

PLANIFICAÇÃO A LONGO PRAZO

Módulo 1 – UFCD- 9828 – PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO	
MÓDULO 1 – PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO Conteúdos: <ul style="list-style-type: none"> ● Introdução à publicidade ● Noções básicas da ética e deontologia e legislação ● A publicidade como variável do <i>mix</i> da comunicação ● Comunicação de marketing - princípios básicos ● Gestão da comunicação - princípios e desenvolvimento do plano de comunicação ● Papel das agências ● Do plano de marketing ao plano de comunicação ● Desenvolvimento do plano de comunicação: <ul style="list-style-type: none"> ○ Análise da situação ○ Definição dos objetivos e posicionamento ○ Seleção do público-alvo ○ Escolha da mensagem ○ Escolha dos canais de comunicação ○ Definição de orçamento ○ Execução do plano 	Data de início 16 de setembro de 2022
	Data de conclusão 02 de março de 2023 (2ºP)
	Nº Aulas Previstas (50 min) +/- 60 aulas
Módulo 2 – UFCD-9828 – NOVAS FORMAS DE PUBLICIDADE	
MÓDULO 2 – NOVAS FORMAS DE PUBLICIDADE – INTRODUÇÃO Conteúdos: <ul style="list-style-type: none"> ● Novas formas de publicidade <ul style="list-style-type: none"> ○ Publicidade no digital ○ Novos instrumentos de publicidade <i>online</i> e <i>offline</i> ● Publicidade na internet ● A publicidade no desenvolvimento de uma economia de mercado 	Data de início 03 de março de 2023 (2ºP)
	Data de conclusão 14 de junho de 2023
	Nº Aulas Previstas (50 min) +/- 30 aulas
Total	90 aulas



Critérios de Avaliação	Avançado	Intermédio	Elementar	Inicial
<p>ANALISAR E COMPREENDER A COMUNICAÇÃO/PUBLICIDADE E A SUA FILOSOFIA DE GESTÃO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contextualização - Estratégia - Temporalidade 	<ul style="list-style-type: none"> Reconhece os fundamentos da publicidade e o seu contexto histórico. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica os fundamentos da publicidade e os aspetos relevantes do seu contexto histórico. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica alguns dos fundamentos da publicidade e alguns aspetos do contexto histórico. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em identificar os fundamentos da publicidade e o seu contexto histórico.
	<ul style="list-style-type: none"> Reconhece os conceitos básicos da atividade publicitária, relacionando-os e integrando-os com as estratégias de publicidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica os conceitos básicos da atividade publicitária, relacionando-os com as estratégias de publicidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica alguns dos conceitos básicos da atividade publicitária, relacionando-os com as estratégias de publicidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em identificar os conceitos básicos da atividade publicitária.
	<ul style="list-style-type: none"> Conhece e explica a introdução da publicidade no plano estratégico. 	<ul style="list-style-type: none"> Conhece e tenta explicar a introdução da publicidade no plano estratégico. 	<ul style="list-style-type: none"> Conhece a introdução da publicidade no plano estratégico e tem dificuldade em explicar. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em conhecer e explicar a introdução da publicidade no plano estratégico.
	<ul style="list-style-type: none"> Compreende e explica o conceito de <i>mix</i> da comunicação. 	<p>Compreende o conceito de <i>mix</i> da comunicação.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Identifica os elementos do <i>mix</i> da comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em compreender o conceito de <i>mix</i> da comunicação.
	<ul style="list-style-type: none"> Reconhece e explica os papéis das agências de comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> Reconhece o papel de uma agência de comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> Evidencia algum interesse em conhecer o papel de uma agência de comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> Não expressa qualquer interesse em explicar os papéis das agências de comunicação.
	<ul style="list-style-type: none"> Reconhece os conhecimentos de análise de mercados com vista a segmentar e comercializar os serviços/produtos da empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica os conhecimentos de análise de mercado tendo em vista a segmentação e a comercialização. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica os conhecimentos de análise de mercado e apresenta dificuldades na sua segmentação. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em analisar o mercado e apresenta dificuldades na sua segmentação.
	<ul style="list-style-type: none"> Reconhece os principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica os principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra. 	<p>Identifica alguns dos principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em identificar os principais comportamentos e atitudes dos consumidores.

