

## FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

|                                                                                                                                                       |                                                     |                                                              |                                 |                     |                                                   |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------|------|
| 1. Designação da Unidade Curricular<br>Title of the curricular unit                                                                                   | Comunicação em Artes II<br>Communication in Arts II |                                                              |                                 |                     |                                                   |      |
| Características da Unidade Curricular<br>Characteristics of the Curricular Unit                                                                       | Área Científica<br>Scientific Area                  | Duração<br>Duration                                          | Horas de Trabalho<br>Work Hours |                     |                                                   | ECTS |
|                                                                                                                                                       |                                                     |                                                              | Total                           | Contacto<br>Contact | % Distância<br>Remote                             |      |
|                                                                                                                                                       | Projeto<br>Project                                  | Semestral                                                    | 50.00                           | 30.00 TP            | Sem horas de contacto à distância/No remote hours | 2    |
|                                                                                                                                                       |                                                     |                                                              |                                 |                     |                                                   |      |
| Docente Responsável e Respetiva Carga Letiva na Unidade Curricular<br>Responsible Teaching staff member and lecturing workload in the curricular unit |                                                     | [14466] Inês Lampreia (30.0h)                                |                                 |                     |                                                   |      |
|                                                                                                                                                       |                                                     |                                                              |                                 |                     |                                                   |      |
| Outros Docentes e Respetivas Cargas Letivas na Unidade Curricular<br>Other teaching staff and lecturing workload in the curricular unit               |                                                     | Não existem docentes definidos para esta unidade curricular. |                                 |                     |                                                   |      |

## **10. Objetivos da aprendizagem e sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)**

### **Learning outcomes of the Curricular Unit**

1. Dotar os alunos de competências analíticas para a compreensão da realidade da comunicação e dos média nas sociedades contemporâneas;
2. Fomentar o pensamento e planeamento estratégico em comunicação e a compreender a importância de uma estratégia de comunicação aplicada;
3. Aquirir conhecimento para estabelecer um cronograma de produção em comunicação, assim como um plano de marketing digital e assessoria de imprensa
4. Adquirir ferramentas para desenvolvimento de um plano estratégico de comunicação.

### **1. Equip students with analytical skills to understand the reality of communication and media in contemporary societies;**

### **2. Encourage strategic thinking and planning in communication and understanding the importance of an applied communication strategy;**

### **3. Acquire knowledge to establish a production schedule in communication, as well as a digital marketing plan and public relations support;**

### **4. Acquire tools for developing a strategic communication plan.**

## **11. Conteúdos Programáticos**

### **Syllabus**

1. Teorias da Comunicação
2. Assessoria de Imprensa
3. Plano Estratégico em Redes Sociais
4. Ferramentas de comunicação e segmentação de públicos-alvo.

/

1. Communication Theories
2. Public Relations
3. Strategic Plan for Social Media
4. Communication Tools and Target Audience Segmentation

## **12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da Unidade Curricular**

### **Demonstration of the syllabus coherence with the learning objectives**

O conhecimento dos conceitos dos conteúdos programáticos possibilitam os estudantes obter um olhar abrangente e um pensamento estratégico da Comunicação em Artes e, através do desenvolvimento de um plano de comunicação em artes, compreender a sua aplicação prática. Os conteúdos programáticos permitirão que os futuros profissionais possam analisar, planear, agir e avaliar a Comunicação em Artes dos seus próprios projetos.

/

The knowledge of the concepts in the syllabus allows students to gain a comprehensive perspective and a strategic mindset of Communication in Arts, and through the development of an arts communication plan, understand its practical application. The syllabus will enable future professionals to analyze, plan, act, and evaluate the Communication in Arts of their own projects.

## **13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico**

### **Teaching and learning methodologies specific to the Curricular Unit**

A unidade curricular Comunicação em Artes II desenvolve competências analíticas e práticas de comunicação aplicadas à dança, alinhando-se com o modelo pedagógico da Escola Superior de Dança, que valoriza metodologias ativas, de integração teoria-prática, inclusão, inovação e ligação à comunidade. A disciplina assume um caráter teórico-prático, promovendo a participação dos estudantes em atividades que estimulam pensamento crítico, criatividade e autonomia.

