Reconhecer sinais de *burnout* próprio e/ou dos colegas. | * Responsabilidades pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Autoconhecimento. * Automotivação. * Assertividade. * Empatia. * Escuta ativa. * Cooperação com a equipa. * Empenho e persistência na resolução de problemas. * Sentido crítico. * Sentido criativo. * Flexibilidade e adaptabilidade. * Disponibilidade para aprender. * Respeito e valorização das diferenças individuais. * Respeito pela sensibilidade e bem-estar dos outros. * Respeito pelas regras e normas definidas. |

**Critérios de Desempenho**

*Colaborar e trabalhar em equipa:*

CD1. Mobilizando os recursos pessoais para a obtenção dos melhores resultados da equipa.

CD2. Aplicando técnicas de comunicação e negociação adequadas aos interlocutores e ao contexto.

CD3. Analisando problemas e propondo soluções.

CD4. Gerando oportunidades de desenvolvimento e aprendizagem colaborativa.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à *internet*.
* Ferramentas de interação, de comunicação e produtividade.
* Recursos multimédia/audiovisuais.
* Boas práticas na comunicação.

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00033** | **Comunicar e interagir em contexto profissional** |
| UFCD 00033 | Comunicação e relacionamento interpessoal em contexto profissional |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Preparar a mensagem a comunicar em contexto profissional.  R2. Informar e esclarecer diferentes interlocutores em contexto presencial e não presencial. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Princípios da comunicação e do relacionamento interpessoal – processo, funções e elementos intervenientes. * Fatores facilitadores e inibidores da comunicação. * Comunicação verbal (oral e escrita) e comunicação não-verbal – cinésica (movimentos corporais, gestos, expressão facial e postura), paralinguística (tom, projeção da voz, pausas no discurso, sorriso, outros) e proxémica (distância espacial face a alguém). * Canais de comunicação presencial e não presencial. * Comunicação telefónica - técnicas de atenção telefónica, expressão verbal e sorriso “telefónico”. * Comunicação através da internet (navegadores, e-mail, redes sociais, mensagens) – técnicas. * Comunicação escrita – normas. * Processo de escrita - planificação, textualização e revisão. * Caraterísticas dos estilos de comunicação - agressivo, passivo, manipulador, assertivo. * Comunicação assertiva – vantagens, componentes verbais e não-verbais, técnicas. * Escuta ativa, empatia e controlo emocional. * Processamento interno da informação – fonético, literal (significado) e reflexivo (empático). * Perguntas no processo de comunicação – abertas, fechadas, retorno, reformulação. * Mensagem - construção, adaptação, envio, receção e interpretação. * Imagem e comunicação – autoimagem e autoconceito, primeiras impressões, expectativas e motivação. * Técnicas de programação neurolinguística (PNL) na comunicação. * Relações interpessoais no trabalho. * Conflito nas relações interpessoais – tipos e técnicas de resolução de conflitos. * Avaliação do processo de comunicação – *feedback*, resposta e reação. | * Organizar a informação a comunicar. * Adaptar a comunicação oral e escrita ao interlocutor e ao contexto. * Interpretar informação de diferentes interlocutores em contexto presencial e não presencial. * Identificar as expectativas do interlocutor. * Utilizar técnicas de comunicação verbal e não verbal assertiva. * Formular questões, pedir esclarecimentos ou colocar dúvidas para interpretar e/ou explicitar a mensagem. * Partilhar informação com diferentes interlocutores. * Reportar informação profissional. * Aplicar técnicas de interação orais e escritas. * Aplicar técnicas de tratamento e resolução de conflitos. * Autoavaliar o seu desempenho no âmbito do processo de comunicação. | * Responsabilidades pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Cuidado com a imagem e postura profissional. * Assertividade. * Escuta ativa. * Empatia. * Controlo emocional. * Autoconfiança. * Respeito pela diferença. * Autoconhecimento. * Sentido crítico. * Cooperação com a equipa. * Sentido de organização. |

**Critérios de Desempenho**

*Comunicar e interagir em contexto profissional*:

CD1. Adaptando a linguagem e a comunicação ao tipo de canal utilizado, ao público-alvo e ao contexto.

CD2. Demonstrando assertividade e uma imagem positiva de si e da sua organização.

CD3. Demonstrando uma comunicação verbal e não verbal empática e ajustada ao interlocutor.

CD4. Produzindo um texto escrito de forma clara e articulada, de acordo com a norma, aplicando técnicas de redação de documentos profissionais.

CD5. Avaliando o resultado do seu desempenho e contributo para a melhoria do processo de comunicação.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Recursos multimédia/audiovisuais.
* Ferramentas de interação e de comunicação.
* Boas práticas na comunicação.

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000** | **Interagir em inglês na área do design de comunicação** |
| UFCD 0000 | Comunicação em inglês na área do design de comunicação |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Interpretar e selecionar informação especializada, verbal e não verbal, em suportes variados na área do design de comunicação  R2. Transmitir enunciados orais coerentes no âmbito dodesign de comunicação  R3. Redigir textos articulados e coesos relacionados com o design de comunicação | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Léxico (vocabulário) – design de comunicação * Funções da linguagem. * Estruturas do funcionamento da língua – sons, entoações e ritmos da língua, símbolos fonéticos; nomes, pronomes, adjetivos, advérbios, determinantes e artigos, elementos de ligação frásica, verbos. * Sintaxe. * Fluência de leitura. * Regras de produção de documentos escritos. * Regras de cortesia e convenções linguísticas. | *Interagir em projetos internacionais*   * Utilizar procedimentos de pesquisa e recolha de informação sobre design de comunicação * Mobilizar recursos linguísticos relacionando informação de áreas e fontes diversificadas em brainstormings * Distinguir informação essencial da informação acessória em textos e suportes diversificados. * ~~Informar o cliente (indicar o assunto da informação) através de uma exposição clara (se aplicável).~~ * Descodificar perguntas e pedidos de informação. * Escrever ou responder a uma carta, e-mail e outro tipo de mensagens para fazer um pedido ou transmitir informações. * Responder a perguntas diretas em apresentações de projetos * Iniciar, manter e terminar conversas no/a na passagem de briefings * Reconhecer e utilizar o vocabulário específico em design de comunicação * Utilizar linguagens não verbais na comunicação. * Transmitir informações concretas e diretas em apresentações de projetos * Trocar, verificar e confirmar informações na passagem de briefings * ~~Redigir notas, relatórios e preencher formulários (se aplicável).~~ | * Responsabilidade pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Empatia * Assertividade. * Escuta ativa. * Empenho e persistência na resolução de problemas. * Sentido crítico. * Respeito pelas diferenças individuais. * Disponibilidade para aprender. * Respeito pelas regras e normas definidas. |

**Critérios de Desempenho**

*Interagir em inglês* **na área do design de comunicação:**

CD1. Identificando o contexto, a ideia principal, distinguindo informações simples e de maior complexidade do discurso oral e do texto escrito.

