



Instituto Politécnico
de Castelo Branco
Escola Superior
de Educação



Relatório Final de Estágio AJ Social Marketing

Beatriz Alexandra Santos

Nº 20211111

Orientador

Gerente João Brites

Supervisora

Professora Doutora Eduarda Santos

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à conclusão de Licenciado em Secretariado, realizada sob a orientação científica da Professora Coordenadora Eduarda Santos, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho de 2024

Composição do júri

Presidente do júri

Mestre Maria do Rosário Quelhas

Assistente da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Vogais

Arguente - Doutor Domingos Fernando da Cunha Santos

Professor Adjunto da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Supervisora

Doutora Maria Eduarda Borges dos Santos

Professora Coordenadora da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Dedicatória

Dedico este meu relatório à minha família, especialmente aos meus pais, pelo apoio constante e incentivo em todos os momentos. Sem vocês, nada seria possível.

Aos meus professores e orientadores, em especial à Professora Eduarda Santos, por me ter aceite para me supervisionar neste estágio e me ter ajudado pacientemente na realização deste relatório e por acreditar no meu potencial.

Aos meus amigos, que sempre estiveram do meu lado a oferecer suporte quando mais precisei.

À empresa AJ Social Marketing pela oportunidade, pela paciência e pelo ambiente acolhedor, fatores que contribuíram significativamente para o meu desenvolvimento profissional e pessoal.

A todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste estágio, deixo aqui o meu sincero agradecimento.

Agradecimentos

Em primeiro lugar gostaria de agradecer ao Instituto Politécnico de Castelo Branco, especificamente à Escola Superior de Castelo Branco por me ter acolhido nestes três anos de frequência do Curso de Secretariado.

Gostaria também de agradecer à empresa onde estagiei, à AJ Social Marketing, porque para além de me terem aceite no estágio nunca deixaram de me apoiar nas minhas tarefas e foram sempre muito profissionais não esquecendo que sempre fizeram de tudo para continuar com eles depois do estágio: a eles o meu obrigado.

Um agradecimento especial à minha supervisora de estágio e professora Eduarda Santos, por também ter estado comigo e me ter apoiado nestes três anos. Agradeço também por me ter acolhido para me supervisionar neste estágio. Agradecer também a todos os professores do curso.

Agradeço aos meus pais porque mesmo estando longe sempre me apoiaram nas minhas decisões e nunca desistiram de mim e sei que estão muito orgulhosos e contentes por estar a concluir mais uma etapa.

E por fim e não menos importante gostaria de agradecer às minhas colegas, Ana Carolina Santos, Inês Feiteiro e Susana Silva, amigas que conheci quando me mudei para Castelo Branco e que me acolheram como se já fossemos amigas há muito tempo e iremos ser, porque sempre me apoiaram e me ajudaram na escola e fora dela.

Obrigada por estes três anos, Castelo Branco é uma cidade que não irei esquecer com certeza.

Resumo

O Estágio Curricular é fundamental na formação académica e profissional dos estudantes, assinalando assim o final de uma etapa até então muito aguardada: a conclusão da Licenciatura em Secretariado.

Este Estágio Curricular decorreu na empresa AJ Social Marketing tendo como orientador o CEO da empresa João Brites, entre 14 de fevereiro a 24 de maio de 2024, tendo tido como supervisora de estágio a Professora Coordenadora Eduarda Santos.

No presente relatório, são identificadas as atividades realizadas na empresa AJ Social Marketing pela estagiária, sendo essas: Gestão de *e-mail* geral da empresa; Apoio à criação de conteúdos; Apoio à gestão de calendarização de conteúdos; Utilização de aplicações informáticas de apoio às tarefas administrativas; Apoio à contabilidade.

As atividades descritas serão acompanhadas por fundamentação teórica adquirida pela estagiária ao longo da Licenciatura e por referências bibliográficas pesquisadas para a elaboração do presente relatório.

Por último, uma análise crítica é feita com base nas atividades planeadas/executadas pela estudante.

A conclusão reforça o trabalho realizado ao longo dos três anos do curso de Licenciatura em Secretariado.

Palavras-chave

Estágio Curricular, Secretariado, Marketing, Redes Sociais, Conteúdo Digital

Abstract

The Curricular Internship is fundamental in the academic and professional training of students, thus marking the end of a long-awaited stage: the conclusion of the Degree in Office Management Studies.

This internship took place at AJ Social Marketing, with the company's CEO João Brites as my supervisor, and ran from February 14 to May 24, 2024. My internship supervisor was Coordinating Professor Eduarda Santos.

This report identifies the activities carried out at AJ Social Marketing by the intern, which are: General company email management; Content creation support; Content scheduling management support; Use of computer applications to support administrative tasks; Accounting support.

The activities described will be accompanied by the theoretical background acquired by the trainee throughout her degree and by bibliographical references researched for this report.

Finally, a critical analysis is made based on the activities planned/executed by the student.

The conclusion reinforces the work carried out over the three years of the secretarial degree course.

