MATRIZ DE CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO MODULAR

Ensino Profissional de Nível 4 (QNQ / EQF) • Ano Letivo 2024/2025

Curso Técnico/a de Comunicação e Serviço Digital • 11.º Ano • Disciplina: Comunicação Gráfica Digital

Módulo / UFCD	Domínio / Dimensão	Resultados de Aprendizagem / Competências (CNQ)	Critérios de Avaliação (Evidências de Desempenho)	Instrumentos de Avaliação	Descritores de Nível de Desempenho (Escala 0 a 20 valores)
UFCD 9205 Processo de Comunicação (50 Horas)	**Cognitivo (Saber)**	• Compreender os elementos intervenientes no processo de comunicação. • Distinguir barreiras internas e externas à comunicação eficaz. • Reconhecer estilos comunicacionais (assertivo, passivo, agressivo e manipulador).	• Identifica com exatidão o papel do emissor, recetor, canal, código e feedback. • Diagnostica fontes de ruído comunicacional e formas de mitigação. • Diferencia caraterísticas e impactos de cada estilo comunicacional.	• Teste de avaliação sumativa modular; • Fichas de análise conceptual; • Questões orientadas de reflexão escrita.	• Insuficiente (0-9): Não identifica elementos essenciais nem distingue barreiras comunicacionais. • Suficiente (10-13): Identifica elementos e estilos básicos com lacunas conceituais pontuais. • Bom (14-17): Explica fluentemente o processo comunicativo e identifica causas de ruído. • Muito Bom (18-20): Demonstra domínio aprofundado, relacionando teorias com contextos digitais e reais.
	Técnico-Operativo (Saber-Fazer)	• Aplicar técnicas de comunicação assertiva em contextos práticos. • Formular diferentes tipologias de perguntas no processo de comunicação. • Transpor barreiras comunicacionais em simulações interpessoais e digitais.	• Utiliza perguntas abertas, fechadas e de reformulação adequadas à obtenção de informação. • Demonstra escuta ativa e empatia na interação com interlocutores em contexto simulado. • Desenvolve mensagens claras, estruturadas e com linguagem adaptada ao contexto.	• Simulações e role-play práticos; • Guiões de comunicação aplicada; • Grelhas de observação de desempenho prático.	• Insuficiente (0-9): Revela inaptidão na estruturação de diálogos e na escolha de técnicas assertivas. • Suficiente (10-13): Aplica perguntas e assertividade de forma mecânica ou com hesitações. • Bom (14-17): Conduz diálogos eficazes, aplicando escuta ativa e assertividade com consistência. • Muito Bom (18-20): Conduz interações com elevado rigor comunicacional, empatia exemplar e flexibilidade.
	Atitudinal / Social (Saber-Estar)	• Desenvolver autorregulação emocional e postura ética na comunicação. • Demonstrar pontualidade, rigor no cumprimento de prazos e cooperação.	• Respeita a diversidade de opiniões e pontos de vista nas discussões e dinâmicas. • Mantém atitude colaborativa nas atividades em grupo e cumpre prazos estipulados.	• Grelha de observação direta contínua; • Registo de assiduidade, pontualidade e participação; • Auto e heteroavaliação.	• Insuficiente (0-9): Demonstra passividade ou resistência a normas, desrespeitando prazos ou regras. • Suficiente (10-13): Cumpre regras e prazos essenciais com necessidade de supervisão docente. • Bom (14-17): Revela postura cooperante, responsável, pontual e respeitosa com regularidade. • Muito Bom (18-20): Exibe iniciativa notável, ética exemplar, proatividade e liderança construtiva.
UFCD 9206	**Cognitivo (Saber)**	• Compreender as normas de redação comercial e empresarial em suporte	• Enuncia as regras de clareza, concisão, precisão, cortesia e adequação	• Prova de avaliação sumativa;	• Insuficiente (0-9): Desconhece a estrutura formal da correspondência digital e normas de cortesia.

