

ACEF/1415/0901897 — Guião para a auto-avaliação

Caracterização do ciclo de estudos.

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

Universidade Da Beira Interior

A1.a. Outras instituições de ensino superior / Entidades instituidoras:

IADE - Instituto De Artes Visuais, Design E Marketing, S.A.

A2. Unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.):

Faculdade de Engenharia (UBI)

IADE-U, Instituto De Arte, Design E Empresa - Universitário

A3. Ciclo de estudos:

Branding e Design de Moda

A3. Study programme:

Branding and Fashion Design

A4. Grau:

Mestre

A5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (nº e data):

Despacho nº 13205/2014 - DR 2.ª Série, nº 210, 30 Outubro

A6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Design de Moda

A6. Main scientific area of the study programme:

Fashion Design

A7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF):

214

A7.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

542

A7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

<sem resposta>

A8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

120

A9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de Março):

Dois anos (4 semestres)

A9. Duration of the study programme (art.º 3 DL-74/2006, March 26th):

Two years (4 semesters)

A10. Número de vagas aprovado no último ano lectivo:

25

A11. Condições específicas de ingresso:

Os candidatos devem satisfazer as condições estabelecidas na legislação nacional, nos normativos específicos aplicáveis e respeitar pelo menos uma das alternativas expressas nas alíneas seguintes:

- a) Possuir o grau de licenciado nas áreas de Marketing, Publicidade, Design ou Fotografia e áreas afins, obtido em Instituições nacionais ou estrangeiras*
- b) Possuir outra licenciatura ou ser detentor de um currículo académico e profissional que demonstre uma adequada base científica para a frequência do ciclo de estudos conducente ao grau de mestre*

A11. Specific entry requirements:

Applicants must satisfy the conditions laid down in national legislation, in the applicable specific regulatory and comply with at least one of the alternatives expressed:

- a) Owning the degree in the fields of Marketing, Advertising, Design, or Photography and related fields, acquired from domestic or foreign institutions*
- b) Have another degree or be the holder of an academic and professional curriculum to demonstrate adequate scientific basis for the attendance of the course of study leading to the degree of master*

A12. Ramos, opções, perfis...

Pergunta A12

A12. Percursos alternativos como ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):

Não

A12.1. Ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento (se aplicável)

A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation of alternative paths compatible with the structure of the study programme (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

Options/Branches/... (if applicable):

<sem resposta>

A13. Estrutura curricular

Mapa I - Branding e Design de Moda

A13.1. Ciclo de Estudos:

Branding e Design de Moda

A13.1. Study programme:

Branding and Fashion Design

A13.2. Grau:

Mestre

A13.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Branding e Design de Moda

A13.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

Branding and Fashion Design

A13.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
Design de Moda	DMO	66	0
Marketing, Branding e Comunicação	MBC	17	0
Ciência e Tecnologia Têxteis	CTT	11	0
Ciências Sociais e Humanas	CSH	6	0
Design de Moda ou Marketing, Branding e Comunicação ou Ciência e Tecnologia Têxteis ou Ciências Sociais e Humanas	DMO / MBC / CTT / CSH	0	20
(5 Items)		100	20

A14. Plano de estudos

Mapa II - 1º Ano / 1ºSemestre - 1º Ano / 1ºSemestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Branding e Design de Moda

A14.1. Study programme:

Branding and Fashion Design

A14.2. Grau:

Mestre

A14.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

1º Ano / 1ºSemestre

A14.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

1º year / 1º Semester

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

1º Ano / 1ºSemestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:

1º year / 1º Semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Branding de Moda	MBC	Semestral	185	T-30; TP-45	7	n.a
Cultura de Moda	DMO	Semestral	160	T-30;TP-30	6	n.a
Fashion Business	CSH	Semestral	160	T-30; TP-30	6	n.a
Colecções de Moda e Sourcing	CTT	Semestral	160	T-30; TP-30	6	n-a
Fundamentos de Marketing e Branding	MBC	Semestral	135	T-30; TP-30	5	Optativa 1
Fundamentos de Design de Moda	DMO	Semestral	135	T-15; TP-15; PL-30	5	Optativa 1
(6 Items)						

Mapa II - 1º Ano / 2º Semestre - 1º Ano / 2º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Branding e Design de Moda

A14.1. Study programme:

Branding and Fashion Design

A14.2. Grau:

Mestre**A14.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***1º Ano / 2º Semestre***A14.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***1º Year / 2º Semester***A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º Ano / 2º Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***1º Year / 2º Semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Projecto de Branding e Design de Moda	MBC	Semestral	260	T-15;TP-30;PL-15	10	n.a
Macrotendências de Investigação	CTT	Semestral	135	T-30; TP-15	5	n.a
Atelier de Moda	CTT	Semestral	135	T-15;TP-15;PL-45	5	Optativa 2,3 e 4
Retailing e Marcas de Moda	MBC	Semestral	135	T-30; TP-15	5	Optativa 2,3 e 4
Produção de Moda	MBC	Semestral	135	TP-45	5	Optativa 2,3 e 4
Visual Merchandising	MBC	Semestral	135	T-15; TP-30	5	Optativa 2,3 e 4
Comunicação e Fotografia de Moda	MBC	Semestral	135	T-15; PL-30	5	Optativa 2,3 e 4
Tecno Moda	CTT	Semestral	135	T-15; TP-15; PL - 30	5	Optativa 2,3 e 4
Acessórios de Moda	DMO	Semestral	135	T-15; PL-30	5	Optativa 2,3 e 4
CAD e Digital Printing	CTT	Semestral	135	T-15; TP-15; PL-30	5	Optativa 2,3 e 4
Conforto e Usabilidade	CTT	Semestral	135	T-15;TP-15;PL-30	5	Optativa 2,3 e 4

(11 Items)

Mapa II - 2º Ano / 1º Semestre - 2º Ano / 1º Semestre**A14.1. Ciclo de Estudos:***Branding e Design de Moda***A14.1. Study programme:***Branding and Fashion Design***A14.2. Grau:***Mestre***A14.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***2º Ano / 1º Semestre***A14.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***2º Year / 1º Semester***A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2º Ano / 1º Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***2º Year / 1º Semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Seminários de Branding e Design de Moda (1 Item)	DMO	Semestral	320	OT-30	12	n.a

Mapa II - 2º Ano / - Semestre - 2º Ano / - Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Branding e Design de Moda

A14.1. Study programme:

Branding and Fashion Design

A14.2. Grau:

Mestre

A14.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

2º Ano / - Semestre

A14.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

2º Year / - Semester

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º Ano / - Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:

2º Year / - Semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dissertação de Branding e Design de Moda (1 Item)	DMO	Anual	1280	OT-60	48	n.a

Perguntas A15 a A16

A15. Regime de funcionamento:

Diurno

A15.1. Se outro, especifique:

<sem resposta>

A15.1. If other, specify:

<no answer>

A16. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos (a(s) respectiva(s) Ficha(s) Curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa VIII)

Maria Madalena Rocha Pereira

A17. Estágios e Períodos de Formação em Serviço

A17.1. Indicação dos locais de estágio e/ou formação em serviço

Mapa III - Protocolos de Cooperação**Mapa III - TWINTEX****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***TWINTEX***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._TWINTEX_F.pdf](#)**Mapa III - DIELMAR****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***DIELMAR***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._DIELMAR_F.pdf](#)**Mapa III - FASHION STUDIO****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***FASHION STUDIO***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Fashion_Studio_Protocolo_f.pdf](#)**Mapa III - DINIZ&CRUZ****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***DINIZ&CRUZ***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Diniz_Cruz_Protocolo_IADE_UBI_f.pdf](#)**Mapa III - LXFACTORY****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***LXFACTORY***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._LXFACTORYf.pdf](#)**Mapa III - Companhia das Soluções****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Companhia das Soluções***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Companhia_das_Solucoes_Protocolof.pdf](#)**Mapa III - OUTROS PROTOCOLOS****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***OUTROS PROTOCOLOS***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._OUTROS_PROTOCOLOS.pdf](#)**Mapa IV. Mapas de distribuição de estudantes****A17.2. Mapa IV. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.(PDF, máx. 100kB)**

Documento com o planeamento da distribuição dos estudantes pelos locais de formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.

[A17.2._DISTRIBUICAO_ESTAGIOS.pdf](#)**A17.3. Recursos próprios da instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes no período de estágio e/ou formação em serviço.**

A17.3. Indicação dos recursos próprios da instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e períodos de formação em serviço.

A comissão de curso possui verbas para os professores orientadores afetos ao curso orientam os estudantes durante o estágio sempre que seja esta a opção no âmbito da Dissertação/Projecto/Estágio de Branding e Design de Moda.

A17.3. Indication of the institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods.

The course commission has funds for the adviser teachers affected to the course guide students during the internship whenever students choose this option within the Dissertation/Project/Internship of Branding and Fashion Design

A17.4. Orientadores cooperantes**A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB).****A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB)**

Documento com os mecanismos de avaliação e selecção dos monitores de estágio e formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino e as instituições de formação em serviço.

[A17.4.1._MONITOR_ESTAGIOS.pdf](#)

Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclos de estudos de formação de professores).

Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclo de estudos de formação de professores) / Map V. External supervisors responsible for following the students' activities (only for teacher training study programmes)

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional / Professional Qualifications	Nº de anos de serviço / No of working years
----------------	--	--	---	--

<sem resposta>

Pergunta A18 e A20**A18. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:**

*UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR (UBI)
INSTITUTO DE ARTE, DESIGN E EMPRESA - UNIVERSITÁRIO (IADE-U)*

A19. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional (PDF, máx. 500kB):

[A19._bv-legislacao-Regulamento CFAEP_UBI.pdf](#)

A20. Observações:

O ciclo de estudos foi alvo de alteração curricular desde a última acreditação preliminar com registo no DGES. As alterações realizadas foram em 2011, 2012 e 2014.

A Comissão de Curso analisou o funcionamento do curso, em reuniões da Comissão, ouvindo estudantes, professores e empregadores e concluiu pela necessidade de promover uma maior atratividade para os estudantes, quer durante o processo de ensino-aprendizagem, quer no exercício da profissão.

2011 - As alterações propostas e identificadas como necessárias incidem no seguinte:

Diminuição do elenco de escolha nas Unidades Curriculares (UCs) de Opção;

Fomento da mobilidade, nacional ou internacional, na formação dos estudantes, através da participação em projetos de outras universidades ou em empresas da área da moda;

Possibilidade de escolha entre a dissertação (D), um trabalho de projeto (P) ou um relatório de estágio (RE);

Diferenciação dos créditos ECTS das UCs, em função da quantidade de horas de trabalho dos estudantes;

Aumento da interdisciplinaridade entre a área do Branding e a área do design de moda.

2012 - Como o curso de mestrado prevê a possibilidade de escolha por D/P/RE, e como se trata do sistema universitário, é recomendável a introdução de uma UC (Seminários de Branding e Design de Moda) no 2º ano que promova a complementaridade de formação no âmbito da investigação.

2014 - A alteração considerada adequada para promover a atratividade assenta em dois níveis: complemento com novas unidades curriculares (UC's) e reorganização do plano de estudos.

É criada a UC "Fashion Business" com a finalidade de recentrar a importância da inter-relação entre o design de moda e a gestão das marcas de moda no sucesso do negócio de moda. É também criada a UC "CAD e Digital Printing", como evolução da UC "CAD de Moda 3D", com objetivos e conteúdo programático privilegiando o ganho de competências

para o desenvolvimento de projetos em computador, na área da moda, e respetiva materialização em impressora digital.

No que respeita à reorganização do plano de estudos, estrutura-se o 1º semestre (S) do 1º ano com UC's obrigatórias, sendo uma só de opção (passa-se de duas UC's de opção para uma), conferentes dos conhecimentos e competências basilares à formação em Branding e design de moda. No 2º S do 1º ano, passa-se de duas UCs optativas para três. Esta alteração importante confere a este 2º S também a função de dar oportunidade aos estudantes de construir o seu perfil formativo em função dos seus interesses de carreira profissional. Por outro lado, esta reorganização do plano de estudos permite uma maior flexibilidade da mobilidade dos estudantes entre as duas instituições de ensino, que suportam em associação o curso, a UBI e o IADE-U.

Do conjunto de docentes que lecionam no MBDM, um deles (1) tem data marcada (Março 2015) para a sua defesa de tese de Doutoramento na área científica do Design (214).

1 - FERNANDO OLIVEIRA

Em A2 Onde consta FE+ESMP, deverá ser considerado FE+ IADE-U.

A20. Observations:

The course of study was the target of curricular change since the last preliminary accreditation with registration in the DGES. Changes were made in 2011, 2012 and 2014.

The Course Commission reviewed the functioning of the course, in the Committee meetings, listening to students, teachers and employers and concluded by the need to promote a greater attractiveness for students during the teaching-learning process and in the exercise of the profession.

2011-The amendments proposed and identified as necessary concern the following:

Decrease in the number of optional curricular units (UCs);

Promoting mobility, whether national or international, in the training of students through participation in projects of other universities or in companies of the fashion area;

Possibility of choice between a dissertation (D), a project work (P) or a training report (RE);

Differentiation of ECTS credits of the UCs, depending on the amount of hours of work by students;

Increasing interdisciplinarity between the Branding area and the area of Fashion Design.

2012 - As the master course provides for the possibility of choice for D/P/RE, and as it comes to the University system, it is recommended the introduction of a UC (Seminars on Branding and Fashion Design) in the 2nd year to promote the complementarity of research training.

2014 – The amendment taken appropriate to promote the attractiveness is based on two levels: add-on with new curricular units (UC's) and reorganization of the course curriculum.

It is created the UC "Fashion Business" in order to refocus the importance of interrelation between fashion design and the management of fashion brands in the fashion business success. It is also created the UC "CAD and Digital Printing", as evolution of UC "3D Fashion CAD", with goals and programmatic content favouring the gain skills to the development of computer projects in the field of fashion, and its materialization in digital printer.

As regards the reorganization of course curriculum, it is structured the 1st semester (S) of the 1st year with mandatory UC's, being only one optional (it is changed from two to one optional UC's), giving the basic knowledge and skills to training in Branding and Fashion Design. On the second semester of the first year, two optional UCs gives rise to three. This important change gives this 2nd S also the aim to give opportunity to students to build his formation profile on the basis of their career interests. On the other hand, this reorganization of the curriculum allows greater flexibility of student mobility between the two educational institutions which support the in course, the UBI and the IADE-U.

From the number of teachers who teach in the Master Course in Branding and Fashion Design, one of them (1) has date settled (March 2015) for his defense of doctoral thesis in the scientific area of Design (214).

1-FERNANDO JORGE MATIAS SANCHES OLIVEIRA

In A2 where is FE + ESMP, should be considered FE+ IADE-U.

1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

1.1. Objectivos gerais definidos para o ciclo de estudos.

Satisfazer uma área de actividade profissional, relacionando o design de moda com o branding, carenciada em Portugal e na Europa, devido ao crescimento da terciarização do negócio da moda.

Ensino/aprendizagem de natureza multidisciplinar, envolvendo áreas científicas de design de moda, marketing e branding, ciência e tecnologia têxteis e ciências sociais e humanas.

Integrar as competências das instituições proponentes do curso, design de moda (UBI) e marketing e branding (ESMP/IADE-U), para otimizar as sinergias e os resultados da formação, melhorando a profissionalização na área da moda.

Desenvolver uma área de investigação multidisciplinar, incentivando o espírito investigador, quer na dissertação, quer criando apetência para estudos de 3º Ciclo

Aproveitar a possibilidade dos alunos estudarem junto da indústria têxtil e vestuário e do mercado consumidor e

cosmopolita, enriquecendo o seu perfil profissional, assente no conhecimento científico e multicultural e na prática experimental

1.1. Study programme's generic objectives.

Satisfying an area of professional activity, relating the fashion design to branding, needy in Portugal and in Europe, due to the growth of fashion retailing business.

Teaching and learning of a multidisciplinary nature, involving scientific areas of fashion design, marketing and branding, textile science and technology and social sciences and humanities.

Integrating the skills of the course proponents institutions, fashion design (UBI) and marketing and branding (ESMP/IADE-U), maximizing synergies and results of training, improving the professionalism in the field of fashion.

Develop a multidisciplinary research area, encouraging the researcher spirit, either in the dissertation, or creating appetite for PhD studies.

Seizing the opportunity of the students can study near the textile and apparel industries and near the consumer and cosmopolitan market, adding to their professional profile, based on the scientific and multicultural knowledge and the experimental practice.

1.2. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa face à missão da instituição.

O curso inscreve-se num largo caminho pioneiro do IADE, que foi um precursor do ensino no domínio das actividades culturais e criativas quando, em 1969, lançou o primeiro curso de design em Portugal. Este pioneirismo manteve-se quando, em 1984, foi criado o primeiro curso em design de moda. Em 1989, o novo quadro legal permitiu a consolidação da oferta universitária em duas linhas: marketing e publicidade; e design. Em 2014, o IADE mantém três licenciaturas – Design; Marketing e Publicidade; e Fotografia e Cultura Visual – cinco mestrados - Branding e Design de Moda; Design de Produção; Design e Cultura Visual; Design Management; e Marketing – um curso de Doutoramento em Design. Em 2000, foi criada a UNIDCOM/IADE, unidade de investigação avaliada em 2014 com “Good”. Actualmente, o IADE busca a excelência no ensino superior e na investigação, promovendo a articulação e a integração do design, do marketing e da publicidade, e da fotografia e da cultura visual para a transformação das actividades produtivas e o desenvolvimento de uma sociedade criativa

A Universidade da Beira Interior promove a qualificação de alto nível, a produção, transmissão, crítica e difusão de saber, cultura, ciência e tecnologia, através do estudo, da docência e da investigação”.

Com um historial e tradição do ensino nas áreas da Indústria Têxtil (542) desde 1975 e do Design de Moda (214) (1º ciclo) iniciado em 2000, 2º ciclo em 2006 e 3º ciclo em 2014, o Mestrado em Branding e Design de Moda insere-se na estratégia formativa da Instituição face à missão da Instituição.

Assim, e em termos gerais a UBI pretende ser excelente para aprender e ensinar, possuir uma oferta formativa inovadora, flexível e atrativa e utilizar métodos de aprendizagem adequados às exigências da sociedade; distinguir-se pela excelência dos resultados da investigação; ter enraizada uma cultura de qualidade e reforçar o seu posicionamento no contexto do Ensino Superior; valorizar a sua dimensão, criando uma relação de grande proximidade com alunos, docentes e comunidade envolvente; promover um ambiente académico assente na diversidade cultural, inclusão, tolerância e responsabilidade social; ser aberta e plenamente integrada na comunidade, assumindo-se como um ator relevante no desenvolvimento económico, social e cultural da região envolvente; ser gerida por princípios de combate ao desperdício e sustentada pela gestão eficiente dos seus recursos e processos.

A atuação da Universidade da Beira Interior pauta se por um conjunto de valores académicos e humanos que definem a sua identidade e promovem a sua eficiência coletiva: liberdade intelectual, proporcionando um ambiente de criatividade e inovação, criando espaço para a mudança e adaptação;

integridade Académica, onde o ensino e a investigação devem ser caracterizados por independência intelectual e moral; diversidade, promovendo uma consciência global que valorize a tolerância.

1.2. Inclusion of the study programme in the institutional training offer strategy, considering the institution's mission.

The course is part of a broad pioneering activity of IADE, which was a forerunner of education in creative industries: in 1969 it established the first design course in Portugal; in 1984 it opened the first course in fashion design; in 2014 (1st Cycle) it offered the following courses: Design; Marketing and Advertising; Photography and Visual Culture – (2nd Cycle) Design and Visual Culture; Production Design; Design Management; Branding and Fashion Design; Marketing – (3rd Cycle) Design.

2000 marked the establishment of the R&D unit UNIDCOM/IADE, which scored a “Good” in the 2014 evaluation by FCT. Today, IADE strives for excellence in higher education and research, fostering the articulation and integration of its courses to transform the productive activities and develop a creative society.

University of Beira Interior (UBI), its mission is to promote highlevel qualification, production, transmission, analysis and dissemination of knowledge, culture, science and technology through study, teaching and research.

With a history and tradition of education in the field of Textile and Clothing (542) since 1975 and later the Fashion Design (214) (1st cycle) started in 2000, 2nd cycle in 2006 and 3rd cycle in 2014, a Master in Branding and Fashion Design is part of the training strategy of the institution given the mission of the institution.

UBI wants to be recognised as a University that: Is excellent for learning and teaching, offering innovative, flexible and appealing degree programmes and using learning methods consistent with the needs of society; stands out by the excellence of research outputs; has embedded a quality culture allowing it to strengthen its position in the context of Higher Education; values its dimension, creating a very close relationship with students, teaching staff and neighbouring community; promotes an academic environment based on cultural diversity, inclusion, tolerance and

social responsibility; is open and fully integrated in the community, playing a leading role in the economic, social and cultural development of the neighbouring region; is managed by principles of waste reduction and supported by the efficient management of its resources and processes.

The performance of UBI is guided by a set of academic and human values which define its identity and promote its collective efficiency:

Intellectual freedom: providing an environment of creativity and innovation, creating space for change and adaptation; academic Integrity: making intellectual and moral independence key features in teaching and research; diversity: promoting a global awareness that values tolerance.

1.3. Meios de divulgação dos objectivos aos docentes e aos estudantes envolvidos no ciclo de estudos.

Na Web, o portal da UBI e do IADE-U de uma forma permanente apresentam informação sobre o 2º ciclo de estudos em Branding e Design de Moda, nomeadamente sobre os objectivos do curso. No primeiro dia de cada ano lectivo, o director do 2º ciclo de estudos reúne com os estudantes de mestrado e apresenta: objectivos do curso, funcionamento das unidades curriculares, regras gerais de avaliação em vigor na UBI/IADE-U, funcionamento das unidades de apoio ao curso, tais como gabinete de informática, biblioteca, e outros aspectos relativos funcionamento do curso. A comissão de curso, responsável pela verificação do cumprimento dos objectivos definidos para o curso, delega no presidente da comissão de curso a divulgação dos objectivos e de outros aspectos relevantes do funcionamento do curso, junto dos restantes docentes envolvidos no ciclo de estudos e não presentes na comissão de curso.

1.3. Means by which the students and teachers involved in the study programme are informed of its objectives.

In the pages of the Web of UBI and IADE-U present the information about the 2nd cycle of studies in Branding and Fashion Design, including the objectives. In the first day of the 1st academic year, the director of the programme presents the structure of the programme, the objectives, the development of the curricular units. Concerning the release of the programme objectives for teachers, the objectives of the programme are defined by the scientific committee of the programme that verifies the compliance of the objectives, and delegates to the director of the programme to provide disclosure of objectives and other relevant aspects of the course, among the other teachers involved in the programme, but not present in the scientific committee.

2. Organização Interna e Mecanismos de Garantia da Qualidade

2.1 Organização Interna

2.1.1. Descrição da estrutura organizacional responsável pelo ciclo de estudo, incluindo a sua aprovação, a revisão e actualização dos conteúdos programáticos e a distribuição do serviço docente.

A Direção do Curso e a distribuição do serviço docente são propostas pelo Presidente de Departamento, analisadas nas Comissões Científicas Departamentais, para deliberação no Conselho Científico e homologação pelo Reitor -UBI. No IADE-U a proposta anual de distribuição de serviço docente é apresentada pela Direção do Departamento e discutida e aprovada em Conselho Científico, sob prévia oscultação da direcção de curso.

A Comissão de Curso é constituída por uma Comissão Científica, com professores do ciclo de estudo oriundos das suas diferentes áreas científicas, e por uma Comissão de Coordenação Pedagógica das duas instituições. Reúne periodicamente e zela pelo bom funcionamento do ciclo de estudo nos seus aspetos científicos, pedagógicos e organizativos segundo o regulamento em adenda ao Protocolo de cooperação entre a UBI e IADE-U.

2.1.1. Description of the organisational structure responsible for the study programme, including its approval, the syllabus revision and updating, and the allocation of academic service.

In UBI, the Course Director and the allocation of academic service are proposed by the Head of Department and analysed by the Scientific Departmental Committees for deliberation by the Scientific Council and approval by the Rector. In IADE-U the annual academic service are proposed presented by the Department of Direction and discussed and approved in the Scientific Council, subject to prior consultation the director of course / coordinators.

The Course Committee consists of a Scientific Committee, comprising teachers from the various scientific areas of the study programme, and a Pedagogical Coordination Committee of the two institutions . It meets regularly and oversees the proper functioning of the study programme in its scientific, pedagogical and organizational aspects; according to the regulations in addition to the cooperation protocol between UBI and IADE-U.

2.1.2. Forma de assegurar a participação ativa de docentes e estudantes nos processos de tomada de decisão que afetam o processo de ensino/aprendizagem e a sua qualidade.

As Comissões Científicas Departamentais são constituídas por todos os docentes doutorados em tempo integral e emitem parecer sobre matérias do ciclo de estudos levadas, para deliberação, aos órgãos.

O Conselho Pedagógico integra docentes e estudantes e compete-lhe apreciar orientações pedagógicas, métodos de ensino e de avaliação, acompanhar e promover a realização e a análise de questionários aos estudantes, em articulação com o Gabinete de Qualidade, para avaliação da qualidade das unidades curriculares e do desempenho dos docentes.

A Comissão de Coordenação Pedagógica é constituída por professores coordenadores de ano e estudantes delegados de ano que apoiam e servem de elo entre a respetiva comunidade estudantil e docente e a Direção do Curso (DC). Destaca-se também a presença de estudantes nas Comissões de Qualidade (QC) e a cooperação recíproca entre os

núcleos de estudantes e os órgãos de gestão das Universidades. Segue-se ainda a adenda ao Protocolo entre as UBI e IADE-U.

2.1.2. Means to ensure the active participation of academic staff and students in decision-making processes that have an influence on the teaching/learning process, including its quality.

The Departmental Scientific Committees comprise all full-time PhD academic staff and give advice on matters of the study programme before being submitted for deliberation by the relevant bodies.

The Pedagogical Council includes academic staff and students and is responsible for assessing pedagogical guidelines, teaching and assessment methods, monitoring and promoting the implementation and analysis of surveys to students, in collaboration with the Quality Office to assess the quality of the curricular units and academic staff performance.

The Pedagogical Coordination Committee consists of teacher year coordinators and student year representatives that supports and serves as a liaison between the respective student and academic staff community and the CD.

Also noteworthy is the presence of students in QC and the mutual cooperation between student course representatives and the governing bodies of the Universities. Still considered the protocol of cooperation between the UBI and IADE-U

2.2. Garantia da Qualidade

2.2.1. Estruturas e mecanismos de garantia da qualidade para o ciclo de estudos.

Na UBI Compete à PróReitoria para a Qualidade que tutela o Gabinete da Qualidade (GQ) acompanhar a execução da Política da Qualidade aprovada pelo Reitor e coordenar o sistema de gestão da qualidade dos serviços (certificado no âmbito da ISO 9001:2008). A política e procedimentos da qualidade são implementados nas faculdades pelos órgãos respetivos, em particular, pelas CQ e pelas Comissões de Curso. O GQ recolhe e providencia a informação relativa a indicadores tais como procura, sucesso escolar, UC críticas, abandono, questionários aos estudantes e eficiência formativa, os quais são objeto de análise.

In IADE-U A PQ é traduzida ao nível dos Institutos pela elaboração e a implementação de M.Q. que, integrando os objetivos desenvolvidos no enquadramento, viabilizam a definição das políticas específicas das escolas e as suas metodologias, a organização do sistema interno, a responsabilidade dos diversos órgãos, os instrumentos e a produção e a difusão de informação, interna e externa.

2.2.1. Quality assurance structures and mechanisms for the study programme.

In UBI The ProRector for Quality, upon whom the Quality Office (GQ) depends, monitors the implementation of the quality policy approved by the Rector, coordinates the quality management system of the university services (certified under ISO 9001:2008). The quality policy and procedures are implemented at the faculties by the relevant bodies, in particular the Quality Committees and the Course Committees.

The GQ collects and provides information on indicators such as demand, academic success, critical curricular units, dropout, student surveys and graduation efficiency, which are the object of an annual report.

In IADE-U Quality policies are translated at institute level by formulating and implementing Quality Manuals. These manuals, integrating the objectives set, enable the definition of specific school policies and respective methodologies, internal system organization, responsibility assignment, and the tools for producing and disseminating internal and external information.

2.2.2. Indicação do responsável pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade e sua função na instituição.

Professora Isabel Maria Romano da Cunha; Próreitora; Responsável pelo Gabinete de Qualidade da UBI Ao nível do IADE, o Conselho Pedagógico é o órgão de coordenação superior para as atividades de ensino/aprendizagem, e o seu Presidente o responsável pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade, tendo, por isso, acesso a toda a informação produzida pelo sistema. Como norma regulamentar, o Conselho Pedagógico instituiu uma comissão permanente paritária para os assuntos do Sistema de Garantia de Qualidade. Como órgão de coordenação superior promove conjuntamente com os Coordenadores de Curso as funções de monitorização do sistema, definindo a sua adequada implementação e, em situação de conflito entre intervenientes no processo, de mediação.

O Conselho Pedagógico promoverá ainda a análise e divulgação de resultados deste processo, de acordo com a política de divulgação previamente definida, de forma a informar a comunidade académica e público em geral

2.2.2. Responsible person for the quality assurance mechanisms and position in the institution.

Professor Isabel Maria Romano da Cunha; Prorector; Responsible for the Quality Office of the UBI

At IADE, Pedagogical Council is the supreme coordinating body for teaching and learning activities. Its President is responsible for the implementation of quality assurance mechanisms, therefore having access to all the information produced by the system. As a regulatory standard, the Pedagogical Council established a joint permanent commission dealing with Quality Assurance System issues. As part of its role it promotes, together with Course Coordinators, the system monitoring functions, defining its proper implementation and mediating the conflict situations that can occur with the actors involved.

The Pedagogical Council will also promote the analysis and results disclosure of this process, in accordance with predefined policies previously and in order to inform the academic community and other publics.

2.2.3. Procedimentos para a recolha de informação, acompanhamento e avaliação periódica do ciclo de estudos.

O acompanhamento e a avaliação periódica do ciclo de estudos são da responsabilidade da Comissão de Curso. Com base em reuniões periódicas, algumas delas com os delegados de ano, e em informação disponibilizada pelo dois GQ, esta Comissão analisa e elabora um relatório anual sobre os critérios de qualidade definidos para o ensino e propõe alterações e/ou medidas corretivas.

2.2.3. Procedures for the collection of information, monitoring and periodic assessment of the study programme.

The monitoring and periodic assessment of the study programme is the responsibility of the Course Committee. Based on regular meetings, some attended by student year representatives, as well as on the information provided by the GQ, the Committee analyses and draws a report on teaching quality criteria and proposes changes and/or corrective measures.

2.2.4. Link facultativo para o Manual da Qualidade

<sem resposta>

2.2.5. Discussão e utilização dos resultados das avaliações do ciclo de estudos na definição de ações de melhoria.

No final de cada semestre lectivo, o director de curso apresenta os resultados de avaliação de todas as unidades curriculares do 1º. Ano lectivo do curso à Comissão de curso que, em situação de anomalia identificada, procura esclarecimento junto do docente e dos discentes. Sempre que a comissão de curso considere pertinente, recorrerá ao Conselho Pedagógico de cada instituição.

2.2.5. Discussion and use of study programme's evaluation results to define improvement actions.

At the end of each academic semester, the director of the doctoral programme presents the results of the evaluation of all curricular units of the 1st academic year to the scientific committee that, in situations of abnormality, seeks clarification from the teachers and students. When the scientific committee considers appropriate, the situation follows to the pedagogical committee of each institutions.

2.2.6. Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.

Não aplicável

2.2.6. Other forms of assessment/accreditation in the last 5 years.

Not applicable.

3. Recursos Materiais e Parcerias**3.1 Recursos materiais****3.1.1 Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços letivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.).****Mapa VI. Instalações físicas / Mapa VI. Facilities**

Tipo de Espaço / Type of space	Área / Area (m2)
Secretariado (UBI)	25.1
Gabinetes (UBI)	150.9
Salas de Aulas (Bloco 1) - UBI	421.2
Oficinas de Confecção - UBI	419.7
Oficinas de Tecelagem e Malhas - UBI	349
Oficina de Fiação - UBI	784.6
Laboratório de Química Têxtil / Colorimetria - UBI	153.3
Laboratório de fios - UBI	60
Laboratório de Tinturaria - UBI	227.9
Laboratório de CAD - UBI	136.7
Sala de reuniões - UBI	29.5
2 Galerias de exposição temporária – Museu de Lanifícios - UBI	251
Oficinas de Tecelagem Manual – Museu de Lanifícios - UBI	74
Sala de consulta – Centro de Documentação/Arquivo Histórico – Museu de Lanifícios - UBI	58
Auditório – Museu de Lanifícios	58
Galerias de exposição permanente – Museu de Lanifícios - UBI	2300
Biblioteca central sala de leitura formal (piso 1) - UBI	9104
2 salas de grupo (piso 1 da Biblioteca) - UBI	192
Sala de leitura formal (piso 0 da Biblioteca) - UBI	810
2 salas de grupo (piso 0 da Biblioteca) - UBI	572
Auditório (da Biblioteca) - UBI	877
Sala de leitura Informal (Biblioteca) - UBI	160.5
Sala de leitura (piso 1 Biblioteca) - UBI	150
Centro de documentação europeia - UBI	173.4

4 Sala de grupo (piso 1 Biblioteca) - UBI	67.1
4 Salas para ensino teórico 60 – 240 lugares - IADE-U	266
15 Salas para ensino teórico 30 – 450 lugares - IADE-U	680
9 Salas para ensino prático – 270 lugares - IADE-U	850
2 Salas para ensino prático – 60 lugares - IADE-U	133
5 Salas para ensino prático – 150 lugares - IADE-U	251
3 Salas para ensino prático TIC's – 90 lugares -IADE-U	201
3 Lab. Digital (Mac's) – 80 lugares - IADE-U	136
1 Lab. Desenho Modelo – 30 lugares - - IADE-U	73
1 3D Lab lugares – 30 lugares - - IADE-U	140
1 UX Lab – 5 lugares - - IADE-U	31
1 Live – 1 lugar - - IADE-U	15
1 Media Lab – 100 lugares - - IADE-U	288
1 Lab. Produção Gráfica – 5 lugares - - IADE-U	45
1 Biblioteca – 70 lugares - IADE-U	290
4 Ateliers para trabalho dos estudantes – 32 lugares IADE-U	86
1 UNIDCOM: Unidade de Investigação – 36 lugares - IADE-U	171
1 Agência Escola – Studio Lab – 10 lugares - IADE-U	44
1 Lounge Seminários ou conferências – 100 lugares - IADE-U	168
1 Sala de reuniões para docentes/ Actos Académicos – 20 lugares - IADE-U	28
1 Sala de professores – 20 lugares - IADE-U	86
4 Salas de coordenação de cursos – 10 lugares - IADE-U	49

3.1.2 Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didáticos e científicos, materiais e TICs).