Keywords

Curricular Internship, Office Management, Marketing, Social Media, Digital Content

Índice geral

INTRODUÇÃO	1
1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	3
1.1 COMPETÊNCIAS DO SECRETARIADO NA ATUALIDADE	3
1.2 FERRAMENTAS INFORMÁTICAS.....	4
1.3 MARKETING	5
1.3.1 <i>Marketing digital</i>	5
1.3.2 <i>Comunicação</i>	6
1.3.3 <i>Publicidade</i>	6
1.3.4 <i>Redes sociais</i>	7
1.4 CONTABILIDADE	8
2 APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA E DO ESTÁGIO	9
2.1 INFORMAÇÃO SOBRE O ESTÁGIO	9
2.2 APRESENTAÇÃO DE OBJETIVOS	9
2.3 APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE COOPERANTE	10
2.3.1 <i>Breve história AJ Social Marketing</i>	10
2.3.2 <i>Missão, Visão, Valores</i>	11
3 DESCRIÇÃO DAS TAREFAS.....	11
3.1 CRIAÇÃO E GESTÃO DE E-MAIL	11
3.2 GESTÃO DE BASE DE DADOS.....	12
3.3 CRIAÇÃO DE CONTEÚDO	13
3.3.1 <i>Agendamento das publicações</i>	14
3.4 APOIO NAS TAREFAS CONTABILÍSTICAS	15
4 ANÁLISE E REFLEXÃO SOBRE O ESTÁGIO	17
CONCLUSÃO	19
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	21
APÊNDICES.....	23
ANEXOS.....	31

Índice de figuras

FIGURA 1 - PÁGINA DE <i>GOOGLE CHROME</i>	11
FIGURA 2 - <i>E-MAIL</i> DE EMPRESA	12
FIGURA 3 - FOLHA DE <i>EXCEL</i>	13
FIGURA 4 - EXEMPLO DE PUBLICAÇÃO	14
FIGURA 5 - <i>META BUSINESS SUITE</i>	15

Índice de gráficos

GRÁFICO 1 - % DE UTILIZADORES QUE PESQUISARAM MARCAS NAS REDES SOCIAIS	8
---	----------

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

CEO - Chief Executive Officer (Diretor Executivo)

CTT - Administração-Geral dos Correios, Telégrafos e Telefones (Correios de Portugal)

TIC - Tecnologias da informação e comunicação

TV - Televisão

Introdução

O presente relatório descreve a experiência de estágio realizada como parte integrante da Licenciatura em Secretariado. O estágio teve como objetivo proporcionar uma vivência prática das competências adquiridas ao longo do curso, bem como o desenvolvimento de novas competências em ambiente profissional.

No contexto da conclusão do curso de Licenciatura em Secretariado pela Escola Superior de Educação, que faz parte do Instituto Politécnico de Castelo Branco, está prevista no sexto semestre a realização de um estágio curricular. O principal propósito deste estágio foi o de permitir aos estudantes adquirirem conhecimentos práticos na área de Secretariado, com supervisão da Professora Coordenadora Eduarda Santos da Escola Superior de Educação e orientação do *CEO* da empresa, Dr. João Brites. Como resultado dessa experiência, foi elaborado o presente Relatório Final.

O Estágio serviu como oportunidade para aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos da licenciatura, participando ativamente nas tarefas diárias da entidade cooperante, favorecendo a experiência profissional da estagiária.

A metodologia de aprendizagem recaiu sobre o método de observação direta conjugado com a aplicação de conhecimentos teóricos adquiridos ao longo da Licenciatura, o que permitiu a boa execução das atividades e autonomia progressiva na realização das mesmas. Relativamente à elaboração do presente relatório foi efetuada uma pesquisa de referências bibliográficas sobre as temáticas fundamentais para o adequado desenvolvimento das atividades de estágio, temáticas essas que são abordadas no capítulo número um, fundamentação teórica com os seguintes temas: Competências do Secretariado na atualidade; Ferramentas informáticas; *Marketing* e Contabilidade.

No capítulo dois está apresentada a informação sobre a apresentação da entidade cooperante, do estágio e dos respetivos objetivos.

O capítulo três aborda as atividades desenvolvidas ao longo desse mesmo estágio conforme o plano de atividades de estágio definido pelo coordenador de estágio e pela aluna e os meios utilizados para a concretização das tarefas.

A reflexão crítica constitui o capítulo quatro, em que se analisam os desafios enfrentados e a forma de os superar, bem como o contributo e relevância dos conteúdos programáticos lecionados no curso para o adequado desenvolvimento das tarefas propostas em contexto de trabalho.

Por fim é apresentada a conclusão, a bibliografia, os apêndices e os anexos.

1 Fundamentação Teórica

1.1 Competências do Secretariado na atualidade

Inicialmente, o secretário desempenhava um papel circunscrito à administração de documentos físicos, agendamento de compromissos, comunicação, entre outros.

Contudo, à medida que o mundo evoluiu, a nova era digital transformou radicalmente a natureza do trabalho administrativo. A evolução dos computadores, *softwares* de gestão e comunicação digital redefiniram as responsabilidades do secretário contemporâneo. Hoje, deixou de ser um mero executor de tarefas, para se tornar num colaborador estratégico.

