

Unidade Curricular	Opção 6 - Marketing e Comunicação	Área Científica	-
Licenciatura em	Línguas para Relações Internacionais	Escola	Escola Superior de Educação de Bragança
Ano Letivo	2023/2024	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	8374-767-3203-06-23		

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) Orlando Miguel Pina Gonçalves Martins Gama

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

Orlando Miguel Pina Gonçalves Martins Gama	Paula da Felicidade Ferreira Martins	Carla Sofia Lima Barreira Araujo	Carlos Manuel Costa Teixeira
13-02-2024	17-02-2024	18-02-2024	18-02-2024