

Unidade Curricular	Opção VI - Marketing e Comunicação	Área Científica	Várias
Licenciatura em	Línguas para Relações Internacionais	Escola	Escola Superior de Educação de Bragança
Ano Letivo	2021/2022	Ano Curricular	3
Tipo	Semestral	Semestre	2
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 54 PL - TC - S - E - OT 18 O -
Nível	1-3	Créditos ECTS	6.0
Código	8374-626-3203-06-21		

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) Ricardo Alexandre Fontes Correia, Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Fornecer o quadro conceptual da comunicação no marketing ao nível operacional e estratégico.
2. Esclarecer as especificidades da comunicação nos mercados internacionais.
3. Transmitir os conhecimentos necessários para o desenvolvimento políticas de comunicação.
4. Compreender as dinâmicas atuais da comunicação.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável.

Conteúdo da unidade curricular

1. A comunicação e o marketing; 2. Desenho das estratégias de comunicação internacionais; 3. Comunicação de produtos e serviços; 4. Novas formas de comunicação.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. A comunicação e o marketing
 - Comunicação: âmbito e objectivos
 - Alguns modelos e teorias da comunicação
 - A Política de Comunicação
 - A comunicação nos serviços e nos produtos
2. Desenho das estratégias de comunicação internacionais
 - Identificação do público-alvo
 - Determinação dos objectivos de comunicação
 - Desenho da mensagem
 - Seleção dos canais de comunicação
 - Orçamento
 - Mix da comunicação
 - Controlo
3. Comunicação de produtos e serviços
 - Objectivos
 - Os principais meios de Comunicação
 - Desenvolvimento de programas de Comunicação
 - Controlo
4. Novas formas de comunicação
 - Evolução dos Meios de Comunicação tradicionais
 - A Internet como principal forma de venda de produtos e serviços
 - Conteúdos e estratégias da Publicidade via Web

Bibliografia recomendada

1. Brito, C. , & Lencastre, P. (2014). Novos Horizontes do Marketing. Lisboa: Publicações Dom Quixote. ISBN: 978-972-20-5408-9.
2. Guffey, M. , & Loewy, D. (2014). Business Communication: Process & Product, South-Western Publishing Co. ISBN: 978-1285094083.
3. Lendrevie, J. , Baynast, A. , Dionísio, P. , & Rodrigues, J. V. (2010). Publicitor – Comunicação 360º. 7.ª Edição. Alfragide: Publicações Dom Quixote. ISBN: 978-972-20-4329-8.
4. Oliveira, C. M. (2017). O Marketing em Portugal – Dos Anos 60 ao Futuro. Prime Books – Sociedade Editorial, Lda. ISBN: 978-989-655-338-8.
5. Silva, S. C. , Pinho, J. C. , & Meneses, R. (2018). Marketing Internacional – Negócios à escala global. Atual Editora. ISBN: 978-989-694-274-8.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Cada aula terá componentes teóricas e práticas. As metodologias terão ênfase nos métodos ativos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 60% (Apresentação e discussão de dois trabalhos práticos, com a ponderação de 30% cada.)
 - Prova Intercalar Escrita - 40% (Realização de uma prova escrita a incidir sobre o conteúdo programático da unidade curricular.)
2. Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. Alunos em mobilidade - Incoming students - (Ordinário) (Final, Recurso)
 - Trabalhos Práticos - 100% (Apresentação e discussão de dois trabalhos práticos, com a ponderação de 50% cada.)
4. Alunos em mobilidade - Outgoing students - (Ordinário) (Final, Recurso)
 - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Ricardo Alexandre Fontes Correia	Pedro Alexandre Oliveira Couceiro	Carla Sofia Lima Barreira Araujo	Carlos Manuel Costa Teixeira
24-01-2022	26-01-2022	26-01-2022	26-01-2022