A sua capacidade de compreender as diferentes partes do negócio, antecipar necessidades e tomar decisões assertivas tornou-se inestimável para líderes e executivos. Atualmente, este profissional não atua só em áreas de assessoria e comunicação, mas também em contabilidade, gestão ou tradução... Com o passar do tempo, a tecnologia tem vindo a evoluir e conseqüentemente esta profissão também.

Atualmente, a função de secretariado (...) abrange muitas áreas e exige, não só uma formação adequada e aprofundada nesta área do saber e do saber-fazer, bem como duma constante atualização e acompanhamento da evolução das tecnologias de informação e comunicação (TIC) e ainda dum comportamento permanente pró-ativo e assertivo no seu local de trabalho. (Santos P. M., 2012, pp. 2-3).

Desde o século passado que o número de empresas tem aumentado e conseqüentemente a economia dos países, factos que deram origem a novas profissões e à atualização/evolução de outras. Quando antigamente a “área do Secretariado era o domínio de técnicas de datilografia, a verdade é que as funções próprias de Secretariado, com o passar dos anos, deram origem a um conjunto de competências mais alargado.” (Santos, Brunheta, & Franco, 2016, p. 8)

Como dito anteriormente, o mundo está em constante evolução, levando a diferentes alterações na vida de diferentes profissionais e, graças a essa evolução, a profissão de secretário também veio a sofrer algumas mudanças e com elas as suas competências também.

Atualmente, o profissional de Secretariado deve possuir diferentes competências, sendo estas em áreas científicas e tecnológicas, comportamentais e profissionais.

(...) o desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação veio introduzir missões modernas como a gestão da página *web* da empresa/organização; a organização de reuniões à distância (...); a promoção de espaços de trabalho em rede; a pesquisa, partilha e transmissão de informação; a facilitação das relações (...) a fim de reduzir o (...) stress (...) no trabalho; a participação no processo de profissionalização; (...) o acolhimento de colaboradores de proveniências culturais diversificadas; a promoção de uma cultura de desmaterialização do papel (...). (Santos, Brunheta, & Franco, 2016, p. 17)

1.2 Ferramentas informáticas

Cada vez mais a tecnologia é utilizada em qualquer profissão, de forma a que a poupança de papel seja efetiva e que haja mais eficácia e eficiência na realização das tarefas, pois cada vez mais as ferramentas informáticas estão atualizadas para funcionarem num menor tempo.

Para um profissional de Secretariado, ter a capacidade de utilizar as TIC é muito importante.

As TIC influenciam diretamente a atividade do profissional de secretariado, (...). O desenvolvimento da era informática (...) permite a rapidez e facilitação de muitas tarefas (...). Por exemplo, a informatização de documentos, transmissão de documentação e informação, e mesmo a multiplicação de documentos (...) exige cada vez mais conhecimentos práticos ao secretário, de forma a conseguir o domínio de todas essas ferramentas, bem como das potencialidades e possibilidades da utilização da internet e intranet. (Santos & Ferreira, 2014, p. 4)

Para além das TIC, saber trabalhar com o *Office 365* é outra das competências de ferramentas informáticas que um profissional deve possuir. Utilizar os programas *Excel* e *Word* é das principais competências a ter, pois são as suas principais

ferramentas, quer seja na área da contabilidade ou criação de base de dados, como até mesmo na elaboração de Atas e Ofícios. Por outro lado, o facto de poderem ser utilizadas de forma remota, com vários utilizadores ao mesmo tempo, permitem que o trabalho em equipa seja mais proveitoso. “A redação de textos profissionais hoje é realizada exclusivamente pelo secretário, (...). Em outras palavras, o texto não é mais ditado pelo gestor, é redigido pelo secretário, tanto em língua materna quanto em um segundo idioma.” (Brun, Cechet, & Neumann, 2013, p. 42)

Para além destas plataformas informáticas, uma que sempre existiu e é frequentemente utilizada é o *e-mail*, sendo que o profissional de Secretariado deve saber redigir corretamente correios eletrónicos e, muitas vezes, em diferentes línguas, adaptando a sua forma de redação à de cada país, caso a empresa assim o exija. “Requer também do profissional o bom senso no uso do endereço eletrónico, pois ele não é um meio de relações públicas pessoais, ou seja, assuntos pessoais devem ser tratados através de e-mails pessoais.” (Brun, Cechet, & Neumann, 2013, p. 42)

1.3 Marketing

O *Marketing* é fundamental para qualquer empresa, pois não só lhe dá a possibilidade de ser reconhecida pelo seu público, como permite criar diferentes conteúdos para outras empresas. A partir do momento em que uma empresa é reconhecida pelas suas formas características, como o logótipo, *design* de página ou *design* de publicação, isso é fruto do trabalho do departamento de *marketing*, pois é este quem tem as ideias e as explora a fim de criar uma imagem única e satisfatória para cada consumidor.