CD2. Comunicando oralmente de forma precisa e eficaz, com ritmo e entoação apropriados e adaptando o discurso ao registo do interlocutor.

CD3. Utilizando vocabulário, estruturas frásicas diversas e formas de tratamento adequados à situação comunicativa oral e escrita e ao público-alvo.

CD4. Produzindo um texto escrito de forma clara e articulada, de acordo com a sua finalidade e público-alvo.

CD5. Aplicando técnicas de redação de documentos profissionais e usando as regras de ortografia, de pontuação e de acentuação.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Exercício da atividade como profissional liberal em projetos internacionais

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Conteúdos multimédia.
* Ferramentas de tradução, dicionários, entre outros.

**Observações**

Esta UC permite a comunicação em língua inglesa ao nível do utilizador independente (QECR, Escala Global, Nível B: Utilizador Independente; Conselho da Europa, 2001).

**Unidades de Competência Opcionais**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Efetuar desenhos de observação da forma e do espaço** |
| UFCD 00000 | Desenho de observação da forma e do espaço |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Aplicar a perceção visual para observar formas e espaços  R2. Aplicar a perspetiva cónica na representação do espaço  R3. Aplicar sombras na representação das formas e espaços  R4. Aplicar escalas na representação das formas e espaços | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Tipos de suportes e materiais * Posturas corporais adequadas para o desenho de observação e representação * Observação e representação da forma e do espaço * Comportamento da luz nas formas e no espaço * Técnicas de representação de formas e do espaço * Sistema de representação - perspetiva cónica * Luz e sombra na representação espacial | * Identificar e aplicar as posturas corporais adequadas à observação e representação da forma e do espaço * Identificar suportes, materiais e técnicas de desenho. * Reconhecer a importância da luz, da perceção das proporções, tensões, valores e ritmos na representação da forma e do espaço * Demonstrar capacidades expressivas através da comunicação visual * Comunicar através de meios visuais | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Sensibilidade estética e criativa * Flexibilidade cultural |

**Critérios de Desempenho**

**Efetuar desenhos de observação da forma e do espaço**:

CD1. Selecionando e utilizando suportes, materiais e técnicas próprias para projetos de desenho de representação tridimensional.

CD2. Aplicando técnicas de representação do espaço adequando os elementos estruturantes da linguagem do desenho a` representação desejada.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Materiais de desenho diversificados

**Observações**

uc comum co técnico de animação 2d 3d

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Efetuar desenhos de desenvolvimento da expressividade plástica** |
| UFCD 00000 | Modos de expressividade plástica do desenho |

**Pontos de Crédito:** 2,25/4,5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar uma obra de autor  R2. Selecionar materiais e suportes para reprodução  R3. Fazer uma reprodução interpretativa da obra | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Técnicas do projeto de desenho * Elementos de reprodução dos desenhos de autores * Tipos de suportes, materiais, características, instrumentos e processos do desenho para diferentes finalidades | * Reconhecer e analisar os processos do desenho original e na obra do autor. * Reconhecer e manipular os processos de adequação e adaptação de desenhos de autor * Interpretar dos desenhos de autor. * Identificar suportes, materiais e técnicas de desenho. * Demonstrar capacidades expressivas através da comunicação visual * Comunicar através de meios visuais | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Sensibilidade estética e criativa * Flexibilidade cultural |

**Critérios de Desempenho**

**Efetuar desenhos de desenvolvimento da expressividade plástica**:

CD1. Selecionando e utilizando suportes, materiais e técnicas diversificados

CD2. Demonstrando capacidades de interpretação e expressividade plástica

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Materiais de desenho diversificados

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Efetuar desenhos bidimensionais** |
| UFCD 00000 | Modos do desenho bidimensional |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o tema  R2. Elaborar diferentes modos do desenho – esquisso, esboço, contorno e detalhe  R3. Aplicar técnicas básicas para as possibilidades plásticas e expressivas do registo gráfico  R4. Executar um projeto gráfico bidimensional | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Materiais, suportes, instrumentos e modos do desenho bidimensional * Variações da prática do desenho * Variedade de instrumentos * Variações expressivas dos elementos plásticos * Aplicação da cor * Diversidade de enquadramentos e tensões * Escala de representação - ajuste do desenho às dimensões do suporte * Expressão e proporção | * Capacidade de leitura e de análise de imagens. * Demonstrar capacidades expressivas através da comunicação visual * Identificar suportes, materiais e técnicas de desenho * Comunicar através de meios visuais | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Sensibilidade estética e criativa * Flexibilidade cultural |

**Critérios de Desempenho**

**Efetuar desenhos bidimensionais**:

CD1. Selecionando e utilizando suportes, materiais, instrumentos diversificados

CD2. Aplicando registos gráficos diversificados

CD2. Adequando os elementos estruturantes da linguagem do desenho

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

Materiais de desenho diversificados

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Realizar edição eletrónica e trabalho em rede** |
| UFCD 00000 | Edição eletrónica e trabalho em rede |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Caracterizar os principais programas informáticos de edição eletrónica  R2. Caracterizar as vantagens e desvantagens dos principais programas informáticos de edição eletrónica  R3. Enumerar os formatos de ficheiros dos principais programas informáticos de edição eletrónica  R4. Criar uma arquitetura de arquivo de pastas digitais  R5. Caracterizar as principais plataformas de trabalho em rede  R6. Planear um fluxo de trabalho em rede | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Introdução a` informática e aos programas informáticos de edição eletrónica * Ferramentas especificas da edição eletrónica * Projetos que combinam diferentes programas de edição eletrónica * Sistemas informáticos * Arquivos digitais * Nomenclatura de ficheiros * Tipos e funcionalidade de formatos digitais * Plataformas digitais * Fluxo de trabalho em rede * Partilha de pastas e ficheiros | * Distinguir os principais programas informáticos de edição eletrónica * Identificar as vantagens e desvantagens da utilização de cada programa consoante a finalidade e tipos de documentos. * Identificar plataformas digitais de organização e partilha de trabalho em rede * Organizar arquivos digitais * Identificar fluxos de trabalho em rede | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Disponibilidade para aprender * Persistência |

