

**Comunicação Social**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: R/A-Ef 641/2011/AL02

**Ficha da Unidade Curricular: Atelier II**

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

Ano | Semestre: 2 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9054710

Área Científica: Comunicação Empresarial

**Docente Responsável**

Vanda Cristina Frazão Neves

Assistente Convidado

**Docente(s)**

Ana Isabel e Sousa do Carmo

Professor Adjunto Convidado

Vanda Cristina Frazão Neves

Assistente Convidado

**Objetivos de Aprendizagem**

O Atelier II é o segundo de três Ateliers de Comunicação Social/Comunicação Empresarial. Tem como objetivo 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.
- b) Reconhecer e aplicar taticamente as metodologias de Marketing e Comunicação aplicadas à tipologia de projeto em estudo.
- c) Criar planos para redes sociais, gerir e implementar ações nas redes sociais
- d) Identificar campanhas de Trade Marketing estudar o que é utilizado no presente e analisar

criticamente o futuro.

- e) Conceber diferentes tipos de conteúdos, adequando a linguagem a redes sociais distintas
- f) Aplicar técnicas de composição visual e usar ferramentas de criação de conteúdos visuais
- g) Estimular o espírito crítico, argumentativo e a tomada de decisão.
- h) Desenvolver a criatividade.
- i) Desenvolver as capacidades éticas e pessoais enquanto parte integrante de uma equipa.

## **Conteúdos Programáticos**

Módulos A e B:

1. Gestão de Redes Sociais
2. Desenvolvimento de Conteúdos Para as Redes Sociais
3. Trade Marketing
4. Planos de Comunicação Integrada

## **Conteúdos Programáticos (detalhado)**

Módulo A e B:

1. Gestão de Redes Sociais
  - 1.1 Análise de redes sociais
  - 1.2 O Cronograma de Posts
  - 1.3 Desenvolvimento de conteúdos, tendo em conta a linguagem das várias plataformas
  - 1.4 Plataformas de apoio à gestão de redes sociais
    - 1.4.1 Implementação de gestão
    - 1.4.2 Plataformas e métricas de avaliação
2. Desenvolvimento de conteúdos para redes sociais
  - 2.1 Adequação da linguagem às diferentes plataformas
  - 2.2 Tipos de conteúdo
  - 2.3 Elementos base da comunicação visual (forma, estrutura, imagem, cor e tipografia)
  - 2.4 Técnicas de composição visual adequadas a objetivos de comunicação específicos
  - 2.5 Ferramentas para a criação de conteúdos visuais
3. Trade Marketing
  - 3.1 Conceito de Trade Marketing
  - 3.2 Quais os objetivos primários e secundários.
  - 3.3 Tipos de implementação no Trade Marketing
  - 3.4 Os Canais Trade
  - 3.5 Estratégia Trade
4. Plano de Comunicação Integrada
  - 4.1 Análise de planos de comunicação integrada  
Análise de planos de Comunicação de produto, serviços, empresas e organizações não governamentais
  - 4.2 Identificação de mensagens-chave

- 4.3 Identificação de públicos-alvo
- 4.4 Identificação de ações de comunicação
- 4.5 Sugestão de próximos passos

### **Metodologias de avaliação**

Para obter aprov. à UC:

Aval.contínua

Mód. A - 70% da nota final Mód. B – 30% da nota final

Nota Final UC = (Nota Mód.A \* 70%) + (Nota Mód.B \* 30%) Composição da nota (Mód. A e B):

Produção em contexto de sala de aula (30%) e trabalhos teórico-práticos obrigatórios (70%)

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 8 valores em qualquer dos elementos de aval. ou que não apresentem 80% dos elementos de aval. nos prazos definidos, em qualquer um dos módulos.

O aluno deve estar presente em um mínimo de 2/3 das sessões ou é admitido a exame.

Os alunos com regimes especiais deverão contactar as docentes até ao dia 25 de Março para definirem a sua forma de aval. tendo em conta as suas disponibilidades conjugadas com as exigências de aprendizagem da UC.

Aval. por Ex.:

Nota Ex./Ex. Recurso: 50% Nota Final da UC em aval. cont. + 50% Nota Ex./Ex. recurso (sendo 37% Mód A e 13% Mód B)

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 úteis 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.

### **Software utilizado em aula**

Microsoft Word

Microsoft PowerPoint

Microsoft Excel

Microsoft Teams

Zoom

Canva

Adobe Creative Cloud Express

### **Estágio**

Não aplicável.

### **Bibliografia recomendada**

- Rodrigues, J. e Dionísio, P. e Lévy, J. e Lendrevie, J. e Lindon, D. (2009). *Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing*. 12ª, Dom Quixote. Lisboa
- Lendrevie, J. e Brochand, B. e Rodrigues, J. e Dionísio, P. (1999). *Strategor. Política Global da*

*Empresa* . 2ª Edição, D. Quixote. Lisboa  
- Kotler, P. (2009). *Administração de Marketing* . 10ª, Prentice-Hall. Lisboa  
- Ferreira, A. e Galvão, J. e Adas, E. (2014). *Super Apresentações* . Top Books. Lisboa  
- Lupton, E. (2008). *Graphic Design: The New Basics* (Vol. 1).. Princeton Architectural Press. NA  
- Lupton, E. (2014). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students* . Princeton Architectural Press. NA  
- Shering, A. (2017). *Introduction to Graphic Design: A Guide to Thinking, Process & Style* . Bloomsbury Publishing.. NA

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

O conteúdo 1. consubstancia os objetivos a), b), c), f), g), h) e i) O conteúdo 2 permite alcançar os objetivos a,) b) ,c) ,e), g), h) e i) O conteúdo 3 atinge os objetivos a), b), c), g), h) e i) e por fim, o conteúdo 4 atinge os objetivos a), b), c) d), g) ,h) e i).

### **Metodologias de ensino**

1. Expositivo e demonstrativo, com apoio audiovisual.
  2. Ativo (desenvolvimento de exercícios de carácter teórico-prático )
- Se for necessário, tendo em conta a pandemia Covid-19, ensino à distância, síncrono e assíncrono.

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

- 1) Metodologia expositiva permite atingir os objetivos a), b), c), f), g), h) e i).
- 2) Metodologia ativa consubstancia os objetivos a), b), c), d), e), f), g), h) e i).

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré-requisitos**

NA

### **Programas Opcionais recomendados**


Não aplicável.

### **Observações**

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
  - 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;
  - 17 - Reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável;
- 

**Docente responsável**

 Assinado de forma digital por Vanda Cristina Frazão Neves  
Dados: 2022.03.17 09:50:47 Z

---