Mapa VII. Equipamentos e materiais / Map VII. Equipments and materials

Equipamentos e materiais / Equipment and materials	Número / Number
BASE DE DADOS INTERNACIONAL TENDÊNCIAS DE BRANDING E MODA WGSN (UBI/IADE-U)	200
BASE DE DADOS CIENTÍFICAS PROQUEST	1
Bon Consortium of Portugal, ScienceDirect, SciVerse Scopus	1
Revistas de Moda INTERNACIONAIS: COLLEZIONI Sport & Street; Shoes, Bags & Accessories; Menswear e Womenwear	300
Revista de Tendências Internacional - VIEW TEXTILE + VIEW2	40
Revistas Científicas da áreas científicas do curso online	10
Impressora Digital sobre tecidos	2
Máquina de tingir/lavar/acabar peças	1
Máquina de bordar	1
Máquinas de costura de pontopreso, corteecose, ponto de cadeia, casear, etc	8
Prensa de termocolagem	1
Mesas e ferros de passar	1
Mesa digitalizadora	1
Impressoras e plotter	3
Estações de trabalho, computadores e servidor (13 com licenças de CAD DESIGN LECTRA)	13
Máquinas de malhas rectilíneas e circulares	4
Tricolab	1
Sistema Kawabata Avaliação Objectiva e Propriedades térmicas	2
Permeabilímetro Permetest	1
Abrasímetro Martindale, mod.235, SDL	1
Medidor de recuperação ruga, mod. 003A, SDL	1
Elmendorf Resist. rasgamento, mod.6016 Twing Albert, mod.98	1
Equipamento de lab de cor e Tinturaria e Estamparia convencional	31
Manequins e bustos	23
Máquinas fotográficas 35mm	3
Objectivas para 35 mm e Digital	17
Adobe Authorised Training Centre (Acrobat 8 professional; Adobe Creative Suite 5 Master; Adobe bridge); AutoDesk Autocad 2010 AutoDesk 3DSmax	30
Câmaras de filmar Canon	3
câmaras de médio formato Hasselblad 530W e H1	2
flashes	5
caixas de luz	6
cabeças de iluminação	5

Sistema reproлите 400 multiblitz	1
cabeças electrónicas para ampliação	4
amplificadores Meopta	20
Processadora E-6 Jobo p/ revelação de diapositivos	1
duplicador Firenze 1500	1
processadoras Nova-rapid	2
Sistema Rede VPN disponível para todos os alunos do curso de forma a partilhar a informação digital online de ambas as instituições	1
APPLE Authorized Training Centre for Education (Final Cut Express HD, Final Cut Pro 4, Aperture, Logic, DVD Studio Pró, Soundtrack Pró, Motion Colour, iLife e 30 iWork) - Sistema Mac OS X; QuarkXpress 7.02 Passport Edition	30
Base de dados EBSCO (Business Source® Complete; Art Source; Emerald eJournal Marketing Collection; Ebook business collection; Academic ebook collection); Mylibrary - plataforma agregadora de livros electrónicos; Base de dados Nielsen Portugal; Base de dados TGI - Markttest	1
Corel draw graphics Macromedia	60
Office 2010 Professional; Office 2013 Professional; SPSS, Data Mining, Statistical Analysis Software; SolidWorks + SolidWorks for Students	500
Projetores de Vídeo	30
iMac 24" 2.16 intel core Pc AMD 2.20GHz 2GB RAM + Monitor Lacie 19"	30
Plataformas PC + Monitor	100
3D printers (FDM) Beethefirst	2
Torno de madeiras; Torno mecânico para metais	10
Berbequins; lixadeiras vibratórias; lixadeira de rolos; aparafusadoras sem fio; engenho de furar; serra circular; serra tico-tico; tesoura eléctrica; tupa; rectificadoras; serra de recortes; serra de cinta	10
Máquina de Gravação a Laser; Opticut TFGM 100: Sistema de corte e gravação por CNC; Máquina universal para madeiras	1

3.2 Parcerias

3.2.1 Parcerias internacionais estabelecidas no âmbito do ciclo de estudos.

As duas instituições apresentam um vasto conjunto de parcerias dentro das áreas científicas do curso. Em função do percurso profissional os alunos poderão seleccionar das duas instituições.

A UBI possui parcerias Colaboração no âmbito programa Erasmus com 13 Instituições Europeias ou com acordo ERASMUS+ de Ensino Superior pertencentes a 13 países diferentes e com prazo de expiração em 2021. Colaboração com 21 Instituições de Ensino Superior Brasileiras no âmbito do programa Santander. A título de exemplo referem-se: Universidade de São Paulo (USP); Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

O IADE-U possui parcerias com os seguintes países: Alemanha (7); Áustria (3); Bélgica (2); Dinamarca (2); Eslováquia (1); Eslovénia (2); Estónia (1); Espanha (7); Finlândia (1); França (6); Grécia (2); Holanda (2); Itália (6); Lituânia (1); Noruega (1); Polónia (1); Turquia (4). INTERCÂMBIOS FORA DA EUROPA:

Nº instituições parceiras (Design): 18 Brasil (14) China (1) Japão (1) México (2);

3.2.1 International partnerships within the study programme.

Both institutions have a wide range of partnerships within the scientific areas of the course. Depending on the professional path students may select the two institutions. UBI have partnerships within the scope of the Erasmus+ program with 13 European or with a program ERASMUS+ higher education institutions belonging to 13 different countries to 2021. Collaboration with 21 higher education institutions in Brazil in Santander Program. For example: Universidade de São Paulo (USP); Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

IADE-U N. partner institutions (Design): 49

Germany (7); Austria (3); Belgium (2); Denmark (2); Slovakia (1); Slovenia (2); Estonia (1); Spain (7); Finland (1); France (6); Greece (2); Holland (2); Italy (6); Lithuania (1); Norway (1); Poland (1); Turkey (4).

under the Erasmus+ Programme. EXCHANGES OUTSIDE EUROPE: N. partner institutions (Design): 18 Brazil (14) China (1) Japan (1) Mexico (2);

3.2.2 Parcerias nacionais com vista a promover a cooperação interinstitucional no ciclo de estudos, bem como práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público.

O programa "Almeida Garrett" (ProgramAG) é o Programa de Mobilidade Nacional de alunos do Ensino Superior, e visa promover a qualidade e reforçar a dimensão Nacional do Ensino S.. Oferece a possibilidade de efetuar um período de estudos numa Universidade Nacional de Acolhimento, com pleno reconhecimento académico.

O intercâmbio de estudantes ao abrigo do programa implica o acordo prévio da UBI e da instituição de acolhimento. O período de estudos numa Universidade parceira será apenas de um semestre

A mobilidade de estudantes abrange também os estágios, trabalhos de fim de curso, ou projetos finais desde que as referidas atividades integrem o plano curricular do curso na UBI

As Parcerias com as Associações e Centros tecnológicos do ITV: ATP, SELECTIVAMODA, MODALISBOA, CMC, CITEVE, tem permitido o desenvolvimento de várias acções; seminários; eventos, congressos, workshops, visitas a feiras da especialidade (ITV) e visitas e acções do sector.

Parcerias com outras Universidades, FASHION5

3.2.2 National partnerships in order to promote interinstitutional cooperation within the study programme, as well as the relation with private and public sector

The "Almeida Garrett" program (ProgramAG) is the National Mobility Program for 4f Higher Education students, which aims the promotion of quality enhancement of National Higher Education. It offers students the opportunity for studying in specific National Universities, with full academic endorsement.

The exchange of students under this program requires a prior consent from both UBI and the host institution.

The duration of the interchange at a partner University is limited to a single semester.

Student's mobility also includes internships or final projects as long as these activities integrate the curriculum of the course at UBI.

Partnerships with associations and ITV Technology centers as ATP, SELECTIVAMODA, MODALISBOA

ASSOCIATION, CMC, CITEVE, has allowed the development of various actions; seminars; events,

conferences, workshops, visits to specialty trade shows (ITV), visits and activities on the enterprises sector ITV

Partnerships with other Universities in Portugal - FASHION5.

3.2.3 Colaborações intrainstitucionais com outros ciclos de estudos.

Na mostra de trabalhos realizados no âmbito do Mestrado em Design de Moda (UBI) à sociedade e ao meio empresarial são realizadas acções conjuntas entre alunos com apoio da instituição, tais como:

Evento MOVE Exposição dos trabalhos de Design de Moda à comunidade com a colaboração e participação dos cursos de Design de Moda - Museu de Lanifícios - UBI, Covilhã

Evento científico DESIGNA, com apresentação e exposição de trabalhos de todas as áreas do Design - UBI, Covilhã Lisboa Design Show, 2011,2012, 2013 com a participação dos alunos e docentes dos cursos de Design e Cinema da UBI e Branding e Design de Moda da UBI/ADE-U, FIL, Lisboa

Festival IN, edição zero, com a participação de todos os cursos de Design da UBI e Branding e Design de Moda (UBI/ADE-U)

Realização e Participação no evento MOVE-UP'2011, 2012, 2013 e 2014 - Mostra dos alunos de Mestrado em Design de Moda (UBI) e Branding e Design de Moda da UBI/ADEU em Desfile. Lisboa e Covilhã.

3.2.3 Intrainstitucional collaborations with other study programmes.

On events carried out within the framework of the Master in Fashion Design to society and the business community are conducted joint actions between students with the support of the institution, such as:

MOVE - Event - Exhibition of Fashion Design work to the community with the collaboration and participation, UBI, Covilhã

Scientific event DESIGNA, with presentation and exhibition of works from all areas of Design., UBI, Covilhã

LisbonDesign Show, 2011.2012, 2013 with the participation of students and teachers of Design courses and Cinema of UBI and Branding and Fashion Design course, FIL, Lisboa.

Festival IN, zero edition, with the participation of all the Design courses.

Participation in the event Move UP - 2011, 2012, 2013 and 2014 - Shows the Fashion Design of UBI and Branding and Fashion Design master students the UBI/ADEU.

Participation in the event Modtíssimo, 2011, 2012, 2013 and 2014, with Master in Fashion Design (UBI), Porto

4. Pessoal Docente e Não Docente

4.1. Pessoal Docente

4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Maria Madalena Rocha Pereira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Maria Madalena Rocha Pereira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Rui Alberto Lopes Miguel**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Rui Alberto Lopes Miguel

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - José Mendes Lucas**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

José Mendes Lucas

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Manuel José dos Santos Silva**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Manuel José dos Santos Silva

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Catedrático ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Luisa Rita Brites Sanches Salvado**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Luisa Rita Brites Sanches Salvado

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - João Alberto Baptista Barata

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

João Alberto Baptista Barata

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Assistente convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Maria Theresa Figueiredo Beco de Lobo

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Maria Theresa Figueiredo Beco de Lobo

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Carlos Guilherme Vieira Alves Rosa

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Carlos Guilherme Vieira Alves Rosa

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - António Manuel Campos Mendes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
António Manuel Campos Mendes

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Assistente convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
80

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Valter Carlos Cardim

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Valter Carlos Cardim

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Professor Associado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Fernando Jorge Matias Sanches Oliveira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Fernando Jorge Matias Sanches Oliveira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Luiz Salomão Ribas Gomez**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Luiz Salomão Ribas Gomez

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Federal de Santa Catarina

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

40

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - José António Pereira Rousseau**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

José António Pereira Rousseau

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Assistente convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Octávio Manuel Rodrigues Alcântara**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Octávio Manuel Rodrigues Alcântara

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:*Assistente convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**4.1.2 Mapa IX - Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)****4.1.2. Mapa IX - Equipa docente do ciclo de estudos / Map IX - Study programme's teaching staff**

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Maria Madalena Rocha Pereira	Doutor	Engenharia Têxtil / Textile Engineering	100	Ficha submetida
Rui Alberto Lopes Miguel	Doutor	Engenharia Têxtil	100	Ficha submetida
José Mendes Lucas	Doutor	Engenharia Têxtil	100	Ficha submetida
Manuel José dos Santos Silva	Doutor	Engenharia Têxtil	100	Ficha submetida
Luisa Rita Brites Sanches Salvado	Doutor	Engenharia Têxtil	100	Ficha submetida
João Alberto Baptista Barata	Mestre	Design de Moda	50	Ficha submetida
Maria Theresa Figueiredo Beco de Lobo	Doutor	Design de Comunicação	100	Ficha submetida
Carlos Guilherme Vieira Alves Rosa	Doutor	Ciências Empresariais (Marketing)	100	Ficha submetida
António Manuel Campos Mendes	Mestre	Gestão de Empresas	80	Ficha submetida
Valter Carlos Cardim	Doutor	Ciências Sociais e Humanas	100	Ficha submetida
Fernando Jorge Matias Sanches Oliveira	Mestre	DESIGN E CULTURA VISUAL	100	Ficha submetida
Luiz Salomão Ribas Gomez	Doutor	Engenharia da Produção - Gestão do Design	40	Ficha submetida
José António Pereira Rousseau	Mestre	Gestão do Marketing	100	Ficha submetida
Octávio Manuel Rodrigues Alcântara	Mestre	Design e Cultura Visual	100	Ficha submetida
			1270	

<sem resposta>

4.1.3. Dados da equipa docente do ciclo de estudos (todas as percentagem são sobre o nº total de docentes ETI)**4.1.3.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos****4.1.3.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos / Full time teaching staff**

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / Full time teachers:	11	86,6

4.1.3.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado**4.1.3.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff**

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff with a PhD (FTE):	8.4	66,1

4.1.3.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado**4.1.3.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialized teaching staff**

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff

	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff with a PhD, specialized in the main areas of the study programme (FTE):	8.4	66,1
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists, without a PhD, of recognized professional experience and competence, in the main areas of the study programme (FTE):	2.8	22

4.1.3.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação**4.1.3.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação / Teaching staff stability and training dynamics**

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Full time teaching staff with a link to the institution for a period over three years:	10	78,7
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / Teaching staff registered in a doctoral programme for more than one year (FTE):	2.8	22

Perguntas 4.1.4. e 4.1.5**4.1.4. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente actualização**

Na UBI Os docentes são avaliados com base no Regulamento de Avaliação do Desempenho dos Docentes (RAD) (Despacho 10129/2014, de 06/08, Diário da República n.º 150, 2ª Série) que incide nas vertentes de: 1-Investigação; 2-Ensino; 3 - Transferência de Conhecimento e Tecnologia; 4 - Gestão universitária. O Despacho Reitoral 65/2014, de 09/10, definiu a atual composição do Conselho Coordenador da Avaliação do Pessoal Docente e o calendário de aplicação do RAD no período 2014/2016. O Regulamento de Concursos e Contratação da Carreira Académica (Despacho 8235/2011, de 30/05) definiu um conjunto de requisitos e parâmetros, em sintonia com o ECDU e o RAD, que permitem avaliar as qualificações e as competências dos docentes a recrutar. Para a permanente atualização dos docentes contribui, desde logo, a implementação de uma política de estímulo à investigação de qualidade, realizada pelo Instituto Coordenador da Investigação, com o objetivo de incentivar projetos com potencial de investigação e reconhecer o mérito dos investigadores mais destacados. Incluem-se, neste âmbito, as ações desenvolvidas pelas Unidades de I&D, ao nível da organização periódica de conferências e seminários com palestrantes de reconhecido mérito e o financiamento de deslocações a eventos científicos no estrangeiro. É igualmente importante, a participação dos docentes em programas de intercâmbio e o reforço da cooperação científica com instituições estrangeiras, tais como: missões de ensino de curta duração e mobilidade de pessoal docente para formação (programa Erasmus); mobilidade de investigação (Euraxess – Espaço Europeu de Investigação); bolsas Fulbright; ações integradas (CRUP); e licenças sabáticas de pós-doutoramento.

O regulamento de progressão na carreira docente do IADE-U é um dos instrumentos da política de recursos humanos instituída pela entidade instituidora. As condições de progressão correlacionam-se com a avaliação do desempenho e a aquisição de créditos de natureza académica que têm por base a actividade científica, académica, de investigação e os valores do IADE-U. A avaliação do desempenho subordina-se aos seguintes princípios:

- a) Orientação, visando a melhoria da qualidade do desempenho dos docentes;*
- b) Considera a especificidade de cada área disciplinar;*
- c) Considera os processos de avaliação conducentes à obtenção pelos docentes de graus e títulos académicos no período em apreciação*
- d) Considera os relatórios apreciação no cumprimento de obrigações do estatuto da carreira e a sua avaliação; A avaliação é periódica e anual. A homologação dos resultados da avaliação do desempenho é feita pela entidade instituidora. Assim, o regulamento de progressão de carreira combina a performance, qualificações, desempenho nas actividades de docência e investigação que permite aos docentes ascender profissionalmente. São definidos anualmente objectivos individuais que se avaliam no final de cada ano lectivo São considerados os resultados dos inquéritos aos alunos para ambas.*

4.1.4. Assessment of academic staff performance and measures for its permanent updating

In UBI Academic staff is evaluated based on the Regulation of Performance Evaluation of Teachers (RAD) (Order 10129/2014, of 06/08, Official Gazette no. 150, 2nd Series) which focuses on: 1 -Research; 2 -Teaching; 3 -Transfer of Knowledge and Technology; and 4 - University Management.

The Rector's Order 65/2014, of 09/10, defined the current composition of the Coordinating Council for the Evaluation of Teachers and the timetable for applying the RAD in the period 2014/2016. The Regulation of Academic Career Competitions and Employment (Order 8235/2011, of 30/05) defined a set of requirements and parameters, in line with the RAD and ECDU, for assessing the qualifications and competencies of teachers to be recruited.

Among the measures that contribute to the permanent updating of the teaching staff there is, first, the implementation of a policy in favour of the quality of research, conducted by the Research Coordinating Institute, with the aim of both encouraging projects with research potential and distinguishing the merit of the most

prominent researchers. In addition, there are the regular activities carried out by the R&D Units at the level of holding conferences and seminars with renowned speakers and of funding participation in scientific meetings abroad.

Equally important, the participation of teaching staff in programmes of mobility and the strengthening of scientific cooperation with foreign institutions, such as: teaching assignments of short duration and mobility of teaching staff for training (Erasmus programme); research mobility (Euraxess European Research Area); Fulbright scholarships, integrated actions (Council of Rectors of Portuguese Universities); and granting sabbaticals for postdoctoral studies.

The regulation of progression in the teaching career IADE-U is an instrument of human resources policy instituted by the founding body. Conditions of progression correlate with performance assessment and the acquisition of academic credits nature that are based on scientific activity, academic, research and values IADE-U. Performance evaluation is subordinated to the following principles:

- a) Guidance, aimed at improving the quality of performance of teachers;*
- b) Consider the specificity of each subject area;*
- c) Consider the evaluation processes leading to the attainment by teachers of academic degrees in the period under consideration;*
- d) Consider the reports assessing the fulfillment of the obligations of career status and its assessment; The assessment is periodic and annual. The approval of the results of the performance evaluation is done by the founding body.*

Thus, the career progression Regulation combines the performance, qualifications, performance in teaching and research activities allows teachers to ascend professionally. Individual objectives that are assessed at the end of each academic year are set annually. For both (UBI and IADE-U the results of survey students are considered.

4.1.5. Ligação facultativa para o Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente

http://www.iade.pt/UserFiles/file/Docs/Regulamentos_IADE-U/Estatutos/EST_002_Estatuto_da_carreira_docente_IADE-U.pdf<https://dre.pt/application/file/55135285>

4.2. Pessoal Não Docente

4.2.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afeto à lecionação do ciclo de estudos.

UBI

6 pessoas em regime de dedicação exclusiva - DCTT/FE/UBI

IADE-U

A estrutura de pessoal não docente é composta por um total de 40 pessoas em regime de colaboração integral com os ciclos de estudos em funcionamento no IADE. Nas próprias instalações da escola estão disponíveis os serviços de recepção (3), secretaria de estudantes (3), admissão de alunos (3), secretaria de docentes (2), acção social (1); biblioteca (2), help-desk (2), apoio logístico (1), manutenção (1), tecnologias (2), recursos humanos (2), contabilidade (1), agência escola (3), laboratórios (4), serviços jurídicos (1), auxiliares da acção educativa (7), qualidade (1) e programas e relações internacionais (1).

Todo o pessoal, encontra-se vinculado à instituição, excepto o técnico de manutenção.

4.2.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study programme.

UBI

6 persons at full time - DCTT/FE/UBI

IADE-U

The non-teaching personnel structure comprises a total of 40 people in a system of total collaboration with the courses of study operating at IPAM. At the actual school facilities there are Reception services (3), Academic Services (3), student admissions (3) lecturer support (2), social action (1); library (2), help-desk (2), logistical support (1) maintenance (1), technologies (2), human resources (2), accounting (1), school agency (3), laboratories (4), legal services (1), auxiliary educational services (7), quality (1) and international relations (1).

All personnel is employed by the institution, with the exception of the maintenance technician.

4.2.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à lecionação do ciclo de estudos.

UBI/DCTT/FE

1 assistente técnico com licenciatura

2 assistentes técnicos com 12º ano

1 assistente operacional com licenciatura

2 assistentes operacionais

IADE-U

Mestrado: 12,5%

Licenciatura: 15%

Ensino Secundário Complementar (10º,11º,12º anos de escolaridade ou equivalente): 27,5% 3º Ciclo do Ensino Básico (antigo 5º ano do Liceu, 9º ano unificado ou equivalente): 15% 2º Ciclo do Ensino Básico (antigo Ensino Preparatório): 15%

1º Ciclo do Ensino Básico (antigo Ensino Primário 4a classe): 15%

4.2.2. Qualification of the non academic staff supporting the study programme.

UBI/DCTT/FE

1 technical assistant with licenciature

2 technical assistants with 12º year

1 operacional assistant with licenciature

2 operational assistants

IADE-U

Masters degree: 12.5%

Degree: 15%

Complementary Secondary Education (Grade 10, 12 and 12 of schooling or equivalent): 22,5% Lower Higher Education (old 5th year of High School, 9th unified year or equivalent) 15% Middle Schooling (old Preparatory Schooling) 15% Primary Education (Old 4th Grade Primary Schooling) 15%

4.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal não docente.

UBI - O pessoal não docente é avaliado de acordo com o Sistema Integrado de Avaliação do Desempenho da Administração Pública (SIADAP). O processo de avaliação compreende: definição de objetivos e competências (entre funcionário e superior hierárquico); monitorização dos objetivos e competências (equipa de trabalho); autoavaliação; avaliação (superior hierárquico); a harmonização das avaliações (CCA); homologação das classificações (Reitor).

IADE-U

Desde 2012 implementou-se o Projecto Gestão do Talento que promove práticas para gestão de desempenho (recrutamento, integração, desenvolvimento e avaliação). O desenho deste sistema esteve a cargo da Jason Associates, consultora estratégica de recursos humanos.

4.2.3. Procedures for assessing the non academic staff performance.

UBI - Non academic staff is evaluated in accordance with the Integrated Performance Assessment of Public Administration (SIADAP). The evaluation process includes: definition of objectives and competencies (between staff member and supervisor); monitoring of goals and skills (monitoring team); self evaluation (staff member); evaluation (supervisor), harmonization of the evaluations (CCA); approval of classifications (Rector).

IADE-U

The Talent Management Project was launched in 2012. It is envisaged that by practices will have been implemented to manage performance (recruitment, integration, development and assessment). Jason Associates, a human resources strategic consultant, is responsible for designing this system.

4.2.4. Cursos de formação avançada ou contínua para melhorar as qualificações do pessoal não docente.

UBI- Através do Centro de Formação e Interação entre a UBI e Tecido Empresarial são disponibilizados cursos de formação avançada e contínua para docentes, estudantes e não docentes; em regime presencial e horário laboral, pós-laboral e misto; promovidos pela UBI, por instituições externas ou em parceria; e financiados pelo Programa Operacional do Potencial Humano ou suportados pela UBI. Em 2013 realizaram-se 88 cursos de formação, num total de 2854,5 horas, sendo que 19 dos cursos foram frequentados por 202 colaboradores da UBI

IADE-U - Formação Profissional Contínua; Área da Formação: Desenvolvimento Pessoal e Profissional & Técnicas de Atendimento - Nível III (2 cursos)

Comunicação Interna e Novas Tecnologias - Nível III

Comunicação Institucional - Nível III

Liderança e Motivação - Nível V

Formação em Inglês para docentes e não-docentes promovida em parceria com a Wall Street Institute.

4.2.4. Advanced or continuing training courses to improve the qualifications of the non academic staff.

UBI-The Centre for Training and Interaction between UBI and Companies provides advanced and continuous training for teachers, students and nonacademic staff; imparted face-to-face during working hours, afterwork or both; promoted by UBI, by outside agencies or in partnership; and funded by the Operational Programme Human Potential or supported by UBI.

In 2013, there were 88 training courses, amounting to 2854.5 hours, of which 19 courses were attended by 202 UBI staff members.

IADE-U

Continuing Vocational Training: Area of Training Staff Development and Professional Servicing Techniques - Level III (2 Courses)

Internal Communication and New Technologies - Level III

Institutional Communication - Level III

Leadership and Motivation - Level V

Training in English for teaching and non-teaching promoted in partnership with the Wall Street Institute.

5. Estudantes e Ambientes de Ensino/Aprendizagem

5.1. Caracterização dos estudantes

5.1.1. Caracterização dos estudantes inscritos no ciclo de estudos, incluindo o seu género e idade

5.1.1.1. Por Género

5.1.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	10
Feminino / Female	90

5.1.1.2. Por Idade**5.1.1.2. Caracterização por idade / Characterisation by age**

Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	0
20-23 anos / 20-23 years	35
24-27 anos / 24-27 years	50
28 e mais anos / 28 years and more	15

5.1.2. Número de estudantes por ano curricular (ano letivo em curso)**5.1.2. Número de estudantes por ano curricular (ano letivo em curso) / Number of students per curricular year (current academic year)**

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
1º ano curricular	16
2º ano curricular	4
	20

5.1.3. Procura do ciclo de estudos por parte dos potenciais estudantes nos últimos 3 anos.**5.1.3. Procura do ciclo de estudos / Study programme's demand**

	2012/13	2013/14	2014/15
N.º de vagas / No. of vacancies	25	25	25
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	15	9	18
N.º colocados / No. enrolled students	8	6	18
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	8	6	15
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	85	85	85
Nota média de entrada / Average entrance mark	115	121.7	143

5.1.4. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes (designadamente para discriminação de informação por ramos)**5.1.4. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes (designadamente para discriminação de informação por ramos)***Não se aplica***5.1.4. Additional information about the students' characterisation (information about the student's distribution by the branches)***Not applicable***5.2. Ambientes de Ensino/Aprendizagem****5.2.1. Estruturas e medidas de apoio pedagógico e de aconselhamento sobre o percurso académico dos estudantes.***A transição para o modelo de Bolonha veio centrar o processo de aprendizagem no aluno.**De modo a potenciar a autoaprendizagem, a UBI dispõe de um Gabinete de Qualidade (GQ), que propõe um conjunto de práticas pedagógicas que visam estimular a aprendizagem autónoma e fomentar o espírito crítico do aluno. O IADE-U realiza esta actividade através do Gab. de apoio Tutorial ao Estudante.**Também o Conselho Pedagógico em ambas as instituições tem um papel importante na análise da avaliação da satisfação dos alunos; no apoio ao Diretor de Curso- UBI / e Co-Director -IADE-U; na resolução de problemas*

pedagógicos em geral; e na análise individualizada de problemas pedagógicos que possam envolver um determinado aluno.

Neste ciclo de estudos o mecanismo mais usado para apoiar e aconselhar os alunos em ambas as instituições, é as tutorias disponibilizadas pelos docentes, às quais os alunos recorrem para resolver problemas da unidade curricular em questão.

5.2.1. Structures and measures of pedagogic support and counseling on the students' academic path.

In order to support and advise students pedagogically in UBI there are various organs and mechanisms, such as Quality office, that works to promote the improvement of the curriculum to provide students the competences adequate to each cycle, as well as in the student centered learning and in the adoption of methodologies that could involve students into active learning situations. In IADE-U The Tutorial Support Office offers counselling to students.

In turn, the Pedagogical Committee has an important role in the analysis of the assessment of student satisfaction for both, in supporting the Director; in the solving of general pedagogical problems; and in the individualised analysis of pedagogical problems that may involve some student.

However, the mechanism closer and more effective in supporting and counseling the student for both (UBI/IADE-U) are the tutorials provided by teachers that students can use to solve concrete problems of the course unit.

5.2.2. Medidas para promover a integração dos estudantes na comunidade académica.

UBI - A integração dos estudantes na comunidade académica é feita por várias vias e com o apoio dos seguintes intervenientes: Associação de Estudantes da UBI, e Provedor do Estudante. A primeira iniciativa para a integração ocorre logo com a sessão de boas vindas aos novos estudantes, onde se pretende dar a conhecer as instalações físicas da Faculdade e os recursos/apoios técnicos e humanos que os alunos terão à sua disposição.

IADE-U - No início de cada ano letivo são levados a efeito sessões para apresentação dos diferentes serviços e valências à disposição dos estudantes com um programa calendarizado. É também facultado a cada estudante um folheto com informações relevantes em forma de "boas-vindas". É ainda produzido todos os anos um Guia de Atividades Académicas e disponibilizada todas as semanas uma newsletter com informação relevante e do interesse de toda a comunidade.

O Gabinete de Apoio Tutorial ao Estudante assegura ainda o aconselhamento personalizado dos estudante

5.2.2. Measures to promote the students' integration into the academic community.

UBI - The integration of students into the academic community is done by different routes and with the support of the following speakers: Alumni Association of UBI and student's Provider. The first initiative for integration occurs with the welcome session for new students, which aims to bring to light the physical facilities, faculty and resources/technical and human support that students will have at its disposal.

IADE-U - At the start of every academic year, sessions are held to present the services and other facilities available to students, according to a scheduled programme. Each student also receives a welcome leaflet with relevant information. A Guidebook is produced every year and a newsletter is published every week containing relevant information for the entire community. The Tutorial Support Office also provides personal counselling to students: integration and information about IADE- U.

5.2.3. Estruturas e medidas de aconselhamento sobre as possibilidades de financiamento e emprego.

Ambas as instituições possuem instituições financeiras parceiras que dispõem de linhas de financiamento para universitários.

A UBI possui estruturas e facilita apoios que podem ajudar os estudantes a financiar os seus estudos. Os serviços de ação social dispõem de residências com uma taxa de cobertura mais elevada a nível nacional e providenciam refeições em várias cantinas e snacks a preços relativamente reduzidos e ainda serviços de saúde. Os serviços de acção

social concedem também apoio direto através de bolsas de estudo. O gabinete de saídas profissionais presta um aconselhamento geral sobre programas e medidas de inserção dos licenciados na vida ativa além de concentrarem a oferta de estágios e empregos aos estudantes da UBI.

O IADE conta igualmente com um Gab. Ação Social que encaminha, esclarece, ajuda no processo de obtenção de bolsa atribuída pelos Serviços Ação Social. A Agência Escola que tem por missão apoiar todos os estudantes e diplomados na gestão da sua carreira.

5.2.3. Structures and measures for providing advice on financing and employment possibilities.

The UBI and IADE-U have a partner financial institutions have lines of funding for university students.

The UBI has structures and facilitates support that can help students finance their studies. The social services have residences with a coverage rate higher nationally and provide meals in several canteens and snacks at prices relatively low and even health services. The social services also provide direct support through scholarships. The Career Options office provides a general advice on programs and measures insertion of graduates in the active life in addition to concentrating

the offer of jobs and employment for students from UBI.

IADE also has a Social Support Office which guides and clarifies students, and helps them apply for a scholarship given by the Social Action Services.

The mission of IADE School Agency is to support every student and graduate in managing their career.

5.2.4. Utilização dos resultados de inquéritos de satisfação dos estudantes na melhoria do processo ensino/aprendizagem.

Os resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes são usados em ambas as instituições com vista a contribuir para a melhoria do ensino. O Diretor de Curso e o Co-coordenador (UBI+IADE-U) faz uma análise prévia e quando deteta problemas procura averiguar os seus fundamentos junto dos docentes e dos alunos (com especial foco no representante do ano). Posteriormente faz recomendações (ex. mudança de atitude, alteração da metodologia de ensino e avaliação, aconselha os docentes a frequentarem ações de formação, ajustamentos no programa, formação de turnos, etc.), ou se for um assunto mais complexo, discute-o com a Comissão de Curso.

5.2.4. Use of the students' satisfaction inquiries on the improvement of the teaching/learning process.

The results of students' satisfaction surveys are used with a view to contributing to the improvement of the learning process in UBI and IADE-U. The Course Director and Co-Director (UBI+IADE-U) makes a preliminary examination of the problems and seeks to ascertain the reasons asking to teachers and students (with special focus in the one that is the year representative). Subsequently, she makes recommendations (e.g. change of attitude, to opt by other teaching methodology and evaluation, adjustments in program, creation of shifts, etc.), or if it is a more complex issue, discuss it with the Course Commission.

5.2.5. Estruturas e medidas para promover a mobilidade, incluindo o reconhecimento mútuo de créditos.

O IADE-U e a UBI dispõe de um Gab. Programas e Relações Internacionais ao qual compete gerir e coordenar a participação de estudantes, docentes, investigadores e não docentes em programas de mobilidade. Apoiar a realização de missões ao estrangeiro, candidaturas a programas internacionais de educação e formação, apoiar a estadia em Portugal de estudantes, docentes e investigadores estrangeiros. Estes Gabinetes articulam a relação do estudante em regime de mobilidade com o responsável do curso e responsável de mobilidade do curso.

A mobilidade de estudos implica troca de informação sobre o percurso do estudante e o plano de estudos pretendido, através de formulários oficiais e padronizados, sendo o reconhecimento mútuo de créditos condição prévia para a sua realização.

Programas:

Aprendizagem ao Longo da Vida/Erasmus

Almeida Garrett

Vulcanus

Mobilidade Institucional

Estágios IAESTE

Fulbright

Bolsas LusoBrasileiras

Santander Universidades (SU)

Bolsas Iberoamericanas de licenciatura SU

5.2.5. Structures and measures for promoting mobility, including the mutual recognition of credits.

IADE-U and UBI has an International Office that manages and coordinates the participation of students, teachers, researchers, and non-teaching staff in mobility programmes. It supports assignments abroad, applications to international education and training programmes, supports the stay in Portugal of foreign teachers, students, and researchers. These offices articulate student mobility scheme in relation to the course coordinator and mobility coordinator.

The mobility of studies involves exchange of students' transcript of records and envisaged learning agreements, using official and standardized forms, with the mutual recognition of credits being a precondition for it to take place.

