

Curso: 2º CICLO; 120 ECTS MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E IMAGEM Curso Nº: 6865 Nº de Registo:	Unidade Curricular: PROJECTO DE COMUNICAÇÃO Código:
---	--

Ano: 1º	Créditos ECTS:	Tipo: PL	Tempo de Trabalho (Horas)	
Semestre: 2º	6	Prático-laboratorial	Total: 160	Contacto: 120
Área Científica: Ciências da Comunicação Código: CC			Regente Mestre Luís Veríssimo, Assistente	
<p>Competências a Adquirir:</p> <p>Capacidade para analisar, compreender, conceber, implementar e gerir estratégias de comunicação.</p> <p>Identificar e avaliar oportunidades na óptica da comunicação.</p> <p>Detectar/extrair <i>consumer insights</i> e executar um projecto integrado de comunicação adequado a essa realidade.</p> <p>Analisar o(s) objectivo(s) de comunicação - o <i>briefing</i> -, validar o(s) problema(s), encontrar a hipótese do campo da solução - o <i>debriefing</i> - e organizar a sua resposta (preparar, planear e articular os meios para essa solução).</p>				
<p>Descrição do Programa:</p> <p>Introdução e exposição do programa, objectivos e planeamento dos trabalhos da unidade curricular. Atribuição de projectos por grupos de trabalho. Processo de avaliação e identificação de oportunidades no âmbito da disciplina de comunicação. Estudos e planeamento estratégico em comunicação. O <i>consumer insight</i> e o seu nível de qualidade: básico, higiénico, bom e grande. Do <i>insight</i> à estratégia de comunicação e criativa. Criatividade e produção. As frentes privilegiadas de contacto, na perspectiva das novas tendências.</p>				
<p>Metodologia:</p> <p>Aulas teóricas práticas, com recurso a suportes audiovisuais e bibliografia específica.</p> <p>Trabalho de projecto realizado em regime de atelier tutorado.</p> <p>Apresentações de fases do trabalho (cada uma classificada de A a F sendo que F significa que não foram atingidos os objectivos mínimos).</p>				
<p>Avaliação:</p> <p>Condições de aprovação: frequência de 1/2 das horas de contacto. Apresentações com classificação no mínimo de E.</p> <p>Condições para obter entre 14 e 15: frequência de 2/3 das horas de contacto. Apresentações sem nenhum F e com a maioria com classificação de C.</p> <p>Condições para obter entre 16 e 17: frequência de 2/3 das horas de contacto. Apresentações sem nenhum F ou D e com a maioria com classificação de B.</p> <p>Condições para obter entre 18 e 19: frequência de 3/4 das horas de contacto. Apresentações sem nenhum F, D ou C e com a maioria com classificação de A.</p> <p>Condições para obter 20: frequência de todas as horas de contacto. Apresentações com classificação de A.</p>				
<p>Bibliografia:</p> <p>1/ FOSTER. How to get ideas, Berrett-Koehler, 2003</p> <p>2/ HUNDERTMARK, Christian. The art of rebellion, <i>Gingko Press Inc.</i>, Publikaat, 2005</p> <p>3/ Olins, W. (2003). A Marca. (trad. Miguel Almeida). Lisboa: Ed. Verbo</p> <p>4/ STEEL, Jon. Truth, Lies & Advertising - the art of account planning, an <i>Adweek Book</i>, 1998</p> <p>5/ ROBERTS, K., O futuro além das marcas - <i>Lovemarks</i>, M. Books</p>				