

---

**Ano Letivo** 2023-24

---

**Unidade Curricular** ESCRITA PARA A WEB E STORYTELLING

---

**Cursos** MARKETING DIGITAL

---

**Unidade Orgânica** Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

---

**Código da Unidade Curricular** 19291004

---

**Área Científica** LÍNGUA E LITERATURA MATERNA

---

**Sigla**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 223

---

**Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - 4 ODS (Indicar até 3 objetivos)**

---

**Línguas de Aprendizagem** Português Língua Materna

---

**Modalidade de ensino**

Presencial.

---

**Docente Responsável**

Filipa Perdigão Alexandre Ribeiro

---

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Maria Laura Fernandes Alves Antão	PL; TP	TP1; PL1	12TP; 30PL

\* 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
1º	S1	12TP; 30PL	130	5

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

---

**Precedências**

Sem precedências

---

**Conhecimentos Prévios recomendados**

Não aplicável

### **Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)**

No final desta UC os estudantes serão capazes de:

1. Aplicar estratégias e técnicas de produção textual;
  2. Determinar o uso da linguagem apropriada em função da audiência-alvo;
  3. Compreender estratégias de escrita para marketing de produtos no contexto da comunicação em suporte tradicional e em contexto digital;
  4. Utilizar competências de revisão de texto;
  5. Produzir conteúdos textuais para plataformas online, atendendo à audiência-alvo e incorporando imagens e/ou vídeo;
  6. Reconhecer questões ligadas à ética, plágio, direitos de autor, *creative commons*, relacionadas com documentos da web e distinguir entre acesso livre e direitos de autor.
- 

### **Conteúdos programáticos**

- Os leitores e a leitura na web;
- Características da escrita na web vs. outros media;
- Questões de estilo e de retórica da comunicação (em suporte web e tradicional);
- Aplicação dos fundamentos da gramática, do estilo e do uso da língua;
- Planificação do processo de escrita;
- Redação: passagem do plano das ideias para o plano da linguagem escrita; mecanismos de estruturação textual: coesão, coerência, regra da repetição, regra da progressão e regra da não contradição;
- Revisão: avaliação e revisão de texto;
- O site eficaz do ponto de vista textual;
- Definição da audiência-alvo e técnicas de escrita para essa audiência;
- Estratégias para o conteúdo de uma página da rede social: como adequar o conteúdo com os objetivos de comunicação/negócio/marketing (títulos e subtítulos, tipo de linguagem, brevidade, voz ativa vs voz passiva, voz autoral, tratamento do leitor/recetor);
- *Storytelling*.

### **Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

A metodologia utilizada baseia-se na análise e produção de textos, na resolução de exercícios, no estudo e debate de casos reais, na utilização de meios audiovisuais e ferramentas online.

**20% produção escrita** [350-500 palavras] com **apresentação oral** - criação de uma Notícia, Entrevista, Reportagem, ou Artigo de Opinião para uma plataforma web. (1) Selecionar o género jornalístico; (2) Definir o(s) público(s); (3) Criar o conteúdo utilizando técnicas de produção e redação adequadas ao (s) público(s), incluindo uma fotografia ou imagem, ou ligações consistentes com os objetivos do género escolhido (4) Apresentação oral (10 minutos).

**35% fichas** [funcionamento da língua e/ou produção textual]

**45% teste final**

Nota: Regulamento de Avaliação da UAAlg, ponto 3 do art.º 6, a assiduidade é obrigatória, não podendo o aluno exceder o número limite de faltas, correspondente a 25% das horas de contacto totais.

---

### **Bibliografia principal**

Dunlevie, S. A. (s.d.). 16 rules of blog writing and layout. Which ones are you breaking? [Online].

Macedo, P. (2017). A arte de escrever para a web e produzir conteúdos poderosos. (eBook). São Paulo: DVS Editora.

Renda, A., Ribeiro, F. P. & Baleiro, R. (2017). Manual de regras para trabalhos académicos em ciências sociais. Lisboa: Colibri.

Santos, G. (2019). Storytelling: Como contar histórias que vendem (Edição Kindle).