Programmes:

Lifelong Learning/Erasmus

Almeida Garrett

Vulcanus

Institutional Mobility

IAESTE Traineeships

Fulbright

Portuguese-BrazilianSantander University Scholarships

IberianAmerican Santander University Undergraduate Scholarships

6. Processos

6.1. Objectivos de ensino, estrutura curricular e plano de estudos

6.1.1. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, operacionalização dos objectivos e medição do seu grau de cumprimento.

Apresentar autonomia que lhe possibilite conceber, projectar e realizar individualmente trabalhos independentes de pesquisa no domínio do Branding e Design de Moda.

Desenvolver a capacidade de exposição e/ou comunicação pela realização de trabalhos escritos e apresentações orais de mini- projectos desenvolvidos;

Promover a utilização generalizada de programas informáticos como ferramentas indispensáveis ao desenvolvimento

de projetos, particularmente na definição de propostas, simulação do real e organização da metodologia projetual.

Ter capacidade de explorar os conhecimentos sobre a forma de pensar do ser humano para construir estratégias para gestão emocional das marcas de moda.

Saber interpretar as tendências do mercado e do comportamento do consumidor, de modo a poder estabelecer co-relação entre os processos racionais e emocionais, para melhorar a qualidade das actividades de designer ou gestor de marca.

Ser capaz de utilizar as metodologias de projecto de branding e design de moda, estruturando as estratégias das etapas do processo criativo de gestão da marca, de design de moda e desenvolvimento de produto.

Ter capacidade de gerir um projecto integrado de marketing, design e publicidade, com foco no consumidor, a partir do ADN da marca, seja ela nova ou em re-branding, numa perspectiva exploratória, inovadora e de criatividade.

Ter capacidade para a avaliação de uma marca, podendo sugerir, dentro da ética profissional, novos posicionamento, acções publicitárias, design e mix de produtos, entre outras

Ter capacidade para organizar coleções de moda de acordo com o conceito e ADN da marca a que se destinam.

A monitorização da concretização de objetivos tem sido efetuada através de:

- *Análise do Índice de empregabilidade;*
- *Análise da evolução do número de candidaturas;*
- *Auscultação do Corpo Docente (em reuniões) e do Corpo Discente (através de questionários e entrevistas informais);*
- *Análise do sucesso académico e das desistências;*
- *Auscultação dos ex-alunos do curso e das entidades empregadoras.*

6.1.1. Learning outcomes to be developed by the students, their translation into the study programme, and measurement of its degree of fulfillment.

Present autonomy that makes it possible to conceive, design and carry out independent research work individually in the field of Branding and Fashion Design;

Develop the ability to present and/or communicate by the completion of works written and oral presentations of mini projects developed;

Promote the widespread use of software tools as key development projects, particularly in the definition of proposals, the actual simulation and organization of design methodology

Ability to organize fashion collections according with the concept and brand DNA which they are intended.

At the end of the program the student should:

Be able to exploit the knowledge about how to think of human beings for building strategies for the emotional management of fashion brands.

Interpret market trends and consumer behaviour, in order to establish co-relation between rational and emotional processes, to improve the quality of the activities of the designer or the brand manager.

Be able to use the methodologies of branding and fashion design project, structuring the strategies of the creative process stages of brand management, fashion design and product development.

Be able to manage a integrated project of marketing, design and advertising, customer focused, from the brand 'DNA', whether new or re-branding, in an exploratory, innovative and creative perspective.

Be able for the brand evaluation, suggesting, in professional ethics, new positioning, advertising campaigns, design and product mix, among others.

Monitoring the achievement of goals has been accomplished through:

- *Index Analysis of employability;*
- *Analysis of the evolution of the number of applications;*
- *Auscultation of the and teaching staff and student body (via questionnaires and informal interviews);*
- *Analysis of the academic success and dropout.*
- *Auscultation of the old student body of fashion design and employers.*

6.1.2. Periodicidade da revisão curricular e forma de assegurar a actualização científica e de métodos de trabalho.

A Comissão de Curso, no final de cada semestre lectivo, analisa a unidade curricular em funcionamento no 2º Ciclo em Branding e Design de Moda, sendo objecto de análise o método de ensino aprendizagem, visando assegurar a actualização científica. O Diretor de Curso, juntamente com a Comissão de Curso asseguram anualmente a actualização científica e de métodos de trabalho, da sua adequação aos objetivos e competências do curso e da sua estrutura curricular.

6.1.2. Frequency of curricular review and measures to ensure both scientific and work methodologies updating.

The scientific committee of course, at the end of each semester, analyzes the curricular unit in operation in the 2nd. Cycle in Branding and Fashion Design. Being the subject of analysis the teaching learning methods to ensure scientific update.

The Course Director together with the scientific committee are responsible for the annual updating of scientific contents and work methods and their adequacy to the objectives and competences of the study cycle and curricular structure .

6.2. Organização das Unidades Curriculares

6.2.1. Ficha das unidades curriculares**Mapa X - Branding de Moda****6.2.1.1. Unidade curricular:**

Branding de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Luiz Salomão Ribas Gomez - T (30h) ; TP (45h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Os estudantes devem com os conteúdos reconhecer os conceitos de Branding, Moda e a integração de ambos os conceitos em um prática efetiva da indústria como um todo: Branding de Moda. Saber avaliar uma empresa e diagnosticar seus pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças para construir um diagnóstico do conceito empresarial de marca de moda. Construir interlocução entre stakeholders, opinion makers e consumidores das empresas com objetivo de interpretar melhor as expectativas e as competências da marcas para incluí-las no seu ADN (visão interna), Propósito (visão transitória) e Posicionamento (visão externa). Integrar as teorias, técnicas, ferramentas e métodos de Marketing, Propaganda e Design na construção e gestão de marcas.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The students should recognize the contents with the concepts of Branding, Fashion and the integration of both concepts in an effective industry practice as entirety: Fashion Branding. Know how to value a company and diagnose their strengths and weaknesses, opportunities and threats to build a diagnosis of the business concept of the fashion brand. Building dialogue between stakeholders, opinion makers and consumers of the companies in order to better interpret the expectations and responsibilities of brands to include them in their DNA (insight), Purpose (transient vision) and Positioning (external view). Integrate the theories, techniques, tools and methods for Marketing, Advertising and Design in construction and managing brands

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Branding: Gestão, Comunicação e Forma; Definição de moda no contexto de branding; Definição de branding no contexto da moda; História das marcas; Marca emocional de moda; A sociedade do hiperconsumo; Diagnóstico Empresarial – Análise SWOT; “ADN de marca”: construção, apresentação e aplicações; Propósito de marca: validação do ADN pelos consumidores; Posicionamento de marca: Arquétipos, Público Alvo (personas); Análise da concorrência; Ferramentas para construção de nome de marca (naming); Brand Book: funções, objetivos e apresentação.

6.2.1.5. Syllabus:

Branding: Management, Communication and Form; Definition of fashion in the branding context; Definition of branding in the fashion context; History of brands; Emotional fashion brand; The society of hyperconsumption; Business Diagnosis - SWOT Analysis; "DNA mark": construction, presentation and applications; Brand purpose: DNA validation by consumers; Brand Positioning: Archetypes, Target Audience (personas); Competitive analysis; Tools for building the brand name (naming); Brand Book: functions, objectives and presentation.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Todos os conteúdos programáticos estão diretamente conectados aos objetivos da disciplina. Essa correlação fica clara com a observação de que todas as teorias que serão abordadas (e apresentadas no referencial bibliográfico da disciplina) visam a construção da relação entre comunicação, forma e gestão, com o objetivo de preparar os mestrandos para a aplicação de estratégias de branding em marcas de “moda” na prática. Os conteúdos devem levar os acadêmicos a pensar em como entender (ADN), construir (propósito) e apresentar (posicionamento) as marcas ao mercado. Para tanto, eles devem buscar, através da aplicação prática e científica, como preconizam os objetivos de aprendizagem, formar e formatar a aplicação cocriativa dos conhecimentos adquiridos.

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

All program contents are directly connected to the subject objectives. This correlation becomes clear with the observation that all theories will be addressed (and presented in the bibliographic reference of discipline) aimed the construction of the relationship between communication, shape and management, with the aim of preparing the postgraduate students for the implementation of branding strategies in brand "fashion" in practice. The contents should lead scholars to think about how to understand (DNA), build (purpose) and present (positioning) brands to the market. Therefore, they should seek, through the practical application and scientific, as recommended the objectives of learning, to train and formatting the co-creation application of acquired knowledge.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A proposta metodológica de ensino tem como base a construção coletiva do conhecimento. Utilizando de bibliografia adequada, aulas colaborativas e uso de tecnologias educacionais contemporâneas busca-se, a partir de teorias de cocriação do conhecimento, estabelecer entre os académicos a participação efetiva nas aulas e atividades acadêmicas que sempre são compartilhadas em apresentações e debates onde o referencial, a teoria apresentada, a investigação realizada e uso de ferramentas tecnológicas de apresentação, onde o design (forma e conteúdo) deve ser bem utilizado e criticado por docente e pelos académicos.

Para a avaliação serão levados em conta os seguintes itens:

- Participação (frequência, apresentações e debates) 20% - Individual*
- Resultados académicos (construção de brand book da marca a ser trabalhada no segundo semestre) 40% - Equipe (3 a 4 integrantes)*
- Resultados científicos (produção de texto científico – short paper – dentro do tema Branding de Moda) 40% - Individual*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodological teaching proposal is based on the collective construction of knowledge. Using properly the bibliography, collaborative classes and use of contemporary educational technologies is sought from co-creation theories of knowledge, establish among academics the effective participation in academic classes and activities that are always shared in presentations and debates where the reference, the presented theory, research conducted and use of technological tools shows where design (form and content) should be well used and criticized by teachers and by academics.

For the evaluation will take into account the following items:

- Participation (frequency, presentations and debates) 20% - Single*
- Academic results (building brand book of the brand to be worked in the second semester) 40% - Team (3-4 members)*
- Scientific results (scientific text production - short paper - within the Branding Fashion theme) 40% - Single*

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Durante o processo de construção do conhecimento prioriza-se a atividade prática aliada aos conteúdos colocados nas aulas e nas investigações sugeridas para a disciplina. Os objetivos da disciplina necessitam de um processo cocriativo/colaborativo para que o conhecimento possa ser levado com a devida importância na prática cotidiana dos mestrandos, seja em atividades de investigação ou ações profissionais que vão exercer durante ou após a conclusão da formação.

O processo de construção coletiva do conhecimento é inerente aos objetivos da formação em branding e design de moda, onde o estudante precisa entender que a investigação, a prática e cocriação devem estar presente efetivamente durante suas futuras ações profissionais de construção de marcas de moda.

Incentivar a participação, exigir a prática da investigação científica e fortalecer as metodologias de trabalho em equipe estão totalmente inseridas nos processos de construção de marcas. Branding de moda é uma tarefa que exige um trabalho sério de investigação constante de uso, aplicação e gestão que deve sempre ser validado e criticado de forma colaborativa pelos envolvidos no processo. Como na disciplina a avaliação prática será feita com projeto alicerçado na necessidade da criação de uma marca do grupo de alunos para aplicação durante etapas posteriores do curso os envolvidos no processo (stakeholders e opinion makers) serão sempre os próprios alunos e professores do curso. Para concluir é muito importante demonstrar aos mestrandos que branding de moda é uma atividade científica e que depende de investigação séria para que os resultados sejam de relevância para as empresas. Neste sentido a construção de artigo científico na avaliação individual deve fortalecer a percepção, entre os alunos, da importância da investigação na formação de mestres em branding e design de moda.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

During the process of knowledge construction gives priority to practical activity combined with the contents placed in classes and in investigations suggested for the discipline. The discipline of objectives require a co-creation / collaborative process so that the knowledge can be taken with due importance in the daily practice of the masters, whether in research activities or professional actions that will carry out during or after completion of the training. The process of collective construction of knowledge is inherent to the objectives of training in branding and fashion design, where the student needs to understand that the research, the practice and co-creation should be present effectively during their future professional actions of building fashion brands.

Encourage the participation, requires the performance of scientific research and strengthen working methodologies staff are fully inserted in the building process of brands. Fashion Branding is a task that requires a serious work of constant research usage, application and management should always be validated and criticized collaboratively by those involved in the process.

As in the discipline practice assessment will be made with the project founded on the creation of a brand of the group of students for use during later stages of the course involved in the process anchored with the project on the creation of a brand of group of students for use during later stages of the course involved in the process (stakeholders and opinion

makers) will always be the students themselves and teachers of the course.

In conclusion it is very important to demonstrate that the master students of fashion branding is a scientific activity and it depends on serious research so that the results are of relevance for companies. In this sense the construction of a scientific paper on an individual assessment should strengthen the perception among students, the importance of research in the training of masters in branding and fashion design.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

AAKER, David A. Relevância da Marca: como deixar seus concorrentes para trás. Porto Alegre: Bookman, 2011.
BAUDRILLARD, Jean. Para uma Crítica da Economia Política do Signo. Lisboa: Edições 70, 1995
BRODIE, Richard. Virus da mente: a nova e revolucionária ciência dos memes e como ela pode ajudá-lo. São Paulo: Cultrix, 2010.
CARVALHAL, André. A moda imita a vida: Como construir uma marca de moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014
CHEVALIER, Michel; MAZZALOVO, Gérald. Luxury Brand Management: A World of Privilege. Hoboken: Wiley, 2008.
DAWKINS, Richard. O Gene Egoísta. 3ª ed. Lisboa: Gradiva Publicações, 2003.
GOVINDARAJAN, Vijay & TRIMBLE, Chris. Organizational DNA for Strategic Innovation. California Management Review, VOL. 47, NO. 3 Spring, 2005.
LIPOVETSKY, Gilles. A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Lisboa: Edições 70, 2007
UNDERHILL, Paco. Vamos As Compras!: a ciência do consumo nos mercados globais. – Rio de Janeiro: Campus, 2009.

Mapa X - Cultura de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Cultura de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Maria Theresa Figueiredo Beco Lobo - T (30h); TP (30h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

A UC tem como objetivo principal:

Entender a complexidade da moda.

Ter uma visão histórica da moda.

Compreender o relacionamento entre as artes e a Moda: comunicação, produção e identidade.

Identificar os conceitos e os fenómenos que envolvem a moda.

Entender a dimensão da linguagem e da comunicação de moda no mundo do imaginário

Os estudantes devem ter a capacidade para entender a complexidade do fenómeno moda como meio de comunicação e de linguagem na sociedade contemporânea; compreender o relacionamento entre as artes e a inserção da Moda nos processos de comunicação artística, produção e identidade cultural; e entender a dimensão da linguagem e da comunicação que se operam através da moda e sua relação com o outro e com o mundo do imaginário da cultura contemporânea.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The UC has as main objective:

Understanding the complexity of fashion.

Having a historical view of fashion.

Understanding the relationship between the arts and the fashion: communication, production and identity.

Identify the concepts and phenomena involving fashion.

Understand the dimension of language and fashion communication in the world of imagination.

The students should have the ability to understand the complexity of the fashion phenomenon as a means of communication and language in contemporary society; understand the relationship between the arts and the insertion of Fashion in artistic communication processes, production and cultural identity; and understand the dimension of language and communication that operate through fashion and their relationship with the other and with the world of imagination of contemporary culture.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. A moda, a sua evolução histórica e as suas grandes fases de mudança: 1.1 A origem do sistema da moda 1.2 A trajetória histórica da moda, internacional e nacional e os seus códigos de comunicação. 2. Expressão cultural e moda. Funções da moda e a sua influência nas mudanças sociais. 2.1 Mudanças Tecnológicas e Moda; 2.2 A multiplicidade como forma para compreender o funcionamento da moda no âmbito das sociedades de consumo. 2.3 O valor simbólico do vestuário. 2.4 A moda e o individualismo no limiar do século XXI 2.5 “Acelerações contemporâneas”: reflexos no funcionamento da moda 3. A Moda no contexto de uma sociedade em mudança – o sec. XX: 4. Modernidade e vanguarda artística: 4.1. A racionalidade artística e a art deco 4.2. A Moda e as artes na Europa e nos Estados Unidos da América 4.3. A Moda como fenómeno social na segunda metade do sec. XX 4.4. Cultura pop e Moda; Happening e Moda 5. A relação entre as artes – pintura, fotografia, cinema, moda.

6.2.1.5. Syllabus:

1. Fashion, its historical evolution and its major phases of change 1.1 The origin of the fashion system 1.2 The historical trajectory of fashion (F), international and national, and their communication codes 2. Cultural expression and fashion. Fashion functions and their influence on social change 2.1 Technology and Fashion changes 2.2 The multiplicity as a way to understand the workings of fashion in the context of consumer societies 2.3 The symbolic value of clothing 2.4 The FA and individualism in the XXI Century threshold 2.5 "contemporary accelerations": reflections on the functioning 3. FA in the context of a changing society, sec. XX 4. Modernity and artistic avant-garde 4.1. The artistic rationality and the art deco 4.2. The FA and the arts in Europe and the United States of America 4.3. The Fashion as a social phenomenon in the second half of sec. XX 4.4 Fashion and pop culture; Happening and Fashion 5. The relationship between the arts - painting, photography, film, fashion.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Através da relação entre os objetivos de aprendizagem e os conteúdos programáticos, mostra-se, para cada objetivo, a coerência com os módulos dos conteúdos programáticos.

Objetivo: Ter uma visão da moda, a sua evolução histórica e as suas grandes fases de mudança: Módulo 1

Objetivo: Entender a Expressão cultural e a moda. Funções da moda e a sua influência nas mudanças sociais: Módulo 2

Objetivo: Compreender A Moda no contexto de uma sociedade em mudança – o sec. XX: Módulo 3

Objetivo: Ter a capacidade de entender a Modernidade e vanguarda artística: Módulo 4

Objetivo: Ser capaz de entender A relação entre as artes – pintura, fotografia, cinema, moda: Módulo 5

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

Through the relationship between the learning objectives and the programmatic contents, it is shown, for each objective, the coherence with the modules of the syllabus.

Objective: Having a vision of fashion, its historical evolution and its major phases of change: Module 1

Objective: Understand the cultural expression and fashion. Fashion functions and their influence on social change: Module 2

Objective: To understand the Fashion in the context of a changing society - sec. XX: Module 3

Objective: Having the ability to understand the Modernity and artistic avant-garde: Module 4

Objective: To be able to understand the relationship between the arts - painting, photography, film, fashion: Module 5

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia pedagógica de ensino e aprendizagem está centrada no estudante, embora prevendo exposição por parte do professor de algumas partes da matéria, nas horas de contacto teóricas.

Nas horas teórico-práticas e de trabalho individual, os estudantes irão desenvolver o seu próprio trabalho a partir de questões previamente formuladas. Os trabalhos desenvolvidos serão expostos, por cada um dos estudantes ou por um representante do grupo de estudantes encarregado do desenvolvimento de um determinado tema, perante toda a turma que deverá ter uma atitude proactiva.

A avaliação de conhecimentos compreende a elaboração de um trabalho, englobando os conteúdos ministrados na UC, incluindo questões sobre a matéria ministrada. A assiduidade contribui para a avaliação pela via positiva na classificação final. O critério de frequência contempla a classificação mínima de 6 valores e, o de aprovação, 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The pedagogical methodology of teaching and learning is student-centered, while providing exposure by the teacher of some parts of matter, in the theoretical contact hours.

In the theoretical-practical and individual work hours, students will develop their own work from previously formulated questions. The developed works will be presented by each student or by a representative of students group in charge of developing a particular topic to the whole class that should have a proactive attitude.

The knowledge evaluation includes the preparation of a work, encompassing the content taught at UC, including questions on the subject taught. The attendance contributes to the assessment by the positive way in the final classification. The frequency criteria consider the minimum the grade of 6 values and the approval the grade of 10.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A unidade curricular de Cultura de Moda, inserida no Mestrado em Branding e Design de Moda, visa conferir aos mestrandos competências para o planeamento de um projeto de investigação, de modo a que, posteriormente, possam desenvolver investigação com alguma autonomia.

Os alunos vão desenvolver enunciados no domínio da cultura de moda que os colocarão em situações muito diversas. Cada aluno será acompanhado no sentido de se questionar sobre as direções que está a tomar, com o intuito de chegar ao cerne da sua individualidade de expressão. Cada fase do enunciado será apresentada oralmente e apoiada por um suporte visual completo, durante o período da aula e perante toda a turma, que no final avaliará de uma forma crítica e objectiva o respectivo trabalho. Cada etapa apresentada deverá estar de acordo com o solicitado no enunciado, completo e entregue dentro das datas estipuladas.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The curricular unit of Fashion Culture, inserted into the Master Program in Branding and Fashion Design, seeks to empower master students in planning a research project, so that later, they can conduct research with some

independence.

Students will develop statements in the field of fashion culture that put them in very different situations. Each student will be accompanied in the sense of wonder about the direction you are taking, in order to get to the heart of its individuality of expression. Each stage of the statement will be presented orally and backed by a complete visual support during the class period and before all the class, which in the end will evaluate in a critical and objective way their respective work. Each step must be submitted in accordance with the request in the statement, completed and delivered within the stipulated dates.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

BAUDOT, Francois. (2006) Fashion: The Twentieth Century. New York: Universe; Revised edition.
ENGLISH, Bonnie. (2008) A Cultural History of Fashion in the Twentieth Century: From the Catwalk to the Sidewalk. Oxford: N. D. Meikle.
GECZY, Adam, and KARAMINAS, Vicki, (2012) Fashion and Art, New York: Bloomsbury Academic.
KAISER, Susan B., (2013) Fashion and Cultural Studies, Berg Pub Ltd.
KNOX, Kristin, (2012) Culture to Catwalk: How World Cultures Influence Fashion, A&C Black.
LEVENTON, Melissa. (2005) Artwear: Fashion and Anti-Fashion. London: Thames & Hudson.
MACKRELL, Alice. (2005) Art and Fashion: The Impact of Art on Fashion and Fashion on Art. London: Batsford.
ULLMANN, H.F. (2006) Decades of Fashion. London: Konemann UK Ltd.

Mapa X - Fashion Business

6.2.1.1. Unidade curricular:

Fashion Business

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Carlos Guilherme Vieira Alves Rosa - T (30h) ; TP (30h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Esta unidade curricular tem como objectivo principal transferir para os alunos conhecimentos sobre os diversos conceitos e oportunidades de negócios de “moda”, a selecção e avaliação preliminar de uma “ideia de negócio” e a sua preparação para lançamento segundo uma estratégia “go-to-the-market”. O objectivo final é que os alunos aprendam a desenvolverem as competências profissionais, criativas e empreendedoras por forma a implementarem uma ideia (marca, produto ou serviço) de negócio no mercado.

Objetivos de aprendizagem:

- 1. Benchmarking: saber seleccionar e gerar criativamente uma “ideia de negócio” de moda.*
- 2. Definir um conceito e avaliar (pré-testar) a “ideia de negócio” junto do mercado-alvo.*
- 3. Analisar as oportunidades, os condicionantes e os fatores críticos de sucesso do negócio.*
- 4. Conceber e planear a execução de um plano de negócios (business model canvas).*
- 5. Apresentar o negócio a potenciais investidores, em formato “elevator pitch”.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This course aims to transfer to students knowledge on the various concepts and business opportunities of "fashion", the selection and preliminary evaluation of a "business idea" and their preparation for release according to a strategy of "go-to-the-market". The ultimate goal is that students learn to develop professional, creative and entrepreneurial skills in order to implement a business idea (of a brand, product or service) in the market.

Learning objectives:

- 1. Benchmarking, learn to select and creatively generate a "business idea" for the fashion business.*
- 2. To define a concept and evaluate (pre-test) a "business idea" within the target market.*
- 3. To analyse opportunities, constraints and critical factors of business success.*
- 4. To design and plan the implementation of a business plan (business model canvas).*
- 5. To present the business to potential investors in a "elevator pitch" format.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Definição de iniciativas e conceitos de negócio para Indústria da Moda (Têxtil, Vestuário, Calçado) incluindo custos de produção, merchandising e marketing; e definição dos processos operacionais para uma marca de produto ou serviço; e do planeamento preliminar do negócio (business canvas model).*
- 2. Análise de casos de sucesso (benchmark) e sessões dinâmicas de co-criação para o desenvolvimento de ideias, conceitos, oportunidades e eixos de posicionamento de novos negócios de moda, seus desafios e condicionantes críticas para o “go-to-the-market.”*
- 3. Aliação de ideias de negócio: entrevistas a experts (gestores de marcas; criadores de moda) e potenciais clientes.*
- 4. Análise estratégica e definição do plano de arranque do negócio, com recursos ferramentas: BCG, SWOT dinâmica, Business Canvas Model e Blueprint de Operações.*
- 5. Preparação e análise crítica de uma apresentação do projecto de negócio em formato “elevator pitch”.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Definition of initiatives and business concepts for the Fashion Industry (Textile, Clothing, Footwear) including production costs , merchandising and marketing ; and definition of operational processes to a trademark or service ; and preliminary business planning (business model canvas) .*
2. *Analysis of successful cases (benchmark) and dynamic sessions of co-creation for the development of ideas, concepts , positioning axes and opportunities of new fashion business , its challenges and critical conditions for the " go-to -the- market . "*
3. *test business ideas : interviews with experts (brand managers , fashion designers) and potential customers.*
4. *Strategic Analysis and definition of the business start- up, with tools resources : BCG , SWOT dynamic , Business Model Canvas and Blueprint Operations.*
5. *Preparation and review of a presentation of the project business in a " elevator pitch " .*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Objetivo 1 - Desenvolver uma ideia de negócio de moda, incluindo a custos de produção, merchandising e marketing (comunicação, vendas, distribuição, etc.) e um blueprint preliminar dos processos de serviço (onstage, backstage e background).

Objetivo 2 - Analisar casos de benchmarking para o desenvolvimento de um negócio.

Objetivo 3 – Avaliar e posicionar uma ideia de negócio junto de um mercado-alvo. Efetuar um conjunto de entrevistas com experts e profissionais do sector (gestores de marcas e/ou criadores de moda) e potenciais clientes.

Objetivo 4 – Aprender a definir as oportunidades e condicionantes de um negócio de moda através da execução da metodologia: business canvas model.

Objetivo 5 – Aprender a construir e a apresentar um “elevator pitch” através de exemplos em aula sobre esta prática de comunicação e venda de ideias e de projetos a potenciais financiadores investidores .

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

Objective 1 - Develop an idea of fashion business, including production costs , merchandising and marketing (communication, sales, distribution , etc.) and a preliminary blueprint of service processes (onstage , backstage and background) .

Objective 2 - Analyze benchmarking cases for the development of a business.

Objective 3 - Evaluate and position a business idea from a target market. Make a set of interviews with experts and professionals (managers marks and / or fashion designers) and potential customers.

Objective 4 - Learn to define the opportunities and constraints of a fashion business through the implementation of the methodology : business model canvas .

Goal 5 - Learning to build an " elevator pitch " by presenting examples in class about this practice communication and sales ideas and projects to potential financiers. Submit a final business idea in a " elevator pitch format" .

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino-aprendizagem destinam-se a desenvolver competências com base no “saber fazer”, com ênfase em processos ativos e participativos. Pretende-se garantir a compreensão e articulação dos conteúdos não só através da exposição teórica dos conceitos e metodologias e da exemplificação de situações e resolução de problemas, mas também por via dos elementos de avaliação definidos. A avaliação final é efetuada: (a) por prova escrita individual no final do semestre (40%); e (b) pela discussão de um trabalho de grupo sobre um projeto de negócio (60%). Este trabalho exige aos estudantes a conceção e planeamento de um projeto de negócio no sector “Moda”. O projeto deverá demonstrar que os estudantes compreenderam o processo de conceção de negócios e obtiveram as aptidões para gerir e implementar as competências de um empreendedor e/ou gestor do negócio. Para aprovação a classificação individual final ponderada terá de ser igual ou superior, a 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching-learning methodologies aim to develop skills based on " know-how-to-do" with an emphasis on active and participatory processes. The porpoise is to ensure understanding and articulation of content not only through the theoretical exposition of the concepts and methodologies and exemplification of situations and problem solving, but also by the defined assessment criteria . The final assessment is made : (a) by individual written test at the end of the semester (40%) ; and (b) the discussion of a group work of a business project (60%) . This work requires students to design and plan of a fashion business project. The project should demonstrate that students understand the process of business design and acquired knowledge to manage and implement the skills of an entrepreneur and / or of a business manager. To pass this course, the weighted final individual rating must be equal or greater than 10 points .

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Objetivo 1 – Saber planear e executar um plano de negócios adaptado à sua ideia. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a apresentação da importância de conteúdos teórico-práticos de gestão e empreendedorismo aplicados à Indústria da Moda incluindo a introdução a um plano estratégico inicial de negócios.

Objetivo 2 – Saber fazer benchmarking para avaliação de oportunidades para um negócio de moda. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a aplicação de casos de estudo do sector como exemplos de ideias que se transformaram em negócios de sucesso/ insucesso assim como a análise de estudos de caso.

Objectivo 3 - Saber testar e posicionar uma ideia num mercado-alvo. Os alunos realizarão entrevistas a experts e gestores de marcas e/ou criadores de moda para captação de conhecimentos práticos e informação qualificada para a construção do seu projecto de negócio.

Objectivo 4 - Saber definir as oportunidades e condicionantes críticas de um negócio de moda. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular consideram-se apresentações em grupo de trabalho sobre as ideias de negócio desenvolvidas (projectos).

Objectivo 5 – Saber analisar um “elevator pitch.” Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera prática de comunicar um “elevator pitch” através da análise casos práticos desta modalidade de apresentação de uma ideia a potenciais investidores (vídeos).

Objectivo 6 – Saber apresentar uma ideia de negócio em formato “elevator pitch” a potenciais investidores Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a apresentação em grupo de uma ideia final de negócio incluindo o seu plano em formato “elevator pitch” numa sessão de simulação que contempla um júri como potenciais investidores (convidados para o efeito).

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Objective 1 - Learn to plan and execute a business plan tailored to your idea. To meet this goal the syllabus of the course considers the presentation of the importance of theoretical and practical content management and entrepreneurship applied to the Fashion Industry including the introduction to an initial business plan.

Goal 2 - Learn to benchmark for assessing opportunities for a fashion business. To meet this goal the syllabus of the course considers the application of industry case studies as examples of ideas that have become successful business / failure as well as the analysis of case studies.

Objective 3 – Know how to test and position an idea into a target market. Students will conduct interviews with experts and managers of brands and / or fashion designers, and with potential consumers, in order to capture practical knowledge and information for the construction of your business project.

Objective 4 – Know how to define the opportunities and critical constraints of a fashion business. To meet this goal the syllabus of the course considers presentations of the working groups on the developed business ideas (projects).

Goal 5 - Know analyze and construct a "elevator pitch." To meet this goal the syllabus of the course considers practice report an "elevator pitch" by analyzing case studies of this type of presentation of an idea to potential investors. It is considered a group presentation in a finalized format of a business idea including its plan in a "elevator pitch" during a simulation session that includes a jury as potential investors (invited for this purpose).

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Granger, M. M. & Sterling, T.(2011). Fashion Entrepreneurship: Retail Business Planning. Fairchild Publications, Inc.

Amar Bhidé (1996). The Questions Every Entrepreneur Must Answer. HBR.

Botsman, R. (2010). What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. Harper Collins. New York.

Doyle, Peter & P. Stern (2006). Marketing Management and Strategy. FT Prentice Hall, 4Ed.

Drucker, P. (1993). Innovation and Entrepreneurship. 1ª Ed. Collins.

Kotler, P., Kartajaya, H. and Setiawan, I. (2012). Marketing 3.0 From Products to Customers to the Human Spirit. John Wiley & Sons, Inc.

Tapscot, D. and Williams, A. D. (2013). Radical Openness: Four Unexpected Principles for Success. Ted Books.

Mapa X - Coleções de Moda e Sourcing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Coleções de Moda e Sourcing

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Maria Madalena Rocha Pereira - T(30h);TP(30h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

1-Compreender a criação de uma coleção de moda, tendo em conta as alterações da indústria nos dias de hoje. Influência e previsão das tendências de moda.

2-Conhecimento geral da criação de uma coleção de moda e identificação do conceito e linha de produtos, e de compreender as alterações da indústria nos dias de hoje.

3-Capacidade de relacionar os elementos complementares de uma coleção de Moda, características técnicas do produto de Moda.

4-Apreender os elementos para a execução do sourcing nas diferentes fases da cadeia têxtil. Compreender a relação comprador/ fornecedor.

5.Conhecimentos dos elementos para a execução do sourcing nas diferentes fases da cadeia têxtil .

6.Capacidade para executar o sourcing numa relação comprador/ fornecedor e numa perspectiva sourcing nacional e internacional; aplicando e relacionando os conhecimentos adquiridos, desenvolvendo a capacidade para a resolução de problemas, multidisciplinares e complexas

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

1-Understand the collection development and the context in a line of products, considering the changes in industry.

2-General knowledge about creation of a fashion collection, identification of the concept and of the products line.

3-Capacity to relate the elements that complement a fashion collection to the technical characteristics of the fashion product.

4-Assimilate the influence and forecast of fashion tendencies.Incorporate the elements for sourcing in the several phases of textile chain.Understand the relationship customer/supplier.

5-Knowledge of the elements to accomplish sourcing in the several phases of the textile chain.

6-Capacity to manage sourcing in a relationship between customer and supplier, both in national and international perspectives; applying and relate knowledge, developing the ability of problem solving in multidisciplinary and complex new situations.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1.Processo geral da criação de uma coleção de moda.

1.1. Identificação do conceito e linha de produtos.

1.2. Organização e características das coleções de Moda de Designer, Marcas de Luxo, Marcas de Moda.

2.Influência e previsão das tendências de moda e sua importância para a indústria da Moda.

2.1Fatores que influenciam o sucesso comercial das coleções de Moda ao longo dos seus vários ciclos.

2.2. Elementos complementares da coleção de Moda.

3.Perspectiva histórica do sourcing na gestão da cadeia de valor. O sourcing nas diferentes fases da cadeia.

3.1. O departamento de compras.

3.2. Modelo estrutural de um departamento de compras.

3.3. A equipa de compras e as suas responsabilidades.

3.4. O ciclo de compras.

4.Sourcing de Tecidos e vestuário. Sourcing de subcontratação

5. Estudo de casos.

6.2.1.5. Syllabus:

1. The general process to create a fashion collection.

1.1. Identification of the concept and the line of products.

1.2. Organization and characteristics of fashion collections of Designer, Luxury Labels, Fashion Labels and retailing networks.

2. Influence and forecast of fashion tendencies and the fashion industry.

2.1. Factors influencing the commercial success of the fashion collections over the several cycles.

2.2. Elements to complement fashion collections.

3. Historical perspective of sourcing in value chain management. Sourcing in different phases of the chain.

3.1. The purchasing department.

3.2 Structural model of purchasing department.

3.3. Team of Purchasing process and their responsibilities.

3.4. The cycle of purchase.

4. Sourcing of fabrics and clothes. Subcontracting sourcing.

5. Case Studies

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Através da relação entre os objetivos de aprendizagem e os conteúdos programáticos, mostra-se, para cada objetivo, a coerência com os módulos dos conteúdos programáticos.

