

Comunicação Social

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: R/A-Ef 641/2011/AL02

Ficha da Unidade Curricular: Estágio

ECTS: 20; Horas - Totais: 540.0, Contacto e Tipologia, E:60.0; OT:3.0;

Ano | Semestre: 3 | S2

Tipo: Optativa; Interação: Presencial; Código: 9054721

Área Científica: Comunicação Empresarial

Docente Responsável

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Ana Cláudia Leal Marques Pires da Silva Mendes Pinto

Professor Adjunto

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

O estudante deve aplicar os conhecimentos e práticas adquiridos ao longo dos cinco semestres nesta experiência em contexto de trabalho.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

O estudante deve participar de toda a atividade profissional no campo da Comunicação Empresarial, integrando-se nas equipas e departamentos das empresas parceiras. O estudante deve, assim, gerar valor para a organização em que se integra ao longo do estágio curricular, respondendo aos desafios colocados pelo seu orientador profissional.

Conteúdos Programáticos

O orientador deverá definir um plano de estágio específico e individual, em conjunto com o aluno

e de acordo com os objetivos definidos para o estágio curricular.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

O aluno estagiário poderá desempenhar funções específicas em qualquer uma das áreas englobadas pela Comunicação Empresarial, como por exemplo: Assessoria de Imprensa, Marketing Digital, Relações Públicas, Gestão de Eventos, Comunicação Interna, Comunicação de Crise, Comunicação Institucional, Publicidade, Marketing e outras que se adequem.

Metodologias de avaliação

Avaliação do orientador da Empresa/Organização: 40%

Relatório de estágio: 30%

Defesa do relatório de estágio: 30%

Estes três elementos de avaliação são válidos para todas as épocas.

Software utilizado em aula

Plataforma Microsoft Teams

Zoom

Estágio

Estágio em departamentos de comunicação ou de marketing, ou agências (empresas) especializadas em Comunicação, Marketing e Publicidade.

Bibliografia recomendada

- Kotler, P. e Setiawan, I. e Kartajaya, H. (2021). *Marketing 5.0 - Tecnologia para a humanidade*. . Actual Editora. Lisboa
- Rasquilha, L. (2009). *Publicidade - Fundamentos, estratégias, processos criativos, planeamento de meios e outras técnicas de comunicação*. Gestão Plus. Lisboa
- Marques, V. (2019). *Marketing Digital de A a Z*. Digital 360. Braga
- Cabrero, M. e Cabrero, J. (2007). *O Livro de Ouro das Relações Públicas*. Porto Editora. Lisboa

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

A integração dos estudantes, na qualidade de estagiários, em equipas de comunicação e marketing, com acompanhamento profissional e colocando em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, permite a adaptação ao mercado de trabalho, cumprindo assim os objetivos da UC.

Metodologias de ensino

Tutorias.

Seminários temáticos de apoio e complemento.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

As metodologias de ensino, nesta UC, são do tipo tutorial, estando o orientador em contacto direto com o aluno/estagiários, por forma a verificar se os objetivos são cumpridos. As tutorias, presencialmente, via email ou telefone permitirão fazer um acompanhamento do desenvolvimento desta UC, que decorre fisicamente fora da ESTA.

Os Seminários temáticos abordam matérias que apoiam e complementam o processo de estágio e serão realizados em momentos anteriores (de preferência) ou simultaneamente ao período de estágio (nestas situações os seminários podem decorrer de modo remoto).

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não aplicável

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável

Observações

Os Estágios serão realizados, preferencialmente, em regime presencial, considerando-se contudo a possibilidade de serem em modo remoto se as situações excecionais assim o requererem.

A orientação e seminários poderão ter as duas componentes ou serem realizados apenas em modo remoto.

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 5 - Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas;
- 8 - Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;
- 10 - Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países;
- 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;
- 16 - Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis;

Docente responsável
