



Instituto Politécnico de Tomar

✳ Escola Superior de Tecnologia de Abrantes

Ano Letivo 2016/2017

### **Comunicação Social**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho n.º 15198/2014

### **Ficha da Unidade Curricular: Atelier II**

ECTS: 7; Horas - Totais: 189.0, Contacto e Tipologia, TP:45.0; PL:60.0; OT:5.50;

Ano|Semestre: 2|S2; Ramo: Perfil Comunicação Empresarial;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9054710

Área Científica: Comunicação Empresarial

### **Docente Responsável**

Luís Miguel Ferreira Nunes

### **Docente e horas de contacto**

Raquel Palma Tomé de Sousa Botelho

Equiparado Professor Adjunto, TP: 30;

Carla Dias Marques da Cruz

Assistente Convidado, TP: 15; PL: 60; OT: 5.55;

### **Objetivos de Aprendizagem**

O Atelier de Comunicação II tem como objetivo a análise, discussão e prática de conceitos e processos inerentes ao trabalho criativo e de planificação de marketing e comunicação.

Os alunos terão que aperfeiçoar a Língua Portuguesa num espaço próprio do Atelier.

### **Conteúdos Programáticos**

Desenvolver e propor uma estratégia de marketing/comunicação como resposta a um brief real. Estão previstos três Briefs de entidades distintas, cada um deverá ser respondido no prazo de um mês.

Aperfeiçoamento da expressão escrita e oral.

### **Conteúdos Programáticos (detalhado)**

Módulo A: Estratégia de Marketing e Comunicação

1.A escrita na Comunicação

2.Projeto de Laboratório de Pesquisa e Investigação de Marketing

3.Projeto de Laboratório de Comunicação

4.Etapas da elaboração de um Plano de Comunicação

5.Técnicas de Criação de Ideias: Listas de atributos e Brainstorming

6.A Ética na Comunicação e nas Empresas

Módulo B: Organização e gestão do Encontro de Comunicação 2017

### **Metodologias de avaliação**

Av. Contínua:

Módulo A: 2 Trabalhos obrigatórios: individual (60%), grupo (40%)

Módulo B: Desempenho individual dos alunos na organização da Semana da Comunicação (100%).

Nota Final da UC = (Nota Módulo A \* 70%) + (Nota Módulo B \* 30%)

### **Software utilizado em aula**

PowerPoint

### **Estágio**

Não aplicável.

### **Bibliografia recomendada**

- Cunha, C. e Cintra, L. (1992). *Nova Gramática do Português Contemporâneo*. Lisboa: Sá Costa

- Figueiredo, E. (2003). *Dicionário Prático para o Estudo do Português - da Língua aos Discursos*. Porto: Porto Editora

- Lindon, D. e Lendrevie, J. e Levy, J. e Dionísio, P. e Vicente, J. (2011). *Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Dom Quixote

- Dionísio, P. e Rodrigues, J. e Faria, H. e Canhoto, R. e Nunes, R. (2009). *b-Mercator Blended Marketing*. Lisboa: Dom Quixote

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Os conteúdos sustentam uma prática continuada, em que os alunos testam técnicas e fazem, também, uma análise crítica de aspectos ligados à actividade profissional.

### **Metodologias de ensino**

Aulas de cariz essencialmente prático, onde serão explanados os conceitos teóricos como princípio orientador do trabalho.

### **Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

As metodologias de ensino estimulam a autonomia, o trabalho de grupo e a responsabilidade pessoal, aspectos fundamentais para as aulas de prática de atelier e os objectivos da unidade curricular.

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré requisitos**

NA

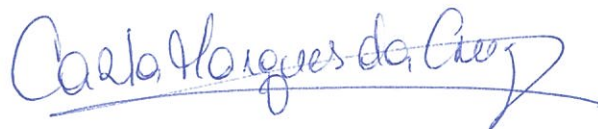
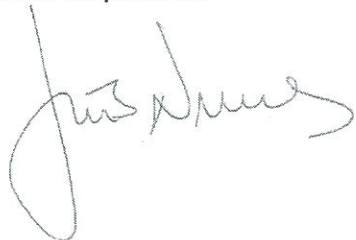
### **Programas Opcionais recomendados**

Não aplicável.

### **Observações**

---

Docente Responsável



Diretor de Curso, Comissão de Curso



Conselho Técnico-Científico