Objetivo 1 está relacionado com o conteúdo 1 e 2.

Objetivo 2 está relacionado com o conteúdo 1 e 2.

Objetivo 3 está relacionado com o conteúdo 1 e 2.

Objetivo 4 está relacionado com o conteúdo 3 e 4

Objetivo 5 está relacionado com o conteúdo 3 e 4

Objetivo 6 está relacionado com o conteúdo 1,2,3, 4 e 5.

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

Through the relationship between the learning objectives and the syllabus, it is shown, for each objective, the coherence with the modules of the syllabus.

Objective 1 related to the syllabus 1 and 2.

Objective 2 related to the syllabus 1 and 2.

Objective 3 related to the syllabus 1 and 2.

Objective 4 related to the syllabus 3 and 4.

Objective 5 related to the syllabus 3 and 4.

Objective 6 related to the syllabus 1,2, 3, 4 and 5.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Adoptam-se metodologias de ensino-aprendizagem activas e cooperativas que incentive a reflexão e que valorize processos de natureza cognitiva e interpessoal, defendendo a aquisição de conceitos, a resolução de problemas, a pesquisa e os trabalhos práticos, centrada no aluno. O método utilizado é o expositivo.

A apresentação dos conteúdos teóricos pelo professor recorre ao método expositivo e meios audiovisuais de auxílio à exposição e promove, sempre que seja oportuno, a discussão dos temas com os alunos. Nas horas teórico-práticas, os alunos vão analisar casos práticos no domínio da coleções de moda e sourcing.

A avaliação, valorizada pela presença nas aulas, assenta em 2 trabalhos de pesquisa de grupo (40%), e num trabalho de pesquisa individual (60%) para a avaliação contínua e a classificação de frequência; e num exame. O critério de frequência é de 6 valores e de aprovação de 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The adopted teaching-learning methodologies are active and cooperative, promoting the thinking and valuing both cognitive and interpersonal processes, promoting the concepts acquisition, the problems solving, the research and practical exercises, centered in the student. Presencial method. In theoretical classes the professor uses expository methodology with audio-visual equipment to help promoting the discussion of the subjects with the students. In theoretical and practical classes the students research and analyse practical cases about fashion collections and sourcing.

The knowledge evaluation comprises two group work research, which counts on 40% of the final classification, and the individual work research that count on the other 60%. The frequency criterion comprises the minimal classification of 6 values and, the approval one, of 10 values.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular, dado que as metodologias de ensino-aprendizagem ativas e cooperativas que incentive a reflexão e que valorize processos de natureza cognitiva e interpessoal, defendendo a aquisição de conceitos, a resolução de problemas, a pesquisa e os trabalhos práticos, centrada no aluno, utilizando métodos expositivos para as aulas teóricas.

Nas aulas teóricas o professor introduz os conteúdos programáticos relacionados com os objectivos pretendidos da UC necessários para o desenvolvimento de trabalhos em grupo e individual, que estão em coerência com os objetivos de aprendizagem da UC:

1-Compreender a criação de uma coleção de moda, tendo em conta as alterações da indústria nos dias de hoje. Influência e previsão das tendências de moda.

2-Conhecimento geral da criação de uma coleção de moda e identificação do conceito e linha de produtos, e de compreender as alterações da indústria nos dias de hoje.

3-Capacidade de relacionar os elementos complementares de uma coleção de Moda, características técnicas do produto de Moda.

4-Apreender os elementos para a execução do sourcing nas diferentes fases da cadeia têxtil. Compreender a relação comprador/ fornecedor.

5.Conhecimentos dos elementos para a execução do sourcing nas diferentes fases da cadeia têxtil .

6.Capacidade para executar o sourcing numa relação comprador/ fornecedor e numa perspectiva sourcing nacional e internacional; aplicando e relacionando os conhecimentos adquiridos, desenvolvendo a capacidade para a resolução de problemas, multidisciplinares e complexas

Nas horas teórico-práticas, os alunos vão analisar casos práticos no domínio da coleções de moda e sourcing; e promove, sempre que seja oportuno, a discussão dos temas com os alunos; que estão em coerência com com os objetivos de aprendizagem da UC: (1); (2); (3); (4); (5) e (6).

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies are consistent with the objectives of the curricular unit, since methodologies are active and cooperative, promoting the thinking and valuing both cognitive and interpersonal processes, promoting the concepts acquisition, the problems solving, the research and practical exercises, centered in the student. Expository methodology satisfies the need to present to theoretical lessons.

In theoretical lessons the professor introduces the syllabus as the execution of the group and individual works so requires, are in coherence with the learning goals of the UC:

1-Understand the collection development and the context in a line of products, considering the changes in industry.

2-General knowledge about creation of a fashion collection, identification of the concept and of the products line.

3-Capacity to relate the elements that complement a fashion collection to the technical characteristics of the fashion product.

4-Assimilate the influence and forecast of fashion tendencies. Incorporate the elements for sourcing in the several phases of textile chain. Understand the relationship customer/supplier.

5-Knowledge of the elements to accomplish sourcing in the several phases of the textile chain.

6-Capacity to manage sourcing in a relationship between customer and supplier, both in national and international perspectives; applying and relate knowledge, developing the ability of problem solving in multidisciplinary and complex new situations.

In theoretical-practical lessons, the students research and analyse practical cases about fashion collections and sourcing and promoting the discussion of the subjects with the students, are in coherence with the learning goals of the UC: (1); (2); (3); (4); (5) and (6)

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- *Simon Seivewright, Manuais de Diseno de Moda - Diseno e Investigación, AVA Publishing SA, 2007*
- *Jackson, Tim; Shaw, David; Mastering Fashion buying & Merchandising management; Palgrave Master Series, 2001*
- *Goworek, Helen; Fashion Buying, 2 th ed. Blackell Publishing, 2008*
- *Frings, Gines, Fashion from concept to consumer, 9 th ed., 2008, Pearson Education*
- *Michael Jeffrey and Nathalie Evans; Costing for the Fashion Industry, Bergpublishers; 2010*
- *Lipovesky, Gilles, Felicidade Paradoxal, Ensaio sobre a Sociedade do Hiperconsumo, Éditions Gallimard, 2006*
- *Monneyron, Frédéric, A moda e seus desafios, 50 Questões Fundamentais, Senac, São Paulo, 2007*
- *Pires, Doroteia Baduy, Design de Moda – Olhares Diversos, Estação das letras e das cores. 2008*
- *Sicard, Marie-Claude; Lujo, Mentiras y Marketing: Como funcionan as marcas de lujo?; GGmoda, Editora Gustavo Gili, SL*

Mapa X - Fundamentos de Marketing e Branding

6.2.1.1. Unidade curricular:

Fundamentos de Marketing e Branding

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

António Manuel Campos Mendes T (30h); TP (30h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- *Compreender as noções de orientação de mercado e orientação de marketing.*
- *Saber utilizar fontes de informação, nomeadamente estudos de mercado, no desenvolvimento de estratégias de marketing.*
- *Conhecer e saber utilizar as variáveis do marketing mix no contexto dos negócios de moda.*
- *Conhecer novas tendências de marketing no contexto dos negócios de moda.*
- *Conhecer o conceito de marca e de capital de marca no contexto dos negócios de moda.*
- *Aprender noções nucleares de gestão de marca no contexto dos negócios de moda.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Understanding the concept of market orientation and marketing orientation.*
- *Know how to use sources of information, including market research, developing marketing strategies.*
- *Know how to use the marketing mix variables in the context of the fashion business.*
- *Discover new marketing trends in the context of the fashion business*
- *Knowing the concepts of brand and brand equity in the fashion business contexts.*
- *Seize nuclear notions of brand management in the context of the fashion business .*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução- O marketing e o processo criativo*
- 2. Orientação de mercado e orientação de marketing*
- 3. Os estudos de mercado*
- 4. Estratégia e planeamento em marketing*
- 5. Segmentação de mercados e posicionamento*
- 6. O marketing mix*
 - a. Produto*
 - b. Promoção*

- c. *Distribuição*
- d. *Preço*
- 7. *O marketing mix no contexto dos mercados de moda.*
- 8. *Concepção e desenvolvimento de novos produtos*
- 9. *Novas abordagens ao marketing*
- a. *Marketing Relacional*
- b. *Buzz Marketing*
- c. *E-Marketing*
- 10. *Marca e gestão de marcas*
- a. *O que é uma marca*
- b. *Elementos de marca*
- c. *Pontos de paridade, pontos de diferenciação*
- d. *Valores de marca*
- 11. *Conceito de Brand Equity*
- 12. *Arquitetura de marca*
- 13. *Portfólios de marca*
- 14. *Gestão de marca ao longo do tempo*
- 15. *A marca como activo – sistemas de avaliação de marcas.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. *Introduction- The marketing and the creative process*
- 2. *Market orientation and marketing orientation*
- 3. *Market research*
- 4. *Strategy and planning in marketing*
- 5. *Targeting markets and positioning*
- 6. *marketing mix*
- a. *product*
- b. *promotion*
- c. *distribution*
- d. *price*
- 7. *The marketing mix in the context of fashion markets.*
- 8. *Design and development of new products*
- 9. *New approaches to marketing*
- a. *Relationship Marketing*
- b. *Buzz Marketing*
- c. *E- Marketing*
- 10. *Brand and brand management*
- a. *What is a brand*
- b. *Brand elements*
- c. *Parity points , points of differentiation*
- d. *Brand values*
- 11. *Brand Equity Concept*
- 12. *brand architecture*
- 13. *Brand Portfolios*
- 14. *Brand management over time*
- 15. *The brand as an asset - the brand valuation systems.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objectivos da unidade curricular na medida em que as temáticas abordadas permitirão aos alunos obter conhecimentos e desenvolver competências nas áreas objectivo. Assim, a cada objectivo corresponde diretamente um conjunto de pontos programáticos específicos.

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

The contents are consistent with the objectives of the course to the extent that the issues addressed will enable students to gain knowledge and develop skills in the target areas. Thus, each objective corresponds directly a set of specific programmatic points.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Adoptar-se-á o método expositivo, sempre que possível ilustrado com recurso a meios áudio e vídeo, e estimulando sempre a discussão de modo a clarificar as matérias e a estimular uma perspectiva crítica dos participantes nas sessões. Para tal, recorre-se a casos práticos e situações exemplo do dia-a-dia.

A avaliação possui três componentes. Os alunos terão que desenvolver um trabalho escrito em grupo (40%), tipo "artigo", em torno de conceitos chave, permitindo-lhes tomar contacto com o estado da arte da disciplina e sendo depois apresentado e discutido em sala.

Um segundo artigo, tipo paper, (50%), a ser desenvolvido individualmente, será entregue no final da UC.

O desenvolvimento destes "artigos" permite ao aluno praticar o trabalho de investigação literária e a produção escrita. Os remanescentes 10% da avaliação são obtidos através da participação ativa nas aulas.

Crítérios: frequência - mínimo 6 valores; aprovação e dispensa de exame - mínimo 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

It will be adopted the lecture method, where possible illustrated with use of audio and video media, and always encouraging discussion to clarify matters and to stimulate a critical perspective of the participants in the sessions. To this end, we make use of case studies and situations example of the day-to-day.

The evaluation has three components. Students will have to develop a written group (40%), type "article" around key concepts, allowing them to make contact with state of the art of discipline and are then presented and discussed in class.

A second article, paper type, (50%) , to be done individually, will be delivered at the end of course.

The remaining 10% of the evaluation is obtained through active participation in class.

Criteria: frequency - minimum 6 marks; approval and review waiver - minimum 10 marks

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os métodos de trabalho, combinados com os momentos de avaliação, combinam a investigação e a discussão das temáticas abordadas, permitindo a sua consciencialização crítica, o que permite atingir, genericamente, todos os objectivos. O recurso a meios audiovisuais, a discussão de casos práticos e o estímulo à participação dos estudantes permite alcançar os objectivos.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Teaching methods, combined with the evaluation moments, combine research and discussion of the subjects addressed, allowing students to develop a critical view, which achieves, generally, all the objectives . The use of audiovisual media, the discussion of case studies and the stimulus to the participation of students will achieve the objectives.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2014). Marketing management 14/e. New Jersey: Prentice Hall.

Kapferer, J. N. (2012). The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. London: Kogan Page.

Mendes, A. (2014), Branding – A gestão da marca. Lisboa: Edições IADE

Keller, Kevin L. (2013), Strategic Brand Management – Building, Measuring and Managing Brand Equity – Global Edition, Essex: Pearson

Mapa X - Fundamentos de Design de Moda**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Fundamentos de Design de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Luisa Rita Brites Sanches Salvado - T(5h) ;TP (5h) ;PL(10h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

João Alberto Baptista Barata: T (10h); TP (10h) ; PL(20h)

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Compreender as várias dimensões do design de moda;

Identificar as funções e responsabilidades do designer de moda;

Apreender a cultura do projecto de design de moda;

Relacionar as características e propriedades dos materiais com a funcionalidade dos produtos a projectar;

Explorar os principais elementos e princípios fundamentais do design de moda;

Adequar as principais tipologias de peças de vestuário a diversos contextos, mediante a prática e exploração criativas;

Exercitar a prática elementar do desenho no contexto do design de moda;

Utilização das metodologias de projecto em design de moda, de recolha e tratamento de informação pertinente.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Understand the various dimensions of fashion design;

Identify the roles and responsibilities of the fashion designer;

Know the culture of fashion design project;

Acquire skills to relate the characteristics and properties of materials with the functionality of the products to project;

Acquire capabilities for the exploration of the main elements and principles of fashion design and for the adequacy of the main types of garments to various contexts of clothing, by practice and creative exploration;

Acquire skills for the general use of the methodologies of project in fashion design, gathering and processing relevant information and the exercise of elementary drawing practice in the context of fashion design.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução à teoria da moda*Os têxteis como material, o vestuário como forma e a moda como sistema**A moda para além do vestuário**A moda como reflexão, invenção, desejo, meio e mensagem***2. Actividade do designer de moda***Funções e responsabilidades**Calendário da moda**Principais agentes e feiras de moda***3. Materiais no projecto de design de moda***Fibras têxteis. Características, propriedades e aplicações**Fios, tecidos e malhas. Características, propriedades e aplicações***4. Os principais elementos do design de vestuário***A importância da cor**Os Princípios Criativos do design de moda**As Categorias de Criação***5. Apresentação e Fichas Técnicas***Introdução às Técnicas de Ilustração**Desenho Técnico***6. Projeto de design de moda***Etapas que compõem o processo de criação: a pesquisa, a escolha do tema/conceito, a definição do mercado-alvo e produtos, a definição das cores, os materiais e o desenho projectivo das formas e propostas de design.***6.2.1.5. Syllabus:****1 Introduction to fashion theory***Textiles as materials, clothing as shape, fashion as system**Fashion beyond apparel**Fashion as reflection, invention, desire, medium and message***2 The activity of the fashion designer***Roles and responsibilities**Fashion calendar**Main agents and fashion fairs***3 Materials in fashion design project***Textile fibers. Characteristics, properties and applications**Yarns, fabrics, knits. Characteristics, properties and applications***4 The main elements of the clothing design***The importance of color**Creative principles of fashion design**The Categories of Creation***5 Presentation and Fact Sheets***Introduction to illustration techniques**Technical drawing***6 Fashion design project***Creation process steps: research, choice of theme/concept, definition of the target market and products, definition of colors, materials and the projective design of shapes and design proposals***6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***Através da relação entre os objetivos de aprendizagem e os conteúdos programáticos, mostra-se, para cada objetivo, a coerência com os módulos dos conteúdos programáticos.**Objetivo: Compreender as várias dimensões do design de moda. Conteúdo Programático: Módulos 1 e 2.**Objetivo: Identificar as funções e responsabilidades do designer de moda. Conteúdo Programático: Módulo 2.**Objetivo: Aprender a cultura do projecto de design de moda. Conteúdo Programático: Módulos 1 a 6.**Objetivo: Adquirir competências para relacionar as características e propriedades dos materiais com a funcionalidade dos produtos a projetar. Conteúdo Programático: Módulos 3 e 6.**Objetivo: Adquirir capacidades para a exploração dos principais elementos e princípios fundamentais (...) exploração criativas. Conteúdo Programático: Módulos 4, 5 e 6.**Objetivo: Adquirir competências para a utilização geral das metodologias de projecto (...) design de moda. Conteúdo Programático: Módulo 6.***6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.***Through the relationship between the learning objectives and the syllabus, it is shown, for each objective, the coherence with the modules of the syllabus.**Objective: Understand the various dimensions of fashion design. Programmatic contents: modules 1 and 2.**Objective: Identify the roles and responsibilities of the fashion designer. Syllabus: module 2.**Objective: Capture the culture of fashion design project. Programmatic contents: modules 1 to 6.**Objective: Acquire skills to relate the characteristics and properties of materials with the functionality of the products design. Programmatic content: modules 3 and 6.**Objective: Acquire capabilities for the exploration of the main elements and principles (...) creative exploration.**Programmatic contents: modules 4, 5 and 6.**Objective: Acquire skills for the general use of the methodologies of project (...) fashion design. Syllabus: module 6.*

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia pedagógica prevê sessões expositivas pelo professor e prática de trabalhos, é activa e cooperativa, incentivando a reflexão e centrando no estudante a aquisição de conceitos, a resolução de problemas, a pesquisa e os trabalhos práticos.

As actividades de ensino/aprendizagem inserem-se nas aulas teóricas, teórico-práticas e práticas, recorrendo a meios audiovisuais.

Realização de um trabalho individual, projecto de design de moda, apresentado oralmente e discutido perante a turma, incentivando a análise crítica de todos os estudantes.

A avaliação, valorizada pela presença nas aulas, assenta num trabalho escrito (33%) e num projecto de design de moda (67%) para a avaliação contínua e a classificação de frequência; e num exame. O critério de frequência é de 6 valores e de aprovação de 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The pedagogical methodology provides explanation sessions and practice of work by the professor, is active and cooperative, encouraging reflection and focusing on student acquisition of concepts, problem solving, research and practical work.

Teaching/learning activities are in theoretical classes, practical-theoretical and practical, using audio-visual means.

Realization of an individual assignment, fashion design project, presented orally and discussed in the class, encouraging critical analysis of all students.

The evaluation, valued by the presence in the classroom, is based on a written work (33%) and a fashion design project (67%) for continuous evaluation and classification of frequency; and an examination. The frequency criterion is of 6 values and approval of 10 values.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino estão em coerência com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular, dado que a metodologia expositiva satisfaz a necessidade de apresentar, explicar e proporcionar aos estudantes bases sólidas sobre a execução de projectos de design de moda. Por outro lado, as aulas práticas proporcionam o conhecimento associado ao saber-fazer profissional.

As actividades de ensino/aprendizagem inserem-se nas aulas teóricas, teórico-práticas e práticas, recorrendo a meios audiovisuais, o que está em coerência com os objectivos de aprendizagem da UC:

- Compreender as várias dimensões do design de moda
 - Identificar as funções e responsabilidades do designer de moda
 - Aprender a cultura do projecto de design de moda
 - Relacionar as características e propriedades dos materiais com a funcionalidade dos produtos a projectar
 - Explorar os principais elementos e princípios fundamentais do design de moda.
 - Adequar as principais tipologias de peças de vestuário a diversos contextos, mediante a prática e exploração criativas.
 - Exercitar a prática elementar do desenho no contexto do design de moda.
 - Utilização das metodologias de projecto em design de moda, de recolha e tratamento de informação pertinente.
- Finalmente, a realização de um trabalho individual, projecto de design de moda, apresentado oralmente e discutido perante a turma, incentivando a análise crítica de todos os estudantes está em coerência com o objectivo de aprendizagem da UC:*
- Adquirir competências para a utilização geral das metodologias de projecto em design de moda, da recolha e tratamento de informação pertinente e do exercício da prática elementar do desenho no contexto do design de moda.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies are consistent with the objectives of the curricular unit, since expository methodology satisfies the need to present, explain and give students solid bases on the execution of fashion projects. By other side, the practical classes provide the knowledge associate to the professional know-how.

The teaching/learning activities are in theoretical, practical-theoretical and practical classes, using audiovisual media are in coherence with the learning goals of the UC:

- Understand the various dimensions of fashion design
 - Identify the roles and responsibilities of the fashion designer
 - Know the culture of fashion design project
 - Acquire skills to relate the characteristics and properties of materials with the functionality of the products design
 - Acquire capabilities for the exploration of the main elements and principles of design sets and for the adequacy of the main types of garments to various contexts of clothing, by practice and creative exploration.
 - Acquire skills for the general use of the methodologies of project in fashion design, the collection and processing of relevant information and the exercise of elementary drawing practice in the context of fashion design.
- Finally, the realization of an individual work, fashion design project, presented orally and discussed in front of the class, encouraging critical analysis of all students is consistent with the goal of learning the UC:*
- Acquire skills for the general use of the methodologies of project in fashion design, the collection and processing of relevant information and the exercise of elementary drawing practice in the context of fashion design.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

D. J. Tyler, (1991), Materials management in clothing production, Ed. BSP, Oxford

Ingrid Loschek, (2009), When Clothes Become Fashion, Design and Innovation Systems, Berg Publishers, UK.

Roland Barthes, (2006), The Language of Fashion, Berg Publishers, UK.

Bina Abling, (2007), Fashion Sketchbook, Berg Publishers, UK.

Sandra J. Keiser, Myrna B. Garner, (2007), Beyond Design, The Synergy of Apparel Product Development, Berg Publishers, UK.

Jennifer Craik, (2009), Fashion, The Key Concepts, Berg Publishers, UK.

Colin Gale, Jasbir Kaur, (2004), Fashion and Textiles, An Overview, Berg Publishers, UK.

Edith Anderson Feisner, (2006), Colour Studies, Berg Publishers, UK.

Jemi Armstrong, Lorrie Ivas, Wynn Armstrong, (2006), From Pencil to Pen, Berg Publishers, UK.

Steven Stipelman, (2005), Illustrating Fashion, Concept to Creation, Berg Publishers, UK.

Mapa X - Projecto de Branding e Design de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Projecto de Branding e Design de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Rui Alberto Lopes Miguel - T (15h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

Fernando Jorge Matias Sanches Oliveira - TP (15h) , PL (7h)

João Alberto Baptista Barata - TP (15h), PL (8h)

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

1. Desenvolver a capacidade de pesquisa e de resolução de problemas em situações novas, multidisciplinares e complexas

2. Aplicar e relacionar conhecimentos multidisciplinares adquiridos

3. Desenvolver e aplicar a prática projetual em branding de moda: pesquisa de tendências e de mercado, análise da concorrência, conceção da marca: designação, valores, ADN, imagem gráfica e lettering, posicionamento no mercado e tipologia de produtos

4. Desenvolver e aplicar a prática projetual em design de moda: pesquisa de tendências e de mercado, conceção, desenvolvimento e planeamento da coleção

5. Ser capaz de selecionar os materiais mais adequados aos projetos da marca e da coleção

6. Desenvolver a capacidade de apresentação e promoção da coleção da marca em forma de desfile/happening, em showroom/feiras, em lojas, em suportes digitais, ou em catálogos

7. Adquirir e desenvolver estratégias pessoais e profissionais, e autonomia para a aprendizagem ao longo da vida

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

1. Develop the capacity of research and problem-solving in multidisciplinary and complex new situations

2. Apply and relate multidisciplinary knowledge acquired

3. Develop and apply the project practice in fashion branding: trends and market research, competition analysis, brand conception: designation, values, DNA, graphic image and lettering, market positioning and type of products

4. Develop and apply the project practice in fashion design: trends and market research, conception, development and planning of collection

5. Be able to select the most appropriate materials to brand and collection projects

6. Develop the ability to presentation and promotion of the brand collection in the form of fashion show/happening, in showroom/trade fairs, in shops, in digital media, or in catalogs

7. Acquire and develop personal and professional strategies, and autonomy for lifelong learning

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução

1.1 Apresentação e discussão do enunciado do projeto

2. Projeto de branding de moda

2.1 Pesquisa de tendências, de mercado e lifestyle

2.2 Análise da concorrência

2.3 Conceção da marca: designação, conceito, valores, ADN, imagem gráfica e lettering, posicionamento no mercado, caracterização do cliente e tipologia de produtos

3. Projeto de coleção da marca

3.1 Pesquisa de tendências de moda e lifestyle: cores, fios, estruturas, texturas, acabamentos e formas tridimensionais

3.2 Tema e subtemas

3.3 Seleção de cores e materiais

3.4 Desenvolvimento do produto, linhas e acessórios

3.5 Organização e planeamento da coleção

3.6 Viabilidade económica da coleção: custo/preço de venda

4. Aplicação de sistemas CAD

4.1 Na definição da imagem gráfica da marca

4.2 Nas especificações e representações técnicas dos produtos

4.3 Na ilustração de moda

5. Apresentação e promoção da coleção em forma de desfile/happening, em showroom/feiras, em lojas, em suportes digitais, ou em catálogos

6.2.1.5. Syllabus:

1. Introduction

1.1 Presentation of the project briefing

2. Project of fashion branding

2.1 Trend, market and lifestyle research

2.2 Competition analysis

2.3 Brand conception: name, concept, values, DNA, graphic image and lettering, positioning in the market, customer characterization and product typology

3. Project of brand collection

3.1 Search of fashion trends and lifestyle: colours, yarns, structures, textures, finishing and three-dimensional shapes

3.2 Theme and sub-themes

3.3 Colours and materials selection

3.4 Product development, lines and accessories

3.5 Organization and planning of the collection

3.6 Economic viability of the collection: cost/selling price

4. Application of CAD

4.1 In the definition of the brand graphic image

4.2 In the specifications and technical representations of products

4.3 In fashion illustration

5. Presentation and promotion of the collection in the form of fashion show/happening, in showroom/trade fairs, in shops, in digital media, or in catalogs

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Através da relação entre os objetivos de aprendizagem e os conteúdos programáticos, mostra-se, para cada objetivo, a coerência com os módulos dos conteúdos programáticos.

Objetivo 1: Desenvolver a capacidade (...) situações novas, multidisciplinares e complexas. Conteúdo Programático: Módulos 1 a 5.

Objetivo 2: Aplicar e relacionar (...) adquiridos. Conteúdo Programático: Módulos 1 a 5.

Objetivo 3: Desenvolver e aplicar a prática projetual em branding de moda (...) tipologia de produtos. Conteúdo Programático: Módulos 2 e 4.

Objetivo 4: Desenvolver e aplicar a prática projetual em design de moda (...) planeamento da coleção. Conteúdo Programático: Módulos 3 e 4.

Objetivo 5: Ser capaz de seleccionar os materiais (...) coleção. Conteúdo Programático: Módulos 2 e 3.

Objetivo 6: Desenvolver a capacidade de apresentação (...) catálogos. Conteúdo Programático: Módulo 5.

Objetivo 7: Adquirir e desenvolver estratégias (...) longo da vida. Conteúdo Programático: Módulos 1 a 5.

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

Through the relationship between learning goals and the syllabus, it is shown, for each objective, the coherence with the modules of the syllabus.

Objective 1: Develop the capacity (...) in multidisciplinary and complex new situations. Programmatic content: Modules 1 to 5.

Objective 2: Apply and relate (...) acquired. Programmatic content: Modules 1 to 5.

Objective 3: Develop and apply the project practice in fashion branding (...) type of products. Programmatic content: Modules 2 and 4.

Objective 4: Develop and apply the project practice in fashion design (...) planning of collection. Programmatic content: Modules 3 and 4.

Objective 5: Be able to select the most appropriate materials (...) collection projects. Programmatic content: Modules 2 and 3.

Objective 6: Develop the ability to presentation (...) catalogs. Programmatic content: Module 5.

Objective 7: Acquire and develop (...) lifelong learning. Programmatic content: Modules 1 to 5.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino-aprendizagem prevê a aquisição de conhecimentos através do estudo centrado no projeto. Assim, a metodologia pedagógica é ativa e cooperativa, incentivando a reflexão e centrando no estudante a aplicação dos conceitos e a resolução de problemas.

Nas aulas teóricas o professor introduz os conteúdos à medida que a metodologia projetual assim o exige e permite. Nas aulas teórico-práticas e práticas os estudantes desenvolvem individualmente, com liberdade criativa e supervisão do professor, os projetos da marca e da coleção de moda.

A avaliação de conhecimentos assenta na prestação dos estudantes nas diferentes fases de apresentação, perante a turma, da progressão da execução da coleção (1ª Fase, Marca – 20%; 2ª Fase, Coleção – 20%; 3ª Fase, Marca + Coleção – 20%), até à apresentação final (40%). O critério de frequência exige um mínimo de 6 valores. Para obter aprovação, o estudante deve ter uma classificação igual ou superior a 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching-learning methodology provides for the acquisition of knowledge through the project centered study. Thus, the teaching methodology is active and cooperative, encouraging reflection and focusing on student the application of concepts and the problem solving.

In theoretical lessons the teacher introduces the syllabus as that the project methodology so requires and allows. In theoretical-practical and practical lessons the students develop individually, with creative freedom and teacher supervision, the projects of the brand and the fashion collection.

The assessment is based on the performance of students in the different phases of presentation, to the class, of the progress of the collection execution (1st Phase, Branding – 20%; 2nd Phase, Collection – 20%; 3rd Phase, Branding + Collection – 20%), to the final presentation (40%). The frequency criterion requires a minimum of 6 values. For approval, the student must have a rating equal to or greater than 10 values.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular, dado que a metodologia expositiva satisfaz a necessidade de apresentar, explicar e proporcionar aos estudantes bases sólidas sobre a execução de projetos de branding e design de moda. Por outro lado, as aulas práticas proporcionam o conhecimento associado ao saber-fazer profissional. Analisando metodologia a metodologia:

A metodologia de ensino:

“Aquisição de conhecimentos através do estudo centrado no projeto”.

está em coerência com os objetivos de aprendizagem da UC:

Objetivo 1. Desenvolver a capacidade de pesquisa e de resolução de problemas em situações novas, multidisciplinares e complexas

Objetivo 2. Aplicar e relacionar conhecimentos multidisciplinares adquiridos

Objetivo 3. Desenvolver e aplicar a prática projetual em branding de moda: pesquisa de tendências e de mercado, análise da concorrência, conceção da marca: designação, valores, ADN, imagem gráfica e lettering, posicionamento no mercado e tipologia de produtos

Objetivo 4. Desenvolver e aplicar a prática projetual em design de moda: pesquisa de tendências e de mercado, conceção, desenvolvimento e planeamento da coleção

Objetivo 7. Adquirir e desenvolver estratégias pessoais e profissionais, e autonomia para a aprendizagem ao longo da vida

A metodologia de ensino:

“Nas aulas teóricas o professor introduz os conteúdos programáticos à medida que a execução do projeto assim o exige e permite. As fases de progressão dos trabalhos são apresentadas oralmente e discutidas perante a turma”.

está em coerência com os objetivos de aprendizagem da UC:

Objetivo 3.

Objetivo 4.

Objetivo 5. Ser capaz de selecionar os materiais mais adequados aos projetos da marca e da coleção

Objetivo 6. Desenvolver a capacidade de apresentação e promoção da coleção da marca em forma de desfile/happening, em showroom/feiras, em lojas, em suportes digitais, ou em catálogos

Objetivo 7.

A metodologia de ensino:

“Nas aulas teórico-práticas e práticas os estudantes executam individualmente, com supervisão do professor, os projetos da marca e da coleção de moda até à apresentação final”.

está em coerência com os objetivos de aprendizagem da UC:

- Objetivo 1.
- Objetivo 2.
- Objetivo 3.
- Objetivo 4.
- Objetivo 5.
- Objetivo 6.
- Objetivo 7.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies are in coherence with the learning objectives of the curricular unit, since expository methodology satisfies the need to present, explain and give students a solid base on the execution of projects of branding and fashion design. On the other hand, the practical lessons provide the knowledge associated with the professional know-how. Analyzing methodology to methodology:

Teaching methodology:

“The acquisition of knowledge through the study centered on the project”.

These are in coherence with the learning goals of the UC:

Objective 1. Develop the capacity of research and problem-solving in multidisciplinary and complex new situations

Objective 2. Apply and relate multidisciplinary knowledge acquired

Objective 3. Develop and apply the project practice in fashion branding: trends and market research, competition analysis, brand conception: designation, values, DNA, graphic image and lettering, market positioning and type of products

Objective 4. Develop and apply the project practice in fashion design: trends and market research, conception, development and planning of collection

Objective 7. Acquire and develop personal and professional strategies, and autonomy for lifelong learning

Teaching methodology:

“In theoretical classes the teacher introduces the syllabus as the execution of the project requires and permits. The stages of progression of the work are presented orally and discussed in the class”.

These are in coherence with the learning goals of the UC:

Objective 3.

Objective 4.

Objective 5. Be able to select the most appropriate materials to brand and collection projects

Objective 6. Develop the ability to presentation and promotion of the brand collection in the form of fashion show/happening, in showroom/trade fairs, in shops, in digital media, or in catalogs

Objective 7.

Teaching methodology:

“In theoretical-practical and practical classes students perform individually, with supervision of the professor, the fashion projects of brand and collection to final presentation”.

These are in coherence with the learning goals of the UC:

Objective 1.

Objective 2.

Objective 3.

Objective 4.

Objective 5.

Objective 6.

Objective 7.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Gomez, L. S., Olhats, M., Floriano, J. & Vieira, M. L. (2011), Moda num mundo global - O DNA da marca de moda: o processo, Porto: Vida Económica - Editorial, SA.

Healey, M. (2009), O que é o Branding?, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Olins, W. (2010), The Brand Handbook, London: Thames & Hudson Ltd.

Oliveira, F. (2012), Modelo de Construção de Sistemas de Identidade Visual, Diagramas & Marcas, Lisboa: Faculdade de Arquitetura, UL

Jones, Sue Jenkyn. (2011) Fashion Design, 3rd ed., London: Laurence King.

Renfrew, Elinor, (2010) Creación de una colección de moda, Barcelona: Gustavo Gili, cop. 2010

Spencer, S. T.; Zamen, Z. (2008) The fashion designer's directory of shape and form, London : A&C Black

Calderin, Jay. (2009) Form, fit, and fashion: all the details fashion designers need to know but can never find, Beverly: Rockport Publishers

Frings, Gini Stephens. (2008), Fashion: from concept to consumer, 9th ed. New Jersey: Pearson, Prentice Hall

www.wgsn.com

Mapa X - Macrotendências de Investigação

6.2.1.1. Unidade curricular:

Macrotendências de Investigação

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Manuel José dos Santos Silva - T(30h); TP(15h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

A UC tem como objetivo principal fomentar o desenvolvimento do espírito crítico nos mestrandos através do conhecimento e da compreensão das principais metodologias e técnicas de investigação aplicáveis no domínio do design de moda. Tem-se ainda como objetivo específico o desenvolvimento da aptidão e da capacidade por parte dos estudantes de problematizarem os problemas e selecionarem a abordagem, a metodologia e as técnicas de análise mais adequadas ao problema de investigação, nomeadamente uma situação concreta, ainda que complexa, de concepção. Os estudantes ficarão aptos a conceber e planear a investigação aplicada em design de moda e a apontar vantagens e desvantagens de potenciais abordagens alternativas. É ainda objetivo da UC a capacidade de elaboração e redacção de textos dos resultados da investigação aplicada.