Segundo o *blog* de Peçanha (2020) O *Marketing* é

a ciência e arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades e os desejos de um mercado consumidor a partir da oferta de produtos ou serviços que despertem o interesse do público. Assim, o Marketing consegue gerar valor para os clientes e também lucro para as empresas.

1.3.1 Marketing digital

O conceito de *Marketing* tem evoluído em resposta às novas tecnologias, o que resultou numa mudança significativa no controlo e tomada de decisões. Atualmente, o cliente tem um papel central nesse processo, já que tem o poder de escolher o tipo de conteúdo que desejam consumir. É cada vez mais comum incluir consumidores em campanhas convidando-os a participar ativamente. Este envolvimento direto visa estabelecer uma conexão mais forte com o público-alvo e aumentar o

comprometimento por parte do cliente com a marca. Estamos então em presença do *marketing* digital.

C. A. B. Cruz & L. L. Silva, citando Torres (2009), consideram que as “ações estratégicas do marketing digital, (...) estão centradas no comportamento do consumidor, sendo que através dessas estratégias [que] são definidas as atividades que serão realizadas, ou melhor, as ações táticas, e as tecnologias que serão implantadas, ou as ações operacionais.” (Cruz, 2014, p. 4)

1.3.2 Comunicação

A comunicação pode ser interna, entre os elementos da empresa, e externa, entre empresa e consumidor, fornecedor ou outras empresas.

A Comunicação é um elemento fundamental do *Marketing*, já que é este que permite que o cliente comunique com a empresa, comprando os produtos, pesquisando sobre a empresa ou até mesmo quando apenas observa um cartaz com uma publicidade; tudo isto é uma estratégia que as entidades têm para comunicar com o seu cliente, conseguindo que este esteja informado acerca da sua atividade.

Este tipo de comunicação denomina-se de comunicação em massa, sendo esta “unidirecional (a mensagem é enviada de um para muitos, através de livros, jornais, filmes, rádio e televisão).” (Castells, 2009)

Mas com o desenvolvimento da era digital, a comunicação feita a partir das redes sociais e/ou outras plataformas digitais chega cada vez mais rapidamente aos consumidores, sendo que estes também escolhem aquilo que preferem ver.

Partindo assim das ideias de Castells (2009, p. 1), esta nova forma de comunicação pode ser denominada de

autocomunicação de massa. [Esta é a] comunicação (...) [que] pode chegar a uma audiência global [;] (...) um mesmo usuário gera a mensagem, define os possíveis receptores e seleciona as mensagens específicas (...) e [as] redes de comunicação eletrônica que deseja recuperar.

1.3.3 Publicidade

Para que a comunicação descrita acima exista, as empresas têm de apostar em diferentes tipos de publicidade, uma vez que “uma mensagem de comunicação paga, que tem como principal intuito informar as pessoas sobre algo, ou influenciá-las a experimentar/comprar alguma coisa.” (Pereira, 2024)

Existem diferentes tipos de publicidade a que as empresas podem aceder para conseguirem ter mais clientes, tais como:

- Publicidade mista – Usada para a construção de marca e para promover a conversão – Estratégia de marketing digital, política de cookies
- Publicidade impressa – Jornais, revistas, folhetos, catálogos
- Publicidade de massas – Anúncios de TV e rádio
- Publicidade ao ar livre – Bandeiras, lonas publicitárias, *outdoors*, *banners*
- Publicidade digital – Anúncios que estão vinculados online e em dispositivos móveis
- Integração de produto ou marca – Vinculação de produtos em redes de entretenimento como programas de TV ou vídeos no *Youtube*

Fonte: <https://www.sydra.pt/blog/o-que-e-publicidade/>

1.3.4 Redes sociais

O termo “rede social” surgiu como forma de querer juntar pessoas digitalmente. Desde os anos 60 que plataformas equivalentes começaram a surgir, mas só a partir dos anos 90 é que as primeiras redes sociais começaram a aparecer. A partir dos anos 2000 é que passaram a ser mais utilizadas e muitas continuam a ser empregues atualmente por milhões de pessoas.

A verdade é que mesmo tendo as redes sociais já sido bastante usadas anteriormente, com a Covid-19 estas tiveram um maior tempo de utilização. De certa forma, com a pandemia, houve diversas plataformas que se conseguiram reinventar e melhorar o seu conteúdo, conseguindo assim ganhar mais comprometimento por parte do público.

Nesse cenário, onde, de uma forma ou de outra, todos agora se aglomeram no ambiente virtual, as principais plataformas estão adotando cada dia mais novas ferramentas para se reinventar, se adaptar e controlar o conteúdo nelas propagado, além de buscar uma forma de ajudar o público que tanto se vê “dependente” delas nesta hora. (Mahara, s.d.)