As aulas combinam momentos expositivos, destinados à apresentação de conceitos de marketing digital, assessoria de imprensa, cronogramas de produção e parcerias com os média, com exercícios de análise e aplicação em grupo. Através de estudos de caso, debates e tarefas breves, os estudantes relacionam conteúdos com situações concretas da atualidade, desenvolvendo competências transversais como comunicação, reflexividade e pensamento crítico, colaboração e resolução de problemas. Esta dinâmica responde ao princípio da inovação pedagógica e da educação digital, ao integrar ferramentas tecnológicas de planeamento e difusão online.

O núcleo da aprendizagem é a conceção de um plano estratégico de comunicação segmentado em redes sociais. O projeto, acompanhado por feedback contínuo, promove a aplicação prática dos conteúdos e aproxima a formação de contextos reais de criação. A apresentação oral reforça competências de expressão, fundamentação crítica e articulação entre teoria e prática, valorizando a diversidade de abordagens e assegurando inclusão e equidade no percurso de cada estudante.

A avaliação reflete a coerência entre metodologias e objetivos. Inclui um teste de escolha múltipla sobre teorias da comunicação (35%), em que se valorizam a compreensão do conteúdo teórico, o raciocínio lógico e analítico, e a avaliação da aplicação de conceitos em casos práticos; a redação de um comunicado de imprensa (15%), centrada na capacidade de escrita, na estruturação do comunicado e na organização lógica e adequada das informações; e o trabalho individual de plano estratégico de comunicação segmentado em redes sociais (50%), correspondendo 30% ao trabalho escrito, em que se avalia a qualidade do conteúdo, a profundidade da análise e a aplicação de estratégias de comunicação nas redes sociais, e 20% à apresentação oral, que aprecia clareza, objetividade e capacidade de comunicar eficazmente as ideias apresentadas.

Assim, Comunicação em Artes II constitui um espaço formativo que integra inclusão, ligação à comunidade, práticas inovadoras, competências transversais e educação digital. Colocando o estudante no centro, promove-se a aquisição de ferramentas concretas e a capacidade de comunicar estrategicamente projetos artísticos em diálogo com a sociedade e o panorama cultural atual.

//

The course Communication in Arts II develops analytical and practical communication skills applied to dance, aligning with the pedagogical model of the Escola Superior de Dança, which values active methodologies, theory-practice integration, inclusion, innovation, and community engagement. The course assumes a theoretical-practical character, promoting student participation in activities that stimulate critical thinking, creativity, and autonomy.

Classes combine expository sessions, intended for the presentation of concepts in digital marketing, press relations, production schedules, and media partnerships, with group analysis and application exercises. Through case studies, debates, and short assignments, students relate the content to current real-world situations, developing transversal skills such as communication, reflexivity and critical thinking, collaboration, and problem-solving. This approach responds to the principles of pedagogical innovation and digital education by integrating technological tools for online planning and dissemination.

The core of the learning process is the design of a strategic communication plan segmented for social media. The project, accompanied by continuous feedback, promotes the practical application of the content and brings the training closer to real creative contexts. The oral presentation strengthens skills in expression, critical reasoning, and articulation between theory and practice, valuing diversity of approaches and ensuring inclusion and equity in each student's learning path.

The assessment reflects the coherence between methodologies and objectives. It includes a multiple-choice test on communication theories (35%), which evaluates understanding of theoretical content, logical and analytical reasoning, and the application of concepts in practical cases; a press release writing assignment (15%), focused on writing ability, the structuring of the release, and the logical and appropriate organization of information; and an individual strategic communication plan for social media (50%), comprising 30% for the written work, assessing content quality, depth of analysis, and the application of social media communication strategies, and 20% for the oral presentation, evaluating clarity, objectivity, and the ability to communicate ideas effectively.

Thus, Communication in Arts II constitutes a formative space that integrates inclusion, community engagement, innovative practices, transversal skills, and digital education. By placing the student at the center, it promotes the acquisition of concrete tools and the ability to strategically communicate artistic projects in dialogue with society and the contemporary cultural landscape.

## **14. Avaliação**

### **Evaluation**

A avaliação é realizada através da conceção, desenvolvimento e apresentação de atividades diversas, que combinam avaliação escrita e oral, permitindo desenvolver competências práticas e analíticas de comunicação em dança.

**Metodologia:** Aulas teórico-práticas; aulas expositivas; discussões em grupo de casos práticos; exercícios de comunicação.