Os estudantes devem relacionar a investigação, a inovação e a criação de novos produtos ou serviços, as tendências de mercado e o ciclo de vida de um produto.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The curricular unit has as main objective to promote the development by the master students of critical thinking through knowledge acquisition and understanding of the main methodologies and research techniques applicable in the field of fashion design. The course also holds as specific purpose to pursue the development of skills and capacity on the part of the students to problematize problems and select the approach, methodology and analysis techniques that is deemed more suitable to the research problem, whether in a concrete situation, even though complex, of conception. Students will be able to design and plan the applied research in fashion design and to point out advantages and disadvantages of potential alternative approaches. It is still the goal of the course the writing ability of texts with the results of applied research. Students should relate to research, innovation and the creation of new products or services, market trends and the life cycle of a product.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Abordagens à Investigação (por ação, estudo de casos, levantamento conceptual-analítico, investigação experimental, para o projeto, orientada à avaliação de artefactos). Tipos de resultados de Investigação (estruturas e construções teóricas, modelos relacionais, artefactos, metodologias).

Fases do Processo de Investigação. Atividade de pesquisa bibliográfica. Concepção de experiências. Recolha de informação (contextualização, imersão e métodos etnográficos). Design através da Investigação e Investigação através do Design. Elaboração de questionários. Análise e tratamento de dados. Validade e repetibilidade dos processos de investigação.

Regras de escrita científica. Publicação de resultados e revisão por pares. Parcerias de Investigação. Ética e investigação e envolvimento de sujeitos. Investigação, Inovação e Desenvolvimento de novos produtos e serviços. Ciclo de vida de um produto. Inovação e tendências. As tendências e a moda. As Macrotendências, mercados e economia.

6.2.1.5. Syllabus:

Approaches to Research (by action, case studies, conceptual-analytical survey, experimental research to support design, guided towards the assessment of artefacts). Types of research results (theoretical constructs and structures, relational models, artefacts, methodologies).

Stages in the Process of Research. Literature survey activity. Design of experiments. Collection of information (context acquisition, immersion and ethnographic methods). Design by research (designing through research) and Research by Design (performing research through design). Preparation of questionnaires. Analysis and processing of data. Validity and repeatability of the research procedures.

Rules of scientific writing. Publication of results and peer review. Research Partnerships. Ethics and research involving subjects. Research, Innovation and Development of new products and services. Life cycle of a product. Innovation and trends. Trends and fashion. The macro trends, markets and economy.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

No objetivo de desenvolvimento do espírito crítico nos mestrandos, a abrangência dos conteúdos programáticos, agrupados em três grandes módulos (abordagens à investigação, fases do processo de investigação, publicação de resultados e revisão por pares), visa a incorporação de uma visão de conjunto que permita posicionar criticamente as metodologias alternativas tratadas na UC. A estruturação do processo de investigação, seguindo-se a colocação de perguntas de investigação, corresponde à primeira fase da estruturação da abordagem ao problema. Numa segunda fase, procura-se operacionalizar o processo de resposta às perguntas de investigação e de satisfação dos objetivos

propostos, através do desenvolvimento do planeamento e da concepção da investigação. O conhecimento alargado de abordagens à investigação, de métodos de recolha de dados, de abordagens à concepção experimental, acompanhado da análise de exemplos, visa permitir aos estudantes o entendimento da investigação.

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

With regard to the objective of developing critical thinking by the master students, the large scope of the syllabus, grouped into three major modules (approaches to research, phases of research, publication of results and peer review), aims to incorporate a holistic vision which allows critically positioning alternative methodologies treated within the course. The structuring of the research process, followed by the placement of research questions, is the first stage of structuring the approach to the problem. In a second phase, one seeks to operationalize the process of responding to research questions and meet the proposed objectives, by developing the planning and design of research. The knowledge of broad overview of approaches to research, of data collection methods, of approaches to experimental design, together with an analysis of examples, aims to enable students of the research understanding.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia pedagógica de ensino e aprendizagem está centrada no estudante, embora prevendo exposição por parte do professor de algumas partes da matéria, nas horas de contacto teóricas. Nas horas teórico-práticas e de trabalho individual, os estudantes irão desenvolver o seu próprio trabalho a partir de questões previamente formuladas. Os trabalhos desenvolvidos serão expostos, por cada um dos estudantes ou por um representante do grupo de estudantes encarregado do desenvolvimento de um determinado tema, perante toda a turma que deverá ter uma atitude proactiva. A avaliação de conhecimentos compreende a elaboração de um trabalho, englobando os conteúdos ministrados na UC, incluindo questões sobre a matéria ministrada. A assiduidade contribui para a avaliação pela via positiva na classificação final. O critério de frequência contempla a classificação mínima de 6 valores e, o de aprovação, 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The pedagogical methodology of teaching and learning is student-centered, while providing exposure by the teacher of some parts of matter, in the theoretical contact hours. In the theoretical-practical and individual work hours, students will develop their own work from previously formulated questions. The developed works will be presented by each student or by a representative of students group in charge of developing a particular topic to the whole class that should have a proactive attitude. The knowledge evaluation includes the preparation of a work, encompassing the content taught at UC, including questions on the subject taught. The attendance contributes to the assessment by the positive way in the final classification. The frequency criteria consider the minimum the grade of 6 values and the approval the grade of 10.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A unidade curricular de Macrotendências e Investigação, inserida no Mestrado em Branding e Design de Moda, visa conferir aos mestrandos competências para o planeamento de um projeto de investigação, de modo a que, posteriormente, possam desenvolver investigação com alguma autonomia. Para alcançar este objetivo, não se poderia apenas confiar na transmissão de conhecimento compilado, tratado e explicitado pelos professores, mas é necessário agir de molde a que as competências efetivas sejam desenvolvidas no estudante. Essa ação será a do próprio estudante, ainda que dirigido, e com vários momentos de partilha e reunião com os colegas e com os professores. Trata-se no fundo de implementar uma abordagem de “aprender através da execução”, ou “learning by doing”. A conceção e o planeamento da investigação em design, de molde a resultar, através da sua execução, em contributos válidos para alimentar a ciência do design e relevantes no contexto global, deve ser sujeita ao escrutínio dos pares, desde o seu estágio embrionário. A UC, baseada no método de ensino com apresentação de trabalhos para a turma, visa nestes plenários, através do fomento do debate e da crítica construtiva, introduzir os mestrandos à prática da revisão por pares, que é condição sine qua non e uma etapa fundamental e inultrapassável da validação e do reconhecimento dos resultados da atividade de investigação.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The curricular unit of Macrotrends and Research, inserted into the Master Program in Branding and Fashion Design, seeks to empower master students in planning a research project, so that later, they can conduct research with some independence. To achieve this, one could not just rely on the transmission of knowledge, compiled, processed and interpreted by the teaching team of the course, but action is needed so that actual skills are developed by the student. This action will be the student's own, albeit directed, and with many moments of sharing and meeting with colleagues and teachers. This is the implementation of an approach of "learning through hands-on action", or "learning by doing." The design and planning of research in design, in order to succeed, through its implementation, in valuable contributions to feed the science of design and that are relevant in the global context, should be subject to the scrutiny of peers, from its embryonic stage. The course, based on the method of teaching with presentation of works to the class, aims in these plenary sessions, by fostering debate and constructive criticism, to introduce master students to the practice of peer review, which is a sine qua non and a fundamental and insurmountable stage of validation and recognition of the results of research activity.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*-Creswell, J.W., (2002) Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, 2nd edition, Thousand Oaks, California: Sage Publications.
-Heppner, P., Heppner, M.J. (2003), Writing and Publishing your thesis, Belmont, California: Wadsworth.*

- Jackson, S.L. (2008) *Research Methods and Statistics: A critical thinking approach*. Belmont, California: Wadsworth.
- Sampieri, M. C. Roberto Hernández, and al.(2000), *Metodología de la Investigación*, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Rasquilha, Luís (2010), *Tendências e Gestão da Inovação*, Verlag Dashofer Edições.
- Pestana, D. Velosa (2006), *Introdução à Probabilidade e à Estatística*, 2.ªed., F. C. Gulbenkian, Lisboa.
- Hague, P., Morgan, C. (2004), *Market Research In Practice*, Kogan Page, London.
- Okonkwo, Uché (2007), *Luxury Fashion Branding: Trends, Tactics, Techniques*, Palgrave Macmillan Ltd, Hampshire R621 6XS.
- Chevalier, M. (2008), *Luxury Brand Management: A World of Privilege*, John Wiley and Sons, Inc.Hoboken.

Mapa X - Atelier de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Atelier de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Rui Alberto Lopes Miguel - T (15h); TP(15h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

João Alberto Baptista Barata – PL (45h)

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Aplicar e relacionar conhecimentos adquiridos, desenvolvendo a capacidade de resolução de problemas em situações novas, multidisciplinares e complexas

Adquirir conhecimentos relativamente às técnicas têxteis para produção de protótipos

Adquirir conhecimentos relativamente às técnicas de confecção para produção de protótipos e respetivas fichas técnicas

Ser capaz de selecionar, em função do projeto, materiais e processos de produção para a concretização de protótipos

Aplicar os conhecimentos relativos ao planeamento na confecção durante a produção de coleções e produção final

Conhecer os parâmetros de controlo de qualidade na produção têxtil e vestuário e sua relação com o nível de qualidade da peça confeccionada

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Apply and relate knowledge, developing the ability of problem solving in multidisciplinary and complex new situations

Acquire knowledge regarding the textile techniques for the production of prototypes

Acquire knowledge regarding the making-up techniques for the production of prototypes and respective datasheets

Be able to select, depending on the project, materials and production processes for the realization of prototypes

Apply knowledge relating to planning on Making Up during the production of collections and final production

Meet the parameters of quality control in textile and apparel production and its relation with the quality level of garment made

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Processos têxteis (fiação, tecelagem, malharia, tinturaria, estamparia e acabamento) e capacidades dos equipamentos

2. Processos de confecção e capacidades dos equipamentos

3. Influência das características dos tecidos e malhas no processo de confecção, nas propriedades de uso e aspeto da peça confeccionada

4. Organização e planeamento na confecção durante as coleções e na produção de encomendas

5. Dossier técnico e plano da coleção desenvolvida na UC Projeto de Branding e Design de Moda

6. Escolha de materiais e processos para a produção dos protótipos da coleção de moda em articulação com a UC Projeto de Branding e Design de Moda

7. Controlo de qualidade nos processos têxtil e de confecção e sua relação com a qualidade final do produto confeccionado

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Textile processes (spinning, weaving, knitting, dyeing, printing and finishing) and capacities of equipment*
2. *Making-up processes and capacities of equipment*
3. *Influence of the characteristics of the fabrics and knits in the making-up process, wear properties and appearance of the garment made*
4. *Organization and planning on making-up during the collections and in the production of orders*
5. *Technical dossier and the collection plan developed at UC Project of Branding and Fashion Design*
6. *Choice of materials and processes for the production of fashion collection prototypes in conjunction with the UC Project of Branding and Fashion Design*
7. *Quality control in the textile and making-up processes and its relation with the final quality of the product made*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Através da relação entre os objetivos de aprendizagem e os conteúdos programáticos, mostra-se, para cada objetivo, a coerência com os módulos dos conteúdos programáticos.

Objetivo: Aplicar e relacionar conhecimentos (...) multidisciplinares e complexas. Conteúdo Programático: Módulos 1 a 7.

Objetivo: Adquirir conhecimentos relativamente às técnicas têxteis para produção de protótipos. Conteúdo Programático: Módulos 1, 6 e 7.

Objetivo: Adquirir conhecimentos relativamente às técnicas de confecção (...) fichas técnicas. Conteúdo Programático: Módulos 2, 5, 6 e 7.

Objetivo: Ser capaz de seleccionar, em função do projeto, (...) de protótipos. Conteúdo Programático: Módulos 1, 2, 3 e 6.

Objetivo: Aplicar os conhecimentos relativos ao planeamento (...) produção final. Conteúdo Programático: Módulo 4.

Objetivo: Conhecer os parâmetros de controlo de qualidade (...) peça confeccionada. Conteúdo Programático: Módulo 7.

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

Through the relationship between the learning objectives and the syllabus, it is shown, for each objective, the coherence with the modules of the syllabus.

Objective: Apply and relate knowledge (...) complex new situations. Programmatic content: Modules 1 to 7.

Objective: Acquire knowledge regarding the textile techniques for the production of prototypes. Programmatic content: Modules 1, 6 and 7.

Objective: Acquire knowledge regarding the making-up techniques (...) datasheets. Programmatic content: Modules 2, 5, 6 and 7.

Objective: Be able to select, depending on the project (...) prototypes. Programmatic content: Module 1, 2, 3 and 6.

Objective: Apply knowledge relating to planning (...) final production. Programmatic content: Module 4.

Objective: Meet the parameters of quality control (...) garment made. Programmatic content: Module 7.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino-aprendizagem prevê a aquisição de conhecimentos através do estudo centrado no projeto. Assim, a metodologia pedagógica é ativa e cooperativa, incentivando a reflexão e centrando no estudante a aplicação dos conceitos e a resolução de problemas.

Nas aulas teóricas e teórico-práticas o professor introduz os conteúdos programáticos à medida que a execução do projeto assim o exige e permite.

Nas aulas práticas os estudantes executam individualmente, com supervisão do professor, o projeto de coleção até aos protótipos finais.

Nas fases de avaliação da progressão da execução da coleção são apresentados e discutidos, perante a turma, o estado dos trabalhos.

A avaliação: 1ª Fase, Organização – 10%; 2ª Fase, Dossier + Materiais – 20%; 3ª Fase, Protótipos em Toile – 30%), até à

apresentação final (40%). O critério de frequência exige um mínimo de 6 valores. Para obter aprovação, o estudante deve ter uma classificação igual ou superior a 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching-learning methodology provides for the acquisition of knowledge through the study centered on the project. Thus, the teaching methodology is active and cooperative, encouraging reflection and focusing on student the application of concepts, the problem solving and the research.

In theoretical and theoretical-practical lessons the teacher introduces the syllabus as that the project execution so requires and allows.

In practical lessons students develop individually, with teacher supervision, the project of collection to final prototypes. In assessing the progress of the execution of the collection are presented and discussed, to the class, the work status.

The assessment :1st Phase, Organization – 10%; 2nd Phase, Dossier + Materials – 20%; 3rd Phase, Prototypes in Toile – 30%), to the final presentation (40%). The frequency criterion requires a minimum of 6 values. For approval, the student must have a rating equal to or greater than 10 values.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular, dado que a metodologia expositiva satisfaz a necessidade de apresentar, explicar e proporcionar aos estudantes bases sólidas sobre a execução de projectos de branding e design de moda. Por outro lado, as aulas práticas proporcionam o conhecimento associado ao saber-fazer profissional. Analisando metodologia a metodologia:

A metodologia de ensino:

“Nas aulas teóricas e teórico-práticas o professor introduz os conteúdos programáticos à medida que a execução do projeto assim o exige e permite”.

está em coerência com os objetivos de aprendizagem da UC:

- *Adquirir conhecimentos relativamente às técnicas têxteis para produção de protótipos*
- *Adquirir conhecimentos relativamente às técnicas de confecção para produção de protótipos e respetivas fichas técnicas*
- *Ser capaz de selecionar, em função do projeto, materiais e processos de produção para a concretização de protótipos*
- *Aplicar os conhecimentos relativos ao planeamento na confecção durante a produção de coleções e produção final*
- *Conhecer os parâmetros de controlo de qualidade na produção têxtil e vestuário e sua relação com o nível de qualidade da peça confeccionada*

A metodologia de ensino:

“Nas aulas práticas os estudantes executam individualmente, com supervisão do professor, o projeto de coleção até aos protótipos finais. As fases de progressão dos trabalhos são apresentadas e discutidas perante a turma”.

está em coerência com os objetivos de aprendizagem da UC:

- *Aplicar e relacionar conhecimentos adquiridos, desenvolvendo a capacidade de resolução de problemas em situações novas, multidisciplinares e complexas*
- *Adquirir conhecimentos relativamente às técnicas têxteis para produção de protótipos*
- *Adquirir conhecimentos relativamente às técnicas de confecção para produção de protótipos e respetivas fichas técnicas*
- *Ser capaz de selecionar, em função do projeto, materiais e processos de produção para a concretização de protótipos*
- *Aplicar os conhecimentos relativos ao planeamento na confecção durante a produção de coleções e produção final*
- *Conhecer os parâmetros de controlo de qualidade na produção têxtil e vestuário e sua relação com o nível de qualidade da peça confeccionada*

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies are consistent with the objectives of the curricular unit, since expository methodology satisfies the need to present, explain and give students solid bases on the execution of branding and fashion design projects. By other side, the practical classes provide the knowledge associate to the professional know-how. Analysing each teaching methodology:

Teaching methodology:

“In theoretical and theoretical-practical lessons the professor introduces the syllabus as the execution of the project so requires and permits”.

are in coherence with the learning goals of the UC:

- *Acquire knowledge regarding the textile techniques for the production of prototypes*
- *Acquire knowledge regarding the making-up techniques for the production of prototypes and respective datasheets*
- *Be able to select, depending on the project, materials and production processes for the realization of prototypes*
- *Apply knowledge relating to planning on Making Up during the production of collections and final production*
- *Meet the parameters of quality control in textile and apparel production and its relation with the quality level of garment made*

Teaching methodology:

“In practical classes students perform individually, with supervision of the professor, the project collection till the final prototypes. The stages of progression of the work are presented and discussed in the class”.

are in coherence with the learning goals of the UC:

- *Apply and relate knowledge, developing the ability of problem solving in multidisciplinary and complex new situations*
- *Acquire knowledge regarding the textile techniques for the production of prototypes*

- *Acquire knowledge regarding the making-up techniques for the production of prototypes and respective datasheets*
- *Be able to select, depending on the project, materials and production processes for the realization of prototypes*
- *Apply knowledge relating to planning on Making Up during the production of collections and final production*
- *Meet the parameters of quality control in textile and apparel production and its relation with the quality level of garment made*

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Briggs-Goode, A. and Townsend, K., (2011) "Textile Design – Principles, advances and applications", Woodhead Publishing Ltd. Cambridge, UK.

Horne, L. (2012), New product development in textiles – innovation and production, The Textile Institute, Woodhead Publishing, Limited, Cambridge, England.

Amaden-Crawford C., (2006), Guide to Fashion Sewing, 4th Edition, Fairchild Publications, Inc., New York

Cole J., Sharon Czachor, (2009), Professional Sewing Techniques for Designers, Fairchild Publications, Inc., New York

Nudelman Z., The Art of Couture Sewing, Sample Workbook to Accompany Professional Sewing Techniques for Designers

Araújo M., (1996), Tecnologia do Vestuário; Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa

Carr and Latham's, (2008), Technology of Clothing Manufacture, Wiley-Blackwell

Tyler, D.J., (1991), Materials management in clothing production, John Wiley and Sons Ltd

H. Carr & J. Pomeroy, (1992), "Fashion Design and Product Development. Oxford: Blackwell Scientific Publications

Mapa X - Retailing e Marcas de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Retailing e Marcas de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

José António Pereira Rousseau- T(30h); TP(15h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Adquirir uma noção correta de distribuição retalhista

Compreender o contexto de mercado do retalho de moda

Identificar os desafios e as oportunidades do retalho de moda

Perceber a importância da gestão eficiente dos canais de distribuição

Apreender os principais elementos de gestão das operações do retalho e desenvolver a capacidade analítica e crítica

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Acquire a correct idea of retail distribution

Understand the market context of the retail fashion

Identify the challenges and opportunities of the retail fashion

Realize the importance of efficient management of distribution channels

Seize the main retail operations management elements and develop analytical and critical skills

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Noção de Distribuição e sua evolução

2. Introdução e contextualização do retalho de moda

3. Planeamento e gestão de cadeias de retalho

4. A gestão da cadeia de abastecimento
5. Gestão das operações no retalho
6. Internacionalização do retalho de moda
7. Retalho offline e online

6.2.1.5. Syllabus:

1. Retail distribution and its evolution
2. Introduction and context of the retail fashion
3. Planning and retail chain management
4. The supply chain management
5. Retail operations Management
6. Fashion retail Internationalization
7. Offline and online Retail

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A estrutura programática assenta num percurso de construção de conhecimento e desenvolvimento de competências necessárias ao conhecimento e domínio da temática do retalho de moda, fruto de contribuições multidisciplinares do meio académico e empresarial sobretudo nas últimas duas décadas.

Pretende-se que os alunos adquiram as competências necessárias para atingir os objectivos de aprendizagem propostos e possam aplicar em situações reais os conceitos, técnicas e metodologias apresentados em sala de aula. O estudante deve ter capacidade para manipular cognitivamente conceitos e princípios de gestão de retalho num contexto de moda (GRM); deve ter capacidade para utilizar ferramentas e metodologias de planeamento e GRM das operações; deve ter capacidade para desafiar os postulados com vista à criação de abordagens inovadoras e a integração de tecnologias avançadas na GRM; deve ter capacidade para colocar em prática acções que visem o desenvolvimento de best practices no contexto da GRM.

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

The program structure is based on an approach to the construction of knowledge and development of skills necessary for the knowledge and the thematic field of retail fashion, the result of multidisciplinary contributions from academia and industry especially in the last two decades.

It is therefore intended that the students acquire, the skills necessary to achieve the proposed learning objectives and can apply in real situations the concepts, techniques and methodologies presented in the classroom.

The student must be able to handle cognitively retail concepts and management principles in a fashion context; should be able to use tools and methodologies for planning and management of retail fashion operations; must be able to challenge the postulates for the creation of innovative approaches and the integration of advanced technologies in the retail fashion management; must be able to put in place actions to the development of best practices in retail management context.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino e de avaliação destinam-se a desenvolver competências com base no “saber fazer”, com elevada ênfase em processos activos e participativos. Pretende-se garantir a compreensão e articulação dos conteúdos não só através da exposição teórica dos conceitos e metodologias e da exemplificação através de casos e exemplos reais, mas também por via dos elementos de avaliação definidos. A avaliação final é composta por um teste escrito individual no final do semestre abrangendo toda a matéria (50%) e pela apresentação e defesa de trabalho de grupo ou individual (50%) em formato científico.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methods of teaching and assessment are designed to develop skills based on "know-how", with high emphasis on active and participatory processes. The aim is to ensure understanding and articulation of content not only through the theoretical exposition of the concepts and methodologies and exemplification through real examples and cases, but also by the defined assessment criteria. The final assessment consists of an individual written test at the end of the semester covering all matter (50%) and an individual or group work (50%) in scientific format.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino estão em coerência com os objectivos da unidade curricular dado que a metodologia expositiva associada à exemplificação de situações e resolução de casos possibilitam uma compreensão adequada dos conteúdos.

Pretende-se igualmente a interligação dos conceitos e instrumentos de trabalho apresentados em sala de aula com os

objectivos do curso em geral e da unidade curricular em particular, de forma a conseguir uma mediação eficaz entre o meio académico e o ambiente profissional.

O desenvolvimento pessoal dos alunos também não é esquecido, através da criação de um clima de trabalho que favoreça a aceitação de desafios e o ultrapassar de dificuldades.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methods are consistent with the objectives of the course as the methodology exhibition associated with the exemplification of situations and case resolution enable a proper understanding of the content.

It is also intended to interconnect the concepts and tools presented in the classroom with course objectives in general and of course in particular, to achieve effective mediation between academia and the professional environment.

The student's personal development is important too, by creating a working environment that encourages the acceptance of challenges and overcome difficulties.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1.Principal

Rousseau, José António (2008) Manual de Distribuição, Principia

Barry Berman, Joel R .Evans (2007) Retail Management: A Strategic Approach Prentice-Hall.

Chetan Bajaj, Nidhi V Srivastava(2005) Retail Management, Oxford University Press.

Margaret Bruce, Christopher M. Moore and Grete Birtwistle (2004) International Retail Marketing - A Case Study Approach, Elsevier.

2. Complementar

John Fernie and Leigh Sparks (2004) Logistics and retail management : insights into current practice and trends from leading experts, Kogan Page.

Gibson G Vedamani (2004) Retail Management – Functional Principles and Practice, Jaico Publishing House

James R Ogden, Denise T Ogden (2005) Integrated Retail Management, Biztantra.

Joachim Zentes, Dirk Morschett and Hanna Schramm-Klein (2007) Strategic Retail Management - Text and International Cases, Gabler.

John Fernie and Leigh Sparks (2009) Logistics and retail management : emerging issues and new challenges in the retail supply chain, Kogan Page.

Mapa X - Produção de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Produção de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Maria Theresa Figueiredo Beco Lobo - TP (45h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

A UC tem como objetivo principal conhecer todos os processos de produção de moda;

entender o papel do profissional e as suas atribuições no contexto da Produção de Moda;

elaborar crítica da criação e o desenvolvimento de uma campanha publicitária na área de moda; saber estruturar um trabalho de produção de moda.

Os estudantes ficarão aptos a conhecer todos os processos de produção de moda; entender o papel do profissional e as suas atribuições no contexto da Produção de Moda; elaborar crítica da criação e o desenvolvimento de uma campanha publicitária na área de moda; e saber estruturar um trabalho de produção de moda.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The UC has as main objective to know all fashion production processes; understand the role of professional and tasks in the context of Fashion Production; develop critical of creation and the development of an advertising campaign in fashion; and learn to structure a fashion production work.

Students will be able to meet all fashion production processes; Understand the role of professional and tasks in the context of Fashion Production; Develop critical of creation and the development of an advertising campaign in fashion; Learn to structure a fashion production work.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Conhecimento teórico e prático de produção de moda. 1.1 Papel do profissional: editor, produtor, maquiador e cabeleireiro, director de modelos e técnico de iluminação. 2. Produção de Passagens de modelos; Design do ambiente das Passarelas; Design da iluminação; Seleção da Música; Serviços de Fotografia e Vídeo; Casting de Modelos; Coreografia das Passagens de modelos; e Conceito de Cabeleireiro e Maquilhador. 3. A criação e o desenvolvimento de

uma campanha publicitária na área de moda, desde a concepção à direção de arte. 4. Concepção e direção; necessidades do cliente (conceituais, comerciais e peças publicitárias); criação da campanha; formação da equipe (fotógrafo, stylist, maquilhador, modelo); direção da equipe; execução do projeto; direção de arte; desenvolvimento de layouts; criação do projeto gráfico; montagens das peças (banners, outdoor, catálogo, etc.); tratamento de imagem 5. O diretor de arte e a moda. Processo criativo para quem cria para clientes de moda.

6.2.1.5. Syllabus:

1. Theoretical and practical knowledge of fashion production. 1.1 Role of the professional: editor, producer, makeup artist and hairdresser, Director of models and lighting technician. 2. Production of Runways; Design of Runways environment; Lighting Design; Music selection; Photography and Video Services; Models Casting; Choreography of Runways; Concept and hairdresser and makeup artist. 3. The creation and development of an advertising campaign in fashion, from design to art direction. 4. Design and direction; customer needs (conceptual, commercial and advertisements); campaign creation; Team building (photographer, stylist, makeup, model); direction of the team; project implementation; Art Direction; development of layouts; creation of graphic design; assemblies of parts (banners, outdoor, catalog, etc.); image processing 5. The director of art and fashion. Creative process for anyone that can create for fashion clients.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Através da relação entre os objetivos de aprendizagem e os conteúdos programáticos, mostra-se, para cada objetivo, a coerência com os módulos dos conteúdos programáticos.

Objetivo: Ter um conhecimento teórico e prático de produção de moda: Módulo 1

Objetivo: Ser capaz de entender a Produção de Passagens de modelos; Design do ambiente das Passerelles; Design da iluminação; Seleção da Música; Serviços de Fotografia e Vídeo; Casting de Modelos; Coreografia das Passagens de modelos; e Conceito de Cabeleireiro e Maquilhador: Módulo 2

Objetivo: Aplicar os conhecimentos relativos à criação e o desenvolvimento de uma campanha publicitária na área de moda, desde a concepção à direção de arte: Módulo 3

Objetivo: Ter a capacidade de entender a concepção e direção; tratamento de imagem: Módulo 4

Objetivo: Entender o papel ...moda.: Módulo 5

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

Through the relationship between the learning objectives and the programmatic contents, it is shown, for each objective, the coherence with the modules of the syllabus.

Objective: To have a theoretical and practical knowledge of fashion production: Module 1

Objective: To be able to understand the Production of Runways; Design of Runways environment; Lighting Design; Music selection; Photography and Video Services; Models Casting; Choreography of Runways; Concept and hairdresser and makeup artist: Module 2

Objective: Apply knowledge of the creation and development of an advertising campaign in fashion, from design to art direction: Module 3

Objective: Having the ability to understand design and direction; image processing: Module 4

Objective: Understand the role fashion clients: Module 5

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia pedagógica de ensino e aprendizagem está centrada no estudante, embora prevendo exposição por parte do professor de algumas partes da matéria, nas horas de contacto teórico-práticas.

Ainda nas horas teórico-práticas e de trabalho de grupo e individual, os estudantes irão desenvolver o seu próprio trabalho de produção de moda em estúdio. Os trabalhos desenvolvidos serão expostos, por cada um dos estudantes ou por um representante do grupo de estudantes encarregado do desenvolvimento de um determinado tema, perante toda a turma que deverá ter uma atitude proactiva.

A avaliação de conhecimentos compreende a elaboração de um trabalho, englobando os conteúdos ministrados na UC, incluindo questões sobre a matéria ministrada. A assiduidade contribui para a avaliação pela via positiva na classificação final. O critério de frequência contempla a classificação mínima de 6 valores e, o de aprovação, 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The pedagogical methodology of teaching and learning is student-centered, while providing exposure by the teacher of some parts of matter, in the theoretical-practical contact hours.

Also in the theoretical-practical and individual and group work hours, students will develop their own work of Fashion Production in studio. The developed works will be presented by each student or by a representative of students group in charge of developing a particular topic to the whole class that should have a proactive attitude.

The knowledge evaluation includes the preparation of a work, encompassing the content taught at UC, including questions on the subject taught. The attendance contributes to the assessment by the positive way in the final classification. The frequency criteria consider the minimum the grade of 6 values and the approval the grade of 10.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A unidade curricular de Produção de Moda, inserida no Mestrado em Branding e Design de Moda, visa conferir aos mestrandos competências para o planeamento de um projeto de produção de moda de modo a que, posteriormente, possam desenvolver esse trabalho de moda com alguma autonomia.

A apresentação dos conteúdos teóricos pelo professor recorre a meios audiovisuais de auxílio à exposição e promove,

sempre que oportuno, a discussão dos temas com os estudantes . Eles irão desenvolver os enunciados no domínio do design de moda que os colocam em situações muito diversas mas com algumas limitações previamente impostas. Cada fase do enunciado será, por fim, apresentada oralmente e apoiada por um suporte visual completo que no final avaliará de uma forma crítica e objectiva o respectivo trabalho. Cada etapa apresentada deverá estar de acordo com o solicitado no enunciado, completo e entregue dentro das datas estipuladas. Nos seus conteúdos será realçada a qualidade e não a quantidade.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The curricular unit of Fashion Production, inserted into the Master Program in Branding and Fashion Design, seeks to empower master students in planning a project of Fashion Production, so that later, they can conduct the work with some independence.

The presentation of theoretical contents by the teacher will use audiovisual aid to exposure and promote, when is appropriate, discuss the issues with students. They will develop set out in the fashion design field that put them in very different situations but with some limitations previously imposed. Each statement of the stage will be finally presented orally and supported by a complete visual support at the end of a review and evaluate objectively their work. Each step must be submitted in accordance with the request in the statement, complete and delivered within the stipulated dates. In their content quality and not quantity is highlighted.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

EVERETT, Judith C., SWANSON, Kristen K., (2013) Guide to Producing a Fashion Show, Fairchild Books; 3 edition.

GRANGER, Michele M., (2012) Fashion: The Industry and Its Careers, Fairchild Books; Second Edition.

IVERSON, Annemarie, (2010) In Fashion: From Runway to Retail, Everything You Need to Know to Break Into the Fashion Industry, Potter Style; 1 edition.

JONES, Sue Jenkyn, Fashion Design. (2005) O Manual do Estilista, Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

KAPL, Ulrike Kapl,(2009) Management Fashions: The Production, Diffusion and Decline of Popular Management Concepts, Saarbrücken: VDM Verlag

KEISER, Sandra J. and Garner, Myrna B. (2003) Beyond Design: The Synergy of Apparel Product Development. New York: Fairchild Books & Visuals.

MCKELVEY, Kathryn and Munslow, Janine. (2003) Fashion Design: Process, Innovation & Practice, Oxford, Blackwell Science.

TAIN, Linda. (2003) Portfolio Presentation for Fashion Designers. New York : Fairchild Books & Visuals.

Mapa X - Visual Merchandising

6.2.1.1. Unidade curricular:

Visual Merchandising

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Valter Carlos Cardim - T(15h); TP (30h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

A UC tem como objetivo principal fomentar o desenvolvimento do espírito crítico nos mestrandos através do conhecimento e compreensão das principais metodologias e técnicas que são aplicadas nos projetos e assessorias na área do visual merchandising, imprescindível no atual universo altamente concorrencial entre as marcas de moda. No final da UC o aluno estará apto para desenvolver estratégias de comunicação da marca, no que tange a exposição de produtos em termos de comunicação visual no ponto de venda. Saberá interpretar as tendências de mercado e do comportamento do consumidor de modo a poder estabelecer correlação entre os processos racionais e emocionais, para melhor expor a qualidade dos produtos da marca, com a utilização de metodologias de projeto para gerir, de forma criativa, a gestão da marca e dos seus produtos, interligando-os ao marketing e publicidade com foco no consumidor final a partir do ADN da marca, que sensibilize o público alvo junto ao ponto de venda, inclusive.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The UC main objective is to foster the development of critical thinking in the master's students through knowledge and understanding of the main methodologies and techniques that are applied in projects and consultancies in the visual merchandising area, essential in today's highly competitive world of fashion brands. At the end of UC the students will be able to develop brand communication strategies regarding the display of products in terms of visual communication at point of sale. He will know how to interpret market trends and consumer behavior in order to establish correlation between the rational and emotional processes, to better expose the quality of the brand products, using project methodologies to handle, creatively the management of the brand and its products, linking them to marketing and advertising focus on the final consumer from the brand's DNA, to sensitize the target audience including at the point of sale.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Ao longo do desenvolvimento da UC serão desenvolvidos os seguintes temas de estudo: Moda e Merchandising Visual: Conceito de Merchandising; Conceitos de Merchandising Visual; O consumidor, as modas do consumo. Princípios do Merchandising Visual: Fundamentos do design; Teoria da Cor; Elementos do Merchandising Visual. Gestão e Organização de Espaços Comerciais: Formatos de espaços comerciais (tipos de lojas, stands, showrooms); Organização do espaço comercial (montras, entrada, circulação, displays e outros expositores, caixa); Plano de Merchandising Visual. Vitrinismo: Espaço físico e estrutura das montras (exteriores e interiores); Tipologias de Montra (saldo, cenário, vendas, informação, etc); Calendário de exposições; Técnicas de decoração (composição, volume, espaço); Técnicas de Exposição (artigos de têxteis lar/ decoração e vestuário); Segurança nas vitrines. Tendências contemporâneas para o merchandising visual; Ao nível dos espaços comerciais; Elementos de merchandising visual.