Como cada vez mais, na era digital, a evolução é vertiginosa, torna-se óbvio que se uma empresa se quer destacar das outras, é mais fácil atingir esse objetivo se estiver presente digitalmente. Para tal, as redes sociais são a melhor forma para as empresas terem então esse destaque. De acordo com o *site* Portugal Têxtil (2023), que se baseia num estudo denominado “Os Portugueses e as Redes Sociais” da *Marktest*,

60% dos indivíduos com perfil criado em redes sociais segue marcas, o que corresponde ao valor mais elevado desde 2016. (...) o Instagram passou a ser a

rede social mais usada para consultar informação nas páginas de empresas e marcas, sendo referido por 66,5% dos seguidores de marcas. (têxtil, 2023)

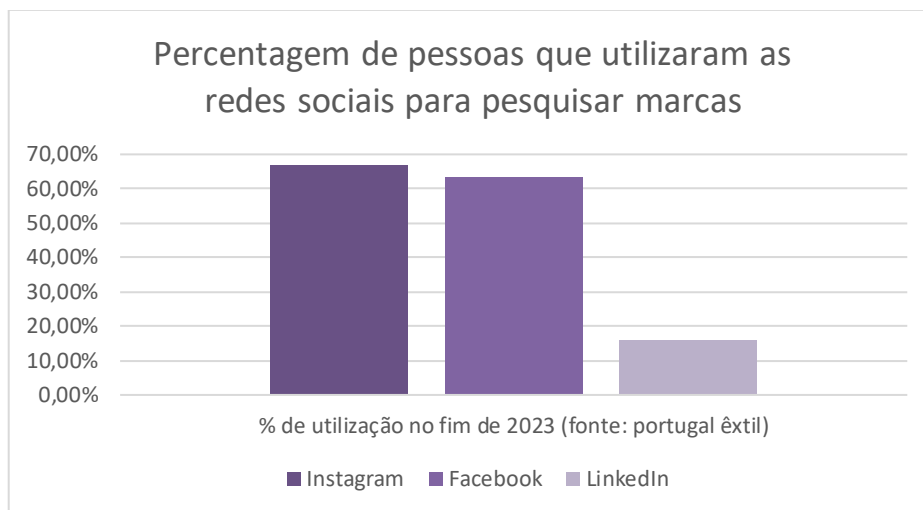


Gráfico 1 - % de utilizadores que pesquisaram marcas nas redes sociais

Fonte: Própria a partir dos dados recolhidos em <https://portugaltexil.com/portugueses-seguem-marcas-e-empresas-no-instagram/>

1.4 Contabilidade

Para o profissional de Secretariado, também é importante possuir bases de contabilidade, como por exemplo saber distinguir “compras” de “vendas” por parte da empresa e estar a par dos gastos da mesma.

O objetivo da contabilidade é acumular e reportar informação financeira sobre o desempenho, posição financeira, e fluxos de caixa de uma empresa. Esta informação é então utilizada para tomar decisões sobre como gerir o negócio, ou investir no mesmo, ou emprestar dinheiro ao mesmo. (MACROCONSULTING, 2023)

Poderá não ser o profissional a fazer a tarefa da contabilidade, pois cada empresa tem de conter esse departamento ou contratualizá-lo, mas ter conhecimento das bases necessárias à realização de tarefas de organização da contabilidade empresarial tem de ser inerente às capacidades deste profissional: por exemplo, ter capacidade para seleccionar e classificar faturas ou organizar o *dossier* contabilístico.

2 Apresentação da entidade acolhedora e do estágio

A AJ Social Marketing, sendo uma microempresa (ME), pois conta apenas com um *CEO* João Brites e a Gestora de conteúdos Ana Fernandes, baseia-se na criação e desenvolvimento de *Websites* e Redes sociais. Esta entidade situa-se na Av. 1º Maio, nos Escritórios 1º Maio em Castelo Branco, tendo iniciado a sua atividade em 2022.

Mesmo sendo recente, já conta com mais de 60 clientes satisfeitos e mais de 250 serviços prestados no seu negócio. Atualmente, esta entidade gere as redes sociais de cerca de 10 empresas.

2.1 Informação sobre o estágio

O estágio curricular tem como intuito proporcionar à aluna um contacto direto e abrangente com o mundo do trabalho, a fim de a mesma se inserir no contexto profissional, como consta no Regulamento de Estágio/Trabalho de Projeto (2021) da Licenciatura em Secretariado da Escola Superior de Educação.

O estágio curricular teve início a 14 de fevereiro e terminou a 24 de maio de 2024. O orientador do estágio, Dr. João Brites, desempenha a função de *CEO* da empresa; a supervisora de estágio foi a Professora Coordenadora Eduarda Santos, da Escola de Educação Superior de Castelo Branco.

A entidade integrou a estagiária como assistente e criadora de conteúdos, com o horário das 9:00h às 18:00h, tendo duas horas de almoço das 12:30h às 14:30h, de segunda a sexta-feira, sabendo que às sextas-feiras de manhã não iria estar presente pois foram realizados diversos seminários de estágio.

O estágio foi angariado pela aluna em dezembro de 2023, após uma reunião com o *CEO*, para verificar se preenchia os requisitos pedidos pela empresa para a realização do estágio curricular.

2.2 Apresentação de objetivos

O estágio curricular, parte integrante do currículo da licenciatura em Secretariado ministrada na Escola Superior de Educação de Castelo Branco, visa proporcionar à estagiária uma inserção na atividade profissional, possibilitando a construção de um conhecimento prático e estruturado no âmbito do curso.

