INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA

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	2022/2023	Ano Curricular	1
Nível	0-1	Créditos ECTS	6.0
Tipo	Semestral	Semestre	2
Código	4096-751-1203-00-22		

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 Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s): Jose Ferreira Machado

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 envolvência 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 envolvência 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. Robin, B. R., & McNeil, S. G. (2019). Digital storytelling. The international encyclopedia of media literacy, 1-8.
3. Moriarty, S. , Mitchell, N. & Wells, W. (2012). Advertising & IMC – Principles & practice. Prentice Hall. ISBN: 978-0-13-216364-4.
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. Pulizzi, J., (2012). The rise of storytelling as the new marketing. Publishing Research Quarterly March: 116–123.

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 DISTRIBUÍDA (internos e mobilidade): - (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
2. Inglês

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.

Validação Eletrónica

Jose Ferreira Machado	Maria Patrocínia Correia Ferreira Sobrinho Correia	Carlos Sousa Casimiro da Costa	Luisa Margarida Barata Lopes
01-03-2023	06-03-2023	13-03-2023	14-03-2023

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.