

Comunicação Social

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho n.º 15198/2014

Ficha da Unidade Curricular: [CEM] Francês Aplicado à Comunicação Empresarial

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, T:30.0; PL:15.0; OT:4.0;

Ano | Semestre: 1 | S

Tipo: Optativa; Interação: Presencial; Código: 9054732

Área Científica: Comunicação Empresarial, Comunicação Empresarial,

Comunicação Empresarial

Docente Responsável

Manuela Sofia da Conceição Silva

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Manuela Sofia da Conceição Silva

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

A- Compreender informações factuais diretas transmitidas nos meios de comunicação social.

B- Ler textos mais complexos alusivos aos media e à comunicação empresarial;

C- Escrever textos nomeadamente sobre a comunicação social e empresarial

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

A- Compreender informações factuais diretas, gerais e detalhadas nos meios de comunicação social:

- sobre temas do quotidiano, relativos ao trabalho e à comunicação social;

B- Ler textos mais complexos alusivos aos media e à comunicação empresarial:

- compreender a mensagem veiculada nas publicidades;

C- Escrever textos nomeadamente sobre a comunicação social e empresarial:

- escrever pequenos textos relativos à promoção e divulgação de uma marca.

ODS

5- Igualdade de género

10- Reduzir desigualdades

Conteúdos Programáticos

1. A comunicação empresarial e comercial: conceitos.
2. Comunicação Empresarial: uma linguagem específica.
- 3- O Marketing: conceitos.
- 4- Conteúdos gramaticais em conformidade com os conteúdos.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. A comunicação empresarial e comercial: conceitos:
 - 1.1-Mercado e agentes,
 - 1.2-Estudo de mercado,
 - 1.3-Identificar o produto
2. Comunicação Empresarial: uma linguagem específica:
 - 2.1. Le produit
 - 2.1.1. Positionnement
 - 2.1.2. Marque
 - 2.1.3. Conditionnement
 - 2.2. Publicité par les médias
 - 2.3. Publicité directe
 - 2.4. PLV
 - 2.5. Promotion
- 3- O Marketing: conceitos:
 - 3.1- plano de comunicação,
 - 3.2- promoção e divulgação de um produto/marca.

4. Estruturas gramaticais em conformidade com os conteúdos

Metodologias de avaliação

Aulas teóricas e aula teórico-práticas
Compreensão e produção oral e escrita
Pesquisa
Fichas de trabalho
Trabalho de pesquisa (apresentação oral e escrita)
Teste
Frequência

Software utilizado em aula

Estágio

NA

Bibliografia recomendada

- A, A. (2016). *Bescherelle* (Vol. 1,2 et 3).. HATIER. Paris
- A, A. (2015). *Apprends et révise la grammaire. Gramática prática do Francês* (Vol. 1).. Porto Editora. Porto
- A, A. (2011). *Pour parler Affaires* . Maison des langues. Paris

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

- A- Pontos 1 e 2.
- B- Pontos 2 e 3.
- C- Pontos 1,2 e 3.

Metodologias de ensino

Avaliação contínua: frequência 70%; Projeto Profissional com apresentação oral = 20%;
participação e trabalho realizado em sala de aula: 10%;
Avaliação periódica: exame -80%; Projeto Profissional com apresentação oral - 20%
Avaliação final = exame 10

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

- A- a), f), g) e h).
- B- a), d), f), g) e h).
- C- a), b), c), e) g) e h).
- D- a), c), e), f), g) e h).

Língua de ensino

Francês

Pré-requisitos

Nível A2 de Francês do QREN.

Programas Opcionais recomendados

NA

Observações

Docente responsável

**Manuela Sofia
da Conceição
Silva**

Assinado de forma digital por
Manuela Sofia da Conceição
Silva

Dados: 2021.02.19 21:27:51 Z