Com o objetivo de facilitar o processo de ensino, o Regulamento de Estágios/Trabalho de Projeto de Secretariado permite ao estagiário aprofundar o contacto com a prática profissional em contexto de trabalho, a fim de que os futuros profissionais na área se consigam adaptar a diferentes áreas e desafios em contexto profissional.

2.3 Apresentação da entidade cooperante

AJ Social Marketing é uma empresa de marketing digital que se baseia na criação de conteúdo digital para outras empresas. Dada a era digital em que vivemos, existem pessoas que não conseguem acompanhar a evolução das tecnologias da informação e da comunicação tão depressa quanto seria desejável rapidamente e, atualmente, qualquer empresa que queira vender o seu produto ou prestar serviços é essencial que tenha uma forte presença online.

O que acontece muitas vezes é que essas empresas por não conseguirem acompanhar o progresso, acabam por não ter tanto interesse nas suas plataformas digitais, mas, mais uma vez, se uma empresa não está presente digitalmente, esta não será tão bem-sucedida. Tome-se como exemplo: os clientes decidem ir a um determinado estabelecimento, mas antes, já visitaram as redes sociais para saber com o que contam. Por isso, promover a imagem da empresa no digital trará um lote extenso de vantagens.

Neste sentido, a AJ Social Marketing dispõe de serviços tais como gestão de redes sociais, desenvolvimento e atualização de *Websites*, criação de logotipos, *design* gráfico e criação de anúncios e campanhas, para que as empresas não tenham essa preocupação com a parte digital das mesmas.

No que diz respeito à sua área de atuação, a AJ Social Marketing está sobretudo implantada a nível nacional, mas conta igualmente com clientes que trabalham no estrangeiro, em França e Inglaterra, por exemplo.

2.3.1 Breve história AJ Social Marketing

A AJ Marketing surgiu em 2022, de uma grande vontade do *CEO* e da Gestora de Conteúdos iniciarem um negócio próprio. Começaram por pensar num negócio que não estivesse saturado em Castelo Branco e repararam que havia muito poucas soluções na área do marketing digital. Como ambos são especialistas em *medias* digitais, decidiram arriscar.

De início, aconselharam-se com uma contabilista para saber do que necessitavam para abrir um negócio e começaram a trabalhar num escritório em casa. O primeiro cliente deu-lhes força e motivação para continuarem. Transmitiu-lhes também a certeza de que queriam construir algo neste ramo, para incrementar pequenos, médios e grandes negócios.

Após um ano a trabalhar em casa, decidiram arriscar uma vez mais e arrendar um espaço físico, situado numa avenida central da cidade.

Não se arrependem de nada do que fizeram, apenas do que ainda não fizeram.

2.3.2 Missão, Visão, Valores

Missão: Ajudar pequenos, médios e grandes negócios a criar ou melhorar a sua presença digital com o objetivo de angariar e fidelizar novos clientes.

Visão: No digital está o presente e o futuro de qualquer negócio.

Valores: Prestar serviços com dedicação, responsabilidade e ambição de alcançar o que ainda não foi alcançado. Propõem-se ser o parceiro fiel para o crescimento de cada negócio.

3 Descrição das Tarefas

O estágio curricular com início a 14 de fevereiro e conclusão a 24 de maio de 2024, respeitou o plano de estágio (Anexo A), com inúmeras atividades descritas, tais como gestão do e-mail geral da empresa, criação de conteúdos, entre outras.

No que toca ao acolhimento, a estagiária foi muito bem recebida; tanto o *CEO* como a Gestora de conteúdos puseram-na à vontade e referiram que estariam sempre disponíveis para qualquer dúvida e esclarecimento.

3.1 Criação e gestão de e-mail

Primeiramente, a estagiária começou por criar o seu *e-mail* pessoal para aceder exclusivamente a todos os assuntos da empresa. Este *e-mail* foi criado a partir do *Google Chrome*, pois o mesmo disponibiliza a opção de se criarem vários utilizadores numa só página *Web*.

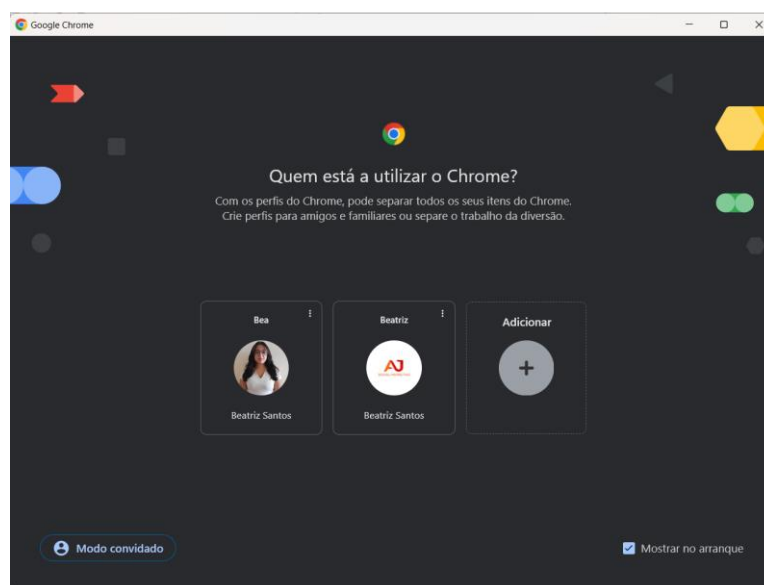


Figura 1 - Página de *Google Chrome*

(Fonte Própria)

