

Unidade Curricular	Escrita Criativa Aplicada ao Marketing	Área Científica	Audiovisuais e produção dos media							
CTeSP em	Gestão de Marketing e Comércio Eletrónico	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela							
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1	Nível	0-1	Créditos ECTS	6.0			
Tipo	Semestral	Semestre	2	Código	4096-751-1203-00-23					
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T -	TP 60	PL -	TC -	S -	E -	OT -	O -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) **Claudio Severino Pimenta Goncalves**

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Demonstrar capacidade criativa e técnica ao nível da escrita e oralidade
2. Dominar instrumentos teóricos e sobretudo práticos nas áreas da descrição, da narração e da poética;
3. Demonstrar competências específicas de escrita no âmbito do Marketing: interpretar o passado e presente, projetando um futuro, encorajando empatia, dando testemunho, dando voz às realidades individuais
4. Aplicar capacidades críticas e de análise ao nível da leitura e escrita de textos variados
5. Implementar o processo de decisão no âmbito da elaboração de curtos textos narrativos com objetivos e destinatários diversos, de acordo com os pressupostos teóricos estudados
6. Desenvolver estratégias criativas que promova a envolvimento do público-alvo e o motive a dar uma resposta

Pré-requisitos

Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

1. Escrita criativa
2. Estratégias de copywriting em todos os meios, incluindo online e offline
3. Storytelling
4. Aplicar estratégias de escrita criativa e de storytelling no âmbito do marketing

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Escrita criativa
 - O que é a criatividade
 - Escrita, leitura e oralidade
 - Crítica e análise de textos variados
2. Estratégias de copywriting em todos os meios, incluindo online e offline
 - Criar uma estratégia de copywriting eficaz para documentos, websites, direct mail e outros meios
 - Explorar as melhores práticas de copywriting em todos os meios, incluindo online e offline
 - Como gerar uma call-to-action que crie uma envolvimento do público-alvo e motive à resposta
3. Storytelling
 - Técnicas de narração de forma a aumentar o envolvimento do público-alvo e que o motive à resposta
 - O que não se deve fazer no storytelling
4. Aplicar estratégias de escrita criativa e de storytelling no âmbito do marketing

Bibliografia recomendada

1. Mancelos, J. (2012). Manual de escrita criativa. Lisboa: Edições Colibri. ISBN: 9896892296.
2. Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W. (2012). Advertising & IMC – Principles & practice. Prentice Hall. ISBN: 978-0-13-216364-4.
3. Pulizzi, J., (2012). The rise of storytelling as the new marketing. Publishing Research Quarterly March: 116–123.
4. Rodrigues, V., Dionísio, P., Faria, H., Canhoto, R., & Nunes, R. (2009). B-Mercator. Blended Marketing. Lisboa: Publicações D. Quixote. ISBN: 978-9-72-203776-1.
5. Robin, B. R., & McNeil, S. G. (2019). Digital storytelling. The international encyclopedia of media literacy, 1-8.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Métodos expositivo e demonstrativo, para contato com os conceitos fundamentais e sua aplicação em casos exemplares, e método ativo, em que os discentes devem tomar a iniciativa de resolução de exercícios e realização de trabalhos e projetos, de forma a permitir uma melhor consolidação dos conhecimentos adquiridos.

Alternativas de avaliação

- avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 10% (Exercícios iniciados em aula.)
 - Projetos - 20% (Conto - Narrativa em várias fases)
 - Projetos - 15% (Criação de um Slogan)
 - Projetos - 25% (Criação de um diálogo para um spot de rádio)
 - Projetos - 30% (Criação de uma Newsletter)

Língua em que é ministrada

1. Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros
2. Inglês, com apoio em português

Validação Eletrónica

Claudio Severino Pimenta Goncalves	Ricardo Jorge Vieira Correia	Barbara Costa Vilas Boas Barroso	Luisa Margarida Barata Lopes
23-05-2024	27-05-2024	29-05-2024	04-06-2024