



| | |
|-------------------------------------|--|
| Área de formação | 342. Marketing e Publicidade |
| Curso de formação | Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade |
| Nível de qualificação do QNQ | 4 |

Plano Curricular Plano Curricular Plano Curricular

| Componentes de Formação | Domínios de Formação | UFCD | Períodos de Formação (Horas) | | | |
|--|----------------------------------|--|--|-----|-----|----|
| | | | 1.º | 2.º | 3.º | |
| Sociocultural Duração: 775 horas | Viver em português | 6651 | Portugal e a Europa | 50 | | |
| | | 6652 | Os media hoje | 25 | | |
| | | 6653 | Portugal e a sua História | 25 | | |
| | | 6654 | Ler a imprensa escrita | | 25 | |
| | | 6655 | A literatura do nosso tempo | | 50 | |
| | | 6656 | Mudanças profissionais e mercado de trabalho | | 25 | |
| | | 6657 | Diversidade linguística e cultural | | | 25 |
| | | 6658 | Procurar emprego | | | 50 |
| | Comunicar em língua Inglesa* | 6659 | Ler documentos informativos | 25 | | |
| | | 6660 | Conhecer os problemas do mundo atual | 50 | | |
| | | 6661 | Viajar na Europa | 25 | | |
| | | 6662 | Escolher uma profissão/mudar de atividade | | | 25 |
| | | 6663 | Debater os direitos e deveres dos cidadãos | | | 25 |
| | Mundo atual | 6664 | Realizar uma exposição sobre as instituições internacionais | | 50 | |
| | | 6665 | O homem e o ambiente | 25 | | |
| | | 6666 | Publicidade: um discurso de sedução | 25 | | |
| | | 6667 | Mundo atual – tema opcional | | 25 | |
| | Desenvolvimento social e pessoal | 6668 | Uma nova ordem económica mundial | | | 25 |
| | | 6669 | Higiene e prevenção no trabalho | 50 | | |
| | | 6670 | Promoção da saúde | | 25 | |
| | | 6671 | Culturas, etnias e diversidades | | | 25 |
| TIC | 0755 | Processador de texto – funcionalidades avançadas | 25 | | | |
| | 0767 | Internet - navegação | 25 | | | |
| | 0757 | Folha de cálculo – funcionalidades avançadas | | 25 | | |
| | 0792 | Criação de páginas para a Web em hipertexto | | | 25 | |
| Científica Duração: 400 horas | Matemática e realidade | 6672 | Organização, análise da informação e probabilidades | 50 | | |
| | | 6673 | Operações numéricas e estimação | 25 | | |
| | | 6674 | Geometria e trigonometria | | 50 | |
| | | 6675 | Padrões, funções e álgebra | | 25 | |
| | | 6676 | Funções, limites e cálculo diferencial | | | 50 |
| | História das Artes | 6718 | Arte em tempo de mudança - tradição e resistência inovadora | 25 | | |
| | | 6719 | Revoluções, reações e vanguardas | | 25 | |
| | | 6720 | Ordens e desordens no contexto de contemporaneidade | | | 25 |
| | Psicologia e Sociologia | 6685 | Domínio intrapessoal da cognição, emoção e motivação | 25 | | |
| | | 6687 | Dinâmica de grupos, relações interpessoais, socialização e contextos | | 50 | |
| | | 6733 | Processo de socialização e identidade cultural | 25 | | |
| | | 6735 | Dinamismo e heterogeneidade das sociedades modernas | | | 25 |

* Pode optar-se pelo desenvolvimento de outra língua estrangeira, que se revele mais interessante do ponto de vista das necessidades do mercado de trabalho, tendo por base os mesmos conteúdos e objetivos/competências a adquirir.