**Critérios de Desempenho**

**Realizar edição eletrónica e trabalho em rede**:

CD1. Caracterizando os principais programas informáticos de edição eletrónica tendo em conta a finalidade dos produtos gráficos

CD2. Caracterizando as vantagens e desvantagens dos principais programas informáticos de edição eletrónica tendo em conta a finalidade dos produtos gráficos

CD3. Enumerando os formatos de ficheiros dos principais programas informáticos de edição eletrónica tendo em conta a sua finalidade

CD4. Criando uma arquitetura de arquivo de pastas digitais tendo em conta a clareza na nomenclatura de pastas e ficheiros

CD5. Caracterizando as principais plataformas de trabalho em rede tendo em conta as especificidades de cada uma para o tipo de trabalho a desenvolver

CD6. Planeando um fluxo de trabalho em rede tendo em conta as pessoas envolvidas e as suas funções no projeto

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diversos contextos

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição eletrónica
* Plataformas de trabalho em rede
* Referências sobre tutoriais planeamento e arquivo de ficheiros
* Casos de estudo de fluxos de trabalho

**Observações**

uc comum com:

técnico de artes gráficas

Operador de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Conceber projetos gráficos de imagens vetoriais** |
| UFCD 00000 | Edição de vetores II |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Definir a linha gráfica e elaborar o *Key visuals*  R3. Planear a automação de tarefas  R4. Maquetizar e prototipar as peças gráficas  R5. Salvar, exportar e imprimir as peças gráficas | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * O briefing de comunicação * As fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * A metodologia projetual em design de comunicação gráfico – Design Thinkin * A criatividade e o processo criativo * Arquitetura do programa, área de trabalho e principais atalhos de teclado, personalização de atalhos * Ferramentas avançadas para edição de gráficos vetoriais * Efeitos especiais * Automação de tarefas * Importação, exportação e save * As maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar metodologia projetual (Design Thinking) * Aplicar técnicas de processo criativo * Comunicar através de meios visuais * Aplicar técnicas avançadas de desenho, edição e exportação de objetos vetoriais. * Aplicar técnicas avançadas para salvar, exportar, imprimir e/ou difundir documentos | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber projetos gráficos de imagens vetoriais**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Aplicando de forma coerente a identidade visual da marca à linha gráfica das peças gráficas

CD3. Aplicando corretamente as normas gráficas da marca

CD4. Utilizando adequadamente os processos de automação de tarefas

CD5. Utilizando técnicas avançadas de edição de gráficos vetoriais tendo em conta a complexidade das peças gráficas

CD6. Salvando e exportando as peças de forma organizada e em vários formatos tendo em conta os canais de difusão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (livros, jornais e revistas)
* Gráficas
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Bancos de imagem bitmap e/ou vetorial
* Estudos de caso de projetos gráficos
* Referências de tutoriais de edição de vetores

**Observações**

UC Comum com Técnico de artes Gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Conceber projetos gráficos de imagens bitmap** |
| UFCD 00000 | Edição de imagens bitmap II |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Criar um conceito visual e identificar as imagens a serem trabalhadas  R3. Planear a automação de tarefas (actions e scripts).  R4. Elaborar a composição das imagens grafismos e tipografia  R5. Fazer ajustes na imagem final  R6. Salvar, exportar e imprimir | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Briefing de comunicação * As fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * A metodologia projetual em design de comunicação gráfico – Design Thinkin * A criatividade e o processo criativo * A criatividade e o processo criativo * Os elementos da semiótica da imagem * Os direitos de utilização da imagem, de autor e conexos * Área de trabalho e principais atalhos de teclado, personalização de atalhos * Ferramentas avançadas para edição de imagem bitmap * Automação de tarefas - ações e scripts * Técnicas e ferramentas para salvar, exportar e imprimir documentos * As maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Interpretar um briefing * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Aplicar metodologia projetual (Design Thinking) * Aplicar técnicas de processo criativo * Comunicar através de meios visuais * Identificar os direitos de utilização da imagem, de autor e conexos * Aplicar técnicas avançadas de desenho, edição de imagens bitmap * Aplicar técnicas avançadas para salvar, exportar, imprimir e/ou difundir documentos * Preparar imagens para entrega e difusão | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização * Respeito pela legislação em vigor |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber projetos gráficos de imagens bitmap**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos e condicionalismos apresentados no briefing

CD2. Criando um conceito visual adequado aos objetivos comunicacionais

CD3. Utilizando adequadamente os processos de automação de tarefas

CD4. Utilizando técnicas avançadas de edição imagens tendo em conta a complexidade pretendida

CD5. Salvando e exportando as imagens de forma organizada e em vários formatos tendo em conta os canais de difusão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Gráficas
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Regulamentação sobre direitos de autor na utilização de imagens
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Referências a tutoriais de edição de imagem

**Observações**

uc comum com:

técnico de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar projetos de tipografia experimental** |
| UFCD 00000 | Tipografia experimental |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Criar uma mensagem escrita e um conceito visual  R2. Analisar e selecionar famílias tipográficas, suportes e materiais  R4. Manipular a tipografia para obter expressividade plástica, fazer esboços  R5. Executar a mensagem escrita com a tipografia trabalhada  R6. Fundamentar o conceito visual e a expressividade plástica da tipografia escolhidos para a mensagem escrita | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Contextualização cultural e histórica da tipografia experimental com a história de arte contemporânea e o design de comunicação * Distinção entre tipografia, lettering e caligrafia * Autores e projetos de referência * Tipografia ilustrada - a letra como forma e imagem * Fases de desenvolvimento de um projeto tipográfico experimental para vários suportes (impressão, ecrã, instalação, outros) * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas | * Reconhecer a importância da tipografia e da mensagem escrita no design * Selecionar soluções plásticas para a mensagem escrita * Identificar referências e tendências estéticas e criativas | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Sensibilidade estética e criativa * Sentido critico |

**Critérios de Desempenho**

**Criar projetos de tipografia experimental**:

CD1. Adequando o conceito aos objetivos comunicacionais da mensagem escrita

CD2. Selecionando suportes e materiais tendo em conta a plasticidade pretendida e a finalidade do projeto