6.2.1.5. Syllabus:

Over the UC development will be established the following research themes: Fashion and Visual Merchandising: Merchandising Concept; Visual Merchandising Concepts; The consumer, the fashions of consumption. Principles of Visual Merchandising; Design Fundamentals; Colour Theory; Visual Merchandising Elements. Management and Organization of the Commercial Spaces: Commercial Spaces Formats (types of stores, stands, showrooms); Organization of the commercial space (shop windows, entrance, circulation, displays and other exhibitors, box); Visual Merchandising Plan. Window Dressing: Physical space and windows shop structure (exterior and interior); Types of Shop Windows (balance, scenery, sales, information, etc.); Exhibition calendar; Decorating techniques (composition, volume, space); Exposure techniques (home textile articles / decor and clothing); Security in the shop windows. Contemporary trends for visual merchandising; At the level of commercial spaces; Visual merchandising elements.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

O estudante deve ter capacidade para realizar projecto de Visual Merchandising completo podendo interagir com outros profissionais envolvidos e discutir as propostas com coerência e qualidade; deve ter habilidade e competência para incluir no projecto de branding e design de moda os conceitos de merchandising visual; deve saber interpretar, a partir de investigação e 'a priori' construído continuamente, as tendências de mercado de acordo com as necessidades da corporação e seu target; deve saber entender os espaços e poder estruturar a melhor disponibilização de produtos informações no espaço de exposição das marcas (vitrinismo).

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

The student must be able to conduct a full Visual Merchandising project, he can interact with others involved and discuss the proposals with consistency and quality; he must have ability and competence to include in the branding project and corporate fashion design the concepts of visual merchandising; he must know how to interpret, from the research and a priori built continuously, the market trends according to the organizational needs and their target; he should know how to understand the spaces and be able to structure a better available information products in the exhibition space of the brands(window dressing).

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino e aprendizagem centra-se no aluno. É composta por uma componente de apresentação de conteúdos teóricos pelo professor e por uma componente de exercícios e apresentação e discussão de trabalhos, nas horas de contacto teórico-práticas. Decorrerão também nas aulas teórico- práticas onde os alunos devem utilizar as teorias apresentadas nas aulas teóricas para posterior aplicação no trabalho final de investigação e de projeto, em grupo e/ou individual. Os trabalhos desenvolvidos serão expostos e apresentados para apreciação de todos os alunos. Na componente final da avaliação será considerado uma avaliação do texto final, relatório científico (40%) do projeto final (40%), sobre a proposta desenvolvida para um caso real. A assiduidade e participação ativa em sala de aula contribui para a avaliação pela via positiva na classificação final (20%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching and learning methodology is centered on the student. It consists of a presentation component of theoretical contents by the teacher and a component of exercises and presentation and discussion of work in the hours of theoretical- --practical contact. Also in theoretical- practical classes where students must use the theories presented in the theoretical classes for later application at the end of the research work and the project, in-group and / or individual. The developed works will be exhibited and presented for consideration of all students. In the final component of the evaluation will be considered an evaluation of the final text, scientific report (40%) of the final project (40%), on the proposal developed for a real case. The attendance and active participation in the classroom contributes to the assessment by the positive way in the final classification (20%).

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A unidade curricular de Visual Merchandising visa conferir aos mestrandos competências para o planeamento de um projeto, de modo a fornecer ferramentas que possam ser utilizadas posteriormente na vida profissional. Desenvolve ainda a capacidade de investigação, com alguma autonomia, dos efeitos visuais nas mais variadas aplicações práticas que o tema confere. A metodologia aplicada, com análise de inúmeros casos práticos, com apresentação de trabalhos teórico-práticos para a turma, com os vários momentos de partilha, alicerçados teoricamente, confere ao aluno uma consciência crítica, construtiva e investigativa.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The curricular unit of Visual Merchandising intended to confer on master students skills for planning a project, to provide tools that can be used later in working life. It also develops the ability to research, with some autonomy of the visual effects in various practical applications that the theme confers. The applied methodology, with the analysis of numerous practical examples, with presentation of theoretical-practical work for the class with several moments of sharing, grounded theory, gives the student a critical conscience, constructive and investigative.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- 1/ MORGAN, Tony (2011). *Visual merchandising : window and in-store displays for retail*. 2nd ed. London : Laurence King.
- 2/ From the Editor of VMSD Magazine (2009). *Merchandising, Ohio, ST Books*.
- 3/ DiNARDO, Anne & HANSON, Alicia (2005). *Visual Merchandising*. Ohio, ST Books.
- 4/ FREITAS, Ana Luísa Alves (2011). *Visual Merchandising*. Lisboa : IADE. Tese de mestrado em Publicidade, apresentada à Escola Superior de Marketing e Publicidade do IADE, realizada sob orientação de Luiz Salomão Ribas Gomez e co-orientação de Valter Cardim.
- 5/ DOWDY, Clare (2008). *ONE-OFF Independent Retail Design*. UK: Laurence King.
- 6/ From the Editor of VMSD Magazine. *Stores & Retail Spaces 9 Ohio, ST Books, 2008*.
- 7/TURNER, Janet (1998). *Designing With Light. Retail Spaces. Lighting solutions for shops, malls and markets*. Series Editor: Conway Lloyd Morgan.

Mapa X - Comunicação e Fotografia de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Comunicação e Fotografia de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Octávio Manuel Rodrigues Alcântara - T(15h); PL(30h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- 1- *Conhecer a História da Fotografia de Moda até à actualidade.*
- 2- *Conhecer a teoria e a prática de produção e de editoração da fotografia de moda.*
- 3- *Sensibilização para o enquadramento da fotografia enquanto disciplina integrada em projectos de design de moda.*
- 4- *Entender o papel do fotógrafo na produção de moda.*
- 5- *Identificar a relação do modelo com a máquina fotográfica e o fotógrafo.*
- 6- *Apoiar das actividades do fotógrafo de moda nas suas funções e responsabilidades no contexto da indústria da moda.*

Competências:

- Capacidade para a utilização do conhecimento teórico e a prática de produção e de editoração da fotografia de moda.*
- Capacidade para entender o papel do fotógrafo na produção de moda.*
- Capacidade o enquadramento da fotografia enquanto disciplina integrada em projectos de design de moda.*
- Capacidade para identificar a relação do modelo com a máquina fotográfica e o fotógrafo e ainda as estratégias de criatividade em "fotografia de moda".*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1- *To know the History of Fashion Photography to the Present.*
- 2- *Understand the theory and practice of production and publishing of fashion photography.*
- 3- *Awareness of the framework of photography as an integrated discipline of fashion design projects.*
- 4- *Understand the photographer's role in the production of fashion.*
- 5- *Identify the model 's relationship with the camera and the photographer .*
- 6- *Support of the fashion photographer activities in their roles and responsibilities in the context of the fashion industry.*

Skills:

- Ability to use the theoretical knowledge and the practice of production and fashion photography editorials .*
- Ability to understand the photographer's role in the production of fashion.*
- Capacity the framework of photography as an integrated discipline of fashion design projects .*
- Ability to identify the model of the relationship with the camera and the photographer and also the creativity strategies in " fashion photography " .*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Fotografia de Moda*
 - 1.1 *História da Fotografia de Moda dos Anos 20 à Actualidade.*
 - 1.2 *Produção de Moda: Breve Introdução*
 - 1.3 *Prática da Fotografia de Moda*
 - 1.4 *Fotojornalismo de Moda*
2. *Produção de Moda*

- 2.1 O papel do Fotógrafo na Produção de Moda
 - 2.2 Os protagonistas da produção de moda e o seu papel: produtor, maquilhador e cabeleireiro.
 - 2.3 O modelo e a sua relação com a máquina fotográfica e o fotógrafo
 - 2.4 Estratégias de criatividade em Fotografia de Moda
- 3. Desenvolvimento de Projecto de Moda
 - 3.1 Projecto: da Ideia à sua Execução.
 - 3.2 A realização da Sessão de Fotografia de Moda
 - 3.3 Crítica do portfolio.
 - 3.4 Modalidades de apresentação pública do portfolio.

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Fashion Photography
 - 1.1 History of Fashion Photography of 20 years to the present day .
 - 1.2 Production of Fashion : A Brief Introduction
 - 1.3 Practice of Photography Fashion
 - 1.4 Photojournalism Fashion
- 2. Production of Fashion
 - 2.1 The role of the photographer in Fashion Production
 - 2.2 The protagonists of fashion production and its role : producer , makeup artist and hairdresser.
 - 2.3 The model and its relationship with the camera and the photographer
 - 2.4 Strategies creativity in Fashion Photography
- 3. Development Project Fashion
 - 3.1 Project: the idea to its execution .
 - 3.2 The completion of Session Photography Fashion
 - 3.3 Portfolio Review .
 - 3.4 Procedures for public portfolio presentation.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

O que se pretende é que os alunos explorem a Fotografia de Moda e pratiquem a comunicação visual através da criação de peças visuais de variada índole. Para esse efeito, os conteúdos exploram não só a reflexão crítica como a discussão e, sobretudo, a criação.

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

The aim is for students to explore Fashion Photography and practice visual communication by creating visual projects of varied parts. To this end, the contents exploit not only critical reflection as the discussion and above all the implicit creation.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A apresentação dos conteúdos teóricos pelo professor recorre a meios audiovisuais de auxílio à exposição e promove, sempre que seja oportuno, a discussão dos temas com os alunos.

Os alunos vão desenvolver, na prática, enunciados no domínio da fotografia de moda que os colocarão em situações muito diversas. A partir de parâmetros exigidos no início do exercício, cada aluno será acompanhado sobre as direcções que está a tomar, com o intuito de chegar ao cerne da sua individualidade de expressão. Cada fase do enunciado será apresentada oralmente durante o período da aula e perante toda a turma, que no final avaliará de uma forma crítica e objectiva o trabalho.

A avaliação de conhecimentos compreende uma prova escrita incluindo questões relativas aos conteúdos teóricos e sua aplicabilidade em contexto prático simulado, com um peso de 40% na classificação final, e os trabalhos práticos com um peso de 60%. A assiduidade contribui para a avaliação pela via positiva.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The presentation of theoretical contents by the teacher uses audiovisual aid exposure and promotes, whenever appropriate, to discuss the issues with students.

Students will develop in practice set out in the field of fashion photography that will put them in very different situations. From parameters required at the beginning of the year, each student will be accompanied on the direction you are taking, in order to get to the heart of its individuality of expression. Each statement of the stage will be presented orally during the lesson and before all the class, which in the end will assess a critical and objective way the work.

The assessment comprises a written test including questions related to the theoretical content and its applicability in simulated practical context, with a 40% weight in the final standings, and practical work with a weight of 60%. The attendance contributes to evaluation by positive means.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

É uma abordagem predominantemente prática à questão, que pretende cumprir o desígnio principal: ajudar os alunos a serem criadores informados e críticos de comunicação e fotografia de Moda, seja de índole artística ou comercial.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

It is a predominantly practical approach to the issue, which pretends to accomplish the ultimate purpose: to help students to be informed creators and critics of communication and Fashion photography, whether artistic or commercial.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

LESKO, Lou and Lane, Bobbi. Advertising Photography: A Straightforward Guide to a Complex Industry, Boston: Course Technology PTR, 2007.

SIEGEL, Eliot. New York: Barron's Educational Series, 2008.

SMITH, Bruce. Fashion Photography: A Complete Guide to the Tools and Techniques of the Trade. New York: Amphoto Books, 2008.

SWANSON, Kristen K. and Everett, Judith C. Writing for the Fashion Business. New York: Fairchild Pubns, 2008.

WATSON, Linda. Vogue Fashion: Over 100 years of Style by Decade and Designer, in association with Vogue.

Richmond Hill: Firefly Books, 2008.

Mapa X - Tecno Moda**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Tecno Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Luisa Rita Brites Sanches Salvado - T 15H; TP 15H; PL 30H

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

1. Desenvolver um entendimento articulado dos projectos de moda tecnológica e dos diferentes recursos tecnológicos utilizados.

2. Caracterizar os princípios de actuação de diversos têxteis funcionais e têxteis interactivos.

3. Caracterizar materiais inovadores e de alta tecnologia.

4. Experimentar a criação de circuitos eléctricos em têxteis e de interruptores têxteis.

5. Experimentar a criação de sensores têxteis, para aplicações interactivas.

6. Promover a compreensão de projectos multidisciplinares.

Competências:

1. Compreender princípios de funcionalidade de diversos produtos de moda tecnológica.

2. Conhecer as propriedades de materiais de alta tecnologia, têxteis e outros.

3. Capacidade para criar circuitos eléctricos em têxteis e criar interruptores têxteis.

4. Capacidade para criar sensores têxteis e têxteis interactivos.

5. Capacidade para relacionar investigação e experimentação de materiais, inspirando abordagens inovadoras e multidisciplinares na moda.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

1. Develop a global understanding of the technologic fashion projects and the diverse technological resources that are used.

2. Characterize the principles of actuation of diverse functional and interactive textiles.

3. Characterize innovating and hightec materials.

4. Experimental development of electric circuits on textiles and textile switches.

5. Experimental development of textile sensors for interactive applications.

6. Promote the understanding of multidisciplinary projects.

Competences:

6. Understand the principles of functionality of diverse technologic fashion products.

7. Know the basic properties of some hightec materials, textile and other materials.

8. Be able to create electric circuits on textiles and textile switches.

9. Be able to create textile sensors and interactive textiles.

10. Be able to relate research and experimentation on materials, inspiring novel and multidisciplinary approaches in fashion.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução à moda tecnológica e às suas várias abordagens: moda funcional, têxteis com electrónica incorporada (wearable technology), têxteis inteligentes, entre outros.

2. Análise de projectos de moda funcional e aplicações industriais diversas em: desporto, saúde, higiene e protecção individual.

3. Análise de projectos de design de moda interactiva. Definição e exemplos de têxteis "inteligentes".

4. Caracterização e análise de alguns dos materiais e recursos utilizados em moda tecnológica: fibras e têxteis de alta

tecnologia e de alto desempenho, têxteis 3D, membranas, laminados, têxteis condutores, materiais de mudança de fase (PCM), materiais com memória de forma (SMM), materiais crómicos, materiais electroluminiscentes, e outros.

5. Experimentação com materiais diversos e com têxteis condutores: criação de circuitos eléctricos, criação de interruptores têxteis, desenvolvimento experimental de sensores têxteis.

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Introduction to technologic fashion and its several approaches: high functionality, electronic textiles, wearable technology, smart textiles among others.*
- 2. Analysis of projects on high functionality fashion in diverse industrial products and applications, such as in: sports, health, hygiene and individual protection.*
- 3. Analysis of projects on interactive fashion and textiles. Definition and examples of smart textiles.*
- 4. Characterization, analysis and experimentation of some materials and resources used in technologic fashion: high performance fibres and textiles, 3D textiles, membranes, laminated fabrics, conductive textiles, phase change materials, shape memory materials, cronic materials, electroluminescent and other materials.*
- 5. Experimenting diverse materials and conductive textiles to create electric circuits, textile switches and to develop textile sensors.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Partindo da análise de projectos de moda tecnológica, de vestuário funcional e de produtos têxteis interactivos, professor e alunos analisam os recursos envolvidos e os materiais utilizados. A análise de projectos diversos e multidisciplinares, ligando a moda à tecnologia e à engenharia, permite ampliar o entendimento geral do design de moda, aprofundar o conhecimento sobre os materiais e alargar as referências dos alunos.

A manipulação de materiais têxteis condutores, criando circuitos eléctricos, interruptores têxteis e sensores têxteis, permite aprender as propriedades eléctricas dos têxteis e aplicá-las no desenvolvimento de produtos interactivos simples. Este conhecimento dos materiais têxteis condutores dá bases para uma futura integração ergonómica e pouco intrusiva de electrónica no vestuário.

Assim, os alunos adquirem a capacidade para relacionar investigação e experimentação de materiais, inspirando abordagens inovadoras e multidisciplinares na moda.

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

Starting from the analysis of projects of technological fashion, functional clothing and interactive textile products, teacher and students analyse the resources involved and the materials used. The analysis of diverse and multidisciplinary projects, calling the fashion to technology and engineering, allows to extend the general understanding of fashion design, deepen the knowledge about the materials and extend students' references.

Conductive textile materials handling, creating electrical circuits, textile sensors and switches allows to learn the electrical properties of textiles and applies them in the development of simple interactive products. This knowledge of textile materials gives drivers for future ergonomic integration bases and little intrusive electronics in clothing.

Thus, students acquire the ability to relate research and testing of materials, inspiring innovative and multidisciplinary approaches in fashion.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino/aprendizagem, embora prevendo sessões expositivas pelo professor, é activa e cooperativa, incentivando a reflexão e centrando no aluno a aquisição de conceitos, a resolução de problemas, a pesquisa e os trabalhos práticos.

A metodologia pedagógica, recorrendo a meios audiovisuais, é composta por duas componentes: discussão de conteúdos teóricos e prática de manipulação de materiais. Nesta última, os alunos desenvolvem em grupo enunciados sobre interactividade e experimentam realizar circuitos eléctricos em têxteis, interruptores têxteis e criar sensores têxteis de pressão, de flexão e outros.

A avaliação de conhecimentos compreende uma prova escrita, com um peso de 50% na classificação final, e os trabalhos práticos, com um peso de 50%. A assiduidade contribui para a avaliação premiando a presença nas aulas. O critério de frequência contempla a classificação mínima de 6 valores e o de aprovação 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching learning methodology is active and cooperative, promoting the thinking and centering in the student the acquisition of concepts, the research and solving problems processes.

The pedagogic methodology, using audiovisual equipment, has two components: discussion of theoretical concepts and practice of hands on the materials. In the last one, the students develop team work on interactivity and experience to create electric circuits on textiles, textile switches and textile sensors of pressure, flexion and others.

The knowledge evaluation comprises one written exam, which counts on 50% of the final classification, and the practical exercises that count on the other 50%. The participation at class is considered majoring the classification.

The students obtaining 6 values or more might do a re-exam.

The ones obtaining 10 values are approved and might dispense the re-exam.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As aulas teóricas permitem decompor projectos de moda tecnológica, compreendendo os princípios de funcionalidade de diversos produtos, identificando e especificando as propriedades dos materiais de alta tecnologia, têxteis e outros, utilizados. A apresentação de projectos colaborativos e multidisciplinares proporciona condições de sistematização de conhecimentos.

As aulas teórico práticas permitem consolidar esta aprendizagem desenvolvendo enunciados sobre novos desafios que a tecnologia tem colocado à moda, criando um ambiente propício à reflexão e promovendo a capacidade de pesquisa e interpretação de informação técnica sobre os problemas identificados. Desta forma, promove-se a reflexão sobre os desafios que o uso de tecnologia coloca actualmente à sociedade e aos indivíduos e como a moda e os materiais têxteis podem responder a estes desafios, integrando novos valores e novas funcionalidade. As aulas práticas complementam esta aprendizagem, promovendo a experimentação com materiais têxteis condutores, aplicando os conhecimentos das propriedades eléctricas dos materiais.

Explorar e aplicar as propriedades dos materiais criando produtos interactivos é uma metodologia fundamental para gerar conhecimento, autonomia e confiança na manipulação de têxteis condutores.

O desenvolvimento do trabalho prático em equipa permite alargar os conteúdos visados, aprofundar o projecto desenvolvido e potenciar as contribuições individuais. O trabalho em grupo não deve limitar a criatividade individual e deve sim potenciar a sinergia da equipa. Assim, o trabalho em grupo deverá permitir que cada aluno se ultrapasse, apresentando no final um resultado superior à soma das partes individuais.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The theoretical classes promote the understanding of projects of fashionable technology, by learning the working principles of diverse functional products and by identifying and specifying the properties of high technological materials, textile and others, which have been used. The analysis of collaborative and multidisciplinary projects gives conditions to systematize the knowledge.

The theoretical practice classes allow to consolidate the learning by performing exercises about new challenges that technology has been bringing to fashion. Thus, creating a friendly environment to thinking and stimulating the ability for research and understanding the technical information about the identified problems.

This way, the discussion about how fashion and textile materials may contribute to solve these problems, by integrating new values and new functionality, is enhanced.

The practical classes complement this learning process by enhancing the experimental work with conductive textiles and by applying the knowledge of the electrical properties of the materials. The experimental approach to develop interactive products using conductive textiles is a fundamental methodology to create knowledge, autonomy and reliability when manipulating and applying conductive textile materials.

Working and developing the practical project in team allows to enlarge the approached contents, to deep the developed project and to boost the individual contributions for the project. Working in team should not limit the individual creativity. In contrary, should boost the synergy. Therefore, working in group should promote each student go further presenting a final result that is superior to the sum of the individual contributions.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

1. Syuzi Pakhchyan (2008), *Fashioning Technology: A DIY Intro to Smart Crafting*, O'Reilly Media Publisher; ISBN10: 0596514379.
2. Sabine Seymour (2009), *Fashionable Technology: The Intersection of Design, Fashion, Science and Technology*, Springer Publisher; ISBN10: 321179591X.
3. H Mattila (2006), *Intelligent textiles and clothing*, Woodhead Publishing ISBN 1 84569 005 2.
4. Roshan Shishoo (2005), *Textiles is sport*, The Textile Institute, ISBN 1855739224.
5. J.W.S. Hearle (2001), *High performance fibres*; The Textile Institute, ISBN 1855735393.
6. J Hu (2007), *Shape memory polymers and textiles*, Woodhead Publishing; ISBN 1 84569 047 8.
7. <http://www.fashioningtech.com/>
8. <http://www.talk2myshirt.com/blog>
9. <http://hlt.media.mit.edu/>
10. <http://www.distancelab.org/>
11. [http:// www.plusea.at](http://www.plusea.at)

Mapa X - Acessórios de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Acessórios de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Maria Madalena Rocha Pereira- T(3h) ; PL(20h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

Maria Theresa Figueiredo Beco Lobo -T (12h); PL(10h)

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- 1-Conhecer a história dos acessórios de moda, perspectivando o seu futuro;
- 2-Conhecer as marcas de acessórios de moda e respectivos produtos e ser capaz de elaborar crítica de moda;
- 3-Entender a importância dos vários acessórios de moda e sua relação com as coleções de vestuário, no contexto estreito de complementaridade de moda;
- 4-Aprofundar o conhecimento dos vários tipos de acessórios de moda, materiais empregues e processos produtivos
- 5-Saber interpretar as tendências do mercado para as utilizar com melhor qualidade no desenvolvimento de projetos de acessórios de moda;

6-Ser capaz de utilizar as metodologias de projeto, compreendendo todas as etapas do processo criativo e projetual, no contexto da concepção de acessórios de moda;
7-Consolidar capacidades de relacionar os materiais, a forma, o conceito de utilização e os valores estéticos, bem como o nível de qualidade determinado pelo mercado.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

1-Know the history of fashion accessories, envisaging its future;
2-Know the brands of fashion accessories and their products and be able to develop critical of fashion;
3-Understand the importance of various fashion accessories, and their relationship to the collections of clothing, in the close context of fashion complementarity;
4-Deepen the knowledge of the various types of fashion accessories, materials used and production processes;
5-Know how to interpret market trends for their use with best quality in development of projects of fashion accessories;
6-Be able to use the methodologies of project, understanding all stages of the creative and project processes, in the context of the design of fashion accessories;
7-Consolidate capacities to relate the material, the shape, the concept of use and aesthetic values, as well as the quality level determined by the market.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Definição de acessórios de moda
Complementaridade entre acessórios e coleções de vestuário
Tipos de acessórios: Calçado, Carteiras, Joalheria, Bijuteria, Óculos, Lenços e écharpes
2. História e evolução dos acessórios de moda
Acessórios versus Moda
A importância do acessório na complementaridade e na composição do total look
Os acessórios do futuro
3. Marcas e acessórios de moda
Marcas de acessórios, marcas de vestuário e marcas de vestuário e acessórios
A importância da carteira como acessório de moda
É o perfume um acessório de moda?
Casos de estudo
4. Materiais e Tecnologias
Materiais utilizados nos vários tipos de acessórios
Processos de produção de acessórios
5. Projeto de design de acessórios de moda
Tendências de mercado e lifestyle
Definição do mercado, do conceito de utilização e dos valores estéticos
Conceito e tema da coleção
Definição e viabilidade de materiais, do processo e técnicas produtivas
Desenvolvimento de croquis
Simulação em CAD
Experimentação

6.2.1.5. Syllabus:

1. Definition of fashion accessories
Complementarity between accessories and clothing collections
Types of accessories: Shoes, wallets, jewellery, sunglasses, scarves and écharpes
2. History and evolution of fashion accessories
Fashion versus accessories
The importance of accessories in complementarity and in the composition of the total look
Future accessories
3. Brands and fashion accessories
Brands of accessories, clothing brands and clothing and accessories brands
The importance of the wallet as fashion accessory
Is the perfume a fashion accessory?
Case studies
4. Materials and technologies
Materials used in various types of accessories
Production processes of accessories
5. Design project of fashion accessories
Market trends and lifestyle
Market definition, the concept of use and aesthetic values
Concept and theme of the collection
Definition and feasibility of materials, process and production techniques
Development of sketches
CAD simulation
Experimentation

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Através da relação entre os objetivos de aprendizagem e os conteúdos programáticos, mostra-se, para cada objetivo, a coerência com os módulos dos conteúdos programáticos.

Objetivo: Conhecer a história dos acessórios de moda, (...) futuro. Conteúdo Programático: Módulo 2.
Objetivo: Conhecer as marcas de acessórios de moda (...) crítica de moda. Conteúdo Programático: Módulo 3.
Objetivo: Entender a importância dos vários acessórios (...) complementaridade de moda. Conteúdos Programáticos: Módulos 1, 2 e 3.
Objetivo: Aprofundar o conhecimento dos vários tipos de acessórios (...) processos produtivos. Conteúdos Programáticos: Módulos 1 e 4.
Objetivo: Saber interpretar as tendências do mercado para as utilizar (...) acessório de moda. Conteúdos Programáticos: Módulos 3 e 5.
Objetivo: Ser capaz de utilizar as metodologias de projecto (...) acessórios de moda. Conteúdo Programático: Módulo 5.
Objetivo: Consolidar capacidades de relacionar os materiais (...) mercado. Conteúdos Programáticos: Módulos 1 a 5.

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

Through the relationship between the learning objectives and the syllabus, it is shown, for each objective, the coherence with the modules of the syllabus.

Objective: Know the history of fashion accessories, (...) future. Syllabus: module 2.

Objective: Know the brands of fashion accessories (...) criticism sets. Syllabus: module 3.

Objective: Understand the importance of various accessories (...) complementarity sets. Programmatic's content's: modules 1, 2 and 3.

Objective: Deepen the knowledge of several types of accessories (...) production processes. Programmatic's content's: modules 1 and 4.

Objective: Learn to interpret market trends to use (...) fashion accessory. Programmatic's content's: modules 3 and 5.

Objective: Be able to use the methodologies of project (...) fashion accessories. Syllabus: Module 5.

Objective: Consolidate capacities to relate the materials (...) market. Programmatic's content's: modules 1 to 5.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia pedagógica prevê sessões expositivas pelo professor e prática de trabalhos, a metodologia é ativa e cooperativa, incentivando a reflexão e centrando no estudante a aquisição de conceitos, a resolução de problemas, a pesquisa e os trabalhos práticos.

As atividades de ensino/aprendizagem inserem-se nas aulas teóricas e práticas, recorrendo a meios audiovisuais e realização de trabalhos práticos.

Realização de um trabalho de grupo, projecto de design de acessórios, apresentado oralmente e discutido perante a turma, incentivando a análise crítica de todos os estudantes.

A avaliação, valorizada pela presença nas aulas, assenta numa prova escrita (30%), em relatórios de trabalhos práticos (20%) e num projecto de design de acessórios (50%), para avaliação contínua e classificação de frequência; e num exame. O critério de frequência é de 6 valores e de aprovação de 10 valores.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The pedagogical methodology provides explanation sessions and practice of work by professor, is active and cooperative, encouraging reflection and focusing on student acquisition of concepts, problem solving, research and practical work.

Teaching/learning activities are in theoretical and practical classes, using audio-visual means and realization of practical work.

Realization of a group assignment, accessories design project, presented orally and discussed in the class, encouraging critical analysis of all students.

The evaluation, valued by the presence in the classroom, is based on a written exam (30%), in reports of practical work (20%) and a accessories design project (50%) for continuous evaluation and classification of frequency; and an examination. The frequency criterion is of 6 values and approval of 10 values.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular, dado que a metodologia expositiva satisfaz a necessidade de apresentar, explicar e proporcionar aos estudantes bases teóricas sobre os acessórios de moda. Por outro lado, as aulas e os trabalhos práticos proporcionam o conhecimento associado ao saber-fazer profissional. Analisando metodologia a metodologia:

A metodologia de ensino:

- As atividades de ensino/aprendizagem inserem-se nas aulas teóricas recorrendo a meios audiovisuais, que estão em coerência com os 7 objetivos de aprendizagem da UC.

A metodologia de ensino:

- Realização de trabalhos práticos está em coerência com os objetivos de aprendizagem da UC:

- Entender a importância dos vários acessórios de moda e sua relação com as coleções de vestuário, no contexto estreito de complementaridade de moda;

- Aprofundar o conhecimento dos vários tipos de acessórios de moda, materiais empregues e processos produtivos

- Saber interpretar as tendências do mercado para as utilizar com melhor qualidade no desenvolvimento de projectos de acessórios de moda;

- Consolidar capacidades de relacionar os materiais, a forma, o conceito de utilização e os valores estéticos, bem como o nível de qualidade determinado pelo mercado.

A metodologia de ensino:

- Realização de um trabalho de grupo, projecto de design de acessórios, apresentado oralmente e discutido perante a turma, incentivando a análise crítica de todos os estudantes, está em coerência com os objetivos de aprendizagem da UC:
- Entender a importância dos vários acessórios de moda e sua relação com as coleções de vestuário, no contexto estreito de complementaridade de moda;
- Aprofundar o conhecimento dos vários tipos de acessórios de moda, materiais empregues e processos produtivos;
- Saber interpretar as tendências do mercado para as utilizar com melhor qualidade no desenvolvimento de projectos de acessório de moda;
- Ser capaz de utilizar as metodologias de projecto, compreendendo todas as etapas do processo criativo e projetual, no contexto da concepção de acessórios de moda
- Consolidar capacidades de relacionar os materiais, a forma, o conceito de utilização e os valores estéticos, bem como o nível de qualidade determinado pelo mercado.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies are consistent with the objectives of the curricular unit, since expository methodology satisfies the need to present, explain and give students theoretical bases on the fashion accessories. On the other hand, the classes and practical assignments give the knowledge associated to the professional know-how. Analysing each methodology:

Teaching methodology:

-Teaching/learning activities are in theoretical using audio-visual means is consistent with the 7 goals of the UC learning.

Teaching methodology:

-Making practical works, are in coherence with the learning goals of the UC:

-Understand the importance of various fashion accessories and their relationship to the collections of clothing, in the context of close fashion complementarity

-Deepening the knowledge of various types of fashion accessories, materials used and production processes

-Know how to interpret market trends for the use with best quality in development of projects of fashion accessories

-Consolidate capacities to relate the material, the shape, the concept of use and aesthetic values, as well as the quality level determined by the market.

Teaching methodology:

-Realization of a group project, draft design of accessories, presented orally and discussed in the class, encouraging critical analysis of all students, are in coherence with the learning goals of the UC:

-Understand the importance of various fashion accessories, and their relationship to the collections of clothing, in the context of close fashion complementarity

-Deepening the knowledge of various types of fashion accessories, materials used and production processes

-Know how to interpret market trends for the use with best quality in development of projects of fashion accessories

-Be able to use the methodologies of project, comprising all stages of the creative process and project, in the context of the design of fashion accessories

-Consolidate capacities to relate the material, the shape, the concept of use and aesthetic values, as well as the quality level determined by the market.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Olivier Gerval, (2009), Studies in Fashion Accessories, London: A & C Black Publishers Ltd

Handbook of Footwear Design and Manufacture (2013), Published by Woodhead Publishing Limited, with The Textile Institute, Cambridge, UK

John Lau, (2012), Designing Accessories. Exploring the design and construction of bags, shoes, hats and jewellery, Published by AVA Publishing SA, London, UK.

Aki Choklat, (2012), Footwear Design, Laurence King Publishing, LDA

Sue Saunders, Jane Schaffer, (2012), Fashion Design Course: Accessories: Design Practice and Processes for Creating Hats, Bags, Shoes. Thames & Hudson.

Aneta Genova, (2011), Accessory Design. Fairchild Books

Helean Ho, (2013), Handmade Leather Bags & Accessories, Design Originals

Valerie Michael, (2006), Leatherworking Handbook: A Practical Illustrated Sourcebook of Techniques and Projects. Cassell

Emily Blumenthal, (2011), Handbag Designer 101: Everything You Need to Know About Designing, Making, and Marketing Handbags. Voyageur Press

Mapa X - CAD e Digital Printing**6.2.1.1. Unidade curricular:**

CAD e Digital Printing

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Maria Madalena Rocha Pereira - 0h

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

Carga horária da UC - PL(30h);T(15h);TP(15h)

José Mendes Lucas, responsável pela UC excepto 2º semestre do ano lectivo 2014/2015, porque se encontra em com licença sabática. UC em não funcionamento no ano lectivo 2014/2015

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Apreender a importância dos sistemas CAD aplicados à Indústria da Moda (Têxtil e Vestuário).

Saber aplicar os programas para a simulação de elementos constituintes de uma prancha de coleção: modelos, materiais e produtos.

Saber utilizar em contexto real programas para a criação de pranchas de coleções e montras virtuais.

Desenvolvimento de casos práticos simples de peças de vestuário com apresentação 3D.

Saber manipular imagens de mapa de bits para impressão digital.

