

CURSO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO – MARKETING, RELAÇÕES PÚBLICAS E PUBLICIDADE

C G	ÁREAS DE COMPETÊNCIA (PASEO)	ORGANIZADOR DOMÍNIO	DESCRIPTORES DE DESEMPENHO OPERACIONALIZAÇÃO DA AVALIAÇÃO	PROCESSOS DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO	DESCRIPTORES DO PASEO
Conhecimento, Resolução de Problemas e Comunicação	A – Linguagem e textos	Arte Rupestre História da Fotografia, Cinema e Design	Ao longo do seu processo de formação, os alunos deverão ser capazes de:	Testes Escritos	Conhecedor
	B – Informação e Comunicação		- Reconhecer a importância da descoberta de produção de imagens na evolução humana; - Analisar a importância da descoberta do princípio ótico;		
	C – Raciocínio e Resolução de Problemas	Produtos Audiovisuais e Técnicas Narrativas	- Identificar as técnicas e tecnologias no registo da imagem, desenho (design), fotografia, Imagem em movimento e o audiovisual na história; - Identificar o contexto do multimédia; - Definir os elementos gráficos para multimédia;	Trabalho de Projeto/ Investigação	Comunicador Sistematizador
	D – Pensamento Crítico e Pensamento Criativo		- Conhecer os principais modelos explicativos do processo da comunicação; - Desenvolver a perceção com o objetivo de, na educação visual, visar a atividade criadora: imaginativa, inventiva, perspicaz e sensível;	Prática simulada	Organizador
	E – Relacionamento Interpessoal	Guião técnico e literário	- Reconhecer a experiência artística como forma privilegiada de articulação da inteligência, do imaginário, do simbólico, do real, da cultura. - Reconhecer, interpretar e aplicar os conceitos de design de comunicação;	Estudo de casos	Criativo
	F – Desenvolvimento Pessoal e Autonomia		- Selecionar e avaliar informações relevantes para diagnóstico; - Elaborar sínteses, estrutura respostas corretamente e aplicar técnicas de apresentação apoiada; - Definir e criar parâmetros de conceção gráfica e estilos de grafismos pessoais e contemporâneos; - Realizar maquetas;	Oralidade Relatórios Fichas de trabalho	Expressivo Critico Analítico
	G – Bem-estar, Saúde e Ambiente	Paginação, Layout, Tratamento e apresentação gráfica do projeto	- Definir o conceito de Publicidade, tendo em conta as variáveis e funções inerentes; - Reconhecer os papéis das agências de comunicação;	Portfólios	Leitor
	H – Sensibilidade Estética e Artística		- Elaborar um plano estratégico de comunicação; - Distinguir os conceitos básicos da atividade publicitária, relacionando-os e integrando-os com as estratégias de marketing;	Resolução de problemas	Investigador
	I – Saber Científico, Técnico e Tecnológico	Publicidade e Papel das Agências; Campanhas Publicitárias	- Aplicar os vários suportes e estratégias de planeamento de meios na análise do público-alvo para cumprimento de objetivos específicos na criação publicitária; - Identificar os fundamentos do marketing;	Interpretação de imagens, vídeos, gráficos e documentos	Indagador Inovador
	J – Consciência e Domínio do Corpo		Processos de marketing	Auto e heteroavaliação	Cuidador de si e do outro
	Mercado Marketing Mix	- Analisar os processos de marketing numa perspetiva operacional e em contexto de mercado; - Aplicar os conhecimentos de análise de mercados com vista a segmentar e comercializar os serviços/produtos da empresa; - Identificar e analisar as diferentes variáveis do marketing-mix; - Identificar as fases do ciclo de vida do produto; - Ajustar as variáveis de marketing-mix às fases do ciclo de vida do produto; - Reconhecer as variáveis que condicionam o comportamento do consumidor;	Observação direta	Respeitador da diferença Respeitador do outro Participativo Colaborador Responsável	
		Processo comunicacional	- Identificar o processo de comunicação interpessoal e institucional e seus princípios; - Analisar pressupostos legais inerentes aos processos de comunicação e suas materializações - Realizar as operações intrínsecas ao processo de comunicação institucional; - Reconhecer a estrutura organizacional e suas funções internas;		Autónomo Cooperante Auto avaliador

**CURSO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO – MARKETING, RELAÇÕES PÚBLICAS E PUBLICIDADE**

		<p>Técnicas e ferramentas de Relações Públicas</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Identificar princípios e ferramentas de relações públicas e de outras técnicas de comunicação;</li><li>- Caracterizar a opinião pública e os diferentes tipos de públicos;</li><li>- Explicar a importância das relações públicas no conceito de responsabilidade social das organizações;</li><li>- Analisar conceitos estratégicos de qualidade e de melhoria contínua das organizações.</li></ul>		
		<p>Atitudes</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cooperar na realização das tarefas propostas e modificar o seu desempenho em função da auto, da hetero e coavaliação;</li><li>- Cumprir com os seus deveres, demonstrando ser responsável (trabalhos de casa, trabalhos autónomos, entre outros, material necessário, pontualidade);</li><li>- Ser solidário, interventivo, participativo e com capacidade de iniciativa;</li><li>- Demonstrar respeito pelo outro com atitudes adequadas ao nível etário e ao ano que frequenta.</li></ul>		

Nota: As Atitudes serão avaliadas de forma transversal nas três competências, não sendo classificadas. A sua avaliação terá sempre um carácter formativo e formador.

Grupo de Recrutamento de Educação Visual (600), setembro de 2025  
Aprovado em reunião de Conselho Pedagógico, 1 de outubro de 2025