

TÉCNICO/A DE COMUNICAÇÃO - MARKETING, RELAÇÕES PÚBLICAS E PUBLICIDADE

Legislação aplicável: Referencial de Formação do CNQ: 342360 Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade

- **Perfil de desempenho:**

O/A Técnico/a de Comunicação - Marketing, Relações Públicas e Publicidade é o profissional qualificado apto a analisar situações de comunicação (interpessoais e organizacionais), colaborar na deteção e formulação de problemas de natureza comunicacional, participar criativa e ativamente no desenvolvimento e planeamento de estratégias de marketing e na estruturação e operacionalização das ações comunicacionais da organização, quer na vertente interna quer na vertente externa, como parte integrante do marketing-mix privilegiando a ótica comunicacional.

- **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.

- **Plano de Estudos:**

Componentes de Formação	Horas*
Componente de Formação Sociocultural	
Português	320
Língua Estrangeira I, II ou III	220
Área de Integração	220
Tecnologias da Informação e Comunicação	100
Educação Física	140
Componente de Formação Científica	
Matemática	100
História da Cultura e das Artes	200
Psicologia e Sociologia	200
Componente de Formação Tecnológica	
Marketing	275
Comunicação Publicitária e Publicidade	200
Técnicas e Práticas de Comunicação e Relações Públicas	200
Comunicação Gráfica e Audiovisual	425
Formação em Contexto de Trabalho	630
Cidadania e Desenvolvimento**	
Educação Moral e Religiosa***	81
Total de Horas / Curso	3230 a 3311

* Carga horária global, não compartimentada pelos três anos do ciclo de formação a gerir pela escola, no âmbito da sua autonomia pedagógica.

** Componente desenvolvida com o contributo de todas as disciplinas e componentes.

*** Disciplina de oferta obrigatória e de frequência facultativa.