Compreender a seleção de materiais e condições de impressão digital.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Learn the importance of CAD systems applied to the Fashion Industry (Textiles and Clothing).

Learn to apply the programs for simulation of constituent elements of a collection board: models, materials and products.

Knowing how to use in real context programs for creating collections and virtual storefronts.

Development of simple practical cases of garments with 3D presentation.

Learn how to manipulate bitmap images for digital print.

Understanding the selection of materials and digital printing conditions.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1-Introdução aos sistemas CAD de Moda (Têxtil e Vestuário). Campos de aplicação e importância relativa dos sistemas CAD nos processos criativo e produtivo.

2-Criação de desenhos vetoriais com o programa Kaledo Style. Construção vetorial de modelos de vestuário.

3-Noções sobre a conceção assistida por computador de padrões de tecidos, malhas e estampados. Desenvolvimento de casos práticos com os programas Kaledo Weave, Knit e Print.

4-Criação de modelos, materiais e produtos no programa Kaledo Style. Criação de pranchas de coleção e montras virtuais.

5-Noções básicas sobre simulação 3D usando o Modaris 3D Prototyping.

6-Seleção de substratos têxteis para impressão digital. Definição dos parâmetros de impressão. Impressão de imagens tratadas e de moldes de peças de vestuário.

6.2.1.5. Syllabus:

1-Introduction to CAD systems for Fashion (Textiles and Clothing). Fields of application and relative importance of CAD systems in creative and productive processes.

2-Creating vector drawings with Kaledo Style program. Vector construction of models of clothing.

3-Understanding the computer aided design of fabrics, knits and printed fabrics. Development of case studies with Kaledo Weave programs, Knit and Print.

4-Creation of models, materials and products in Kaledo Style program. Creation of collection boards and storefronts.

5-Understanding 3D simulation using Modaris 3D Prototyping.

6-Selection of textile substrates for digital printing. Definition of the parameters of printing. Printing treated images and patterns of garments.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Apreender a importância dos sistemas CAD aplicados à Indústria da Moda. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático considera o ponto 1.

Saber aplicar os programas para a simulação de elementos constituintes de uma prancha de coleção: modelos, materiais e produtos. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático considera os pontos 2 e 3

Saber utilizar em contexto real programas para a criação de pranchas de coleções e montras virtuais. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático considera o ponto 4.

Desenvolvimento de casos práticos simples de peças de vestuário com apresentação 3D. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático considera o ponto 5

Saber manipular imagens de mapa de bits para impressão digital. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático o ponto 3

Compreender a seleção de materiais e condições de impressão digital. Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático considera o ponto 6

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

Learn the importance of CAD systems applied to the Fashion Industry. To meet this goal the syllabus considers point 1.

Learn to apply the programs for simulation of constituent elements of a collection board: models, materials and products. To meet this goal the syllabus considers points 2 and 3

Knowing use in real context programs for creating boards of collections and storefronts. To meet this goal the syllabus considers point 4.

Development of simple practical cases of garments with 3D presentation. To meet this goal the syllabus considers point 5

Learn to manipulate bitmap images for print. To meet this goal the syllabus considers point 3

Understanding the selection of materials and conditions of digital printing. To meet this goal the syllabus considers point 6

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Apresentação de conteúdos teórico-práticos relativos à introdução de cada aplicação informática.

Apresentação de exemplos simples para ilustrar as principais funções de cada aplicação.

Realização individual de exemplos práticos em contexto real durante as aulas.

Realização individual e em grupo de trabalhos práticos em contexto real fora das aulas para avaliação de conhecimentos.

Estudo dos diferentes materiais têxteis e possibilidades de impressão digital.

Análise da natureza e propriedades das imagens a imprimir por via digital.

A avaliação reveste-se nas modalidades: contínua (AC) e prova de avaliação (AP); numa percentagem de 60% e 40% respetivamente. O critério de frequência exige um mínimo de 6 valores.

A classificação semestral à disciplina obtém-se pela seguinte fórmula:

*Classificação semestral = AC*50%+teste prático*20% + Trabalhos práticos*20% +Assiduidade*10%*

Para obter aprovação semestral, o aluno deve ter uma classificação igual ou superior a 10 valores

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Presentation of theoretical and practical content concerning the introduction of each software application.

Presentation of simple examples to illustrate the main functions of each application.

Individual achievement of practical examples in real context during class.

Individual achievement and group practical works in real context outside the classroom for evaluation of knowledge.

Study of different textile materials and possibilities of digital printing.

Analysis of the nature and properties of images to be digitally printed.

The assessment is the modes: continuous (AC) and trial proof (AP); a percentage of 60% and 40% respectively. The frequency criterion requires a minimum of 6 values.

The six-month classification to the discipline is obtained by the following formula:

*Semester ranking = AC * 50% + practical test * 20% + 20% + assignments * Attendance * 10%*

To obtain approval every six months, the student must have a rating equal to or greater than 10 values

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Objetivo 1 - Apreender a importância dos sistemas CAD aplicados à Indústria da Moda (Têxtil e Vestuário).

Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a "Apresentação de conteúdos teórico-práticos relativos à introdução de cada aplicação informática".

Objetivo 2 - Saber aplicar os programas para a simulação de elementos constituintes de uma prancha de coleção: modelos, materiais e produtos.

Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a "Apresentação de exemplos simples para ilustrar as principais funções de cada aplicação"

Objetivo 3 - Saber utilizar em contexto real programas para a criação de pranchas de coleções e montras virtuais.

Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a "Realização individual de exemplos práticos em contexto real durante as aulas.

Realização individual e em grupo de trabalhos práticos em contexto real fora das aulas para avaliação de conhecimentos."

Objetivo 4 - Desenvolvimento de casos práticos simples de peças de vestuário com apresentação 3D.

Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a "Realização individual de exemplos práticos em contexto real durante as aulas.

Realização individual e em grupo de trabalhos práticos em contexto real fora das aulas para avaliação de conhecimentos."

Objetivo 5 - Saber manipular imagens de mapa de bits para impressão digital.

Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a "Análise da natureza e propriedades das imagens a imprimir por via digital."

Objetivo 6 - Compreender a seleção de materiais e condições de impressão digital.

Para satisfazer este objetivo o conteúdo programático da unidade curricular considera a "Estudos dos diferentes materiais têxteis e possibilidades de impressão digital."

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Objective 1-Learn the importance of CAD systems applied to the Fashion Industry (Textiles and Clothing). To meet this goal the syllabus considers the "submission of theoretical and practical content concerning the introduction of each software application".

Objective 2-Learn to apply the programs for simulation of constituent elements of a collection board: models, materials and products. To meet this goal the syllabus considers the "presentation of simple examples to illustrate the main functions of each application".

Objective 3-Knowledge use in real context programs for creating boards of collections and storefronts. To meet this goal the syllabus considers the "individual achievement of practical examples in real context during class and Individual achievement and group practical works in real context outside the classroom for evaluation of knowledge."

Objective 4-development of simple practical cases of garments with 3D presentation. To meet this goal the syllabus considers the "individual achievement of practical examples in real context during class and Individual achievement and group practical works in real context outside the classroom for evaluation of knowledge."

Objective 5-Saber handle bitmap images for print. To meet this goal the syllabus considers the "analysis of the nature and properties of images to be printed via digital."

Objective 6 – understanding the selection of materials and conditions of digital printing. To meet this goal the syllabus considers the "studies of the different textile materials and possibilities of print."

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Black, S., (2006), Interrogating Fashion: Is the future if fashion digital? In Fashion in the digital Age, International Foundation of Fashion Technology Institutes Conference, pp. 1–12.

Lectra Systèmes, (2012), Manual do programa Modaris 3d Prototyping.

Lectra Systèmes, (2011), Manual do programa Kaledo Collection.

Lectra Systèmes, (2008), Manuais de Kaledo Knit, Print e Weave.

Manuais de impressão digital Mimaki Textil Jet (2010) e Stork Amber, (2000).

Scheffer, M. (2008), Fashion design and technologies in a global context. The Fabric of Cultures: Fashion, Identity, and Globalization, 128.

Spano, C. (2012), Digital Denim: Innovation in Garment Finishing, Symposium Denim and Fashion Garment Washing: What's New, Innovative & Sustainable, American Association of Textile Chemists and Colorists

Wilson, J., (2001), Handbook of textile design, Woodhead Textiles Series No. 14, Woodhead Publishing Ltd.

Mapa X - Conforto e Usabilidade

6.2.1.1. Unidade curricular:

Conforto e Usabilidade

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Manuel José dos Santos Silva - PL(30h);T(15h);TP(15h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

Esta UC's no ano 2014/2015 não foi seleccionada pelos alunos do Mestrado em Branding e Design de Moda.

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Relacionar os sentidos com o conforto, tipos de conforto, principais fatores influenciadores e mecanismos de transferência termofisiológica.

Determinar as principais propriedades de um tecido em função do seu uso, elaborar um caderno de encargos para a realização de um artigo têxtil.

Competências da UC ou Resultados da Aprendizagem.

MÓDULO 1 - CONFORTO

Analisar e discutir as preferências do consumidor atual ao nível do vestuário

Demonstrar conhecimentos ao nível dos diferentes tipos de conforto, fatores influenciadores, respetivos métodos de avaliação e desenvolver um projeto individual para diferentes tipos de vestuário com propriedades de conforto.

MÓDULO 2 – USABILIDADE

Determinar as principais propriedades de um artigo têxtil.

Escolher um artigo têxtil em função do seu uso e elaborar um caderno de encargos que permita a sua realização.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To relate the senses with the comfort, types of comfort, main influencing factors and thermophysiological transfer mechanisms.

To determine the main properties of a fabric according to their use, draw up a specification for the realization of a textile item.

Competences of the UC or Learning Results.

MODULE 1 COMFORT

To analyze and discuss the current consumer preferences to the garment level

"To demonstrate Knowledge at the level of different types of comfort, influencing factors, respective evaluation methods and to develop a single design for different types of clothing with comfort properties.

MODULE 2 Usability

To determine the main properties of a textile article.

To choose a textile article according to their use and draw up a set of specifications that allow its realization.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1 Caracterização do consumidor atual
- 2 Corpo humano-vestuário-meio ambiente
- 3 Definição de conforto
4. Neurofisiologia das percepções sensoriais
5. Conforto sensorial e métodos de avaliação
6. Conforto termofisiológico e métodos de avaliação
7. Fatores influenciadores do conforto
8. Mecanismos de transferências térmica e de humidade no vestuário
9. Realização de um projeto com aplicação dos conhecimentos adquiridos em situações concretas.
10. Conceitos de usabilidade do vestuário.
11. Os têxteis no nosso mundo e suas características e requisitos em função do seu uso ou aplicação.
12. Performance de um artigo têxtil como a forma como ele cumpre as funções que lhe são impostas. Durabilidade. Conforto. Aspeto. Manutenção. Proteção. Segurança.
13. Diferentes tipos de vestuário e suas propriedades.
14. Principais testes de avaliação de durabilidade.
15. Normas.
16. Cadernos de encargos.
17. Elaboração de um trabalho escrito sobre um artigo têxtil em função do uso.

6.2.1.5. Syllabus:

- 1 Characterization of current consumer
- 2 Human bodyclothingenvironment
- 3 Definition of comfort
4. Neurophysiology and sensory perceptions
5. Sensorial comfort and evaluation methods
- 6 Thermofisiologic comfort and evaluation methods
7. Factors influencing the comfort
8. Mechanisms of heat and moisture transfer in clothing
9. Realisation of a project with the application of knowledge acquired in concrete situations.
10. Concepts of usability clothing.
11. Textiles in our world and their characteristics and requirements on the basis of their use or application.
12. Performance of a textile article how he fulfills the duties imposed. Durability. Comfort. Aspect. Maintenance. Protection. Security.
13. Different types of clothing and its properties.
14. Main evaluation tests of durability.
15. Test standards.
16. Tender documents.
17. Preparation of a written work about a textile article in function of the use.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os conteúdos programáticos encontram-se estruturados e relacionam-se diretamente com os objetivos de aprendizagem definidos e as competências desejadas. Todos os módulos foram pensados em função dos objetivos de aprendizagem a atingir pelos estudantes, assim:

Objetivo: Relacionar os sentidos com o conforto, tipos de conforto, principais fatores influenciadores e mecanismos de transferência termofisiológica.

Objetivo: Determinar as principais propriedades de um tecido em função do seu uso, elaborar um caderno de encargos para a realização de um artigo têxtil.

A elaboração de um caderno de encargos que defina as características exigidas em função do que é requerido a uma peça de vestuário é fundamental para a consolidação dos conhecimentos, assim como a elaboração de um trabalho escrito sobre um artigo têxtil em função do seu uso.

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

The contents are structured and related directly to the defined learning objectives and desired skills. All modules were designed on the basis of learning objectives to be achieved by students as well:

Objective: To relate the senses with the comfort, types of comfort, main influencing factors and thermophysiological transfer mechanisms.

Objective: To determine the main properties of a fabric according to their use, draw up a specification for the realization of a textile item.

The development of a set of specifications that defines the characteristics required in terms of what is required in a garment is fundamental to the consolidation of knowledge, as well as the preparation of a written work on a textile article according to their use.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia pedagógica será centrada no aluno, com exposição por parte do docente de algumas partes de matéria, nas aulas teóricas sobre conforto e usabilidade.

Estão igualmente previstas aulas teórico práticas e práticas em ambiente laboratorial, onde os estudantes têm a oportunidade de utilizarem os aparelhos adequados à realização de um projeto individual em situações específicas de conforto e usabilidade, sabendo analisar, discutir e apresentar soluções para o desafio proposto. Todos os resultados

podem também ser atingidos através dos conteúdos, onde o Professor disponibiliza informação relevante.

Métodos e Critérios de Avaliação

CONFORTO

Realização de um projeto de design de vestuário com propriedades de conforto: 8 valores – 40%;

Elaboração, apresentação e discussão de um trabalho: 4 valores – 20%.

USABILIDADE

Realização de um trabalho de pesquisa, escrito, que será exposto e discutido perante a turma: 8 valores – 40%

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methodology is student centered, with exposure by the teacher of some parts of matter, in lectures on comfort and usability.

Are also provided practical classes and practices in the laboratory, where students have the opportunity to use the devices suitable for holding an individual project in specific situations of comfort and usability, knowing analyze, discuss and present solutions to the proposed challenge.

All results can also be achieved through the Econtents, which Professor provides relevant information.

Methods and Evaluation Criteria

COMFORT

Realization of a clothing design project with comfort properties: 8 points 40%;

Development, Presentation and discussion of a work: 4 points 20%.

USABILITY

Realization of a research work, writing a paper that will be exposed and discussed before the class: 8 points 40%

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A aprendizagem centrada no aluno, com a elaboração de trabalhos de pesquisa e de projetos sobre a matéria considerada no programa, consideramo-la a melhor forma de atingir os objetivos de aprendizagem. Para realizar um projeto, os alunos têm que se socorrer dos conhecimentos adquiridos consolidando-os. A exposição de certas matérias pelo professor e a discussão promovida com os alunos é fundamental para o domínio completo da matéria e para que as competências adquiridas perdurem.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The student centered learning, with the development of research and project work on the subject considered in the program, consider it the best way to achieve the learning objectives. To accomplish a project, students have to know the knowledge acquired consolidating it. The exposure of certain matters by the teacher and the discussion promoted with students is critical to the full knowledge of the subject and that the skills acquired endure.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Li, Y., "The science of clothing Comfort", J.M.Layton.Ed., (Textile Progress, 31 (112)).

Manchester, The Textile Institute.

Tarafter, N. and S.M. Chatterjee, "Techniques of measurement of fabric comfort". Textile Trends India, 1994.

Li, Y., "Sensory engineering design of textile and apparel products", in Proceedings of the Textile Institute 82nd World Conference. 2002.Cairo, Egypt.

Mapa X - Dissertação / Projecto / Estágio de Branding e Design de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Dissertação / Projecto / Estágio de Branding e Design de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Maria Madalena Rocha Pereira - OT(10 h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

Rui Alberto Lopes Miguel - OT (10h)

Maria Theresa Figueiredo Beco de Lobo - OT (10h)

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Saber definir objetivos e metodologias de trabalho.

Geração de conhecimento através da investigação científica e análise de dados.

Aplicação do conhecimentos multidisciplinares científico e prático em projetos de contexto real.

Compreender os princípios do planeamento de experiências/inquéritos.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To know defining objectives and work methodologies.

Generation of knowledge by means of scientific research and data analysis.

Application of scientific and practical multidisciplinary knowledge in real projects.

To understand the principles of experiment/inquiry planning.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Redação de um trabalho de investigação original, com fundamentação científica e prática de design na definição dos objetivos e da metodologia, bem como na interpretação dos resultados e no apuramento das conclusões. Em alternativa, redação de um Trabalho de Projeto ou desenvolvimento de um Estágio com a redação do respetivo relatório.

Definição do tema a estudar.

Elaboração da proposta de trabalho de investigação.

Metodologia e planeamento da investigação.

Pesquisa, análise e tratamento da bibliografia sobre o tema.

Desenho e concretização da componente experimental.

Elaboração e difusão de inquéritos ou outras metodologias seleccionadas.

Tratamento estatístico de dados.

Análise e discussão de resultados.

Redação da Dissertação / Projeto / Relatório de estágio

Conclusões e perspetivas futuras.

6.2.1.5. Syllabus:

Elaboration of an original research work, having branding and design scientific and practical foundation in objective and methodology definition, as well as in result interpretation and drawing of conclusions.

Alternatively, writing a Work Project or development of an Internship with the writing of the respective Report. Definition of subject to study.

Elaboration of research work proposal.

Methodology and research planning.

Research, analysis and treatment of bibliography about the subject.

Designing and carry out of experimental component.

Elaboration and application of inquiries or other methodology.

Statistical treatment of results.

Analysis and discussion of results.

Write the Dissertation / Project / Internship report.

Conclusions and future perspectives.

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Nesta unidade curricular pretende-se que o aluno seja dotado de capacidades de investigação e realização de projetos reais de forma a participar de uma forma ativa na indústria de de vestuário e acessórios de moda. A interligação entre conteúdos e objetivos tem subjacentes a concepção e desenvolvimento da dissertação, projeto ou relatório de estágio usando as ferramentas fornecidas.

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

In this curricular unit the intention is that the student gains the abilities to research and develop real projects so that they can actively participate in the production industry for clothing and fashion accessories. The link between the contents and the objects are underlined by the conception and development of projects using research tools.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia incentiva a autonomia, a responsabilidade, a organização o planeamento e a reflexão. Privilegia-se a utilização do método tutorial. A metodologia pedagógica é composta por uma componente de apresentação do trabalho feito pelo estudante, nas horas de contacto de tutoria, e por uma componente de trabalho individual.

Nas horas de tutoria o orientador acompanha o andamento dos trabalhos, analisando, criticando e discutindo o trabalho feito e traça rumos para o trabalho seguinte. Nas horas de trabalho individual, o estudante desenvolve a pesquisa bibliográfica, a componente experimental, o tratamento de dados, a definição das conclusões e a redação.

A avaliação baseia-se na realização de provas públicas de defesa da Dissertação/Trabalho de Projeto/Relatório de Estágio, perante um Júri nomeado para o efeito. De acordo com o Regulamento do Grau de Mestre da UBI e IADE-U a classificação é dada na escala de 0 a 20, obtendo aprovação com classificação igual ou superior a 10.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodology encourages autonomy, responsibility, organisation, planning and reflection. The use of the tutorial is the priority. The pedagogic methodology is made up of a component to present work done by the student, in the contact hours of the tutorial, and also by an individual work component.

During the tutorial time the tutor follows the development of the work, analysing, criticising and discussing the work done and drawing paths for future work. During the individual work hours, the student develops bibliographical research, an experimental component, data processing, a definition of conclusions and a summary.

The evaluation is based on public defending of a Dissertation/Thesis/Project Work/ Internship Report, before a

panel of judges nominated for the purpose. In accordance to the Regulations of the Master Degree of UBI and IADE-U, the degree is awarded on a scale of 0 to 20, obtaining an approval with a mark equal to or above 10.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias a implementar estão de acordo com as competências e os objetivos a alcançar. Elas apontam práticas com fundamentação teórica de conhecimentos adquiridos pela investigação como forma de conceber e desenvolver projetos de investigação na área do Branding e Design de Moda.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The methodologies to be used are according to the competencies and objectives to be attained. They are directed towards the theoretical foundations of the knowledge gained through the research as a form of conceiving and developing research projects in the area of Branding and Fashion Design.

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Pestana, M. H. E Gageiro, J. N. (1998), Análise de Dados para as Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS, Edições Silabo Draper, N. R. And Smith, H. (1998). Applied Regression Analysis. 3rd Edition. Wiley, New York.

J. Z. Flynn, I. M. Foster, (2009), Research Methods for the Fashion Industry, Berg Publishers, UK.

E. Stone, (2008), The Dynamics of Fashion, Berg, UK

Revistas Científicas:

Webgrafia e Base de Dados:

www.wgsn.com

www.proquest.com

www.sciencedirect.com

www.emerald.com

Mapa X - Seminários de Branding e Design de Moda

6.2.1.1. Unidade curricular:

Seminários de Branding e Design de Moda

6.2.1.2. Docente responsável e respectiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Manuel José dos Santos Silva - OT(30h)

6.2.1.3. Outros docentes e respectiva carga letiva na unidade curricular:

-

6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Adquirir conhecimentos alargados, multidisciplinares e complementares à formação adquirida, de apoio à elaboração da Dissertação/Projeto/Estágio em Branding e Design de Moda;

Adquirir conhecimentos alargados, multidisciplinares e complementares à formação adquirida, visando a entrada no mercado de trabalho e o exercício da profissão;

Compreender o funcionamento e a participação em conferências nacionais e internacionais;

Compreender o funcionamento e a participação em eventos profissionais, nomeadamente feiras de moda, acessórios e marcas;

Desenvolver a capacidade de redigir textos científicos e relatórios profissionais;

Conhecer o enquadramento legal do exercício da profissão e a sua dimensão ética.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Acquire broad, multidisciplinary and complementary training acquired to support the development of Thesis / Project / Internship in Branding and Fashion Design ;

Acquire broad, multidisciplinary and complementary training acquired knowledge, seeking entry into the labor market and the profession;

Understand the operation and participation in national and international conferences;

Understand the operation and participation in professional events including fairs fashion, accessories and brands;

Develop the ability to write scientific papers and professional reports;

Know the legal framework of the profession and its ethical dimension.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

As horas de contacto da unidade curricular são de orientação tutorial, pelo que não há exposição de matérias pelo professor. Os conhecimentos são adquiridos pelos estudantes através do trabalho individual e em grupo, devidamente orientado pelo professor, de acordo com um elenco de trabalhos e atividades que se discriminam.

- 1-Realização de um trabalho de síntese, de pesquisa bibliográfica sobre uma determinada temática (monografia), em articulação com a Dissertação/Projeto/Estágio em Branding e Design de Moda*
- 2-Elaboração de um resumo (abstract) de artigo científico para eventual submissão a uma conferência científica ou congresso profissional*
- 3-Participação em conferências de cariz científico, com apresentação de relatório*
- 4-Participação em palestras e workshops de cariz profissional, com apresentação de relatório*
- 5-Visitas de estudo a empresas, lojas, feiras, organismos, com apresentação de relatório*

6.2.1.5. Syllabus:

Contact hours of the course are tutorial guidance, so there is no exposure of materials by the teacher. Knowledge is acquired by students through individual and group work, properly guided by the teacher, according to a list of works and activities that discriminate.

- 1-Development of a synthesis of literature on a given topic (monograph), in conjunction with the Dissertation / Project / Internship in Branding and Fashion Design*
- 2-Preparation of a summary (abstract) of a scientific paper for eventual submission to a scientific conference or professional conference*
- 3-Participation in scientific nature conferences, with presentation of report*
- 4-Participation in lectures and workshops of professional nature, with presentation of report*
- 5-Study visits to companies, shops, fairs, organisms, with presentation of report*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os conteúdos programáticos encontram-se estruturados e relacionam-se diretamente com os objetivos de aprendizagem definidos e as competências desejadas. Todos os módulos foram pensados em função dos objetivos de aprendizagem a atingir pelos estudantes, assim:

Objetivo: Adquirir conhecimentos ... de apoio ... Dissertação. Para satisfazer este objetivo de aprendizagem o Conteúdo Programático da unidade curricular considera os Módulos 1, 2, 3, 4 e 5.

Objetivo: Adquirir conhecimentos ... visando mercado de trabalho. Conteúdo Programático: Módulos 4 e 5.

Objetivo: Compreender ... conferências. Conteúdo Programático: Módulos 2 e 3.

Objetivo: Compreender ... eventos profissionais. Conteúdo Programático: Módulo 5.

Objetivo: Desenvolver ... textos. Conteúdo Programático: Módulos 1, 2, 3, 4 e 5.

Objetivo: Conhecer ... exercício da profissão. Conteúdo Programático: Módulo 4.

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

The contents are structured and directly related to the learning objectives defined and the desired skills. All modules were designed according to the learning objectives to be achieved by students as well:

Objective: Acquire broad ...to support ... Dissertation. To meet this goal of learning the Syllabus of the course considers the following Modules 1, 2, 3, 4 and 5.

Objective: Acquire broad ... seeking to enter the labor market. Syllabus of the course: Modules 4 and 5.

Objective: To understand ... conferences. Syllabus of the course: Modules 2 and 3.

Objective: To understand ... professional events. Syllabus of the course: Module 5.

Objective: Develop ... texts. Syllabus of the course: Modules 1, 2, 3, 4 and 5.

Objective: To know ... the profession. Syllabus of the course: Module 4.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino assenta no acompanhamento tutorial dos estudantes pelo professor da unidade curricular. É uma metodologia cooperativa, incentivando à reflexão e centrando no estudante a aquisição de conceitos, a pesquisa e participação em atividades. O professor gere e é o garante do funcionamento da UC, planeia e lança os trabalhos e as atividades e, depois, acompanha e esclarece dúvidas na elaboração dos trabalhos.

A metodologia de ensino compreende duas vertentes distintas: uma virada para o trabalho individual de pesquisa, tratamento da informação e redação de monografias; e a outra mais ativa e dinâmica, envolvendo o grupo de estudantes, concentrando-se na participação em conferências, palestras, feiras e visitas de estudo.

A avaliação de conhecimentos considera as classificações das monografias, dos relatórios e as presenças dos estudantes nas atividades definidas para a UC.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methodology is based on the tutorial supervision of the students by the professor of the course. It is a cooperative methodology, encouraging reflection and focusing on student acquisition of concepts, research and participation in activities. The teacher manages and is the guarantor of the operation of UC, plans and launches the work and activities and then monitors and answers questions on the assignments.

The teaching methodology comprises two distinct components: one facing the individual research work, information processing and writing of monographs; and the other more active and dynamic, involving a group of students, focusing on participation in conferences, lectures, exhibitions and study visits.

The assessment considers the ratings of monographs, reports and attendance of students in activities defined for UC.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. Analise-se objetivo a objetivo.

Objetivo: Adquirir conhecimentos alargados, multidisciplinares e complementares à formação adquirida, de apoio à elaboração da Dissertação/Projeto/Estágio em Branding e Design de Moda, está em coerência com as metodologias “A metodologia de ensino assenta no acompanhamento tutorial dos estudantes pelo professor da unidade curricular. É uma metodologia cooperativa, incentivando à reflexão e centrando no estudante a aquisição de conceitos, a pesquisa e participação em atividades”.

Objetivo: Adquirir conhecimentos alargados, multidisciplinares e complementares à formação adquirida, visando a entrada no mercado de trabalho e o exercício da profissão, está em coerência com as metodologias “A metodologia de ensino assenta no acompanhamento tutorial dos estudantes pelo professor da unidade curricular. É uma metodologia cooperativa, incentivando à reflexão e centrando no estudante a aquisição de conceitos, a pesquisa e participação em atividades”.

Objetivo: Compreender o funcionamento e a participação em conferências nacionais e internacionais, está em coerência com as metodologias “A metodologia de ensino compreende duas vertentes distintas: uma virada para o trabalho individual de pesquisa, tratamento da informação e redação de monografias; e a outra mais ativa e dinâmica, envolvendo o grupo de estudantes, concentrando-se na participação em conferências, palestras, feiras e visitas de estudo”.

Objetivo: Compreender o funcionamento e a participação em eventos profissionais, nomeadamente feiras de moda, calçado e acessórios, está em coerência com as metodologias “A metodologia de ensino compreende duas vertentes distintas: a outra mais ativa e dinâmica, envolvendo o grupo de estudantes, concentrando-se na participação em conferências, palestras, feiras e visitas de estudo”.

Objetivo: Desenvolver a capacidade de redigir textos científicos e relatórios profissionais, está em coerência com as metodologias “A metodologia de ensino compreende duas vertentes distintas: uma virada para o trabalho individual de pesquisa, tratamento da informação e redação de monografias, a que se acrescenta a redação dos relatórios”

Objetivo: Conhecer o enquadramento legal do exercício da profissão e a sua dimensão ética, está em coerência com as metodologias “A metodologia de ensino compreende duas vertentes distintas: a outra mais ativa e dinâmica, envolvendo o grupo de estudantes, concentrando-se na participação em conferências, palestras, feiras e visitas de estudo”

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodologies are consistent with the learning objectives of the course. Analysis of each objective.

Objective: Acquire broad, multidisciplinary and complementary training acquired to support the development of Thesis / Project / Internship in Branding and Fashion Design, knowledge is consistent with the methodologies "The teaching methodology is based on the tutorial supervision of the students by the teacher course. It is a cooperative methodology, encouraging reflection and focusing on student acquisition of concepts, research and participation in activities. "

Objective: Acquire broad, multidisciplinary and complementary training acquired knowledge, seeking to enter the labor market and the profession, is consistent with the methodologies "The teaching methodology is based on the tutorial supervision of the students by the professor of the course. It is a cooperative methodology, encouraging reflection and focusing on student acquisition of concepts, research and participation in activities. "

Objective: To understand the functioning and participation in national and international conferences, is consistent with the methodologies "The teaching methodology comprises two distinct components: one facing the individual research

work, information processing and writing of monographs; and the other more active and dynamic, involving a group of students, focusing on participation in conferences, lectures, exhibitions and study visits. "

Objective: To understand the functioning and participation in professional events, including fashion shows, footwear and accessories, is consistent with the methodologies "The teaching methodology comprises two distinct areas: the other more active and dynamic, involving a group of students, focusing on participation in conferences, lectures, exhibitions and study visits. "

Objective: Develop the ability to write scientific texts and professional reports, is consistent with the methodologies "The teaching methodology comprises two distinct components: one facing the individual research work, information processing and writing papers, to which is added the writing of reports "

Objective: To know the legal framework of the profession and its ethical dimension, is consistent with the methodologies "The teaching methodology comprises two distinct areas: the other more active and dynamic, involving a group of students, focusing on participation conferences, lectures, exhibitions and study visits "

6.2.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Neto, A. P. O., (2002), "Metodologia de Pesquisa Científica", Universidade Federal do Paraná.

Silva, A.L., (2005), "Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação", UFSC.

Sousa, M. J., Baptista, C. S., "Como Fazer Investigação, Dissertação, Teses e Relatórios - Segundo Bolonha", ISBN 978-989-693-001-1

Eco, U., (2007), "Como se Faz uma Tese", Editorial Presença.

Lee, Suzanne, (2005), Fashioning the Future: Tomorrows Wardrobe. Thames & Hudson.

Horne, L., (2012), New product development in textiles – innovation and production, The Textile Institute, Woodhead Publishing Limited, Cambridge, England.

Briggs-Goode, A. and Townsend, K., (2011), "Textile Design – Principles, advances and applications", Woodhead Publishing Ltd. Cambridge, UK.

Revistas Científicas:

Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture

Fashion Practice, The Journal of Design, Creative Process and the Fashion Industry

Revistas:

Viewpoint

View on Color

View Textile

VOGUE Francesa

Webgrafia

www.wgsn.com

6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem

6.3.1. Adequação das metodologias de ensino e das didáticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.

A Direcção de Curso tem proposto que as unidades curriculares recorram a metodologias de ensino que incentivem a participação activa dos alunos e permitam atingir os objectivos de aprendizagem. Nas unidades do curso teórico tem-se implementado o estudo e debate de casos reais, a leitura, interpretação e comentário de imagens e textos, o visionamento de material audiovisual e conseqüente discussão, visando munir os alunos de conhecimentos para o desenvolvimento da sua capacidade de análise, reflexão, julgamento crítico e debate. Nas unidades práticas, as metodologias assentam na produção de conteúdos artísticos e projetuais (nas suas diversas formas e tecnologias) em contexto real ou em simulação, desenvolvendo a capacidade de autonomia, precisão e criatividade. Os testes, exercícios e apresentações de trabalhos permitem validar e aferir se o aluno adquire competências em termos de conhecimentos, da sua compreensão e aplicação e do uso de técnicas adequadas a cada unidade curricular.

6.3.1. Suitability of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

The Course Direction has proposed that the courses make use of teaching methods that encourage active participation of students and achieve the learning objectives. In more theoretical bent units has implemented the study and discussion of real cases, reading, interpretation and review of images and texts, the viewing of audiovisual material and the subsequent discussion, in order to equip students with knowledge for the development of their ability analysis, reflection, critical judgment and debate. In practical bent units, methodologies based on the production of artistic and projetual content (in its various forms and technologies) in the real world or in simulation, developing the capacity for autonomy, precision and creativity. The tests, exercises and presentations of works allow validate and assess whether

the student acquires skills in terms of knowledge, understanding and application and use of techniques adapted to each course.

6.3.2. Formas de verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

Na UBI e no IADE-U, Todas as unidades curriculares têm um valor correspondente em ECTS, que exprime a quantidade de trabalho que cada UC exige ao estudante para concluir a sua frequência com êxito. Os docentes fazem uma estimativa desse tempo com base nas atividades programadas, incluindo as avaliações, nos conteúdos da UC e no material de estudo indicado ao estudante. Os questionários feitos aos estudantes constituem um instrumento para obter a informação sobre o tempo efectivamente despendido para adquirir as competências definidas, já que lhes é perguntado se o tempo gasto na UC corresponde aos ECTS da UC, e também se a UC lhes ocupou mais tempo do que expectável. Na UBI 1 ECTS = 26.7 horas. A UBI é detentora do ECTS Label.

6.3.2. Means to check that the required students' average work load corresponds the estimated in ECTS.

In UBI and IADE-U all Course Units have a corresponding value in ECTS, which expresses the quantity of work each UC requires the student to complete their successful attendance. Teachers make an estimate of this time based on planned activities, including assessments in the UC content and study material indicated the student. The questionnaires made to students are a tool to get information on the actual time taken to acquire the competencies defined, since they are asked if the time spent at UC corresponds to ECTS UC and UC also held longer than them that expected. In 1 ECTS = 26.7 hours. UBI has been awarded the ECTS Label.

