

C G	Áreas de Competência (PASEO)	Organizador domínio	Descritores de desempenho Operacionalização da avaliação	Processos de recolha de informação	Descritores do PASEO
C Conhecimento, Resolução de Problemas e Comunicação	A – Linguagem e textos	Paginação e composição de texto	<p>Ao longo do seu processo de formação, os alunos deverão ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar aspetos técnicos referentes à paginação e composição de texto;</li> <li>- Identificar os termos técnicos da arquitetura do livro;</li> <li>- Desenhar letra segundo as normas de construção;</li> </ul>	Testes Escritos	Conhecedor Sabedor
	B – Informação e Comunicação	Arquitetura do livro; Arranjos gráficos de letra	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criar arranjos gráficos de letra;</li> <li>- Definir e criar os elementos de uma imagem corporativa;</li> <li>- Executar desenho vetorial;</li> </ul>	Trabalho Individual / Grupo	Informado Comunicador
	C – Raciocínio e Resolução de Problemas	Marcas; Logótipos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicar as técnicas de fotografia utilizando adequadamente os equipamentos;</li> <li>- Aplicar as técnicas de vídeo utilizando adequadamente os equipamentos;</li> </ul>	Trabalho de Projeto/ Investigação	Sistematizador Organizador
	D – Pensamento Crítico e Pensamento Criativo	Desenhos Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconhecer a importância da produção no universo audiovisual, bem como as diferentes funções de cada membro da equipa;</li> <li>- Reconhecer a importância da produção no universo audiovisual, bem como as diferentes funções de cada membro da equipa;</li> </ul>	Prática simulada	Criativo Expressivo
	E – Relacionamento Interpessoal	Maquetização de sistemas de sinalização	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caracterizar as três fases da concretização de um produto audiovisual;</li> <li>- Elaborar um dossier de produção para um produto audiovisual;</li> </ul>	Estudo de casos	Oralidade Crítico
	F – Desenvolvimento Pessoal e Autonomia	Técnicas de fotografia e vídeo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar e analisar os principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra;</li> <li>- Identificar as diferentes técnicas criativas;</li> </ul>	Relatórios	Analítico Leitor
	G – Bem-estar, Saúde e Ambiente	Produção audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desenvolver os métodos e técnicas de criação publicitária;</li> <li>- Reconhecer as diferentes fases de uma estratégia publicitária;</li> <li>- Desenvolver planos de comunicação;</li> </ul>	Fichas de trabalho	Investigador Indagador
	H – Sensibilidade Estética e Artística	Comportamento do consumidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar o tipo de abordagem a utilizar – atributo ou benefício;</li> <li>- Definir uma linha criativa, determinar o público-alvo e analisar a concorrência;</li> <li>- Criar uma estratégia de comunicação e selecionar os suportes e os meios;</li> </ul>	Portfólios	Inovador Cuidador de si e do outro
	I – Saber Científico, Técnico e Tecnológico	Criatividade e Inspiração	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criar um slogan e um título para a campanha;</li> <li>- Elaborar um storyboard e um descritivo detalhado do anúncio/anúncios da campanha;</li> <li>- Criar um texto escrito e criar uma imagem para ilustrar o título escolhido.</li> </ul>	Resolução de problemas	Respeitador da diferença Respeitador do outro
	J – Consciência e Domínio do Corpo			Interpretação de imagens, vídeos, gráficos e documentos	Participativo Colaborador
			Auto e heteroavaliação	Responsável Autónomo	
			Observação direta	Cooperante Auto avaliador	

CURSO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO – MARKETING, RELAÇÕES PÚBLICAS E PUBLICIDADE

C G	Áreas de Competência (PASEO)	Organizador domínio	Descritores de desempenho Operacionalização da avaliação	Processos de recolha de informação	Descritores do PASEO	
Conhecimento, Resolução de Problemas e Comunicação	A – Linguagem e textos	Marketing Operacional	- Identificar as ferramentas do marketing operacional; - Explicar a importância do merchandising como instrumento de apoio à venda e na política de comunicação;	Testes Escritos	Conhecedor Sabedor	
	B – Informação e Comunicação	Plano de Marketing	- Reconhecer, no contexto atual, potencialidades do marketing direto e caracteriza-lo como variável do mix de comunicação;	Trabalho Individual / Grupo	Informado Comunicador	
	C – Raciocínio e Resolução de Problemas		- Identificar e analisar os pressupostos para a elaboração de um plano de <i>marketing</i> ; - Elabora planos operacionais de marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento; - Identificar as ferramentas do e-marketing e do e-commerce;	Trabalho de Projeto/ Investigação	Sistematizador Organizador	
	D – Pensamento Crítico e Pensamento Criativo	Marketing Digital	- Aplicar as ferramentas de gestão da informação e da comunicação, criando uma relação de interatividade, centrada nas necessidades dos consumidores; - Identificar a estratégia de comunicação adequada à estratégia da empresa e as áreas de intervenção;	Prática simulada	Criativo Expressivo	
	E – Relacionamento Interpessoal	Comunicação institucional	- Explicar a interligação da comunicação com as outras funções da empresa; - Identificar os processos de gestão da comunicação na empresa; - Reconhecer e aplicar os diversos instrumentos de comunicação, suas funções e objetivos;	Estudo de casos	Critico Analítico	
	F – Desenvolvimento Pessoal e Autonomia	Organização de Eventos	- Elaborar materiais de divulgação institucional; - Reconhecer o papel do apoio administrativo nos diferentes tipos de eventos nacionais e internacionais;	Relatórios	Investigador Indagador	
	G – Bem-estar, Saúde e Ambiente	Relação com o público	- Identificar e aplicar as regras protocolares; - Reconhecer o papel da componente humana na relação com os públicos de uma instituição - Aplicar técnicas de atendimento na gestão da relação com os públicos.	Fichas de trabalho	Inovador Cuidador de si e do outro	
	H – Sensibilidade Estética e Artística	Atitudes	- Cooperar na realização das tarefas propostas e modificar o seu desempenho em função da auto, da hetero e coavaliação; - Cumprir com os seus deveres, demonstrando ser responsável (trabalhos de casa, trabalhos autónomos, entre outros, material necessário, pontualidade); - Ser solidário, interventivo, participativo e com capacidade de iniciativa; - Demonstrar respeito pelo outro com atitudes adequadas ao nível etário e ao ano que frequenta.	Portfólios	Respeitador da diferença Respeitador do outro	
	I – Saber Científico, Técnico e Tecnológico			Resolução de problemas	Interpretação de imagens, vídeos, gráficos e documentos	Participativo Colaborador
	J – Consciência e Domínio do Corpo			Auto e heteroavaliação	Observação direta	Responsável Autónomo Cooperante Auto avaliador

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