English version at the end of this document

Ano Letivo	2020-21
Unidade Curricular	ESTÁGIO
Cursos	MARKETING (1.º ciclo)
Unidade Orgânica	Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo
Código da Unidade Curricular	15161052
Área Científica	MARKETING E PUBLICIDADE
Sigla	
Línguas de Aprendizagem	Português, Inglês, Francês, Espanhol, outras.
Modalidade de ensino	Presencial.
Docente Responsável	Carlos Augusto Ribeiro Monteiro

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
3º	S2	3OT	280	10

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Conhecimentos teóricos adquiridos durante o curso.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Os conteúdos definidos no plano de estágio, previamente acordado entre a ESGHT e a organização, estão relacionados com as áreas científicas do curso. Para além disso, a partir do curriculum específico para o curso, pretende-se que os estagiários:

1. Acompanhem e auxiliem as organizações no desenvolvimento e implantação de estratégias, táticas, ou outras atividades de intervenção da gestão, no âmbito do Marketing, ou seja, com uma perspetiva de polivalência operacional e transversalidade.

2. Desenvolvam, organizem ou apliquem ações na área do Marketing ou em outras áreas específicas que o compõem, como a distribuição de produtos, a publicidade, a comunicação social, a edição de conteúdos e imagem, o design, a prestação de serviços e as relações públicas.

Conteúdos programáticos

O estágio curricular tem como objetivo primordial permitir o estabelecimento de uma ligação efetiva entre a Escola, os alunos e entidades públicas e privadas e demais organizações que organizem, desenvolvam ou apliquem ações na área do Marketing ou nas áreas especificas que o compõem, e a aplicação dos conhecimentos e competências adquiridas, complementando a formação realizada durante o percurso escolar dos alunos.

Constituem objetivos gerais da unidade curricular estágio curricular:

a) Aplicar e integrar os conhecimentos teórico-práticos adquiridos ao longo da formação académica na resolução de problemas das empresas;

b) Possibilitar uma experiência de integração em ambiente empresarial e facilitar a inserção no mercado de trabalho;

c) Aprendizagem de métodos de trabalho em contexto real na área de formação;

d) Desenvolvimento de *skills* e afirmação do aluno enquanto ator da sociedade e profissional de Marketing.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A metodologia estabelecida é presencial, isto é, em contexto real de trabalho e específica para cada palno de estágio. A avaliação do estágio está dividida em três componentes:

1. Angariação do estágio (10%);

2. atividades desenvolvidas na organização (através de uma grelha de avaliação) (65%);

3. Relatório de estágio (25%).

Bibliografia principal

BRÁS, M. (2015). Guião para a elaboração de relatórios de estágio . Disponível em: intraesght.ualg.pt

Academic Year	2020-21
Course unit	INTERNSHIP
Courses	MARKETING
Faculty / School	SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM
Main Scientific Area	
Acronym	
Language of instruction	Not applicable.
Teaching/Learning modality	Not applicable.
Coordinating teacher	Carlos Augusto Ribeiro Monteiro

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	0	0	0	0	0	3	0	280

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Not applicable.

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

Not applicable.

Syllabus

Not applicable.

Teaching methodologies (including evaluation)

Not applicable.

Main Bibliography

Not applicable.