

**Comunicação Social**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 11933/2021 - 02/12/2021

**Ficha da Unidade Curricular: Atelier III**

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

Ano | Semestre: 3 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9054713

Área Científica: Comunicação Empresarial

**Docente Responsável**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

**Docente(s)**

Carla Dias Marques da Cruz

Professor Adjunto Convidado

**Objetivos de Aprendizagem**

O Atelier de Comunicação III é o culminar de um conjunto de três Ateliers de Comunicação Empresarial.

Tem como principal foco o planeamento de Marketing Estratégico e o seu reflexo no Marketing Operacional.

**Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

O Atelier de Comunicação III é o culminar de um conjunto de três Ateliers de Comunicação Empresarial.

Neste sentido tem como principal foco o planeamento de Marketing Estratégico e o seu reflexo no Marketing Operacional, especificamente através da implementação, do acompanhamento e da respectiva avaliação das ações de comunicação realizadas.

No final do semestre o aluno deverá estar capacitado para:

- A. Conhecer e aplicar o processo de criatividade bem como as fontes e técnicas concretas para o seu desenvolvimento e implementação.
- B. Elaborar estratégias de médio e longo prazo no âmbito do Marketing estratégico.

- C. Definir as características dos mercados-alvo e adequar as ações de comunicação aos respetivos meios e plataformas de comunicação.
- D. Analisar o mercado que o rodeia e sistematizar dados quantitativos e qualitativos.
- E. Analisar e tomar decisões de Marketing tendo por base os diferentes cenários possíveis.
- F. Criar, implementar, acompanhar e avaliar ações específicas de comunicação.
- G. Aplicar de forma prática conhecimentos adquiridos em outras unidades curriculares do ciclo de estudos.
- H. Aperfeiçoar a expressão escrita e oral.
- I. Estimular o espírito crítico, argumentativo e a tomada de decisão.
- J. Desenvolver as capacidades éticas e pessoais enquanto parte integrante de uma equipa.

### **Conteúdos Programáticos**

- 1. A Criatividade como factor de potenciação da comunicação.
- 2. Marketing Estratégico.
- 3. Marketing Operacional.
- 4. Respostas a desafios de clientes e casos reais.

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

- 1. A Criatividade como factor de potenciação da comunicação.
  - a. Criatividade: dom ou técnica.
  - b. Fontes de criação de ideias.
  - c. Técnicas de criação de ideias.
- 2. Marketing Estratégico
  - a. Caracterização dos mercados-alvo.
  - b. Análise de mercado: análise interna, análise da concorrência, análise da envolvente.
  - c. O posicionamento: análise do posicionamento de marcas de empresas nacionais e internacionais, com e sem fins lucrativos.
- 3. Marketing Operacional - do Marketing Estratégico ao Plano de Comunicação Integrada.
  - a. elaboração do plano de comunicação integrada:
    - I. O briefing.
    - II. Definição das mensagens.
    - III. Os meios e suportes de comunicação blended.
    - IV. Definição e criação das peças de comunicação: do layout aos conteúdos adaptados aos meios de comunicação.
    - V. Elaboração do cronograma de comunicação integrada.
- 4. Respostas a desafios de clientes e casos reais.

### **Metodologias de avaliação**

Aval. por frequência:  
Trabalhos:

I. Criação, naming e apres. institucional de uma agência de publicidade (20%)

II. Análise do posicionamento de uma marca à escolha do aluno (25%)

III. Criação do plano de ações para uma marca real (25%)

IV. Elaboração do plano de Comunicação Integrada para clientes reais (30%)

Caso o aluno não cumpra os prazos estipulados ou obtenha uma classificação inferior a 8 valores em qualquer dos momentos de avaliação, será admitido para aval. em ép. 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 a docente até ao dia 18/10/2022 para definirem a sua forma de aval. tendo em conta os seus horários e/ou disponibilidades conjugadas com as exigências de aprendizagem da UC.

Aval. por exame

Nota I (50%) + Nota II (50%), sendo:

Nota I = Nota da aval. freq.

Nota II = Nota da Ép. Ex.

Nota I - O aluno deve apresentar 80% dos trab. nas datas definidas em aval. freq.

Nota II - Realizar uma prova cujo enunciado deverá ser solicitado pelo aluno ao secretariado do curso 5 dias antes da data do exame. O aluno deverá enviar o trabalho escrito até 2 dias antes da sua realização para o mail da docente e fazer a defesa no dia do exame.

O estudante obtém aprovação à UC, de acordo com o disposto nos Pontos 11 e 12, do Artigo 11º, do Reg Académico do IPT.

### **Software utilizado em aula**

Plataforma Teams.

### **Estágio**

N.A.

### **Bibliografia recomendada**

- Kotler, P. e Et al, . (2009). *Marketing Management* (Vol. 1).. 1, Prentice Hall. London
- Rasquilha, L. (2011). *Publicidade - Fundamentos, estratégias, processos criativos, planeamento de meios e outras técnicas de comunicação* . Gestão Plus. Lisboa
- Lindon, D. e Lendrevie, J. e Lévy, J. e Dionísio, P. e Rodrigues, J. (2009). *Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing* . 12ª, Dom Quixote. Lisboa
- Kotler, P. e Kartajaya, H. e Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 - Tecnologia para a Humanidade*. Actual Editora. Lisboa
- Burnstein, J. (2011). *Click, como funciona a criatividade*. Estrela Polar. Lisboa

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

A – 1 e 4.

B – 2 e 4.

C, D, E e F – 3 e 4.

G, H, I, J – 1 a 4.

### **Metodologias de ensino**

Unidade curricular com cariz eminentemente prático. Metodologias expositiva e ativa com a recriação do ambiente laboral com diferentes projetos e tarefas reais a serem solicitadas, desenvolvidas e operacionalizadas com carácter pontual e/ou contínuo.

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

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

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré-requisitos**

N.A.

### **Programas Opcionais recomendados**

N.A.

### **Observações**

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 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;

---

### **Docente responsável**

---