CD2. Manipulando a tipografia adequando-a à mensagem escrita e ao conceito

CD3. Justificando o conceito e a representação plástica tendo em conta a mensagem escrita.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diversos contextos

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Materiais e suportes de diversificados
* Estudos de caso de trabalho tipográfico experimental
* Referências a autores

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Realizar *Motion graphics* para projetos gráficos** |
| UFCD 00000 | *Motion graphics em projetos gráficos* |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Criar uma narrativa visual e elaborar o *storyborad*  R2. Planear o projeto e criar processos de automação  R3. Selecionar os elementos audiovisuais a integrar no projeto  R4. Importar conteúdos audiovisuais e animar elementos gráficos  R5. Finalizar a animação, aplicar efeitos e tratamento de imagem  R5. Salvar e exportar a animação para publicar em diferentes media e suportes | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Metodologia de trabalho * Processos de automação * Fundamentos do script * Associação de ações * Carregamento de conteúdos externos * Manipulação de conteúdos dinâmicos * O som e música * Controlo de diferentes media * Efeitos * A adaptação a vários media e dispositivos | * Caracterizar os elementos e a estrutura da uma animação gráfica * Utilizar a nomenclatura referente à animação gráfica * Planear o projeto * Aplicar métodos e técnicas avançadas de animação gráfica * Reconhecer a importância da associação de diferentes conteúdos audiovisuais * Comunicar através de meios audiovisuais * Preparar um projeto de animação gráfica para difusão em diferentes media | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Organização * Sensibilidade estética e criativa |

**Critérios de Desempenho**

**Realizar *Motion graphics* para projetos gráficos**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos comunicacionais propostos

CD2. Selecionando e manuseando adequadamente o programa de animação gráfica

CD3. Adequando o formato da animação a diferentes media e suportes

CD4. Exportando a animação tendo em conta a utilização em diferentes media e suportes

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem em movimento
* Aplicações informáticas de edição de vetores
* Bancos de sons, imagens e vídeos
* Referências para tutoriais de motion graphics
* Casos de estudo de motion graphics

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar projetos de design editorial interativo** |
| UFCD 00000 | Paginação interativa |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar os objetivos comunicacionais propostos e pesquisar referências e tendências editoriais  R2. Planear o projeto de design editorial a navegabilidade, funcionalidade e usabilidade  R3. Criar a linha gráfica editorial, a narrativa visual e o fluxo da informação da publicação  R4. Preparar grafismos, botões, textos, imagens e vídeo  R5. Prototipar o projeto de design editorial e testar com o utilizador  R6. Fazer a prototipagem final salvar e exportar para vários canais de difusão | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Comunicação interativa no design de comunicação gráfica * Objetivos e mais-valia de uma paginação interativa. * Interface e sistemas de navegação * Noções de layout * Âmbito e tipo de conteúdos - lúdico, educativo, informativo, publicitário ou pessoal * Organização e tratamento dos conteúdos * Sistemas de distribuição da comunicação interativa * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * As maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Reconhecer a importância da comunicação interativa no design de comunicação gráfica. * Reconhecer os conceitos relacionados com o design editorial * Aplicar técnicas de design editorial * Diferenciar a hierarquia de informação * Identificar as características da paginação, layout, interface, interatividade, utilizador e apresentação media * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Comunicar através de meios visuais | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Organização * Flexibilidade cultural * Sentido estético e criativo |

**Critérios de Desempenho**

**Criar projetos de design editorial interativo:**

CD1. Planeando o projeto definindo o formato e a interatividade tendo em conta a navegabilidade, funcionalidade e usabilidade

CD2. Criando uma linha gráfica editorial, uma narrativa visual e um fluxo da informação tendo em conta os objetivos comunicacionais

CD3. Executando o projeto de design editorial respeitando as técnicas de paginação de publicações adequadas ao suporte de difusão

CD4. Salvando e exportando adequadamente para canais de difusão diversos

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Objetivos comunicacionais do projeto
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de Layout de páginas interativas
* Referências sobre tutoriais de design editorial interativo
* Referências de tutoriais de design editorial interativo
* Estudos de caso de peças de design editorial interativo

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Conceber campanhas de comunicação para redes sociais** |
| UFCD 00000 | Design e planeamento de conteúdos para redes sociais |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing de comunicação e pesquisar e selecionar referências e tendências de media social  R2. Analisar o mercado e o público-alvo e definir objetivos de comunicação  R3. Planear as tipologias e frequência das publicações para cada plataforma  R4. Criar uma linguagem visual (Key visuals) para as publicações  R5. Criar conteúdos, de texto, visuais e audiovisuais  R6. Analisar o feedback e fazer ajustes na estratégia | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Marketing Digital * Diferentes plataformas de redes sociais * Análise de Dados e Métricas * Pesquisa de Mercado e Público-Alvo * Produção de Conteúdo * Estratégias de envolvimento e fidelização * SEO (Otimização para Motores de Busca) * Publicidade Online * Ética Digital * Tendências e Inovações em Mídias Sociais | * Identificar a ação do marketing digital * Caracterizar as diferentes plataformas de interação digital * Identificar necessidades de mercado * Capacidade de realizar pesquisas e analisar dados * Capacidade de produção de conteúdos escritos, visuais e audiovisuais * Capacidade de analisar tendências de mercado * Capacidade de interagir com diferentes comunidades | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Consciência social e cidadania * Flexibilidade cultural * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber campanhas de comunicação para redes sociais**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos comunicacionais e o posicionamento da marca

CD2. Adequando a estratégia de comunicação ao público-alvo tendo em conta os pontos e momentos de contacto

CD3. Elaborando conteúdos que respeitam as normas de ética digital

CD4. Estimulando a interação tendo em conta a ética digital

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diversos contextos

**Recursos**

* Briefing
* Regulamentação legal sobre a comunicação online
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática e em movimento
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição eletrónica
* Bancos de imagem, sons e vídeos
* Estudos de caso de campanhas de redes sociais

