

Visão Geral das Atividades por Subunidade

Unidade N.º 4: Design Gráfico para Marketing na Indústria 4.0

N.º	Nome da Atividade	Conhecimentos	Aptidões	Responsabilidade e Autonomia	Duração (h)
Subunidade N.º 4.1: Ilustrar a Indústria 4.0					
4.1.1	Princípios da Indústria 4.0	- princípios da Indústria 4.0 (necessários para as atividades seguintes)			1
4.1.2	Introdução ao tópico dos infográficos	- elementos dos infográficos	- criar um tipo de infográfico adequado a tipos específicos de conteúdo	- usar abordagens criativas para ilustrar informações complexas ou dados quantitativos	0,5
4.1.3	Exemplos de boas práticas de infográficos	- elementos dos infográficos	- ilustrar os princípios da Indústria 4.0 através de infográficos		1
4.1.4	Infográficos e a Indústria 4.0 (exercício)	- princípios da Indústria 4.0 - elementos dos infográficos	- criar pelo menos três tipos diferentes de infográficos adequados a tipos de conteúdos específicos	- identificar novas áreas com potencial para cooperação com empresas do setor do fabrico - desenvolver estratégias para as desconstruir e ilustrar informações complexas ou dados quantitativos	1

N.º	Nome da Atividade	Conhecimentos	Aptidões	Responsabilidade e Autonomia	Duração (h)
Subunidade N.º 4.2: Construir uma Marca e Atrair Clientes					
4.2.1	Princípios de marketing	<ul style="list-style-type: none"> - a importância da participação ativa do cliente - elementos de marketing interno e externo 			1
4.2.2	Princípios da identidade empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - elementos de marketing interno e externo 			0,5
4.2.3	Princípios das marcas e logos	<ul style="list-style-type: none"> - elementos do marketing interno e externo 			0,5
4.2.4	Estudo de caso: marca, IE e logo para a Indústria 4.0	<ul style="list-style-type: none"> - princípios da Indústria 4.0 - a importância da participação ativa do cliente 	<ul style="list-style-type: none"> - criar pelo menos três tipos diferentes de infográficos adequados a tipos específicos de conteúdo - ilustrar os princípios da Indústria 4.0 através de infográficos - criar uma marca exclusiva, incluindo logo e Identidade Empresarial (IE) 	<ul style="list-style-type: none"> - identificar novas áreas com potencial para cooperação com empresas do setor do fabrico - usar abordagens criativas para ilustrar informações complexas adequadas ao marketing interno e externo 	2
4.2.5	Introdução de tendências no marketing	<ul style="list-style-type: none"> - elementos de marketing interno e externo - princípios do neuromarketing 			1,5
4.2.6	Estratégia de marketing (estudo de caso)	<ul style="list-style-type: none"> - elementos do marketing interno e externo 	<ul style="list-style-type: none"> - criar uma marca exclusiva, incluindo logo e Identidade Empresarial (IE) 		1
4.2.7	Visão geral dos canais de comunicação		<ul style="list-style-type: none"> - usar pelo menos dois canais de comunicação para atrair clientes, incluindo CTA (Call To Action/Incentivo à Ação) 	<ul style="list-style-type: none"> - desenvolver estratégias para desconstruir e ilustrar informações complexas ou dados quantitativos 	1

N.º	Nome da Atividade	Conhecimentos	Aptidões	Responsabilidade e Autonomia	Duração (h)
Subunidade N.º 4.3: Formar os Colaboradores					
4.3.1	Educação interna (estudo de caso)		<ul style="list-style-type: none"> - adotar abordagens inovadoras na formação contínua dos trabalhadores, usando as competências adquiridas na área do design gráfico ou das ICC no geral 	<ul style="list-style-type: none"> - identificar novas áreas com potencial para cooperação com empresas do setor do fabrico 	2
4.3.2	Comunicação interna e a Indústria 4.0 (estudo de caso)	<ul style="list-style-type: none"> - princípios da Indústria 4.0 	<ul style="list-style-type: none"> - usar pelo menos dois canais de comunicação para atrair clientes, incluindo CTA (Call To Action) - adotar abordagens inovadoras para melhorar os processos de comunicação interna e de transmissão de informação, usando as competências adquiridas na área do design gráfico ou das ICC no geral 	<ul style="list-style-type: none"> - identificar novas áreas com potencial para cooperação com empresas do setor do fabrico 	2