Mapa III - Branding de Produtos e Serviços

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):
Branding de Produtos e Serviços

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN): *Branding for Products and Services*

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):
D

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):
D

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT): *Semestral*

4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN): *Semiannual*

4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):
84.0

4.1.5. Horas de contacto:
Presencial (P) - TP-28.0

4.1.6. % Horas de contacto a distância:
0.00%

4.1.7. Créditos ECTS:
3.0

4.1.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:
- *Gonçalo Moço Falcão - 28.0h*

4.1.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular: *[sem resposta]*

4.1.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências adesenvolver pelos estudantes). (PT):
Conhecer o processo de aparecimento e desenvolvimento das marcas; perceber o papel das marcas no funcionamento da comunicação das organizações, produtos e dos serviços; experimentar o desenvolvimento de uma marca; experimentar a aplicação do discurso de uma marca a um produto; compreender a marca enquanto um recurso das organizações.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências adesenvolver pelos estudantes). (EN):
Comprehend the process of appearance and development of brands; recognise the role of brands in the functioning of communication of organizations, products and services; experiment – by doing - the development of a brand; experiment the application of a brand's discourse to a product; understand the brand as a resource of organizations.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):
Marcas e Branding: conceitos, abordagens e história
Desenhar uma marca: estratégia para um futuro ambicionado
Desenhar uma marca: a identidade
Desenhar uma marca: o desenho e os elementos
Propedêutica de uma marca: experiência
De-desenham uma marca: desmontar a estratégia e identidade de uma marca já existente
Aplicação no trabalho de projecto
Redesign, antibrand brands, blands, e outras ideias sobre marcas

4.1.11. Conteúdos programáticos (EN):
Brands and branding: concepts, approaches and history
Designing a brand: strategy for a coveted future
Designing a brand: the identity
Designing a brand: the design and the elements
Brand propaedeutics: experience

De-design a brand: dismantle the strategy and identity of an existing brand
Application in project work
Redesign, antibrand brands, blands, and other brand ideas

4.1.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos estão focados no domínio conceptual e operacional da definição e da implementação de estratégias de Branding. Promovem a sua compreensão no âmbito da criação de produtos/serviços; Capacitar para a operacionalização e gestão de uma identidade no contexto de um projeto de produto/serviço.
Através da desconstrução do discurso de uma marca de modo a conseguir aplicá-lo no contexto de uma experiência de criação de um produto/serviço (em conjugação com a UC de projeto) procura-se uma compreensão aplicada dos conhecimentos adquiridos nas sessões teóricas.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Conceptual and operational domain of the definition and implementation of a branding strategy; understand branding in the context of creating products/services; ability to operationalize and manage an identity in the context of a product/service project; ability to dismantle the discourse of a brand in order to apply it in the framework of a product/service design.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Dada a natureza teórico-prática do curso, o trabalho e a progressão académica geral serão avaliados periodicamente e continuamente ao longo do semestre, de acordo com o cronograma estabelecido. A Metodologia de ensino e de avaliação combina a aquisição de conhecimento com a experimentação; os elementos de avaliação serão explicados nos enunciados de cada exercício. Far-se-ão dois exercícios, o segundo em articulação com a UC de projeto:
1. BRAND PROMISES: THE GOOD, THE BAD, THE UGLY (individual): os resultados obtidos com o primeiro projecto tendo em conta oscritérios de avaliação explicados no programa.
2. BRAND-IT (individual): os resultados obtidos com o segundo projecto tendo em conta os critérios de avaliação explicados no programa.
3. Assiduidade, atitude e trabalho em aula e entre aulas.

4.1.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Dued to the theoretical-practical nature of the course, the work and the academic progression will be evaluated periodically and continuously throughout the semester, according to a pre-established syllabus. Teaching and assessment methodology will combine knowledge acquisition with experimentation; the elements of evaluation will be explained in the syllabus. There will be two exercises, the second in conjunction with the project UC:

1. BRAND PROMISES: THE GOOD, THE BAD, THE UGLY (individual): the results obtained with this first project considering the evaluationcriteria explained in the syllabus.
2. BRAND-IT (individual): the results obtained with the second project taking into account the evaluation criteria explained in the syllabus.
3. Attendance, attitude, and work in class and between classes.

4.1.14. Avaliação (PT):
De acordo com o Regulamento da FA

4.2.14. Avaliação (EN):
According to FA regulations

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.(PT):
A combinação entre a teoria e a pra?tica é feita atrave?s da experimentac?a?o e aplicac?a?o de conceitos teo?ricos em trabalhos práticos, amplificada através da articulac?a?o do trabalho com a UC de projeto, o que permite a capacitac?a?o dos alunos para a compreensa?o e pra?tica do trabalho com marcas.

4.1.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.(EN):
The combined use of theory and practice is done through experimentation and application of theoretical concepts in practical work, amplified through the articulation with the project done within the "Product Design" curricular unit (prof. André Castro), which allows the preparation of students to understand – by experimenting and doing – to work with the language of brands

4.1.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Obrigatória
SLADE-BROOKING, Catharine, Creating A brand Identity, Laurence King Publishing, 2018
Complementar
OLINS, Wally On Brand Thames & Hudson, 2003
OLINS, Wally The Brand Handbook, Thames & Hudson, 2008
KLEIN, Naomi, No Logo, Fourth Estate; 10th Anniversary edition edition, 2010 WHEELER, Alina. Designing Brand Identity. Hoboken, NJ:
John Wiley & Sons, 2013
MILLMAN, Debbie(ed), Brand Bible: The Complete Guide to Building, Designing, and Sustaining Brands. Beverly MA: Rockport, 2012 LANDA, Robin, Designing Brand Experience: Creating Powerful Integrated Brand Solutions. New York, Thomson Delmar, 2006

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Mandatory
SLADE-BROOKING, Catharine, Creating A brand Identity, Laurence King Publishing, 2018
Supplementary
OLINS, Wally On Brand Thames & Hudson, 2003
OLINS, Wally The Brand Handbook, Thames & Hudson, 2008
KLEIN, Naomi, No Logo, Fourth Estate; 10th Anniversary edition edition, 2010 WHEELER, Alina. Designing Brand Identity. Hoboken, NJ:
John Wiley & Sons, 2013
MILLMAN, Debbie(ed), Brand Bible: The Complete Guide to Building, Designing, and Sustaining Brands. Beverly MA: Rockport, 2012 LANDA, Robin, Designing Brand Experience: Creating Powerful Integrated Brand Solutions. New York, Thomson Delmar, 2006

4.2.17. Observações (PT): *aa*

4.1.17. Observações (EN):

Aa