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Elaborar o *brand book* de projetos de comunicação gráfica** |
| UFCD 00000 | *Brand book* de projetos de comunicação gráfica |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar os objetivos comunicacionais propostos e pesquisar referências e tendências editoriais  R2. Criar a linha gráfica editorial, a narrativa visual e o fluxo da informação gráfica da publicação  R3. Definir as regras visuais e de comunicação do projeto  R4. Criar o projeto editorial e o índice de conteúdos  R5. Editar os conteúdos de texto, e os elementos visuais, compor as páginas  R6. Maquetizar a publicação, definir o formato do ficheiro, salvar e exportar | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Brand Book – conteúdo e função * Missão * Visão * Valores * Pilares * Código de conduta * Tom de voz. * Brand Persona * Detalhes de aplicação de logotipo * Paleta de cores * Identidade tipográfica * Elementos de apoio * Direção fotográfica * Aplicações * Banco de imagens * O Projeto editorial * O Design editorial e design estratégico * As componentes técnicas e estruturais dos suportes editoriais * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * As maquetes e protótipos; mockups; gestão de ficheiros digitais e arquivo | * Caracterizar a função do brand book * Identificar os componentes da estratégia de comunicação * Adaptar os conteúdos à especificidade de cada projeto * Aplicar técnicas de design editorial * Diferenciar a hierarquia de informação * Identificar formatos em design editorial * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Comunicar através de meios visuais | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Organização * Flexibilidade cultural * Sentido estético e criativo |

**Critérios de Desempenho**

**Elaborar o *brand book* de projetos de comunicação gráfica**:

CD1. Planeando o projeto definindo o formato e o nº de páginas tendo em conta o suporte de difusão (impresso, ecrã ou em rede)

CD2. Criando uma linha gráfica editorial, uma narrativa visual e um fluxo da informação tendo em conta os objetivos comunicacionais e o posicionamento da marca

CD3. Executando o projeto de design editorial respeitando as técnicas de paginação de publicações adequadas ao suporte de difusão

CD4. Criando um índice de conteúdos tendo em conta as especificidades do projeto gráfico

CD5. Salvando e exportando nos formatos corretos tendo em conta o suporte de difusão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Objetivos comunicacionais do projeto
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de Layout de páginas
* Referências sobre tutoriais de design editorial
* Casos de estudo de brand book

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Criar embalagens** |
| UFCD 00000 | Design estrutural de embalagem |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing e pesquisar e selecionar referências e tendências estéticas e criativas  R2. Fazer o desenho técnico da embalagem e selecionar materiais de fabrico  R3. Prototipar a embalagem e fazer testes e ajustes  R4. Usar um programa de edição de vetores para maquetizar a embalagem (editar o desenho técnico, ajustá-lo à sua função e aplicar os grafismo e elementos informativos)  R5. Imprimir o desenho técnico e prototipar, fazer ajustes e voltar a maquetizar se necessário  R6. Preparar os ficheiros digitais para impressão em gráfica | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Design de embalagem – Materiais e geometria * Embalagem – Finalidades e processos * Processos de produção fabrico * Normas legais sobre embalagens * Fontes e recursos para pesquisa de referências e tendências estéticas e criativas * Artes finais, maquetização. Prototipagem e gestão de ficheiros digitais | * Identificar materiais para produção de embalagens * Identificar questões ligadas à economia de materiais, à ecologia e sustentabilidade na produção de embalagens * Identificar as técnicas da produção de embalagens * Caracterizar o processo de produção e fabrico de embalagens * Identificar referências e tendências estéticas e criativas * Preparar um projeto de embalagem para ser entregue | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Organização * Sensibilidade estética e criativa * Respeito pela legislação em vigor * Consciência social e cidadania |

**Critérios de Desempenho**

**Criar embalagens**:

CD1. . Criando o desenho técnico tendo em consideração a função para a qual a embalagem vai ser usada

CD2. Selecionando os materiais tendo em conta o processo de fabrico e a funcionalidade da embalagem

CD3. Adequando a linguagem visual ao público-alvo e à função da embalagem

CD4. Adequando a informação constante na embalagem às normas legais

CD5. Preparando adequadamente os ficheiros digitais para impressão

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Exercício da atividade como profissional liberal

**Recursos**

* Briefing
* Regulamentação sobre embalagens
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores

**Observações**

uc comum com técnico de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Conceber portfólios fotográficos aplicados a projetos de comunicação gráfica** |
| UFCD 00000 | Edição fotográfica no projeto gráfico |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar o briefing de comunicação  R2. Definir as tipologias de imagem a fotografar  R3. Preparar os equipamentos espaços e adereços para fotografar  R4. Realizar várias fotografias  R5. Editar as fotografias  R6. Preparar os ficheiros fotográficos para serem aplicados no projeto gráfico | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Máquinas fotográficas digitais, mesas digitalizadoras (scanners) e seus acessórios * Dispositivos de armazenamento de imagens e técnicas de arquivo * Aplicativos de edição de imagem * Impressão, exportação e difusão conforme as finalidades do projeto gráfico * Edição fotográfica aplicada num projeto de comunicação gráfica - objetivos, processos e fases | * Identificar os diferentes tipos de máquinas digitais e os seus componentes * Manipular a câmara digital e a edição de imagem digital. * Identificar formatos e resoluções * Aplicar técnicas de arquivo digital. | * Sentido de responsabilidade * Autonomia * Sensibilidade estética e criativa * Sentido de organização |

**Critérios de Desempenho**

**Conceber portfólios fotográficos aplicados a projetos de comunicação gráfica**:

CD1. Tendo em consideração os objetivos comunicacionais

CD2. Manuseando corretamente e em segurança os equipamentos fotográficos

CD3. Editando as imagens para serem aplicadas no projeto gráfico tendo em conta a estética do projeto

CD4. Definindo o formato e resolução das imagens tendo em conta os suportes do projeto

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diversos contextos

**Recursos**

* Briefing
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Estudos de caso fotografias de projetos gráficos

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Efetuar a produção gráfica da obra impressa** |
| UFCD 00000 | Produção gráfica da obra impressa |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Caracterizar as áreas do ciclo produtivo em artes gráficas  R2. Caracterizar o circuito convencional da obra impressa e as rotinas de *preflight* e de controlo de qualidade  R3. Enumerar as principais normas de segurança na área das artes gráficas  R3. Preparar um projeto gráfico para impressão  R4. Elaborar um pedido de orçamento para um projeto gráfico | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Produção gráfica da obra impressa nas diferentes áreas do ciclo produtivo * Nomenclatura em artes gráficas * Orçamentação- especificidades * Circuito convencional da obra impressa * Rotinas de *preflight* e controlo de qualidade * Projeto no âmbito da produção gráfica - objetivos, processos e fases * Procedimentos básicos de segurança em artes gráficas | * Reconhecer as diferentes áreas do ciclo produtivo * Identificar a linguagem técnica em artes gráficas * Reconhecer as especificidades de um orçamento para um projeto gráfico * Distinguir o circuito convencional da obra impressa e as rotinas de *preflight* e de controlo de qualidade * Distinguir os processos de segurança na produção gráfica da obra impressa. | * Disponibilidade para aprender * Curiosidade * Organização |

