

PLANIFICAÇÃO A LONGO PRAZO

| Módulo 3 – UFCD-9829 – Criatividade em comunicação e publicidade (50h) | |
|--|-----------------------------|
| MÓDULO 3 – Criatividade em comunicação e publicidade Objetivos: <ul style="list-style-type: none">● Identificar as diferentes técnicas criativas● Distinguir e reconhecer as diferentes técnicas de estimulação da criatividade● Desenvolver os métodos e técnicas de criação publicitária● Reconhecer as diferentes fases de uma estratégia publicitária● Desenvolver planos de comunicação Conteúdos: <ul style="list-style-type: none">● A criatividade no âmbito profissional e pessoal● Os processos de criação aplicados à publicidade● <i>Copy Strategy</i>● <i>Briefing</i> e o <i>Ad Brief</i>● Criatividade e inspiração● Processo criativo● Métodos de estimulação da criatividade● Técnicas criativas● Conceito ou ideia criativa | Data de início |
| | 16 setembro 2022 |
| | Data de conclusão |
| | 7 junho 2023 |
| | Nº Aulas Previstas (50 min) |
| | +/- 62 aulas |
| Total | 62 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. | <ul style="list-style-type: none"> Compreende o conceito de <i>mix</i> da comunicação. | <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. | <ul style="list-style-type: none"> Identifica alguns dos principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra. | <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 recolhe e regista 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. |