

### APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Os Cursos de Aprendizagem são cursos de formação profissional inicial, em alternância, dirigidos a **jovens com 9º ano completo e/ou frequência do ensino secundário com idade inferior aos 25 anos**, privilegiando a sua inserção no mercado de trabalho e permitindo o prosseguimento de estudos e regem-se pelos seguintes princípios orientadores:

- Intervenção junto dos jovens em transição para a vida ativa e dos que já integram o mercado de trabalho sem o nível secundário de formação escolar e profissional, com vista à melhoria dos níveis de empregabilidade e de inclusão social e profissional;
- Organização em componentes de formação – sociocultural, científica, tecnológica e prática – que visam as várias dimensões do saber, integradas em estruturas curriculares predominantemente profissionalizantes adequadas ao nível de qualificação e às diversas saídas profissionais;
- Reconhecimento do potencial formativo da situação de trabalho, através de uma maior valorização da intervenção e do contributo formativo das empresas, assumindo-as como verdadeiros espaços de formação, geradores de progressão das aprendizagens;

### DESCRIÇÃO GERAL

O **Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade** participa no planeamento e desenvolvimento de estratégias de marketing e de comunicação da organização, quer na vertente interna quer na vertente externa, através das relações públicas e da publicidade.

### ATIVIDADES PRINCIPAIS

- Acompanhar as tendências do mercado nacional e internacional.
- Participar na conceção e elaboração de estratégias e planos de marketing da organização.
- Assessorar no planeamento, organização e definição de objetivos de comunicação de acordo com os objetivos de marketing pré-estabelecidos/definidos.
- Operacionalizar as linhas de atuação em todas as áreas pertinentes e que sejam decorrentes da estratégia da organização e respetivo plano de comunicação.
- Participar na execução das ações/táticas de comunicação dirigidas aos diferentes públicos tendo em conta as suas atitudes, comportamentos e necessidades.
- Cooperar na gestão dos processos comunicacionais e promocionais com os diferentes públicos da organização.
- Participar na organização e operacionalização de contextos/eventos que visem a promoção comercial ou institucional, com base em técnicas de relações públicas dirigidas aos públicos (interno e externo) da organização.
- Colaborar e participar na conceção e finalização de campanhas de publicidade, nomeadamente, pela integração ativa em equipas criativas ou de produção;
- Elaborar um plano de media e desenvolver relações de cooperação positiva com os diferentes suportes de comunicação social.
- Participar na conceção, produção e seleção, de acordo com o modelo determinado, dos elementos de comunicação gráfica, escrita, visual ou multimédia, necessários para a relação com os públicos e que dão suporte a operações relacionais.

### REGALIAS

- Bolsa de profissionalização: 43,88€
- Subsídio Alimentação: 4,77€/dia
- Despesas de Transporte
- Bolsa de estudo (depende do escalão do abono)

### CARGA HORÁRIA TOTAL

- 3.775 (aproximadamente 2,5 anos)

### CERTIFICAÇÃO ESCOLAR E PROFISSIONAL

- Ensino Secundário
- Saída Profissional: Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade
- Nível 4 de Qualificação Profissional

FORMAÇÃO SOCIOCULTURAL		
DOMÍNIOS DE FORMAÇÃO	<b>Módulos</b>	<b>Duração</b>
	Viver em Português	275h
	Comunicar em língua inglesa	200h
	Mundo atual	100h
	Desenvolvimento social e pessoal	100h
	Tecnologias de Informação e Comunicação	100h
	<b>TOTAL</b>	<b>775h</b>

FORMAÇÃO CIENTÍFICA		
DOMÍNIOS DE FORMAÇÃO	<b>Módulos</b>	<b>Duração</b>
	Matemática e realidade	200h
	Psicologia	75h
	História das Artes	75h
	Sociologia	50h
	<b>TOTAL</b>	<b>400h</b>

FORMAÇÃO TECNOLÓGICA		
DOMÍNIOS DE FORMAÇÃO	<b>Módulos - Tecnologias Específicas (Compostas por várias UFCD's)</b>	<b>Duração</b>
	<p><b>9826</b> - História da imagem; <b>0135</b> - Design - comunicação e multimédia; <b>0458</b> - Tecnologias de fotografia e vídeo; <b>9604</b> - Comunicação visual - o guião e o storyboard; <b>0079</b> - Parâmetros de conceção gráfica, estilos de grafismos pessoais e contemporâneos e realização de maquetas; <b>0104</b> - Execução de desenho vetorial; <b>0096</b> - Elementos de uma imagem corporativa; <b>9363</b> - Produção audiovisual; <b>0078</b> - Paginação, composição de texto, arquitetura do livro, desenho e arranjo gráfico da letra; <b>0139</b> - Criação e tratamento de imagens matriciais; <b>0099</b> - Conceção da linha gráfica de produtos; <b>9373</b> - Pós-produção vídeo digital - edição; <b>9827</b> - Orçamentação e fontes de financiamento; <b>9828</b> - Plano estratégico de comunicação; <b>5382</b> - Publicidade e marketing; <b>0377</b> - Comportamento do consumidor; <b>9829</b> - Criatividade em comunicação e publicidade; <b>9830</b> - Novas formas de publicidade; <b>9831</b> - Campanha publicitária; <b>9832</b> - Fundamentos do marketing; <b>0425</b> - Mercado - comercialização e segmentação; <b>9833</b> - Marketing-mix no produto e no serviço; <b>9834</b> - Gestão operacional de marketing; <b>0366</b> - Plano de marketing; <b>9214</b> - Marketing digital; <b>9835</b> - Comunicação interpessoal e institucional - princípios e práticas; <b>9836</b> - Relações públicas na estratégia das organizações; <b>5441</b> - Comunicação institucional; <b>9837</b> - Comunicação interna, externa e integrada; <b>6228</b> - Organização de eventos nacionais e internacionais; <b>9838</b> - Gestão da relação com o público.</p>	1000h + 100 horas das UFCD opcionais
	<b>Total</b>	<b>1.100h</b>

FORMAÇÃO PRÁTICA EM CONTEXTO DE TRABALHO	
<b>Duração Total</b>	<b>1.500 h</b>