



## Ficha de Unidade Curricular

### DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Comunicação Multimédia (Conceção)

### DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Multimedia Communication (Conception)

### SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EAM

### DURAÇÃO / DURATION ( Anual, Semestral )

Semestral

### HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

140h

### HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

30h (T:10; TP:20)



**ECTS**

5

**OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)**

Optativa

**OBSERVATIONS**

Optional

**DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):**

Ricardo Pereira Rodrigues (2h)

**RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):**

Ricardo Pereira Rodrigues (2h)

**OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):**

Ruben Ferreira Duarte (28h)

**OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:**

Ruben Ferreira Duarte (28h)



### **OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):**

A unidade curricular tem como principal objetivo a aquisição de conhecimentos e competências na área da comunicação multimédia, em particular, na dimensão das fases de investigação e definição de um projeto de comunicação multimédia.

No final da UC, espera-se que os estudantes:

1. Identifiquem os principais conceitos associados à criação de experiências/produtos digitais, para uma multiplicidade de ambientes e dispositivos.
2. Mobilizem diferentes técnicas e instrumentos de pesquisa com utilizadores para a identificação e apresentação de soluções para os problemas identificados.
3. Tomem decisões ao nível da definição da proposta de valor da experiência/produto digital, as suas funcionalidades e à forma como estas suportam as necessidades dos utilizadores.
4. Apliquem as competências conceptuais e técnicas desenvolvidas para conceber e desenvolver a estrutura de informação e os fluxos de interação dos protótipos a desenvolver.

### **LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:**

The course's main objective is to acquire knowledge and skills in the field of multimedia communication, particularly in the dimension of the research and definition phases of a multimedia communication project.

At the end of the course, it is expected that students will:

1. Identify the key concepts associated with creating digital experiences/products for a variety of environments and devices.
2. Mobilize different research techniques and tools with users to identify and present solutions to identified problems.
3. Make decisions regarding the definition of the value proposition of the digital experience/product, its functionalities, and how they support the needs of users.
4. Apply the conceptual and technical skills developed to design and develop the information structure and interaction flows of the prototypes to be developed.



## CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

### Introdução

- Comunicação Multimédia: definições e conceitos
- Digital Product Design: definições, conceitos e processo

### Descobrir

- Pesquisa com utilizadores/potenciais utilizadores recorrendo a métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa padrão.
- Reconhecimento e sistematização de insights de pesquisa através do cruzamento da informação de diferentes métodos de recolha de informação.
- Mapeamento dos potenciais utilizadores do produto digital e as suas necessidades mais relevantes.

### Definir

- Métodos de ideação, para a exploração de várias ideias em simultâneo na construção da proposta de valor do produto digital e as suas principais funcionalidades.
- Priorização das funcionalidades a incluir no produto digital e a forma como elas respondem às necessidades dos atuais ou potenciais utilizadores.
- Definição da estrutura e modelos de catalogação da informação dentro do produto digital.
- Definição dos fluxos de interação das principais funcionalidades a incluir na solução de produto digital.



## SYLLABUS:

### Introduction

- Multimedia Communication: definitions and concepts.
- Digital Product Design: definitions, concepts, and process.

### Discover

- User/potential user research using standard quantitative and qualitative research methods.
- Recognition and systematization of research insights by cross-referencing information from different data collection methods.
- Mapping of potential users of the digital product and identifying their most relevant needs.

### Define

- Ideation methods for exploring multiple ideas simultaneously in building the value proposition of the digital product and its main features.
- Prioritizing the features to be included in the digital product and how they address the needs of current or potential users.
- Defining the structure and information cataloging models within the digital product.
- Defining the interaction flows for the main features to be included in the digital product solution.

## DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

- Objetivo 1 e 2: Comunicação Multimédia: definições e conceitos. Digital Product Design: definições, conceitos e processo.
- Objetivo 3: Pesquisa com utilizadores ou potenciais utilizadores recorrendo aos métodos de pesquisa padrão da indústria. Identificação, sistematização e apresentação de insights de pesquisa. Mapeamento dos potenciais utilizadores (Personas e Archetypes).
- Objetivo 4: Definição das funcionalidades prioritárias do produto digital. Definição da estrutura e modelo de catalogação da informação. Definição dos fluxos de interação das principais funcionalidades do produto digital.



#### DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

- Objective 1 and 2: Multimedia Communication: Definitions and Concepts. Digital Product Design: Definitions, Concepts, and Process.
- Objective 3: User research or potential user research using standard industry research methods. Identification, systematization, and presentation of research insights. Mapping of potential users (Personas and Archetypes).
- Objective 4: Definition of the priority functionalities of the digital product. Definition of the information structure and cataloging model. Definition of interaction flows for the key functionalities of the digital product.

#### METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Aulas teórico-práticas, dinamizadas com base na abordagem de procedimentos e princípios utilizados no desenvolvimento de soluções multimédia.

Pesquisa de informação (qualitativa e quantitativa) para suporte de definição da proposta de valor do produto digital e as suas funcionalidades.

Aulas laboratoriais dedicadas ao desenvolvimento de um projeto multimédia.

A unidade curricular funciona em regime de Avaliação Contínua: Projeto prático individual (100%).

Para os estudantes que se apresentem a exame o enunciado é composto pela realização de um exercício prático.

#### TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Theoretical-practical classes, driven by the approach of procedures and principles used in the development of multimedia solutions.

Information research (qualitative and quantitative) to support the definition of the digital product's value proposition and its features.

Laboratory classes dedicated to the development of a multimedia project.

The course operates under a Continuous Assessment: Individual practical project (100%).

For students taking the exam, the assessment consists of a practical exercise.



### **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:**

Nas aulas expositivas serão apresentados os principais conceitos teóricos, analisadas as principais tecnologias e metodologias de trabalho para uma boa prática no desenvolvimento de projetos de comunicação multimédia. Durante estas aulas serão analisados um conjunto de exemplos práticos e reais que permitirão aos estudantes perceber as fases iniciais que estruturam um projeto desta natureza.

Nas aulas práticas os estudantes irão trabalhar em exercícios individuais e em grupo, supervisionados pela equipa docente, que permitem a aplicação dos conhecimentos teóricos adquiridos nas aulas expositivas e que simultaneamente lhes permite a aquisição de competências para a pesquisa com utilizadores para a identificação e apresentação de soluções para os problemas identificados.

### **DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:**

In the lecture sessions, the main theoretical concepts will be presented, and the key technologies and methodologies for effective practice in multimedia communication project development will be analyzed. These sessions will include the examination of a set of practical and real-world examples that will enable students to understand the initial phases that structure a project of this nature.

During the practical classes, students will engage in both individual and group exercises, supervised by the teaching team. These exercises will facilitate the application of the theoretical knowledge acquired in the lecture sessions and, at the same time, allow them to acquire skills for user research to identify and present solutions to identified problems.

### **BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL: MAIN BIBLIOGRAPHY:**

- Brown, T. (2009). Change by Design. Harper Business.
- Knapp, J., Zeratsky J., Kowitz B. (2016). Sprint: Ho to Solve Big Problems and Test new Ideas in just Five Days. Bantam Press.
- Maeda, J. (2006). The Laws of Simplicity. MIT Press.
- Norman, D. A. (1988). The Design of Everyday Things. MIT Press.
- Hall, E. (2013). Just Enough Research. A Book Apart.
- Morville, P. (2006). Information Architecture for the World Wide Web (3rd edition). O'Reilly.
- Van Boeijen, A. G. C.; Daalhuizen & J. J. Zijlstra, J. J. M. (Eds.), (2020, Rev. ed.) Delft Design Guide: Perspectives-Models-Approaches-Methods. Amsterdam: BISPublishers.