| Componentes de Formação | Domínios de Formação | UFCD | Períodos de Formação (Horas) | | |
|--|-------------------------|---|------------------------------|------------------|------------------|
| | | | 1.º | 2.º | 3.º |
| Tecnológica Duração: 950 horas (inclui a carga horária, de 100 horas, respeitante às UFCD da Bolsa) | Tecnologias Específicas | 9826 História da imagem | 25 | | |
| | | 0135 Design comunicação e multimédia | 25 | | |
| | | 0458 Tecnologias de fotografia e vídeo | 50 | | |
| | | 9604 Comunicação visual o guião e o storyboard | 50 | | |
| | | 0079 Parâmetros de conceção gráfica, estilos de grafismos pessoais e contemporâneos e realização de maquetas | 25 | | |
| | | 0104 Execução de desenho vetorial | 25 | | |
| | | 0096 Elementos de uma imagem corporativa | 25 | | |
| | | 9363 Produção audiovisual | 50 | | |
| | | 0078 Paginação, composição de texto, arquitetura do livro, desenho e arranjo gráfico da letra | 25 | | |
| | | 0139 Criação e tratamento de imagens matriciais | 25 | | |
| | | 0099 Conceção da linha gráfica de produtos | 25 | | |
| | | 9373 Pós-produção vídeo digital – edição | | 50 | |
| | | 9827 Orçamentação e fontes de financiamento | | 25 | |
| | | 9828 Plano estratégico de comunicação | | 50 | |
| | | 5382 Publicidade e marketing | | 25 | |
| | | 0377 Comportamento do consumidor | | 25 | |
| | | 9829 Criatividade em comunicação e publicidade | | 50 | |
| | | 9830 Novas formas de publicidade | | 25 | |
| | | 9832 Fundamentos do marketing | | | 25 |
| | | 0425 Mercado comercialização e segmentação | | | 25 |
| | | 9833 Marketing-mix no produto e no serviço | | | 50 |
| | | 9834 Gestão operacional de marketing | | | 25 |
| | | 9214 Marketing digital | | | 25 |
| | | 9835 Comunicação interpessoal e institucional princípios e práticas | | | 25 |
| | | 9836 Relações públicas na estratégia das organizações | | | 50 |
| | | 5441 Comunicação institucional | | | 25 |
| | | Bolsa de UFCD (selecionar, obrigatoriamente, UFCD com uma carga horária total de 100 horas da bolsa) ** | | | |
| Prática Duração: 1100 horas | Contexto de Trabalho | 9831 Campanha publicitária (25) | 200 | 400 | 500 |
| | | 0366 Plano de marketing (50) | | | |
| | | 9837 Comunicação interna, externa e integrada (25) | | | |
| | | 6228 Organização de eventos nacionais e internacionais (25) | | | |
| | | 9838 Gestão da relação com o público (25) | | | |
| | | Ver orientações para o desenvolvimento desta componente de formação. | | | |
| Duração/Período de formação | | | 1050 a | 1025 a | 1050 a |
| Duração total | | | 1100 | 1075 | 1100 |
| | | | 3225 | | |

** Para efeitos de qualificação em Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade é obrigatória a frequência de um conjunto de UFCD, disponíveis na **Bolsa de UFCD do respetivo referencial de formação**, constante do CNQ, com uma carga horária total de **100 horas**. Estas UFCD devem ser **selecionadas** em função das necessidades do mercado de trabalho da região e da especificidade técnica das entidades de apoio à alternância, onde decorre a formação prática em contexto de trabalho, **respeitando sempre as cargas horárias definidas para cada período de formação**. Assim, neste caso, a **carga horária das UFCD da Bolsa não deverá exceder**, para cada período de formação as **50 horas**.



| | |
|-------------------------------------|--|
| Área de formação | 342. Marketing e Publicidade |
| Curso de formação | Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade |
| Nível de qualificação do QNQ | 4 |

Componente de Formação Prática em Contexto de Trabalho

Orientações para o desenvolvimento

A **Componente de Formação Prática em Contexto de Trabalho (FPCT)** visa o **desenvolvimento** e a **aquisição** de conhecimentos e competências técnicas, relacionais e organizacionais **relevantes para o exercício da atividade profissional**.

Esta componente, realizada numa entidade enquadradora, tem como **objetivos**, proporcionar:

- A realização de novas aprendizagens e o contacto com tecnologias e técnicas que se encontram para além das situações simuláveis durante a formação;
- Oportunidade de aplicação dos conhecimentos adquiridos a atividades concretas em contexto real de trabalho;
- Desenvolvimento de hábitos de trabalho, espírito empreendedor e sentido de responsabilidade profissional;
- Vivências inerentes às relações humanas no trabalho;
- Conhecimento da organização empresarial.

A **FPCT** pressupõe, assim, que o seu desenvolvimento se processe num quadro de **interatividade** e de **complementaridade** com as **restantes componentes e contextos de formação**.

Neste sentido, para além da **consolidação das aprendizagens realizadas em contexto de formação**, esta componente **deve garantir**, igualmente, a **aquisição de novas aprendizagens**, traduzidas nos resultados de aprendizagem abaixo identificados, que concorram, de forma efetiva, para o **cumprimento do perfil associado a esta saída profissional**.

Resultados de Aprendizagem da FPCT

- Identifica os procedimentos inerentes a uma campanha publicitária.
- Desenvolve uma campanha publicitária.
- Analisa os pressupostos para a elaboração de um plano de marketing.
- Elabora planos operacionais de marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento.
- Aplica os diversos instrumentos de comunicação, suas funções e objetivos.
- Elabora materiais de divulgação institucional.
- Reconhece o papel do apoio administrativo nos diferentes tipos de eventos nacionais e internacionais.
- Aplica as regras protocolares.
- Reconhece o papel da componente humana na relação com os públicos de uma instituição.
- Aplica técnicas de atendimento na gestão da relação com os públicos.