### **Webgrafia:**

Awwwards: <https://www.awwwards.com/websites/storytelling/> [avalia a qualidade de sites em função de storytelling]

Jimso Blog for Small Businesses: <https://www.jimdo.com/blog/> [conselhos sobre como começar um negócio, um website, vendas online, web design e marketing]

Portal da Língua Portuguesa: <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/>

Ciberdúvidas da Língua Portuguesa: <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/>

Livro de Estilo da Lusa: <https://www.lusa.pt/Files/lusamaterial/PDFs/LivroEstilo.pdf>

---

**Academic Year** 2023-24

---

**Course unit** WRITING FOR THE WEB AND STORYTELLING

---

**Courses** DIGITAL MARKETING

---

**Faculty / School** SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

---

**Main Scientific Area**

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 223

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 4

---

**Language of instruction** Portuguese

---

**Teaching/Learning modality** Classroom-based.

**Coordinating teacher** Filipa Perdigão Alexandre Ribeiro

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Maria Laura Fernandes Alves Antão	PL; TP	TP1; PL1	12TP; 30PL

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

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	12	30	0	0	0	0	0	130

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

N/A

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

At the end of this course, students will be able to:

1. Apply text production strategies and techniques;
2. Determine the use of appropriate language depending on the target audience;
3. Understand writing strategies for product marketing within a traditional context and within a digital context;
4. Use proofreading skills;
5. Produce textual content for online platforms, according to the target audience and incorporating images and/or video;
6. Recognize issues related to ethics, plagiarism, copyright, *creative commons*, related to web documents and distinguish between open access and copyright.

### Syllabus

- Readers and reading on the web;
- Features of writing on the web vs. other media;
- Communication style and rhetoric issues (web and traditional writing);
- Revision of grammar, style and language use;
- Planning the writing process;
- Writing: from the idea to the written language; textual structuring mechanisms: cohesion, coherence, repetition rule, progression rule and non-contradiction rule;
- Review: evaluation and text reviewing;
- The effective website from a textual point of view;
- Defining the target audience and writing techniques for that audience;
- Strategies for building the content of a social network page: how to adapt content to the communication/business/marketing objectives (titles and subtitles, type of language, active vs passive voice, authorial voice, reader/recipient);
- Storytelling.

---

### Teaching methodologies (including evaluation)

Teaching methods rely on text comprehension and production, exercises, analysing and discussing real texts, using online tools.

Assessment:

**20% written text** [350-500 words] **with oral presentation** - create a News Article, Interview, Documentary, or Opinion Article for a web platform web. (1) Select the news genre; (2) Define target audience(s); (3) Create content using production and writing techniques appropriate to audience(s), including photographs and /or images, or links adequate to the chosen genre aims (4) Oral presentation (10 minutes).

**35% worksheets** [language use and/or text writing]

**45% final test**

Note: UAlg Assessment Regulations, item 3 of article 6, attendance is mandatory and students cannot exceed the maximum number of absences, i.e. 25% of the total contact hours.

### **Main Bibliography**

Dunlevie, S. A. (s.d.). 16 rules of blog writing and layout. Which ones are you breaking? [Online].

Macedo, P. (2017). A arte de escrever para a web e produzir conteúdos poderosos. (eBook). São Paulo: DVS Editora.

Renda, A., Ribeiro, F. P. & Baleiro, R. (2017). Manual de regras para trabalhos académicos em ciências sociais. Lisboa: Colibri.

Santos, G. (2019). Storytelling: Como contar histórias que vendem (Edição Kindle).

### **Webgrafia:**

Awwwards: <https://www.awwwards.com/websites/storytelling/> [avalia a qualidade de sites em função de storytelling]

Jimso Blog for Small Businesses: <https://www.jimdo.com/blog/> [conselhos sobre como começar um negócio, um website, vendas online, web design e marketing]

Portal da Língua Portuguesa: <http://www.portaldalinguaportuguesa.org/>

Ciberdúvidas da Língua Portuguesa: <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/>

Livro de Estilo da Lusa: <https://www.lusa.pt/Files/lusamaterial/PDFs/LivroEstilo.pdf>