Comunicação escrita – serviço ao cliente 25 Horas		digital. • Conhecer os protocolos de serviço ao cliente por correio eletrónico, chat e plataformas. • Identificar o fluxo de tratamento (workflow) e triagem de solicitações escritas.	sintática/lexical. • Distingue os formatos e o tom formal/informal apropriado a cada meio digital. • Explica o ciclo de vida e etapas de encaminhamento das mensagens do cliente.	• Estudo de casos práticos escritos; • Fichas de verificação de protocolos.	• Suficiente (10-13): Identifica convenções básicas de redação comercial, mas com imprecisões. • Bom (14-17): Compreende cabalmente as especificidades textuais do serviço ao cliente digital. • Muito Bom (18-20): Domina integralmente a lógica de workflow e protocolos escritos multicanal.
	Técnico-Operativo (Saber-Fazer)	• Interpretar com rigor as solicitações, dúvidas ou reclamações de clientes. • Redigir respostas assertivas, personalizadas e claras nos canais escritos digitais. • Utilizar plataformas e modelos de apoio documental com rapidez e exatidão.	• Analisa corretamente a necessidade do cliente e seleciona a informação resolutiva pertinente. • Redige textos isentos de erros ortográficos/gramaticais com recurso à netiqueta institucional. • Opera em ambiente simulado ou software de helpdesk/CRM cumprindo requisitos formais.	• Trabalhos práticos em computador (e-mails, respostas de chat e FAQ); • Resolução de cenários de apoio a clientes; • Relatórios de atendimento simulado.	• Insuficiente (0-9): Redige textos confusos, com erros graves de linguagem ou sem solucionar a questão. • Suficiente (10-13): Redige respostas funcionais que resolvem parcialmente o pedido, com pequenos desvios. • Bom (14-17): Responde com eficácia, cortesia, excelente correção linguística e poder de síntese. • Muito Bom (18-20): Redige com excelência comunicativa, diplomacia irrepreensível e agilidade técnica.
	Atitudinal / Social (Saber-Estar)	• Evidenciar sentido de serviço ao cliente, empatia textual e confidencialidade. • Cumprir critérios de rigor estético e padrões de qualidade visual e textual.	• Zela pela preservação de dados confidenciais dos clientes (enquadramento RGPD). • Revela espírito crítico, paciência e perseverança na revisão minuciosa de correspondência.	• Grelha de registo atitudinal individual; • Verificação de cumprimento de prazos de entrega (SLA simulado); • Fichas de autoavaliação.	• Insuficiente (0-9): Revela desleixo na apresentação de trabalhos e descuido quanto à privacidade. • Suficiente (10-13): Demonstra atitude profissional quando solicitado e cumpre exigências mínimas. • Bom (14-17): Demonstra consistente sentido de responsabilidade, rigor profissional e cuidado ético. • Muito Bom (18-20): Demonstra excecional brio profissional, elevado sentido ético e espírito de melhoria.
UFCD 9217 Planos e campanhas de comunicação – venda não presencial (50 Horas)	**Cognitivo (Saber)**	• Reconhecer as fases de conceção de um plano de comunicação promocional. • Identificar as normas ético-legais do comércio a distância e publicidade digital. • Compreender métricas e indicadores-chave de desempenho (KPIs) de campanhas digitais.	• Descreve os objetivos, públicos-alvo, canais e táticas de uma campanha de venda à distância. • Identifica os requisitos legais aplicáveis à publicidade eletrónica (spam, consentimento, garantias). • Interpreta métricas de retorno (taxa de abertura, cliques, conversão, custo por lead).	• Teste escrito modular; • Análise crítica de campanhas de mercado reais; • Questionários diagnósticos.	• Insuficiente (0-9): Incapaz de estruturar as etapas de uma campanha ou desconhece normas de publicidade. • Suficiente (10-13): Identifica fases e métricas essenciais com compreensão genérica ou superficial. • Bom (14-17): Analisa com clareza a correlação entre objetivos, canais promocionais e métricas de sucesso. • Muito Bom (18-20): Demonstra visão estratégica abrangente, integrando perspetiva regulamentar e

					analítica.
	Técnico-Operativo (Saber-Fazer)	• Conceber e planear planos de comunicação para venda não presencial. • Desenvolver conteúdos promocionais multicanal (banners, e-mails, copy persuasivo). • Monitorizar e avaliar os resultados operacionais de uma campanha comercial.	• Elabora propostas de campanhas com cronograma, canais, orçamento e call-to-action estruturados. • Cria peças gráficas e copywriting persuasivos direcionados ao segmento-alvo. • Apresenta propostas fundamentadas de otimização a partir da análise de dados de campanha.	• Projeto prático modular (Criação de um Plano de Campanha); • Produção de peças promocionais digitais; • Apresentação e defesa do projeto.	• Insuficiente (0-9): Proposta de campanha desestruturada, conteúdos gráficos e textuais inadequados. • Suficiente (10-13): Constrói campanha básica e peças funcionais que cumprem apenas os requisitos mínimos. • Bom (14-17): Desenvolve campanha bem articulada, criativa, com peças gráficas e copy atrativos. • Muito Bom (18-20): Elabora plano de nível profissional, com peças promocionais inovadoras e análise exemplar.
	Atitudinal / Social (Saber-Estar)	• Demonstrar criatividade, capacidade de resolução de problemas e trabalho colaborativo. • Cumprir padrões de rigor, integridade na comunicação comercial e cumprimento de prazos.	• Participa ativamente no trabalho de equipa, partilhando tarefas e cooperando na execução. • Respeita a propriedade intelectual, direitos de imagem e práticas comerciais leais.	• Grelha de avaliação de trabalho em equipa e projeto; • Registo de desempenho nas apresentações orais; • Auto e coavaliação de pares.	• Insuficiente (0-9): Pouca ou nula colaboração na equipa, desrespeito por prazos ou plágio de conteúdos. • Suficiente (10-13): Participa de forma regular nas tarefas com cooperação pontual. • Bom (14-17): Mostra espírito proativo de equipa, autonomia, criatividade e elevado rigor ético. • Muito Bom (18-20): Liderança facilitadora, entusiasmo exemplar, criatividade de excelência e postura profissional irrepreensível.