### **Parâmetros e critérios de avaliação:**

#### **1. Teste de escolha múltipla sobre teorias da comunicação (35%)**

Critérios de avaliação:

- a) Compreensão de conteúdo teórico (15%);
- b) Raciocínio lógico e analítico (10%);
- c) Avaliação da aplicação de conceitos em casos práticos (10%).

#### **2. Redação de um comunicado de imprensa (15%)**

Critérios de avaliação:

- a) Capacidade de escrita e clareza na exposição (7%);
- b) Estruturação adequada do comunicado e organização lógica das informações (8%).

#### **3. Trabalho individual ? Plano estratégico de comunicação segmentado em redes sociais (50%)**

Este trabalho é avaliado em duas vertentes:

#### **Trabalho escrito (30%) :**

- a) Qualidade do conteúdo e profundidade da análise (15%);
- b) Aplicação de estratégias de comunicação nas redes sociais (15%).

#### **Apresentação oral (20%) :**

- a) Clareza, objetividade e capacidade de comunicar eficazmente as ideias apresentadas (10%);
- b) Competência na articulação verbal dos conteúdos teóricos e práticos (10%).

//

Assessment is conducted through the design, development, and presentation of various activities, combining written and oral evaluation, and enabling the development of practical and analytical communication skills in dance.

**Methodology:** Theoretical-practical classes; lectures; group discussions of practical case studies; communication exercises.

**Assessment parameters and criteria:**

**Multiple-choice test on communication theories (35%)**

Assessment criteria:

- a) Understanding of theoretical content (15%);
- b) Logical and analytical reasoning (10%);
- c) Evaluation of the application of concepts in practical cases (10%).

**Press release writing (15%)**

Assessment criteria:

- a) Writing ability and clarity of expression (7%);
- b) Proper structuring of the press release and logical organization of information (8%).

**Individual work ? Strategic communication plan segmented for social media (50%)**

This work is assessed in two components:

**Written work (30%):**

- a) Content quality and depth of analysis (15%);
- b) Application of communication strategies on social media (15%).

**Oral presentation (20%):**

- a) Clarity, objectivity, and ability to effectively communicate the presented ideas (10%);
- b) Competence in verbally articulating theoretical and practical content (10%).

## **15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular**

### **Demonstration of the coherence between the teaching methodologies learning outcomes**

A abordagem teórica à teoria da comunicação e à comunicação em artes, assim como o desenvolvimento do trabalhos práticos permitirá que os futuros profissionais possam fortalecer os conhecimentos teóricos adquiridos e simular situações reais em contexto de trabalho futuro.

/

The theoretical approach to communication theory and communication in the arts, as well as the development of practical work, will allow future professionals to strengthen the theoretical knowledge acquired and simulate real-life situations in the context of their future work.

**16. Bibliografia de consulta / Existência obrigatória**  
**Reference / obligatory Bibliography**

Giddens, A. (2006 [2000]). *O mundo na era da globalização* (6ª ed.). Editorial Presença.

Cazeneuve, J. (Org.). (1996 [1978]). *Guia alfabético das comunicações de massas*. Edições 70.

Silva, D. S. (2013). *Cultura & jornalismo cultural*. Media XXI.

Fialho, J. (2023). *Ilusão, obsessão e manipulação*. Edições Sílabo.

Fialho, J. (Coord.). (2018). *Redes sociais: Para uma compreensão multidisciplinar da sociedade*. Edições Sílabo

Flusser, V. (1998). *Ensaio sobre a fotografia ? Para uma filosofia da técnica* (Coleção Mediações). Relógio d'Água Editores.

Marques, V. (2020). *Redes sociais 360: Como comunicar online*. Actual Editora

Mendes, A. (2021). *Gestão de redes sociais para empresas*. Presença.

Mitchell, W. J. (1986). *Iconology: Image, text, ideology*. The University of Chicago Press.

Monteiro, M. (2020). *Sobre o politicamente correto*. Objetiva.

Pais, J. M., & Antunes, M. L. (Coord.). (2022). *Práticas culturais dos portugueses*. ICS.

Panofsky, E. (s.d.) [1955]. «Iconografia e iconologia». In *Meaning in the visual arts* (pp. [páginas]). Penguin Books.

Raposo, M. (2022). *Domina as redes sociais*. Escolar Editora

Wolf, M. (2001). *Teorias da comunicação*. Presença.

**17. Observações**  
**Observations**