

Comunicação Social

Licenciatura, 1º Ciclo

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

Ficha da Unidade Curricular: Atelier I

ECTS: 7; Horas - Totais: 189.0, Contacto e Tipologia, TP:30.0; PL:60.0; OT:5.50;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 905477

Área Científica: Comunicação Empresarial

Docente Responsável

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

Andreia Maria Alves de Almeida

Assistente Convidado

Objetivos de Aprendizagem

O Atelier de Comunicação I é o primeiro de um conjunto de três Ateliers de Comunicação Empresarial.

Este primeiro tem como objetivo principal iniciar a compreensão do aluno em relação às funções de um profissional de Comunicação Empresarial na primeira instância da sua profissão.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

O Atelier de Comunicação I é o primeiro de um conjunto de três Ateliers de Comunicação Empresarial.

Este primeiro tem como objetivo principal:

- A. iniciar a compreensão do aluno em relação às funções de um profissional de Comunicação Empresarial na primeira instância da sua profissão;
- B. Introduzir a metodologia de pesquisa, análise e tratamento de informação;
- C. Desenvolver competências na elaboração e apresentação de relatórios e documentos

analíticos.

Conteúdos Programáticos

Módulos A e B:

1. Comunicação oral
2. Elucidação de linguagem corporativa diretamente ligada à área de estudo
3. Comunicação e ética profissional em situações de trabalho
4. Normas e Formatação de Trabalhos
5. Criação de uma Base de Dados
6. Público-alvo e segmentação de mercado
7. Capacitar para a identificação de clipping e análise do mesmo
8. Estudo de Casos Reais
9. Orçamentação publicitária

Conteúdos Programáticos (detalhado)

Módulos A e B:

1. Comunicação oral.
 - a. Análise e discussão crítica de notícias de meios de comunicação social especializados a nível nacional e internacional.
2. Elucidação de linguagem corporativa diretamente ligada à área de estudo.
 - a. Descodificação e familiarização da terminologia específica à área da Comunicação Empresarial – de acordo com o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) número 8 – Trabalho Digno e crescimento Económico e número 10 – reduzir as desigualdades.
3. Comunicação e ética profissional, em situações de trabalho.
4. Normas e Formatação de Trabalhos.
 - a. A comunicação escrita vs comunicação oral, na elaboração e apresentação de trabalhos e projetos.
 - b. Técnicas de defesa e apresentação oral de trabalhos e projetos – de acordo com o ODS número 10 – reduzir as desigualdades.
5. Criação de uma Base de Dados
 - a. Métodos de organização da base de dados.
 - b. Identificação de técnicas de organização e utilização de bases de dados, em Excel
6. Público-alvo e segmentação de mercado.
 - a. Pesquisa, análise e caracterização dos principais grupos geracionais;
 - b. Aplicação dos principais critérios de segmentação de mercado;
 - c. Personas.
7. Capacitar para a identificação de clipping, e análise do mesmo
 - a. O clipping como ferramenta de análise estratégica, para comunicação interna e externa
 - b. Identificar as plataformas de clipping, organização e análise qualitativa e quantitativa do mesmo
 - c. Como realizar relatórios de clipping, e identificar mensagens-chave nesta ferramenta.
8. Estudo de Casos Reais

a. Caracterização demográfica e psicográfica, quantitativa e qualitativa, de segmentos tipificados e respetiva aplicação a casos reais.

9. Orçamentação publicitária.

a. características técnicas para pedidos de orçamentos audiovisuais, fotográficos e gráficos.

Metodologias de avaliação

Avaliação contínua

Mód. A - Carla Cruz– 50% nota final.

Mód. B - Andreia Almeida– 50% nota Final.

Composição da nota (Mód. A e B):

Participação 20%

Trabalhos:

Escritos 40%

Práticos 40%

Para obter aprovação na unidade curricular:

O aluno tem que ter nota mínima igual ou superior a 10 valores resultante da média ponderada dos módulos A e B.

Caso o aluno não cumpra os prazos estipulados ou obtenha uma classificação inferior a 8 (oito) valores em qualquer dos momentos de avaliação, será admitido para avaliação em época de exame.

O aluno deve estar presente em um mínimo de 2/3 das sessões, caso contrário é admitido a exame.

Os alunos com regimes especiais deverão contactar as docentes até ao dia 16 de Outubro para definirem a sua forma de avaliação, tendo em conta os seus horários e/ou disponibilidades conjugadas com as exigências de aprendizagem da UC.

Ex. Normal e de Recurso:

Nota Mód. A e B: Nota Ix75% + Nota IIx25%, sendo:

I. O aluno deve apresentar 80% dos trabalhos obrigatórios nas datas definidas em avaliação contínua;

II. realização de prova cujo enunciado deverá ser solicitado pelo aluno ao secretariado do curso com a antecedência de 5 dias antes da data do exame. O aluno deverá enviar o trabalho escrito até 2 dias úteis antes da sua realização para o correio eletrónico institucional de ambas as docentes e realizar a sua apresentação oral no dia do mesmo.

Software utilizado em aula

Powerpoint, plataformas de e-learning Moodle, Teams e outras que possam justificar-se necessárias.

Estágio

NA

Bibliografia recomendada

- Isidoro, A. e Saldanha, D. e Simões, J. e Caetano, S. (2013). *Manual de Organização e Gestão de Eventos*. Sílabo. Lisboa
- Kotler, P. e Setiawan, I. e Kartajaya, H. (2012). *Marketing 4.0 Mudança do tradicional para o digital*. Março 2017, Actual Editora. Lisboa
- Galvão, J. e Adas, E. e Ferreira, A. (2014). *Super Apresentações* (Vol. 1).. 1, Top Books. Lisboa
- Lindon, D. e Lendrevie, J. e Lévy, J. e Dionísio, P. e Vicente, J. (2009). *Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing*. 12ª, Dom Quixote. Lisboa

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

O objetivo pedagógico A consubstancia-se nos conteúdos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9 . O objetivo B aos conteúdos 4, 5, 6,7e 9 . O objetivo C a 2,4,7 e 9.

Metodologias de ensino

Unidade curricular com cariz eminentemente prático. Metodologias expositiva e ativa através da recriação do ambiente laboral em contexto de sala de aula com diferentes projetos e tarefas a serem solicitadas, desenvolvidas e operacionalizadas.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

- 1) Metodologia expositiva permite atingir os objetivos A e B.
- 2) Metodologia ativa consubstancia os objetivos B e C.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

NA

Programas Opcionais recomendados

NA

Observações

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 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;

Docente responsável
