

Mapa III - Criação de Conteúdos

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Criação de Conteúdos

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Content Creation

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

D

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

D

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

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

75.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Ana Graziela Sousa - 2.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Reconhecer a importância da criação de conteúdos no contexto da moda e comunicação contemporâneas, através da análise e crítica das estratégias de diferentes marcas e intervenientes-chave da Indústria de Moda. Explorar as diferentes facetas da criação de conteúdos: escrita, comunicação visual, redes sociais, podcasting e influenciadores, compreendendo os processos de produção e planeamento de conteúdos relevantes para atrair audiências. Adquirir competências de produção de conteúdos como escrita, crítica de produtos, selecção/produção de conteúdo visual através da experimentação das diferentes vertentes, recorrendo a exemplos reconhecidos. Através da reflexão e análise, produzir insights sobre tendências de futuro no contexto da UC e identificar sinais de mudança e possibilidades emergentes/em crescimento na actualidade.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

Recognize the importance of content creation in the context of contemporary fashion and communication, through the analysis and critique of the strategies of different brands and key players in the Fashion Industry. Explore the different facets of content creation: writing, visual communication, social networks, podcasting and influencers, understanding the production processes and planning of relevant content to attract audiences. Acquire content production skills such as writing, critique, selection/production of visual content through experimentation with different aspects, using recognized examples. Through reflection and analysis, produce insights into future trends in the context of UC and identify signs of change and emerging/growing possibilities today.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

Comunicação de Moda: publicidade, advertorial e jornalismo de moda

Criação de Conteúdos para Moda: estratégia, criação e avaliação de resultados

Os meios digitais: vendas online, marketing, redes sociais e product placement

Redes sociais e a Indústria de Moda

Criação de conteúdos: escrita, podcasting, influencers

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

Fashion Communication: advertising, advertorial, fashion writing

Content Creation for Fashion: strategy, creation and result assessment

The digital realm: online sales, marketing, social media and product placement

Social networks and Fashion

Content creation: writing, podcasting, influencing

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

O reconhecimento de exemplos de sucesso da Indústria de Moda, o seu estudo e análise crítica, vão permitir que os estudantes entendam em casos práticos a importância da criação de conteúdos no seu contexto, e da delimitação de estratégias impactantes e em larga-escala. Esses conhecimentos vão estimular a capacidade de experimentação de diferentes vertentes da criação de conteúdos, possibilitando a exploração de outras/novas vias para a comunicação de produtos ou personas no contexto da moda. Através do mix de estudo + experimentação pessoal e também recorrendo à experiência como utilizador de ferramentas contemporâneas (como redes sociais, smartphones, compras online ou ferramentas de criação inovadoras) será possível para os estudantes, em projectos individuais e colaborativos, entender tendências emergentes neste contexto.

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

The recognition of successful examples of the Fashion Industry, their study and critical analysis, will allow students to understand in practical cases the importance of content creation in their context, and the delimitation of impactful and large-scale strategies. This knowledge will stimulate the ability to experiment with different aspects of content creation, enabling the exploration of other/new ways to communicate products or personas in the context of fashion. Through the mix of study + personal experimentation and also using experience as a user of contemporary tools (such as social networks, smartphones, online shopping or innovative creation tools) it will be possible for students, in individual and collaborative projects, to understand emerging trends in this context.

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

Serão utilizados diferentes modelos de ensino-aprendizagem como aulas teóricas leccionadas pela docente, cedência de textos e exemplos de referência para análise e discussão, participação de profissionais da área, debates e criação de propostas para marcas/personas existentes ou virtuais. Através da criação e discussão de estratégias, sua implementação e teste, poder-se-á compreender de modo prático e iterativo a importância desta matéria (em crescente ascensão da Indústria de Moda) e desenvolver competências neste âmbito, relevantes para a prossecução de carreiras no contexto da moda.

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

Different teaching-learning models will be used, such as theoretical classes taught by the teacher, provision of texts and reference examples for analysis and discussion, participation of professionals in the field, debates and creation of proposals for existing or virtual brands/personas. Through the creation and discussion of strategies, their implementation and testing, it will be possible to understand in a practical and iterative way the importance of this matter (in increasing ascension of the Fashion Industry) and to develop competences in this area, relevant for the pursuit of careers in the fashion context.

4.2.14. Avaliação (PT):

A avaliação é contínua valorizando-se a assiduidade e participação dos estudantes. Serão levados a cabo projectos teórico-práticos, colaborativos e individuais. A distribuição quantitativa da avaliação será feita da seguinte forma: 70% trabalhos teórico-práticos; 20% prova de conhecimentos; 10% assiduidade e participação.

4.2.14. Avaliação (EN):

Assessment is continuous, valuing student attendance and participation. Theoretical-practical projects will be carried out, either collaboratively either individually. The quantitative evaluation will be distributed as follows: 70% theoretical-practical work; 20% proof of knowledge; 10% attendance and participation.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino aplicadas irão capacitar os estudantes para que possam desenhar, criar e implementar estratégias de criação de conteúdos, reconhecendo a sua importância no contexto do Design de Moda contemporâneo na divulgação e comercialização de produtos, pessoas, serviços e acontecimentos. O reconhecimento de boas práticas possibilitar-lhes-á a aceção crítica e construtiva sobre a sua própria actuação como futuros profissionais da Indústria de Moda, tendo em vista serem capazes de contribuir positivamente e reconhecer tendências emergentes neste domínio.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The teaching methodologies applied will enable students to design, create and implement content creation strategies, recognizing their importance in the context of contemporary Fashion Design in the dissemination and commercialization of products, people, services and events. The recognition of good practices will enable them to have a critical and constructive understanding of their own performance as future professionals in the Fashion Industry, enabling them to contribute positively and recognize emerging trends in this field.

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

Dillon, S. (2011). *The Fundamentals of Fashion Management*. A&C Black.
Harris, C. (2017). *The Fundamentals of Digital Fashion Marketing* (1st edição). Bloomsbury Academic.
Lascity, D. M. E. (2021). *Communicating Fashion: Clothing, Culture, and Media*. Bloomsbury Visual Arts.
Mitterfellner, O. (2019). *Fashion Marketing and Communication: Theory and Practice Across the Fashion Industry* (1st edição). Routledge.
Moore, G. (2021). *Fashion Promotion: Building a Brand Through Marketing and Communication* (002 edição). Bloomsbury Visual Arts.
Okonkwo, U. (2007). *Luxury Fashion Branding: Trends, Tactics, Techniques* (1st edition). Palgrave Macmillan.

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

Dillon, S. (2011). *The Fundamentals of Fashion Management*. A&C Black.
Harris, C. (2017). *The Fundamentals of Digital Fashion Marketing* (1st edição). Bloomsbury Academic.
Lascity, D. M. E. (2021). *Communicating Fashion: Clothing, Culture, and Media*. Bloomsbury Visual Arts.
Mitterfellner, O. (2019). *Fashion Marketing and Communication: Theory and Practice Across the Fashion Industry* (1st edição). Routledge.
Moore, G. (2021). *Fashion Promotion: Building a Brand Through Marketing and Communication* (002 edição). Bloomsbury Visual Arts.
Okonkwo, U. (2007). *Luxury Fashion Branding: Trends, Tactics, Techniques* (1st edition). Palgrave Macmillan.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]