6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

No início de cada semestre os docentes responsáveis pelas unidades curriculares informam os estudantes das competências que eles devem adquirir, das atividades de aprendizagem e das formas de avaliação. Cabe ao Director de Curso validar os critérios de avaliação que cada docente propõe para a sua UC, bem como verificar em que medida esses critérios estão de acordo com as orientações gerais definidas para o ciclo de estudo e a sua congruência com as competências de cada UC. Os diferentes momentos de avaliação previstos permitem ao docente ter o feedback sobre as aprendizagens realizadas pelos estudantes. A identificação de unidades curriculares críticas é uma das formas de detecção de discrepância entre as competências definidas e a sua avaliação. Também os questionários permitem aferir essa conformidade entre as formas e a matéria de avaliação e os objectivos intrínsecos a cada UC.

6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning outcomes.

At the beginning of each semester the teachers responsible for Course Units inform students of the skills that they should acquire the learning activities and forms of assessment. The Director Course validate the evaluation criteria that each teacher proposes for your UC and verify to what extent these criteria are in accordance with the general guidelines established for the study cycle and its congruence with the skills of each UC . The different moments of evaluation provided allow the teacher to have feedback on the learning achieved by the students. The identification of critical Course Units is one way of detecting discrepancies between the defined competencies and their evaluation. Also questionnaires allow assess the conformity between the forms and the assessment and the intrinsic goals every UC.

6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.

Na generalidade das UC os alunos são confrontados com a necessidade de desenvolver processos de pesquisa sobre, para e através do Branding e Design de Moda. Simultaneamente são exortados a compreender a produção artística contemporânea, particularmente o seu alcance conceptual e tecnológico. A interpretação e discussão de textos científicos no âmbito das unidades curriculares, bem como a redação de trabalhos e recensões críticas, são também formas de aproximação do estudante à atividade científica. Algumas UC englobam trabalhos de pesquisa com uma vertente empírica, sejam de análise de conteúdos de DMO e MBC, CSH and CTT de inquirição de públicos sobre projectos ou de outros modos de aproximação à metodologias e ao labor investigação. Os alunos são ainda incentivados a participar em eventos científicos (congressos, seminários, palestras) internos e externos.

6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.

In most UC students are faced with the need to develop research processes about, to and through the Branding and Fashion Design. Simultaneously are urged to understand the contemporary artistic production, particularly its conceptual and technological reach. The interpretation and discussion of scientific texts in the context of courses, as well as the writing of papers and book reviews, are also forms of student approach to scientific activity. Some UC include research work on an empirical part, are DMO, MBC, CSH and CTT content analysis, public inquiry into projects or other ways to approach methodologies and research work. Students are also encouraged to participate in scientific events (conferences, seminars, lectures) internal and external.

7. Resultados

7.1. Resultados Académicos

7.1.1. Eficiência formativa.**7.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency**

	2011/12	2012/13	2013/14
N.º diplomados / No. of graduates	6	14	2
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	6	14	2
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	0	0	0
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	0	0
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

Perguntas 7.1.2. a 7.1.3.**7.1.2. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respectivas unidades curriculares.**

Essa análise incide sobre parâmetros considerados relevantes, designadamente: taxa de aprovação em avaliação contínua, média das classificações obtidas e assiduidade dos alunos.

São estudados os resultados escolares obtidos pelos alunos, tendo por objetivo a caracterização da situação corrente. Consta-se que de um modo geral as taxas de sucesso nas UC das áreas científicas do curso são francamente positivas.

7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study programme and related curricular units.

This analysis focuses on parameters considered to be relevant, namely: continuous assessment approval rate, the average student attendance and ratings. School results are studied by students, and obtained to the characterization of the current situation. It appears that overall success rates in scientific areas are frankly positive.

7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de ações de melhoria do mesmo.

Em cada ano letivo o diretor de curso efetua uma análise aos resultados das diferentes unidades curriculares, bem como a sua evolução ao longo dos últimos anos, que é tipicamente discutida com a Comissão de Curso. São considerados os resultados dos inquéritos aos alunos e de reuniões entre alunos e diretor de curso / co-coordenador de curso. No caso das Unidades Curriculares apresentarem resultados considerados anómalos, solicita-se aos docentes responsáveis a elaboração de um relatório com propostas de melhoria que, nos casos mais críticos, será objeto de análise e discussão no Conselho Pedagógico.

7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.

In each academic year the Course Director performs an analysis of the results of the different curricular units, as well as its evolution over the past few years, which is typically discussed with the Course Commission. The results of surveys of students and meetings between students and course director / course co-ordinator are considered. In the case of Curricular Units with anomalous results, the teachers are asked to submit a report with improvement proposals which, in the most serious cases, will be the subject of critical analysis and discussion in the Pedagogical Council

7.1.4. Empregabilidade.**7.1.4. Empregabilidade / Employability**

	%
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em sectores de actividade relacionados com a área do ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment in areas of activity related with the study programme's area.	89.5
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de actividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	0
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego até um ano depois de concluído o ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment until one year after graduating	0

7.2. Resultados das actividades científicas, tecnológicas e artísticas.**Pergunta 7.2.1. a 7.2.6.****7.2.1. Indicação do(s) Centro(s) de Investigação devidamente reconhecido(s), na área científica predominante do ciclo de estudos e respectiva classificação (quando aplicável).**

UNIDCOM/IADE-U-Unidade de Investigação (UI) em Design e Comunicação, está reconhecida pela FCT desde 2003, como UI de I&D [0711], sendo acreditada e financiada ao abrigo do Programa de Financiamento Plurianual das UI de I&D. Em 2014 foi avaliada, pela FCT- BOM. A UNIDCOM desenvolve investigação em Design (enquanto integrador de sistemas) e Comunicação, de base e aplicada, no domínio das Industrias culturais e criativas, visando o desenvolvimento da cultura e economia portuguesas e em alinhamento com as Estratégias Europeias

FibEnTech/UBI -Materiais Fibrosos e Tecnologias Ambientais, está reconhecida pela FCT desde 1991 como UI de I&D [195], sendo financiada ao abrigo do PFPUI. Em 2014 foi avaliada pela FCT com BOM. A UI resulta da reestruturação da Unidade de Materiais Têxteis e Papeleiros e compreende 3 grupos. No Grupo Materiais Fibrosos-Física tem-se desenvolvido investigação inovadora em design de moda: design e desenvolvimento, co-design, design modular e mass customisation

7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study programme and its mark (if applicable).

UNIDCOM/IADE-U — Unidade de Investigação em Design e Comunicação, is recognised by FCT since 2003, as a R&D Unit [0711], and is accredited and financed under the Pluriannual Funding Programme for Research Units. In 2014 it was evaluated by FCT and scored a Good. UNIDCOM conducts research in Design (as system integrator) and Communication, basic and applied, in the field of cultural and creative industries, seeking to develop Portuguese culture and economy and in line with European Strategies

R&D FibEnTech/UBI-Fibre Materials and Environmental Technologies is recognised by FCT since 1991 as a R&D Unit [195], and is accredited and financed under the PFPUI. In 2014 it was evaluated by FCT and scored a Good. The RU came up from the former Textile and Paper Materials Unit and comprises 3 different groups. In Fibre Materials-Physics Group innovative research is being developed on textile and fashion design: design engineering, co-design, modular design and mass customisation

7.2.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos 5 anos e com relevância para a área do ciclo de estudos (referenciação em formato APA):

<http://a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/bacfc6af-63e2-63f4-649c-54cf716caeda>

7.2.3. Mapa-resumo de outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica:

<http://a3es.pt/si/iportal.php/cv/other-scientific-publication/formId/bacfc6af-63e2-63f4-649c-54cf716caeda>

7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.

UNIDCOM/IADE-U

As atividades de I&D assentam num nº significativo de contratos financiados e projetos que apoiam bolsas de mestrado e de doutoramento, dando origem a vários artigos em revistas e em conferências, bem com a livros/capítulos de livros. Destaca-se o projeto "Design em Portugal (1960-1974)", PTDC/EAT-HAT/121601/2010, dedicado aos estudos em História da Arte e do Design em Portugal. Foram organizadas Conferências Internacionais como a Senses & Sensibility em Lisboa e em Florianópolis.

FibEnTech/UBI

Bons indicadores do impacto são o nº de publicações e de participações anuais em várias conferências internacionais na área do Design/Design de Moda, os projetos de I&D e as parcerias com o tecido empresarial em projetos, de que se destaca o Projeto Mobilizador PT 21-PPS Hightech Fashion. Promovem a valorização económica as exposições e eventos culturais para o tecido empresarial/comunidade (Move; MoveUP; LXD; Festival IN); ações da ATP na UBI; concurso PFN e concurso de ideias.

7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.

UNIDCOM/IADE-U

The activities of I&D are based on a significant number of financed contracts and projects supporting masters and doctoral scholarships, giving rise to several articles in journals and at conferences, as well as the books/book chapters. The project "Design in Portugal (1960-1974)", PTDC/EAT-HAT/121601/2010, dedicated to studies in the History of Art and Design in Portugal. International Conferences were organized as the Senses & Sensibility in Lisbon and in Florianópolis.

FibEnTech/UBI

Good impact indicators are the number of publications and annual participation in several international conferences in the area of Design/Fashion Design, I&D projects and partnerships with the corporate sector in projects, of which stands out the Mobilizador Project PT 21-PPS Hightech Fashion. Exhibitions and cultural events promote economic valuation for the corporate sector/community (Move; MoveUp; LXD; Festival IN); shares of ATP in UBI; PFN contest and contest of ideas.

7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.

O curso integra um conjunto de parcerias, quer do FibEnTech quer da UNIDCOM.

Projetos I&D da FibEnTech: a participação em atividades de alto nível é comprovada pelos projetos e bolsas que obtiveram financiamento da FCT e do QREN: PT 21 Powered Textiles Século 21; QREN, SI I&DT, Projetos de I&DT Empresas Mobilizadores; Promotor: TMG – Têxtil Manuel Gonçalves, S.A.; Coordenador: CITEVE (48 meses) Projetos de I&D da UNIDCOM: parceiros nacionais e internacionais, tais como: Abbvie, DGS, EDP Serviços, Glintt Inov, Inst. Padre António Vieira, Inst. Camões, iServices, PT Inovação, Sta. Casa da Misericórdia de Lisboa, Twintex, Viatecla, VUE SUR MONS, e C. M. do Alvito, V. do Alentejo, C. da Rainha, V. F. de Xira, etc.

Projeto MoMoWo – Women's creativity since the Modern Movement (Europa Criativa 2014: Cooperation Projects –

EAC/S16/2013) com 7 parcerias internacionais.

Tecnológicas e artísticas: Simpósio da UMP;MOVEUP; FASHION 5; Lisboa Design Show, Festival IN.

7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.

The course includes a number of partnerships and the FibEnTech want the UNIDCOM.

Projects I&D of FibEnTech RD unit.

FCT and QREN:PT 21 Powered Textiles 21 Century; QREN, SI I&DT, Mobilizer companys TR&D projects; Promotor: TMG – TêxtilManuel Gonçalves, S.A.; Coordinator: CITEVE, 48 months

Projects I&D of UNIDCOM RD unit:

national and international partners , such as: Abbvie, DGS, EDP Serviços, Glintt Inov, Inst. Padre António Vieira, Inst. Camões, iServices, PT Inovação, Sta. Casa da Misericórdia de Lisboa, Twintex, Viatecla, VUE SUR MONS, e C. M. do Alvíto, V. do Alentejo, C. da Rainha, V. F. de Xira, etc.

Project MoMoWo – Women's creativity since the Modern Movement was approved (Europa Criativa 2014: Cooperation Projects – EAC/S16/2013), with 7 partners.

Technological and artistic activities Symposium UMP;MOVE-UP; FASHION 5; LISBOA DESIGN SHOW; Festival IN.

7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.

FibEnTech / UBI - As atividades científicas levadas a cabo durante os diferentes anos letivos, são objeto de análise no CC das unidades I&D, tendo em vista um processo de melhoria contínua, a sua interligação com as matérias lecionadas nas UC e um crescente envolvimento em publicações internacionais indexadas. Para este diagnóstico contribuem os relatórios produzidos pela unidade de investigação e pelo departamento. O ICI, como instituto coordenador da investigação na UBI, também monitoriza e procura estimular a investigação

UNIDCOM/IADE-U é avaliada anualmente pela FCT. O relatório é tornado público e é usado para melhorar as atividades científicas. A Entidade Instituidora – TALENT ID, efetua, de forma continuada, a monitorização da atividade científica e a elaboração de relatórios para a sua melhoria. No âmbito do SIGQ do IADE-U, a UNIDCOM elabora um relatório de atividades anual, que é analisado pelo seu CC, e que serve para garantir a qualidade das atividades e para a sua melhoria

7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.

FibEnTech / UBI -The scientific activities carried out during different academic years, are examined by the Scientific Committee of the Research Units, having in mind the continuous improvement process, its interconnection with the subjects taught in the different courses and an increase in the involvement in indexed international publications. For this diagnosis contribute reports produced by the research unit and the Department. The ICI, as the institute that coordinates all research in UBI, also monitors and stimulates research

UNIDCOM/IADE is evaluated every year by FCT. The report is public and is used to improve the scientific activities. The founding body – TALENT ID, continuously monitors the scientific activity and prepares reports for its improvement.

Moreover, as part of the Internal System of Quality Assurance of IADE-U, UNIDCOM prepares an annual activity report, which is examined by its Scientific Board and serves to ensure the quality of activities and their improvement

7.3. Outros Resultados

Perguntas 7.3.1 a 7.3.3

7.3.1. Actividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) científica(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos.

Ao longo do ano são organizadas diversas aulas abertas à comunidade onde especialistas são convidados nacionais e internacionais a abordar temáticas relacionadas com as unidades curriculares deste ciclo de estudos.

Destaca-se a nível de exemplo a conferência organizada pelas duas I&D FibEnTech e UNIDCOM com a convidada Lucy Niemeyer (Março 2014)

Workshop (WK) de Produção de Moda (PM) em parceria com outras instituições-IPCB

WK de PM com Profissionais do Mercado -UmPontoQuatro

Parceria com a MEO para o desenvolvimento de novos produtos

Parceria com Grupo Têxtil (Somelos) para a criação do re-branding e produtos de tendência Moda

Vários docentes envolvidos na leção deste ciclo de estudos, participam em vários órgãos sociais, empresariais, autárquicos e políticos.

Participação em comissão científicas de conferências na áreas científicas do curso e chairs : CIPED; GLOBAL

FASHION 2010, 2012 e 2014; CIMODE 2012 e 2014

Visita a feiras da especialidade com os alunos, como o Modtissimo

7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training in the main scientific area(s) of the study programme.

Throughout the year are organized several open classes (open to the community) where experts are invited to address issues related to the curricular units of this course of study.

There is the example of the level conference organized by the two R & D FibEnTech and UNIDCOM with guest Lucy Niemeyer (March 2014).

Fashion Production workshop in partnership with other institutions -IPCB and other courses

Fashion Production workshop with Market Professionals (UmPontoQuatro)

Partnership with MEO for the development of new products (clothing corporative)

Partnership with Textile Group (Somelos) for the creation of re-branding and trend fashion products

Teachers involved in this cycle participates in several boards of business and government Participation in scientific committees of conferences in the course scientific area : CIPED; GLOBAL 2010, 2012 and 2014.FASHION; CIMODE 2012 and CIMODE 2014, ICIEMC 2014. Visit the specialty business fairs with students, such as Modtissimo, annually.

7.3.2. Contributo real dessas atividades para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a ação cultural, desportiva e artística.

As instituições e as unidades de investigação UNIDCOM e FibEnTech colaboram com elementos do corpo docente na realização de eventos nacionais e internacionais, que trazem às duas instituições especialistas e visitantes que contribuem, não só para a promoção da cultura científica, e enriquecimento e valorização do corpo docente e discente, impacto na investigação, consultoria/formação mas também para o desenvolvimento económico do País a longo prazo. As parcerias com as empresas e visitas a feiras da especialidade contribuem para o desenvolvimento de projectos em Unidades Curriculares com objectivo de resolução de problemas reais das empresas contribuindo para o desenvolvimento destas e criação de produtos de maior valor acrescentado. O contacto com empresas quer através de parcerias quer de visitas a feiras permite incentivar o espírito empreendedor aos alunos, levando à criação ou valorização da própria empresa.

7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.

Institutions and research units UNIDCOM and FibEnTech collaborate with faculty elements in the realization of national and international events, which bring the two institutions experts and visitors that contribute not only to the promotion of scientific culture, and enrichment and enhancement of faculty and students, impact on research, consulting/training but also for the long term economic development of the country.

Partnerships with businesses and visits to specialty fairs contribute to the development of projects in curricular units with aim of solving real problems of companies contributing to the their development and creation of higher value-added products.

Contact with companies either through partnerships or visits to fairs lets encourage the entrepreneurial spirit of students, leading to the creation or enhancement of the company itself.

7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado.

O portal oficial das duas instituições inclui informação relevante sobre cada uma (ex.: história, missão e visão, estatutos, estrutura e órgãos, serviços e recursos, gestão e governação, qualidade, investigação, ensino e aprendizagem, internacionalização, cooperação); e os ciclos de estudos e as unidades curriculares, em consonância com a Ficha de Curso e a Ficha de Unidade Curricular. A informação sobre o ciclo de estudos está na dependência do Diretor de Curso enquanto a informação sobre as unidades curriculares está na dependência dos professores responsáveis.

Toda esta informação está disponível em forma de acesso livre, em português e inglês.

Existe ainda informação de acesso reservado à comunidade académica via portal institucional e Balcão Virtual. A newsletter “Ubinforma” e o jornal online “Urbietorbi” são igualmente cruciais para a divulgação da instituição e para a sua interação com o exterior na UBI e no IADE-U a newsletter. Ambas as instituições possuem rede social.

7.3.3. Suitability of the information made available about the institution, the study programme and the education given to students.

The official website of UBI and IADE-U includes relevant information about each institution (e.g. history, mission and vision, statutes, structure and bodies, services and resources, governance and management, quality, research, teaching and learning, internationalisation, cooperation); and about study programmes and curricular units in line with the

Degree Programme and Individual Course Unit Descriptions. Information about study cycles depends upon the Course Director whereas information about course units is the responsibility of the teachers responsible.

All this information is freely available in PT and EN.

There is also information which is only available to the academic community via the institutional website and “Balcão Virtual” -online academic services.

The newsletter “Ubinforma” and the online newspaper “Urbietorbi” have also a crucial role in publicising the institution and in its interaction with the public. and in IADE-U the week newsletter. Both have social network.

7.3.4. Nível de internacionalização

7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros matriculados na instituição / Percentage of foreign students	18.6
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Percentage of students in international mobility programs (in)	0
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Percentage of students in international mobility programs (out)	2.3
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Percentage of foreign teaching staff (in)	8
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Percentage of teaching staff in mobility (out)	8

8. Análise SWOT do ciclo de estudos

8.1 Análise SWOT global do ciclo de estudos

8.1.1. Pontos fortes

Histórico das instituições: Tanto a UBI como o IADE-U têm tradição na área científica e profissional do curso. O corpo docente envolvido tem nível internacional em investigação.

Corpo docente qualificado, constituído por um grande número de professores doutorados com ligações a unidades de investigação e com publicações internacionais de prestígio, particularmente na área científica de Design de Moda.

A estrutura laboratorial da UBI é invejável para o ensino do design de moda e o IADE-U conta com laboratórios de pesquisa e produção multimédia de última geração.

Pessoal não docente: elevado profissionalismo e competência dos Técnicos de laboratório e oficinas;

Estrutura curricular e conteúdos das UC's em constante atualização, similares às das universidades de referência internacional, favorecendo a interdisciplinaridade e uma virtuosa relação entre a teoria e a prática.

A proximidade com a comunidade extra académica, tanto no IADE-U, como na UBI é excelente e tem forte ligação com o mercado profissional. O grande leque e qualidade das UC's optativas ajudam a nivelar os conhecimentos dos alunos das diferentes áreas.

A existência dos três ciclos de estudos na área do design de moda: licenciatura, dois mestrados e doutoramento, permitindo aprofundar o conhecimento nas diversas temáticas.

8.1.1. Strengths

Both UBI and the IADE-U have tradition in the scientific and professional area of the course. The Teaching Staff that participates in the course has an international level in research.

Qualified faculty, consisting of a large number of PhDs professors with links to research units and with prestigious international publications, particularly in the scientific area of Fashion Design.

The UBI Laboratory Structure is enviable for Fashion Design and the IADE-U counts with research laboratories and multi-media production of last generation.

Non-teaching staff: high professionalism and competence of the laboratory and workshops technicians.

Curriculum structure and content of the UCs in constant update, similar to universities' international reference, favouring interdisciplinary and a virtuous relationship between theory and practice.

The approach with the extra academic community in both in the IADE-U as the UBI is excellent and has a strong connection with the professional market. The wide range and quality of the optional disciplines will help to build a levelling of knowledge between scholars of the different areas.

The existence of the three cycles of studies in the area of Fashion Design: one licenciature, two master's and one doctoral degree, allowing a deeper knowledge in various subjects.

8.1.2. Pontos fracos

A distância física entre as instituições, UBI e IADE-U, ronda os 280 km, que por vezes é um problema para a deslocação de professores e alunos.

Algumas dificuldades de integração entre instituição pública e privada, pois a gestão de uma instituição pública difere da gestão de uma instituição privada. Necessidade de maior disponibilidade de tempo pela Direção de Curso para a organização do funcionamento do curso em cada semestre.

Corpo docente insuficiente para apoio ao funcionamento do curso, quer no que respeita à distribuição das horas letivas, quer relativamente à necessária massa crítica de doutores com formação e CV nas áreas fundamentais do curso.

A não existência de legislação em Portugal para cursos em e-learning dificulta a captação de alunos internacionais. Necessidade de implementação de um sistema misto de funcionamento.

8.1.2. Weaknesses

The physical distance between the institutions UBI and IADE-U is about 280 km and this can be a problem for displacement of teachers and students.

There may be difficulties of integration between public and private institution because the management of a public institution differs from a private institution. Need for more time available by Course Direction for the organization of the course in each semester.

Faculty staff insufficient to support the operation of the course, either as regards the distribution of lecture hours, either

in respect of the required critical mass of doctors with training and CV in the fundamental areas of the course.

Nonexistence of law regulations for e-learning courses in Portugal it can cause difficulties to have more international students in this course. Need to implement a mixed operation system for the course.

8.1.3. Oportunidades

A diminuição da carência no mercado do modelo de profissional do curso, com formação de alto nível para atuar no mercado europeu de moda, não somente na indústria mas também na distribuição que se vêm fortalecendo através das marcas, é uma boa oportunidade;

A moda e principalmente as suas marcas têm uma vertente cosmopolita muito forte. Porém, o mercado sobrevive com os produtos que são feitos em zonas industriais. Integrar a visão cosmopolita de Lisboa apresentada pelo IADE-U e a visão industrial da região da Covilhã apresentada pela UBI, torna o curso mais inovador ainda levando ao aluno a realidade do mercado de trabalho e das marcas de moda;

Possibilidade de parcerias em novos Projetos de Investigação das duas Unidades de Investigação no novo quadro comunitário.

Criação de parcerias com universidades nacionais e internacionais, visando o intercâmbio de estudantes e docentes para participação nas atividades letivas e de orientação nas áreas fundamentais do ciclo de estudos.

Maior grau de internacionalização do ciclo de estudos, através de maior atração de estudantes provenientes do estrangeiro, especialmente dos países lusófonos e do espaço europeu. Reforço de parcerias e acordos de intercâmbio com o aproveitamento dos programas de internacionalização para docentes e estudantes como por exemplo o Programa Erasmus, aumentando a mobilidade internacional;

Explorar e/ou intensificar novas parcerias com empresas e instituições de apoio à ITV, nomeadamente ao nível dos estágios;

A conjuntura atual de mercado e inovação na área da ITV e moda favorece o recente crescimento do sector e é um garante adicional da sustentabilidade do curso e da sua taxa de empregabilidade.

8.1.3. Opportunities

The decrease of lack in the market failure of the professional model of the course, with high-level training to act in the European fashion market, not only the retail industry but also in retail distribution that has been growing across brands, is a good opportunity.

The fashion and mainly its brands have a very strong cosmopolitan side. However, the market survives with products that are made in industrial areas. To integrate the Lisbon cosmopolitan vision presented by the IADE-U and the industrial vision of the Covilhã region presented by the UBI, makes the proposal still most innovative taking to students the reality of the labour market and of the fashion brands.

Possibility of partnerships in new research projects of the two research units in the new European Community framework;

Creation of partnerships with national and international universities, aiming at the exchange of students and professors to participate in school and guidance activities in the fundamental areas of the study cycle.

Higher degree of internationalization of the study cycle, through greater attraction of students coming from abroad, especially from the Portuguese speaking countries and the European space. Strengthening partnerships and exchange agreements with the use of internationalization programs for teachers and students as for example the Erasmus programme, increasing international mobility.

Explore and/or enhance new partnerships with companies and institutions in support of ITV, namely in terms of academic training.

The current market situation and innovation in the area of ITV and fashion favours the recent growth of the sector and is an additional guarantee of the sustainability of the course and their employability rate.

8.1.4. Constrangimentos

Falta de financiamento para o investimento em infraestruturas de apoio ao curso, para o estabelecimento de parcerias com outras universidades nacionais e internacionais, e promoção do intercâmbio internacional dos docentes.

A imagem negativa existente do interior do país perante os candidatos ao curso;

A procura do curso por alunos estudantes trabalhadores sem solução satisfatória para o funcionamento do curso;

Enquadramento económico recessivo com impacto na capacidade financeira das famílias e a redução dos apoios sociais (bolsas de estudo) em resultado das políticas de contenção orçamental do Estado;

Fraco grau de internacionalização do corpo de estudantes;

Restrições orçamentais à contratação de pessoal docente e não docente, assim como dificuldades nas substituições e renovações, com a consequente sobrecarga horária dos docentes envolvidos no ciclo de estudos, influenciando negativamente o processo de ensino/aprendizagem, podendo conduzir a uma perda de qualidade.

8.1.4. Threats

Lack of funding for the investment in course support infrastructures, for the establishment of partnerships with other national and international universities, and promoting international exchanges of teachers

The existing negative image of the inside region of the country respecting the applicants for the course.

The demand of the course by work-students without a satisfactory solution to the functioning of the course.

Economic context of recession with an impact on the families' purchasing power and the drop in social support (scholarships) as a result of the government's budgetary constraints.

Weak degree of internationalization of the student body.

Budgetary restrictions on the hiring of teaching and non academic staff, as well as difficulties in the substitutions and renovations, with the consequent hourly overload of teachers involved in the study cycle, influencing negatively the teaching/learning process, which may lead to a loss of quality.

9. Proposta de ações de melhoria

9.1. Ações de melhoria do ciclo de estudos

9.1.1. Ação de melhoria

Ponto fraco identificado

A distância física entre as instituições, UBI e IADE-U, ronda os 280 km, que por vezes é um problema para a deslocação de professores e alunos.

Propostas de ações de melhoria

Implementação de um sistema misto de funcionamento, com aulas presenciais e a distância.

Melhorar a organização do funcionamento de cada semestre com docentes de ambas as instituições com reuniões e todos os intervenientes em comunicação simultânea, mesmo em forma de e-mail, Skype, etc.

9.1.1. Improvement measure

Weakness identified

The physical distance between the institutions, UBI and IADE-U, around 280 km, which is sometimes a problem for the movement of teachers and students.

Proposals for improvement actions

Implementation of a mixed system of operation, with classroom and at distance classes.

Improve the organization of operation of each semester with faculty from both institutions and meetings with those involved in simultaneous communication, even in the form of email, Skype, etc.

9.1.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

Alta. Ano Letivo 2015/2016

9.1.2. Priority (High, Medium, Low) and implementation timeline.

High. Academic Year 2015/2016

9.1.3. Indicadores de implementação

Implementação do sistema. Atas das reuniões.

9.1.3. Implementation indicators

System implementation. Meetings report.

9.1. Ações de melhoria do ciclo de estudos

9.1.1. Ação de melhoria

Ponto fraco identificado

Algumas dificuldades de integração entre instituição pública e privada, pois a gestão de uma instituição pública difere da gestão de uma instituição privada. Necessidade de maior disponibilidade de tempo pela Direção de Curso para a

organização do funcionamento do curso em cada semestre.

Propostas de ações de melhoria

A experiência do passado mostra a necessidade da Direção de Curso ter uma grande disponibilidade de tempo para a coordenação do funcionamento do curso entre as duas instituições, tanto nos planos científico e pedagógico, como no plano administrativo. É, portanto, premente corrigir, melhorando, o funcionamento e gestão do curso, integrando, ambas as instituições, de forma efetiva na gestão do curso os respetivos serviços. Os casos mais evidentes exigem uma articulação estreita entre os Serviços Académicos e os Centros de Informática de ambas as instituições. O envolvimento das Reitorias neste processo é fundamental para o sucesso desta proposta de melhoria.

9.1.1. Improvement measure

Weakness identified

Some difficulties of integration between public and private institution, because the management of a public institution differs from the management of a private institution. Need for greater availability of time by the Course Direction for organizing the functioning of the course in each semester.

Proposals for improvement actions

Past experience shows the need of Direction of the Course to have a great time availability for the coordination of the functioning of the course between the two institutions, both in scientific and pedagogical plans, as in the administrative plan. It is therefore urgent to fix, improving the functioning and management of the course, integrating, both institutions, effectively in managing the course the respective services. The most obvious cases require a close linkage between the Academic Services and Computer Centres of both institutions. The involvement of the Rectoral Offices in this process is critical to the success of this proposal for improvement.

9.1.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

Alta. Ano Letivo 2015/2016

9.1.2. Priority (High, Medium, Low) and implementation timeline.

Hight. Academic year 2015/2016

9.1.3. Indicadores de implementação

Plataforma de articulação estreita entre os Serviços Académicos e os Centros de Informática de ambas as instituições.

9.1.3. Implementation indicators

Close articulation platform between the Academic Services and Computer Centers of both institutions.

9.1. Ações de melhoria do ciclo de estudos

9.1.1. Ação de melhoria

Ponto fraco identificado

Corpo docente insuficiente para apoio ao funcionamento do curso, quer no que respeita à distribuição das horas letivas, quer relativamente à necessária massa crítica de doutores com formação e CV nas áreas fundamentais do curso.

Propostas de ações de melhoria

Reforço e estabilidade do corpo docente de ambas as instituições afeto ao curso de mestrado.

9.1.1. Improvement measure

Weakness identified

Insufficient faculty to support the operation of the course, either as regards the distribution of school hours, either in respect of the required critical mass of doctors with training and CV in key areas of the course.

Proposals for improvement actions

Strengthening and stability of faculty from both institutions affected to the master degree.

9.1.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

Alta. Ano letivo 2015/2016

9.1.2. Priority (High, Medium, Low) and implementation timeline.

Hight. Academic year 2015/2016

9.1.3. Indicadores de implementação

Número de professores e tipologia de contratos.

9.1.3. Implementation indicators

Number of professors and contract type.

9.1. Ações de melhoria do ciclo de estudos

9.1.1. Ação de melhoria

Ponto fraco identificado

A não existência de legislação em Portugal para cursos em e-learning dificulta a captação de alunos internacionais. Necessidade de implementação de um sistema misto de funcionamento para captação de alunos estudantes-trabalhadores.

Propostas de ações de melhoria

Criação, numa primeira fase, de um sistema misto de regime de funcionamento, com aulas presenciais e outras a distância, a testar em algumas UC's, com análise das vantagens e inconvenientes para cada UC, em função dos conteúdos e das metodologias pedagógicas utilizadas.

Sensibilizar para a aprovação de legislação em Portugal para a criação de cursos universitários em e-learning e, assim, aumentar a captação de estudantes internacionais e estudantes-trabalhadores.

9.1.1. Improvement measure

Weakness identified

The non-existence of laws in Portugal for e-learning courses makes difficult to attract international students. Necessity of implementing a mixed operating system for attracting worker students.

Proposals for improvement actions

initially creation of a mixed system of operating regimen, with classroom lectures and others at a distance, to be tested on some UC's, with analysis of the advantages and disadvantages for each UC, depending on the content and pedagogical methodologies used.

Increase awareness for the approval of legislation in Portugal for the creation of University courses in e-learning and thereby increase the attraction of international students and worker students.

9.1.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

Média. Três anos.

9.1.2. Priority (High, Medium, Low) and implementation timeline.

Medium. Three years.

9.1.3. Indicadores de implementação

Existência de legislação e criação do curso em e-learning.

9.1.3. Implementation indicators

Existence of legislation and creation of the course by e-learning.

10. Proposta de reestruturação curricular (facultativo)

10.1. Alterações à estrutura curricular

10.1. Alterações à estrutura curricular

10.1.1. Síntese das alterações pretendidas

<sem resposta>

10.1.1. Synthesis of the intended changes

<no answer>

10.1.2. Nova estrutura curricular pretendida (apenas os percursos em que são propostas alterações)

Mapa XI

10.1.2.1. Ciclo de Estudos:
Branding e Design de Moda

10.1.2.1. Study programme:
Branding and Fashion Design

10.1.2.2. Grau:
Mestre

10.1.2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
<sem resposta>

10.1.2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):
<no answer>

10.1.2.4 Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure

Área Científica / Scientific Area (0 Items)	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS 0	ECTS Optativos / Optional ECTS* 0
--	-----------------	---	--------------------------------------

<sem resposta>

10.2. Novo plano de estudos

Mapa XII

10.2.1. Ciclo de Estudos:
Branding e Design de Moda

10.2.1. Study programme:
Branding and Fashion Design

10.2.2. Grau:
Mestre

10.2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
<sem resposta>

10.2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):
<no answer>

10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
<sem resposta>

10.2.4. Curricular year/semester/trimester:
<no answer>

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units (0 Items)	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Observações / Observations (5)
--	--	---------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	--

<sem resposta>

10.3. Fichas curriculares dos docentes

Mapa XIII

10.3.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

<sem resposta>

10.3.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

10.3.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

10.3.4. Categoria:

<sem resposta>

10.3.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

<sem resposta>

10.3.6. Ficha curricular de docente:

<sem resposta>

10.4. Organização das Unidades Curriculares (apenas para as unidades curriculares novas)

Mapa XIV

10.4.1.1. Unidade curricular:

<sem resposta>

10.4.1.2. Docente responsável e respectiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

<sem resposta>

10.4.1.3. Outros docentes e respectivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

10.4.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

<sem resposta>

10.4.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

<no answer>

10.4.1.5. Conteúdos programáticos:

<sem resposta>

10.4.1.5. Syllabus:

<no answer>

10.4.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

<sem resposta>

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

<no answer>

10.4.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

<sem resposta>

10.4.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

<no answer>

10.4.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

<sem resposta>

10.4.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

<no answer>

10.4.1.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

<sem resposta>