	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolve vários suportes e estratégias de planeamento de meios na análise do público-alvo para cumprimento de objetivos específicos na criação publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Analisa os suportes e estratégias de planeamento de meios na análise do público-alvo para cumprimento de objetivos específicos na criação publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Analisa alguns suportes e estratégias de planeamento de meios na análise do público-alvo para cumprimento de objetivos específicos na criação publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em analisar os suportes e estratégias de planeamento de meios e na análise do público-alvo.
	<ul style="list-style-type: none"> Demonstra substancial capacidade de reflexão, sensibilidade e juízo crítico para explicar a importância da internet e suas vantagens como ferramenta da publicidade e do marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> Demonstra capacidade de reflexão, sensibilidade e juízo crítico para explicar a importância da internet e suas vantagens como ferramenta da publicidade e do marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> Evidencia dificuldades para expressar uma reflexão e juízo crítico em relação à importância da internet e suas vantagens como ferramenta da publicidade e do marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> Não expressa qualquer reflexão ou juízo crítico em relação à importância da internet e suas vantagens como ferramenta da publicidade e do marketing.
	<ul style="list-style-type: none"> Manifesta autonomia e interesse para desenvolver uma campanha publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Manifesta autonomia para desenvolver uma campanha publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Evidencia algum interesse para desenvolver uma campanha publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Não revela autonomia e interesse em desenvolver qualquer campanha publicitária.
TRATAMENTO DE INFORMAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa e uma interpretação e uma análise do mesmo. 	<ul style="list-style-type: none"> Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa e uma interpretação. 	<ul style="list-style-type: none"> Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em recolher e registar informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa.
	<ul style="list-style-type: none"> Pesquisa informação apropriada, relevante e variada para os assuntos em estudo, de forma autónoma, mas planificada, em diversas fontes, nomeadamente com a utilização das novas tecnologias da informação, manifestando sentido crítico na seleção adequada de contributos. 	<ul style="list-style-type: none"> Apura informação apropriada para os assuntos em estudo, de forma autónoma, mas planificada, em diversas fontes, nomeadamente com a utilização das novas tecnologias da informação, manifestando sentido crítico. 	<ul style="list-style-type: none"> Procura informação para os assuntos em estudo, de forma autónoma, em diversas fontes, nomeadamente com a utilização das novas tecnologias da informação. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em pesquisar a informação relevante para os assuntos em estudo, de forma autónoma, em diversas fontes, nomeadamente com a utilização das novas tecnologias da informação.



CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO	<ul style="list-style-type: none"> Estrutura informação e ideias de um modo eficaz e preciso, usando um estilo completamente adequado à audiência e objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Estrutura informação e ideias de um modo eficaz, usando um estilo adequado à audiência e objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Organiza a informação e as ideias com de um modo eficaz, tendo em conta a audiência e o objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em organizar a informação adequada à audiência e ao objetivo.
	<ul style="list-style-type: none"> Conclui, de forma efetiva, tarefas práticas e procedimentos incorporados numa estrutura teórica e seleciona as opções apropriadas tendo em consideração fatores contextuais. 	<ul style="list-style-type: none"> Conclui, de forma efetiva, tarefas práticas e procedimentos incorporados numa estrutura teórica e seleciona as opções apropriadas tendo em consideração fatores contextuais. 	<ul style="list-style-type: none"> Conclui com êxito a maioria das tarefas e procedimentos sem ajuda. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em concluir tarefas e procedimentos sem ajuda.
TÉCNICAS DE ESCRITA CRIATIVA	<ul style="list-style-type: none"> Reconhece e aplica técnicas de escrita publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica e aplica técnicas de escrita publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica as técnicas de escrita publicitária. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldades em aplicar as técnicas de escrita publicitária.
	<ul style="list-style-type: none"> Descreve e desenvolve técnicas narrativas. 	<ul style="list-style-type: none"> Descreve algumas técnicas narrativas. 	<ul style="list-style-type: none"> Descreve e identifica técnicas narrativas. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldades em desenvolver com correção as técnicas narrativas.
	<ul style="list-style-type: none"> Executa técnicas de escrita criativa, usando uma linguagem adequada e com rigor. 	<ul style="list-style-type: none"> Aplica técnicas de escrita criativa, usando linguagem adequada de forma correta. 	<ul style="list-style-type: none"> Expressa-se, usando linguagem elementar na escrita criativa. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em aplicar as técnicas de escrita criativa.
	<ul style="list-style-type: none"> Aplica as potencialidades e características das técnicas e conceitos em situações inovadoras e na resolução de problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Usa algumas das potencialidades e características das técnicas que evidenciam situações inovadoras e na resolução de problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Usa poucas técnicas e conceitos em situações inovadoras e na resolução de problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> Tem dificuldade em aplicar técnicas para a resolução de problemas e situações.