De seguida, foram fornecidos à estagiária os dados para que pudesse ter acesso ao *e-mail* geral da entidade e para entrar noutras plataformas com o mesmo e-mail. A partir do *e-mail* da empresa a estagiária pôde geri-lo.

O *e-mail* estava associado a duas contas, *Fixando* e *Zaask*, sendo estas as plataformas onde quem precisa de serviços prestados coloca os seus pedidos e as empresas depois de os avaliarem contactam as pessoas a fim de poderem fazer ou não contrato com as mesmas.

Para esta avaliação a estagiária teve de, ao abrir um e-mail, avaliar o que um potencial cliente pedia; para tal, era preciso que este preenchesse certos requisitos, como por exemplo fornecer o número de telefone e especificar o serviço que queria. Isto é: a partir do momento em que um potencial cliente não colocasse o seu número de telefone, a empresa, para o contactar, teria de gastar créditos, o que nem sempre é muito viável. Por outro lado, se essa pessoa não detalhasse o que pretendia ao certo, ao contactá-la, a empresa poderia estar a perder dinheiro, se não viesse a concretizar o negócio. Logo, a estagiária ao gerir cada e-mail teve de prestar atenção a cada detalhe, como se pode provar pela Figura 2.

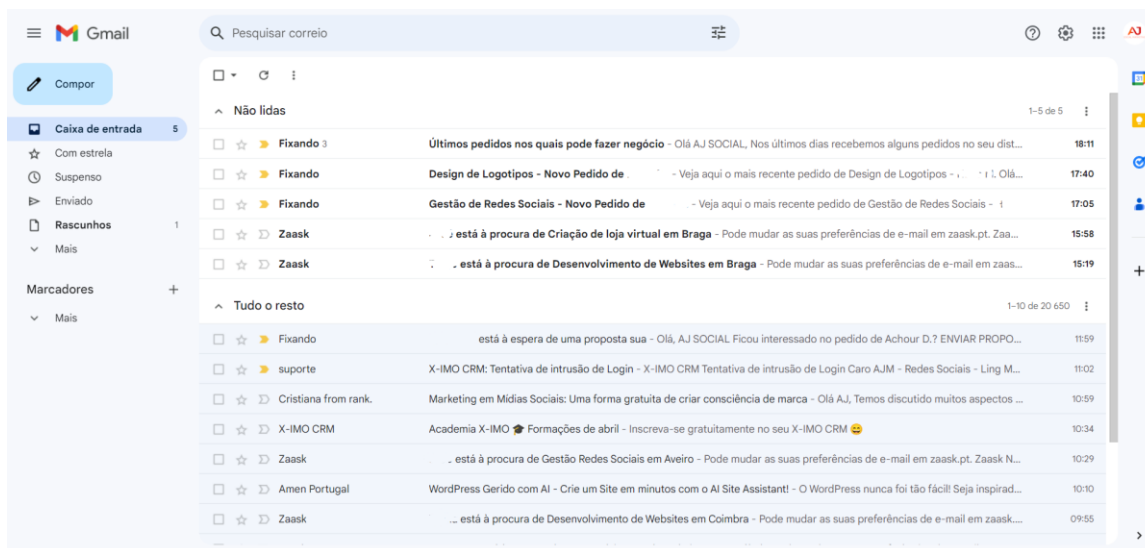


Figura 2 - *E-mail* de empresa

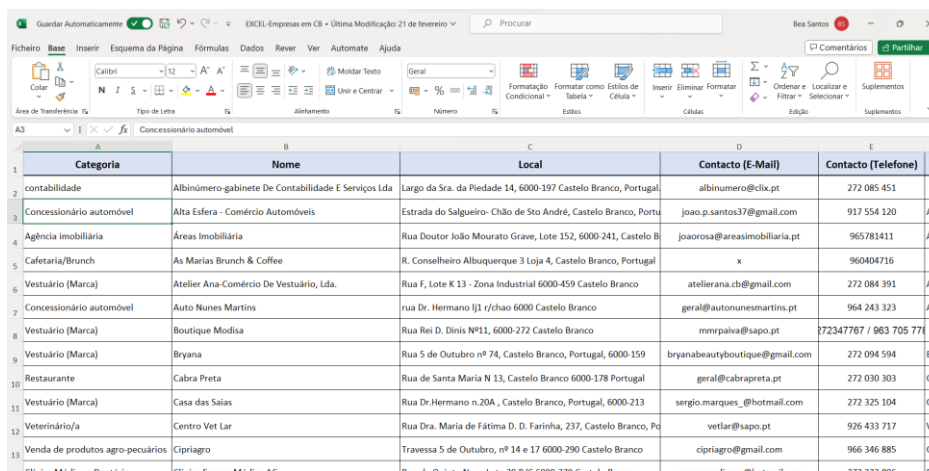
(Fonte Própria)

