

Critérios de Avaliação e de Classificação em Comunicação Gráfica e Audiovisual (CGA) e Comunicação Publicidade e Criatividade (CPC) – Curso Profissional de Técnico de Marketing

O Projeto Educativo do Agrupamento Escolas de Alvalade define uma “cultura de uma escola inovadora, com uma visão de futuro, em que os alunos, que estão no centro do processo de ensino e aprendizagem, possam robustecer uma identidade que os preparará enquanto cidadãos com uma visão ampla do outro e do mundo capazes de construir o futuro com base nas experiências de aprendizagem”. (Projeto Educativo, 2024)

Partindo deste pressuposto, e enquadrado com o PASEO, considera-se que as aprendizagens dos alunos se organizam em:

- a. **Conhecimento e Capacidades** – Específicos de cada disciplina e resultante das suas Aprendizagens Essenciais;
- b. **Autonomia e Desenvolvimento do trabalho.**

A **Autonomia e Desenvolvimento do trabalho** é o pilar para o trabalho desenvolvido em todas as disciplinas, constituindo-se como uma área transversal.

(cf. Referencial para a Avaliação das e para as Aprendizagens)

ÁREAS DE COMPETÊNCIAS	Domínios (AE)/ Critérios Específicos	Descritores de Desempenho	Instrumentos
CONHECIMENTOS E CAPACIDADES	Comunicação (Parâmetro A)	- Redige briefings e relatórios técnicos com clareza, usando terminologia específica de comunicação gráfica e audiovisual e comunicação e publicidade; - Apresenta e defende projetos oralmente, justificando escolhas criativas e técnicas com argumentação sólida; - Discute o papel da comunicação gráfica e marketing na sociedade (ex: sustentabilidade, acessibilidade).	Projetos gráficos Exercícios técnicos Portfólios Relatórios/apresentações/defesas de trabalho/argumentação de escolhas Estudos/esboços Listas de verificação
	Domínio técnico/prático (Parâmetro B)	- Aplica software de design e marketing com precisão na execução de projetos; - Prepara ficheiros técnicos para impressão ou publicação digital, respeitando normas de cores (CMYK/RGB), resolução e formatos; - Experimenta técnicas de ilustração digital (bitmap e vetorial,) adaptando-as a diferentes suportes.	
	Comunicação Visual (Parâmetro C)	- Estrutura hierarquias visuais claras (texto/imagem) em peças gráficas (cartazes, logótipos, etc.); - Seleciona tipografias adequadas ao contexto do projeto (ex: identidade corporativa vs. campanha publicitária); - Utiliza princípios de composição (grids, alinhamentos, contraste) para guiar o olhar do espectador.	
	Criatividade/ Criação (Parâmetro D)	- Desenvolve propostas criativas com base em briefings, justificando escolhas visuais e comunicativas; - Explora variações de layout, tipografia e paletas cromáticas para otimizar a legibilidade e impacto; - Integra tendências de comunicação gráfica e marketing contemporâneos em projetos próprios.	
Autonomia e Desenvolvimento do Trabalho (ADT)		- Trabalha, autonomamente, com qualidade e eficácia. - Autorregula (reflete e avalia) o seu processo de aprendizagem, gerindo prazos e etapas de produção (do esboço à arte final) de forma organizada e autónoma - Escuta as ideias do outro, visando a procura de consensos e a melhoria do trabalho de equipa, demonstrando capacidade de receber e integrar feedback. - Adapta projetos a diferentes formatos (ex: redes sociais, impressão) mantendo coerência visual. - Avalia criticamente o trabalho próprio e de pares, propondo melhorias técnicas ou estéticas.	Registos de observação

Critérios específicos de classificação:

MENÇÃO QUALITATIVA	MENÇÃO QUANTITATIVA (escala em %)	MENÇÃO QUANTITATIVA (escala em valores)	Parâmetros/Descritores	
MUITO BOM	90 - 100%	18 a 20 valores	A	Redige documentos técnicos com rigor e fluidez, usando terminologia de comunicação gráfica e marketing, com precisão, apresenta e defende projetos com discurso crítico e fundamentado, e discute com profundidade e consciência o impacto social, ético e cultural do design gráfico.
			B	Demonstra domínio avançado do software de design e marketing, prepara ficheiros técnicos com rigor e profissionalismo, e explora com criatividade técnicas de edição e ilustração digital bitmap e vetorial, adequando-as com intencionalidade a diversos suportes e contextos
			C	Cria hierarquias visuais sofisticadas e impactantes, escolhe e combina tipografias com sensibilidade ao contexto e aplica os princípios de composição com mestria, criando peças gráficas visualmente coerentes e comunicativas.
			D	Desenvolve propostas originais, bem fundamentadas e estrategicamente alinhadas com os briefings, justifica com profundidade as decisões visuais, experimenta com rigor e intenção criativa variações gráficas e incorpora de forma crítica e relevante as tendências de design e marketing contemporâneo.
BOM	70 - 89%	14 a 17 valores	A	Redige com clareza e segurança documentos técnicos usando vocabulário específico, apresenta e defende projetos com argumentação consistente e articula o papel da comunicação gráfica e do marketing em temas como sustentabilidade ou acessibilidade
			B	Aplica o software de design e marketing com precisão e autonomia, prepara corretamente ficheiros técnicos para diferentes fins e utiliza com eficácia técnicas de edição digital adaptadas aos suportes e objetivos.
			C	Constrói hierarquias visuais claras e eficazes, seleciona tipografias pertinentes ao propósito do projeto e utiliza os princípios de composição com intencionalidade para guiar o olhar do espectador.
			D	Apresenta propostas criativas fundamentadas no briefing, justifica com clareza as escolhas visuais e comunicativas, explora de forma eficaz variações gráficas e integra conscientemente tendências atuais de design e marketing.
SUFICIENTE	50 - 69%	10 a 13 valores	A	Redige briefings e relatórios com organização e uso aceitável da terminologia, apresenta projetos com justificações coerentes e reconhece de forma simples o impacto social da comunicação gráfica e do marketing.
			B	Utiliza o software de design e marketing com funcionalidade básica, prepara ficheiros técnicos com correção geral e aplica técnicas de edição digital simples, adaptando-as de forma satisfatória aos suportes.
			C	Organiza as hierarquias visuais de forma funcional, escolhe tipografias geralmente apropriadas e aplica princípios básicos de composição com algum equilíbrio e clareza.

			D	Desenvolve propostas alinhadas com os briefings e justifica de forma simples as opções visuais, experimenta algumas variações gráficas e integra pontualmente elementos de design e marketing contemporâneo
INSUFICIENTE	20 - 49%	5 a 9 valores	A	Redige textos (ou apresenta oralmente) com estrutura básica mas com falhas na terminologia técnica, apresenta projetos com justificações pouco claras ou superficiais, e revela compreensão limitada sobre questões sociais ligadas ao design e marketing.
			B	Utiliza parcialmente o software de design e marketing, com erros na preparação dos ficheiros técnicos (ex: cores, resolução, formatos) e aplica técnicas digitais de forma pouco adequada aos suportes.
			C	Revela dificuldades em organizar elementos textuais e visuais, seleciona tipografias pouco adequadas e aplica princípios de composição de forma inconsistente ou desajustada
			D	Desenvolve propostas pouco consistentes ou com fraca ligação ao briefing, justifica de forma superficial as escolhas visuais, faz variações limitadas de layout, tipografia ou cor e revela contacto incipiente com tendências atuais.
MUITO INSUFICIENTE	0 - 19%	0 a 4 valores	A	Não redige briefings/relatórios nem defende oralmente com clareza, utiliza linguagem inadequada ou genérica, apresenta projetos de forma confusa e sem justificação, e demonstra desconhecimento do papel do design e do marketing na sociedade.
			B	Revela grandes dificuldades na utilização de software de design e marketing, não prepara ficheiros com os requisitos técnicos mínimos e não demonstra capacidade de aplicar técnicas básicas de edição digital.
			C	Não estrutura hierarquias visuais compreensíveis, escolhe tipografias sem relação com o contexto e não aplica princípios de composição para orientar a leitura visual.
			D	Não desenvolve propostas criativas com base nos briefings, apresenta escolhas visuais pouco justificadas, não explora variações gráficas e demonstra desconhecimento das tendências do design e marketing contemporâneos.