**Critérios de Desempenho**

**Efetuar a produção gráfica da obra impressa**

CD1.Caracterizando as áreas do ciclo produtivo em artes gráficas

CD2. Caracterizando o circuito convencional da obra impressa e as rotinas de *preflight* e de controlo de qualidade

CD3. Enumerando as principais normas de segurança na área das artes gráficas

CD4. Preparando um projeto gráfico para impressão tendo em conta os processos de impressão e as especificidades técnicas do projeto

CD5. Elaborando um pedido de orçamento para um projeto gráfico tendo em conta a linguagem técnica em artes gráficas

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Departamentos criativos de empresas de comunicação diversificadas
* Gabinetes de marketing e comunicação de empresas, entidades sem fins lucrativos ou organismos oficiais
* Editoras (jornais, revistas, livros)
* Exercício da atividade como profissional liberal
* Gráficas

**Recursos**

* Peças gráficas para impressão
* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Aplicações informáticas de edição de imagem estática
* Aplicações informáticas de edição de vetores e edição eletrónica
* Normas de segurança em artes gráficas

**Observações**

uc comum com técnico de artes gráficas

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000/0000** | **Avaliar os direitos de autor, proteção de dados e propriedade industrial** |
| UFCD 0000/0000 | Direitos de autor, proteção de dados e propriedade industrial |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1.  R2.  R3.  R4. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
|  |  |  |

**Critérios de Desempenho**

*(designação da UC)*:

CD1.

CD2.

CD3.

CD4.

CD5.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

**Recursos**

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 0000/0000** | **Planear a procura de emprego** |
| UFCD 0000/0000 | Desenvolvimento pessoal e técnicas de procura de emprego |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1.  R2.  R3.  R4. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
|  |  |  |

**Critérios de Desempenho**

*(designação da UC)*:

CD1.

CD2.

CD3.

CD4.

CD5.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

**Recursos**

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 000067** | **Aplicar a escrita criativa em contexto profissional** |
| UFCD 00067 | Escrita criativa em contexto profissional |

**Pontos de Crédito:** 2,25/4,5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Estruturar um texto escrito com objetivos criativos.  R2. Redigir e editar um texto escrito criativo através de canais de comunicação convencionais e digitais.. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Escrita criativa - definição. * Fundamentos da escrita criativa - propósito, composição, adequação ao público-alvo. * Tipologias textuais - caraterísticas e estruturas. * Texto publicitário (*slogan*) - publicidade e *marketing,* público-alvo, processo publicitário AIDMA (Atenção, Interesse, Desejo – de ter ou usufruir, Memorização, Ação). * Associações na expressão escrita – temas, conceitos, imagens, sons, palavras e frases. * Escrita criativa - construção e transgressão, humor, adaptação, absurdo, ambiguidade de sentido (polissemia), recurso a metáforas, analogias e imagens, outros recursos expressivos. * Criatividade – *marketing* de conteúdos, comunicação persuasiva/apelativa e de conexão com os outros. * Multimodalidade no texto publicitário - conjugação de diferentes linguagens e recursos, verbais e não verbais (postura, tom de voz, articulação, ritmo, entoação, expressividade, silêncio, olhar, entre outros), linguagem pessoal e diálogo corporal. * Técnicas de comunicação criativa - imaginação (estimulação e flexibilidade para relacionar vivências e experiências), originalidade (modo pessoal de organizar os conteúdos), possibilidades textuais, outras. * Técnicas e processos de criação artística escrita. * Canais de comunicação convencionais e digitais. | * Identificar os conceitos associados à escrita criativa. * Interpretar as necessidades e expectativas do público-alvo. * Definir os objetivos, a tipologia textual e estrutura do texto. * Aplicar técnicas de escrita criativa. * Aplicar técnicas de escrita de textos publicitários. * Utilizar características de texto multimodal no texto publicitário. * Aplicar técnicas de revisão e edição de texto. * Adaptar a comunicação escrita em função do público-alvo e do contexto. * Adaptar a comunicação escrita ao canal de comunicação. * Utilizar diferentes estilos de escrita na gestão de situações diversas. | * Responsabilidade pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Empenho. * Sentido crítico. * Sentido criativo. * Autoconfiança. * Autorreflexão. * Escuta ativa. * Empatia. * Flexibilidade e adaptabilidade. * Sentido de organização. * Disponibilidade para aprender. * Respeito pelas regras e normas definidas. |

**Critérios de Desempenho**

*Aplicar a comunicação criativa em contexto profissional:*

CD1. Criando e editando o texto escrito de acordo com o objetivo e contexto profissional.

CD2. Utilizando uma narrativa clara, criativa e persuasiva, com recurso a linguagem verbal e não verbal.

CD3. Relacionando as técnicas de escrita criativa com as técnicas de comunicação, evidenciando a ligação da oralidade com a escrita.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Obras literárias e textos criativos com aplicação em diversos contextos.
* Recursos multimédia e audiovisuais

