



**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

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9054710

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 Atelier II é o segundo de um conjunto de três Ateliers de Comunicação Empresarial. Tem como objetivo principal colocar em prática tarefas ligadas à pesquisa e investigação estratégica, ao planeamento e à gestão de projetos de comunicação à semelhança do que é a prática dos profissionais da área.

**Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

- a) Colocar em prática tarefas ligadas à pesquisa e investigação estratégica, ao planeamento e à gestão de projetos de comunicação e de empreendedorismo.
- b) Reconhecer e aplicar taticamente as metodologias de Marketing e Comunicação aplicadas à tipologia de projeto em estudo.
- c) Capacitar para a criação e tradução de ideias de negócio em projetos empresariais.
- d) Definir as fontes de financiamento e desenvolvimento de um plano de negócios.

- e) Estimular o espírito crítico, argumentativo e a tomada de decisão.  
f) Desenvolver a criatividade.  
g) Desenvolver as capacidades éticas e pessoais enquanto parte integrante de uma equipa.

### **Conteúdos Programáticos**

Módulos A e B:

1. Projeto de Branding.
2. Projeto de Empreendedorismo.
3. Organização de eventos: "Semana da Comunicação".

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

Módulo A e B:

1. Projeto de Branding
  - 1.1 Análise e diagnóstico da situação: Mercado, empresa e concorrência. Comportamento do consumidor.
  - 1.2 Missão, visão e valores.
  - 1.3 Definição dos objetivos.
  - 1.4 Formulação da estratégia: alvos, posicionamento e mix.
  - 1.5 Plano de ação.
2. Projeto de Empreendedorismo
  - 2.1 Criação de um produto, um serviço ou uma causa original.
  - 2.2 Brainstorming.
  - 2.3 Avaliação de ideias.
  - 2.4 Plano de negócios.
    - 2.4.1 Planeamento de Marketing.
    - 2.4.2 Plano financeiro.
3. Organização de eventos: "Semana da Comunicação"
  - 3.1 Criação de naming.
  - 3.2 Definição da temática.
  - 3.3 Seleção dos oradores.
  - 3.4 Elaboração do orçamento detalhado do evento e gestão de orçamentos.
  - 3.5 Elaboração e disseminação de convites Institucionais.

### **Metodologias de avaliação**

Aval. por frequência (contínua)

Mód. A - 43% da nota final

Mód. B – 57% da nota final

Nota Final UC = (Nota Mód.A \* 43%) + (Nota Mód.B \* 57%)

Composição da nota (Mód. A e B):

Produção em contexto de sala de aula 60%

Trab. escritos obrigatórios 40%

Para obter aprov. à UC:

Nota mínima > ou = a 10 valores resultante da média ponderada dos mód. A e B.

Admitidos a exame os alunos que obtenham uma classificação < ou = a 7 valores em qualquer dos elementos de aval. ou que não apresentem 80% de ambos os elementos de aval. nos prazos definidos.

Os alunos com regimes especiais deverão contactar as docentes responsáveis até ao dia 05 de Março 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 (Normal e de Recurso):

Nota Mod.A e Mod B.: Nota A x 43% + Nota B x 57%, sendo:

I. O aluno tem de apresentar 80% dos trab. escritos e práticos obrig. desenvolvidos na aval. por frequência até 5 dias úteis antes do dia do exame;

II. realização de prova cujo enunciado deverá ser solicitado ao secretariado com a antecedência de 7 dias da data do exame. O aluno deverá enviar o trab. escrito até 2 dias úteis antes da realização do exame para o mail das docentes e realizar a sua apres. oral no dia do mesmo.

Nota Ex.: 40% trab. obrig. + 60% trab. escrito (24% escrito; 36% apres. oral).

### **Software utilizado em aula**

PowerPoint

### **Estágio**

Não aplicável.

### **Bibliografia recomendada**

- Lendrevie, J. e Brochand, B. e Rodrigues, J. e Dionísio, P. (1999). *Strategor. Política Global da Empresa* Lisboa: D. Quixote

- Santos, J. e Ferreira, M. e Serra, F. (2010). *Ser Empreendedor-Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. Lisboa: Edições Sílabo

- Rodrigues, J. e Dionísio, P. e Lévy, J. e Lendrevie, J. e Lindon, D. (2009). *Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing* Lisboa: Dom Quixote

- IAPMEI (2020), . (0). *Como elaborar um Plano de Negócios* Acedido em 16 de fevereiro de 2020 em

<https://www.iapmei.pt/getattachment/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorism>

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

O conteúdo 1. consubstancia os objetivos a), b), e), f) e g); o conteúdo 2. permite alcançar os objetivos a), b), c), d), e), f) e g). Por fim, o conteúdo 3 atinge os objetivos a), b) e d).

### **Metodologias de ensino**

- 1) Aulas teórico-práticas de aplicação.
- 2) Oficinas de trabalho.

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

- 1) aulas teórico-práticas de aplicação permitem atingir os objetivos a), b), c) e d).
- 2) Oficinas de trabalho consubstancia os objetivos a), b), c), d), e), f) e g).

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré-requisitos**

NA

### **Programas Opcionais recomendados**

Não aplicável.

### **Observações**

---

### **Docente responsável**

Carla Dias  
Marques da Cruz

Assinado de forma digital por  
Carla Dias Marques da Cruz  
Dados: 2020.02.28 12:54:05 Z

