

Comunicação Social

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho n.º 15198/2014

Ficha da Unidade Curricular: Atelier I

ECTS: 7; Horas - Totais: 189.0, Contacto e Tipologia, TP:45.0; 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

Vanda Cristina Frazão Neves

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 iniciar a compreensão do aluno em relação às funções de um profissional de Comunicação Empresarial na primeira instância da sua profissão.

Sendo o Atelier I um espaço de trabalho à imagem do mercado laboral serão dados casos práticos reais a serem discutidos, aplicados e implementados em ambiente de aula, com tarefas

de execução simples equiparadas às funções de trainee.



Conteúdos Programáticos

Módulo A e B: Metodologias de trabalho.

1. Capacitar para negociações com os Órgãos de Comunicação Social. Comunicação em massa e comunicação one-to-one.
2. Elucidação de linguagem corporativa diretamente ligada à área de estudo.
3. Gestão Intercultural. Etiqueta e Protocolo.
4. Organização do trabalho interno.
5. Orçamentação gráfica.
6. Criação de uma Base de Dados.
7. Planeamento e Organização.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

Módulo A e B: Metodologias de trabalho.

1. Capacitar para negociações com os Órgãos de Comunicação Social. Comunicação em massa e comunicação one-to-one.
 - a. Elaboração, envio e Follow Up de comunicados de Imprensa;
 - b. Diferentes perspetivas de negociações de entrevistas e reportagens, junto dos OCS'S, tendo em conta a linguagem e especificidade de cada OCS;
 - c. Elaboração de convites personalizados a Jornalistas para presenças em eventos;
 - d. Press Kit;
 - e. Especificidades de gestão e recepção aos jornalistas.
2. Elucidação de linguagem corporativa diretamente ligada à área de estudo.
 - a. Descodificação e familiarização da terminologia específica à área da Comunicação Empresarial.
3. Gestão Intercultural. Etiqueta e Protocolo.
 - a. Desenvolvimento de competências profissionais e pessoais no contacto real com empresas, presencial e/ou escrita para a elaboração de tarefas práticas quotidianas da Comunicação Empresarial.
4. Organização do trabalho interno.
 - a. documentação de planificação, distribuição e calendarização de projetos.
5. Orçamentação gráfica.
 - a. características técnicas para pedidos de orçamentos: tipos de papel, quadricromia, acabamentos e quantidades.
6. Criação de uma Base de Dados.
 - a. Métodos de organização da base de dados;
 - b. Identificação dos principais players corporativos, com impacto para a temática em estudo.
7. Planeamento e Organização de eventos reais.
 - a. Convites para presenças em aulas abertas, Workshops e outras tipologias de eventos;
 - b. Organização de eventos;
 - c. Apoio à logística e organização.

Metodologias de avaliação

Aval. contínua

Mód. A - Carla Cruz– 57% da nota final.

Mód. B - Vanda Neves– 43% da nota Final.



Composição da nota (Mód. A e B):

Participação 20 %

Trabalhos:

Escritos 40%

Práticos 40%

Para obter aprovação à Unidade Curricular:

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

Os alunos com regimes especiais deverão contactar a docente até ao dia 10 de Outubro do corrente ano 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 Mod.A e Mod B.: Nota Ix75% + Nota IIx25%, sendo

I. O aluno tem de apresentar 80% dos trabalhos escritos e práticos obrigatórios desenvolvidos na avaliação contínua 5 dias úteis antes do dia do exame,

II. realização de uma prova cujo enunciado deverá ser solicitado pelo aluno ao secretariado do curso com a antecedência de 7 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

Não se aplica.

Estágio

NA

Bibliografia recomendada

- Kotler, P. e Setiawan, I. e Kartajaya, H. (2012). *Marketing 4.0 Mudança do tradicional para o digital* Lisboa: Actual Editora

- , (2015). *Mercator em Português* Lisboa: Dom Quixotem Quixote

- Kotler, P. (2011). *Marketing 3.0 Do produto e do consumidor até ao espírito humano* Lisboa: Actual Editora

- , (2014). *Comunicação 2.0* Lisboa: Actual Editora

- Isidoro, A. e Diogo de Saldanha, S. e Caetano, J. e Simões, M. (2013). *Manual de Organização e Gestão de Eventos* Lisboa: Edições Sílabo

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

A cada contacto os respetivos conteúdos programáticos serão abordados pelo docente. Os alunos serão acompanhados na realização de diferentes projetos e tarefas que consolidarão estes conhecimentos bem como os confrontarão com as dificuldades inerentes à sua execução, contribuindo assim para a sua capacidade de tomada de decisão, iniciativa e adaptação. Pretende-se igualmente promover a capacidade de interação e reação dos alunos face às tarefas que desempenham em cada etapa desta UC.

Metodologias de ensino

Métodologias expositiva e ativa através da recriação do ambiente laboral em contexto de sala de aula com diferentes projetos reais e tarefas a serem solicitadas, desenvolvidas e operacionalizadas com carácter pontual e/ou contínuo.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A metodologia aplicada visa promover o contacto e o trabalho dos alunos com conceitos utilizados frequentemente nos processos de trabalho em Comunicação Empresarial. Tem ainda como objetivo incitar o pensamento e a discussão crítica e oferecer ferramentas de trabalho apoiadas num referencial de materiais que permitam a consolidação de competências flexíveis, de acordo com o programa. Finalmente, a prestação dos alunos em sala de aula e a sua participação nas atividades de aprendizagem constitui-se como determinante na aquisição das competências adquiridas.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

NA

Programas Opcionais recomendados

NA

Observações

Docente responsável

Carla Dias

Assinado de forma digital por

Carla Dias Marques da Cruz

Marques da Cruz Dados: 2019.12.16 21:03:46 Z