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00077** | **Aplicar *storytelling* na comunicação** |
| UFCD 00077 | Técnicas de comunicação e *storytelling* |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Construir e estruturar uma narrativa.  R2. Transmitir a mensagem com impacto emocional a diferentes interlocutores e em contextos variados.  R3. Avaliar o resultado da transmissão da mensagem. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Processo de comunicação – funções, elementos, dimensões, barreiras e atitudes. * Comunicação verbal (oral e escrita) e comunicação não-verbal – cinésica (movimentos corporais, gestos, expressão facial e postura), paralinguística (tom, projeção da voz, pausas no discurso, outros) e proxémica (distância espacial face a alguém). * Mensagem – construção da narrativa, adaptação, envio, receção e interpretação. * Canais de comunicação. * Princípios da escuta ativa. * Imagem e comunicação – autoimagem e autoconceito, primeiras impressões, expetativas e motivação. * Perfis comunicacionais – comunicação passiva, agressiva, assertiva e manipuladora. * Gestão das emoções. * *Storytelling* – conceito e pilares (propósito, autenticidade, abertura, empatia, clareza e escuta). * *Storytelling –* objetivos, tipos, métodos e técnicas, contextos de aplicação. * *Storytelling* – vantagens e desafios (internos e externos). * Técnicas de apresentação pública. * Avaliação do impacto da apresentação. | * Definir o propósito da narrativa. * Definir a estratégia da narrativa. * Preparar o alinhamento da narrativa em função do canal de comunicação. * Preparar a apresentação pública. * Comunicar a narrativa. * Interpretar a reação do público-alvo e manter a conexão. * Reconhecer e adaptar as suas próprias emoções. * Ajustar a narrativa ao público-alvo e ao contexto. * Antecipar situações imprevistas. * Autoavaliar o seu desempenho. | * Responsabilidades pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Cuidado com a postura e imagem profissional. * Autenticidade. * Empatia. * Escuta ativa. * Objetividade. * Sentido criativo. * Autoconfiança. * Controlo emocional. * Automotivação. * Autorreflexão. * Flexibilidade e adaptabilidade. * Disponibilidade para aprender. * Respeito pelas regras e normas definidas. |

**Critérios de Desempenho**

*Aplicar storytelling na comunicação:*

CD1. Criando e apresentando a narrativa, de acordo com o objetivo comunicacional e resultado esperado.

CD2. Demonstrando autenticidade, disponibilidade, empatia e escuta na articulação e transmissão da mensagem.

CD3. Utilizando uma narrativa clara, criativa e persuasiva, com recurso a linguagem verbal e não verbal.

CD4. Adaptando as técnicas comunicacionais e narrativas, em função dos contextos individual, social e profissional.

CD5. Avaliando o resultado e impactos finais no processo de comunicação estabelecido.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

Aplicável a diferentes contextos

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Histórias diversas.
* Recursos multimédia e audiovisuais

**Observações**

**Unidades de Competência Opcionais**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00000** | **Desenvolver competências pessoais e criativas** |
| UFCD 00000 | Desenvolvimento pessoal e criativo |

**Pontos de Crédito:** 2,25

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Analisar competências pessoais e identitárias.  R2. Estabelecer objetivos pessoais, profissionais e sociais.  R3. Recolher informação e estruturar o plano de ação pessoal.  R4. Avaliar as competências mobilizadas. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Autorreflexão – desenvolvimento biopsicossocial, experiência de vida. * Comunicação - desconstrução da formalidade, estereótipos e preconceito. * Níveis de consciência – pessoal e social. * Gestão de emoções. * Inteligência emocional – tipos de inteligência, dimensões intrapessoais (autoconhecimento, controlo emocional, automotivação) e interpessoais (reconhecimento de emoções dos outros, relação interpessoal), influência comportamental. * Empoderamento e capacitação pessoal – benefícios. * Gestão de expetativas. * Objetivos SMARTER. * Criatividade e processo criativo – princípios. * Ferramentas de estimulação da criatividade, sensibilidade e curiosidade – *brainstorming*, associação de ideias, mapas mentais, improvisação, entre outras. * Plano de ação pessoal. * Autoavaliação de competências e de desempenho. | * Reconhecer a importância do autoconhecimento para o processo de melhoria e aprendizagem ao longo da vida. * Identificar caraterísticas, emoções e competências pessoais. * Realizar uma autorreflexão sobre as necessidades e lacunas ao nível das competências. * Definir prioridades. * Pesquisar informação sobre temáticas em que tem interesse ou necessidade. * Aplicar ferramentas de estimulação da criatividade, sensibilidade e curiosidade. * Definir linhas orientadoras do plano de ação pessoal. * Realizar uma autorreflexão sobre as competências adquiridas e/ou desenvolvidas. | * Responsabilidades pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Autoconhecimento. * Automotivação. * Controlo emocional. * Empatia. * Iniciativa. * Flexibilidade e adaptabilidade. * Empenho. * Sentido crítico. * Sentido criativo. |

**Critérios de Desempenho**

*Desenvolver competências pessoais e criativas:*

CD1. Identificando as suas potencialidades e necessidades individuais e profissionais.

CD2. Definindo objetivos de curto, médio e longo prazo.

CD3. Mobilizando ferramentas de desenvolvimento pessoal.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Ferramentas de desenvolvimento pessoal.

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00031** | **Criar e desenvolver ideias de negócio** |
| UFCD 00031 | Ideias e oportunidades de negócio |

**Pontos de Crédito:** 4,5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Efetuar a prospeção de mercado e oportunidades de negócio.  R2. Analisar ideias de criação de negócios.  R3. Desenvolver a ideia de negócio.  R4. Avaliar a viabilidade da ideia de negócio. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Empreendedorismo – princípios. * Criatividade – definição e processo criativo. * Inovação e seus tipos. * Modelos e técnicas de geração de ideias – *design thinking*, análise das tendências de mercado e do público-alvo. * Criação de valor - nível individual, social e económico. * Identificação e satisfação de necessidades de produtos/serviços. * Propriedade intelectual – importância, vantagens da proteção. * Transformação de uma ideia numa oportunidade de negócio. * Negócio e suas etapas. * Formas de recolha de informação sobre ideias e oportunidades de negócio/mercado – forma direta (clientes, concorrência, eventuais parceiros ou promotores) e indireta (estudos de mercado, viabilidade e informação disponível online ou noutros suportes). * Tipo de informação a recolher - negócio, mercado (nacional, europeu e internacional), concorrência, produtos, serviços, local, instalações e equipamento, transporte, armazenamento e gestão de stocks, meios de promoção e clientes, financiamento, custos, vendas, lucros e impostos. * Modelo de negócio - “Canvas”, “Cadeia de valor de Porter”, outros. * Definição do negócio, clientes e mercados a atingir. * Tipo de negócio - natureza e constituição jurídica do negócio. * Financiamento, apoios e incentivos à criação de negócios - meios e recursos de apoio à criação de negócios, serviços e apoios públicos e privados, capitais próprios, parcerias. * Validação da ideia de negócio – análise crítica do mercado (estudos de mercado, segmentação de mercado), do negócio e/ou produto (vantagens e desvantagens, potencial de desenvolvimento, consequências e efeito no mercado/sociedade/ ambiente). * Boas práticas na criação de negócios. | * Recolher e analisar informação sobre ideias e oportunidades de negócio. * Aplicar a técnica de benchmarking. * Identificar necessidades, tendências e desafios. * Descrever a ideia de negócio. * Identificar as etapas da criação do negócio. * Caraterizar as atividades, potenciais clientes e mercado do negócio. * Identificar o financiamento, apoios e incentivos ao desenvolvimento do negócio. * Proceder à análise da viabilidade da ideia e oportunidade do negócio e/ou produto. | * Responsabilidade pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Autoconfiança. * Visão empreendedora. * Iniciativa. * Sentido criativo. * Sentido crítico. * Flexibilidade e adaptabilidade. * Persistência. * Autocontrolo. * Empatia. * Escuta ativa. * Cooperação com a equipa. * Sentido de organização. |

**Critérios de Desempenho**

*Criar e desenvolver ideias de negócio*:

CD1. Analisando o mercado para a identificação de novos produtos/serviços.