COMUNICAÇÃO EM PUBLICIDADE	<ul style="list-style-type: none">• Usa linguagens adequadas, verbais e não-verbais, com rigor e excelência.	<ul style="list-style-type: none">• Usa linguagens adequadas, verbais e não-verbais, de forma correta.	<ul style="list-style-type: none">• Usa linguagens verbais e não-verbais para se exprimir de forma elementar.	<ul style="list-style-type: none">• Usa linguagens verbais e não-verbais para se exprimir de forma incorreta.
	<ul style="list-style-type: none">• Executa a discussão detalhada de conceitos, factos, modelos, representações visuais e teorias.	<ul style="list-style-type: none">• Executa a discussão de conceitos, factos, modelos, representações visuais e teorias.	<ul style="list-style-type: none">• Expressa-se sobre os conceitos, factos e representações visuais.	<ul style="list-style-type: none">• Tem dificuldade em expressar-se sobre os conceitos, factos e representações visuais.
	<ul style="list-style-type: none">• Sintetiza informação para apresentar argumentos válidos e bem fundamentados, revelando capacidade de reflexão e espírito crítico.	<ul style="list-style-type: none">• Sintetiza informação para apresentar argumentos válidos, revelando alguma capacidade de reflexão e espírito crítico.	<ul style="list-style-type: none">• Sintetiza a informação para apresentar argumentos válidos.	<ul style="list-style-type: none">• Tem dificuldade em sintetizar a informação para apresentar argumentos.

SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO: A classificação final, em cada **UFCD**, resulta da média ponderada com arredondamento às unidades da classificação obtidas nos instrumentos de avaliação aplicados.



SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO

O processo de avaliação incide sobre as aprendizagens desenvolvidas pelos alunos e assume **um carácter contínuo e sistemático**, valorizando todo o trabalho realizado ao longo de cada **módulo**, sobretudo aquele que ocorre em sala de aula, com a orientação e o apoio do professor.

Tendo em conta que a **avaliação se pretende formativa e potenciadora da qualidade das aprendizagens**, nos Cursos Profissionais privilegiar-se-á o **recurso a dinâmicas e a instrumentos de avaliação diversificados**, a partir dos quais se possa recolher dados, de forma regular, fornecendo-se um retorno sobre a evolução e as aprendizagens de cada aluno.

A classificação final, em cada **módulo**, resulta da média das avaliações sumativas dos diferentes domínios (Oralidade, Educação Literária, Escrita, Leitura e Gramática).

Avaliações sumativas a realizar em cada módulo (ajustadas em função das necessidades de cada grupo-turma e das dinâmicas de ensino/aprendizagem implementadas em sala de aula)			
Conhecimentos e capacidades			
Média das classificações das apresentações orais, da participação oral e do digital.	Média das classificações dos questionários, dos trabalhos realizados em aula (individuais/grupo) e do digital.	Média das classificações dos textos escritos/Projetos e sua conceção/criação.	Média das classificações dos questionários e dos trabalhos no domínio das técnicas de comunicação e publicidade.