CD2. Definindo metas e etapas de organização e monitorização do plano operacional.

CD3. Identificando fatores críticos de sucesso.

CD4. Realizando a análise da sua viabilidade.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

Aplicável a diferentes contextos

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Documentação contendo exemplos de negócios.
* Boas práticas na criação de negócios.
* Estudos de mercados, estatísticas nacionais e internacionais, meios de comunicação social.
* Ferramentas de planeamento estratégico e operacional.
* Software de análise e tratamento de dados (base de dados, folha de cálculo, outros).
* Sistema de informação de apoio ao planeamento e avaliação.
* Ferramentas de apoio à construção do modelo financeiro do plano de negócios.
* Modelo de negócios - “Canvas”, “Cadeia de valor de Porter”, entre outros.

**Observações**

|  |  |
| --- | --- |
| **UC 00032** | **Elaborar o plano de negócios** |
| UFCD 00032 | Plano de negócios |

**Pontos de Crédito:** 4,5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Realizações** | | |
| R1. Estabelecer o âmbito de atuação e os objetivos estratégicos do negócio a desenvolver.  R2. Planear e descrever os recursos humanos, físicos e financeiros necessários ao projeto.  R3. Planear e descrever a estratégia comercial.  R4. Estabelecer a forma de gestão e controlo do negócio. | | |
| **Conhecimentos** | **Aptidões** | **Atitudes** |
| * Plano de negócios – definição, objetivos e estrutura. * Tipos de planos de negócios. * Planeamento de ação - a visão e a missão, o mercado subjacente, a nova ideia e o seu posicionamento no mercado. * Estudos de mercado - tipologias e segmentação de mercado, técnicas de estudo de mercado. * Objetivos SMARTER. * Análise, formulação e posicionamento estratégico -análise SWOT. * Estratégias de penetração no mercado. * Modelo de negócios. * Tecnologia/processo. * Concorrentes. * *Marketing* – marca, posicionamento e mercados, segmentos-alvo. * Circuitos e canais de vendas – diretos e indiretos. * Canais de distribuição. * Imagem e comunicação. * Plano de comercialização – etapas, atividades, recursos. * Recursos humanos. * Plano de investimento. * Plano de financiamento – estruturas, fontes, custos de financiamento. * Projeções/modelo financeiro – vendas, *cash-flow*, rentabilidade. * Plano de gestão e controlo do negócio – vendas, produção, informação financeira. | * Identificar, selecionar e explorar as fontes de informação relevantes. * Apresentar a ideia de negócio. * Fundamentar a viabilidade base do projeto/produto/ideia. * Identificar a dimensão do mercado, necessidades e segmentação de clientes, público-alvo e concorrentes. * Descrever os objetivos e atividades do projeto/produto/ideia. * Descrever o processo produtivo. * Calcular os custos de produção. * Identificar os concorrentes. * Definir a estratégia de *marketing*. * Definir os canais de venda e distribuição. * Identificar potenciais fornecedores. * Definir a estrutura de recursos humanos a envolver. * Calcular os investimentos iniciais. * Identificar as potenciais estruturas, fontes, período e fases de financiamento. * Realizar a projeção de vendas. * Calcular as projeções de *cash-flow*. * Aferir a viabilidade económico-financeira e sustentabilidade do projeto. * Definir o cronograma de implementação. * Definir medidas de controlo e ações corretivas para eventuais desvios. * Descrever os pontos críticos de desenvolvimento do projeto. | * Responsabilidade pelas suas ações. * Autonomia no âmbito das suas funções. * Autoconfiança. * Visão empreendedora. * Iniciativa. * Sentido criativo. * Sentido crítico. * Flexibilidade e adaptabilidade. * Persistência. * Autocontrolo. * Empatia. * Escuta ativa. * Cooperação com a equipa. * Sentido de organização. |

**Critérios de Desempenho**

*Elaborar o plano de negócios*:

CD1. Apresentando um documento completo, claro e simples, com uma proposta de valor única, viável e sustentável.

CD2. Descrevendo a ideia/produto/projeto, o mercado e os recursos necessários.

CD3. Descrevendo a estratégia comercial.

CD4. Apresentando o planeamento ao nível do investimento e ao nível financeiro.

CD5. Apresentando o planeamento de gestão e controlo do negócio.

**Contexto (exemplos de uso da competência)**

* Aplicável a diferentes contextos.

**Recursos**

* Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
* Estudos de mercados, estatísticas nacionais e internacionais, meios de comunicação social.
* Ferramentas de planeamento estratégico e operacional.
* *Software* de análise e tratamento de dados (base de dados, folha de cálculo, outros).
* Sistema de informação de apoio ao planeamento e avaliação.
* Ferramentas de apoio à construção do modelo financeiro do plano de negócios.

**Observações**

1. Os códigos assinalados a preto correspondem a UC específicas de uma qualificação desenhada em termos de resultados de aprendizagem. Os códigos assinalados a laranja correspondem a UC comuns a duas ou mais qualificações desenhadas em termos de resultados de aprendizagem. [↑](#footnote-ref-1)
2. Poderão ser selecionadas 10% de UC transversais de entre o leque definido (20% a 30%) de UC opcionais. [↑](#footnote-ref-2)
3. Os códigos assinalados a preto correspondem a UC específicas de uma qualificação desenhada em termos de resultados de aprendizagem. Os códigos assinalados a laranja correspondem a UC comuns a duas ou mais qualificações desenhadas em termos de resultados de aprendizagem. [↑](#footnote-ref-3)