3.2 Gestão de base de dados

No que diz respeito à base de dados, foi sugerido à estagiária que criasse na ferramenta de trabalho *Excel* uma lista de empresas com sede em Castelo Branco (Figura 3), com as seguintes informações:

- Categoria;
- Nome;
- Local;
- Contacto (E-Mail);

- Contacto (Telefone);
- Facebook e a sua reflexão crítica;
- Instagram e a sua reflexão crítica;
- Website e a sua reflexão crítica.



1	A	B	C	D	E
	Categoria	Nome	Local	Contacto (E-Mail)	Contacto (Telefone)
2	contabilidade	Albinúmero-gabinete De Contabilidade E Serviços Lda	Largo da Sra. da Piedade 14, 6000-197 Castelo Branco, Portugal.	albinumero@dlix.pt	272 085 451
3	Concessionário automóvel	Alta Esfera - Comércio Automóveis	Estrada do Salgueiro- Chão de Sto André, Castelo Branco, Portu	joao.p.santos37@gmail.com	917 554 120
4	Agência imobiliária	Áreas Imobiliária	Rua Doutor João Mourato Grave, Lote 152, 6000-241, Castelo B	joaorosa@areasimobiliaria.pt	965781411
5	Cafetaria/Brunch	As Marias Brunch & Coffee	R. Conselheiro Albuquerque 3 Loja 4, Castelo Branco, Portugal	x	960404716
6	Vestuário (Marca)	Atelier Ana-Comércio De Vestuário, Lda.	Rua F, Lote K 13 - Zona Industrial 6000-459 Castelo Branco	atelierana.cb@gmail.com	272 084 391
7	Concessionário automóvel	Auto Nunes Martins	rua Dr. Hermano IJ r/chao 6000 Castelo Branco	geral@autonunesmartins.pt	964 243 323
8	Vestuário (Marca)	Boutique Modisa	Rua Rei D. Dinis Nº11, 6000-272 Castelo Branco	mmrpaiva@sapo.pt	772347767 / 963 705 777
9	Vestuário (Marca)	Bryana	Rua 5 de Outubro nº 74, Castelo Branco, Portugal, 6000-159	bryanabeautyboutique@gmail.com	272 094 594
10	Restaurante	Cabra Preta	Rua de Santa Maria N 13, Castelo Branco 6000-178 Portugal	geral@cabrapreta.pt	272 030 303
11	Vestuário (Marca)	Casa das Saias	Rua Dr.Hermano n.20A , Castelo Branco, Portugal, 6000-213	sergio.marques_@hotmail.com	272 325 104
12	Veterinário/a	Centro Vet Lar	Rua Dra. Maria de Fátima D. D. Farinha, 237, Castelo Branco, Po	vetlar@sapo.pt	926 433 717
13	Venda de produtos agro-pecuários	Cipriago	Travessa 5 de Outubro, nº 14 e 17 6000-290 Castelo Branco	cipriago@gmail.com	966 346 885

Figura 3 - Folha de Excel

(Fonte Própria)

Com estes dados, a entidade obteve conhecimento acerca do tipo de comunicação desenvolvido pelas empresas locais, o que lhe possibilitou desenvolver estratégias mais incisivas. Para tal, a aluna teve de efetuar uma pesquisa aprofundada a fim de ter as informações necessárias para preencher os campos pretendidos. Esta procura foi feita a partir do *Google* e das redes sociais das empresas aquando da existência das mesmas.

Esta atividade teve a finalidade da AJ Social Marketing poder saber quais as outras empresas em Castelo Branco que tinham presença online e tentar fazer negócio.

3.3 Criação de conteúdo

Através da plataforma digital *Canva*, a estudante teve de criar diversos conteúdos para diferentes empresas. Para a criação desses conteúdos, houve um trabalho de pesquisa sobre diversas organizações, pois como eram de diferentes áreas, a estagiária, para cada uma, teve de pesquisar acerca de cada tópico, para poder fazer um bom trabalho. A criação deste conteúdo, na maior parte das empresas foi de histórias, publicações e *reels*, para as suas redes sociais, *Facebook* e *Instagram*.

O primeiro conteúdo foi para uma petisqueira situada em Castelo Branco [Apêndice A], sendo que teve de criar *HAPPY HOURS*. Assim, quando na televisão passava um jogo de futebol que envolvesse o Clube do Benfica, do Sporting ou do Porto, a petisqueira fazia um desconto nas bebidas. Foram também criadas publicações de diferentes tópicos para esta empresa, como por exemplo: fotos de petiscos, eventos, entre outros.

Para a petisqueira foram também feitos *reels*, que são pequenos vídeos onde eram anunciadas bandas ou eventos que iriam acontecer no local.

De seguida, a estagiária ficou encarregue de divulgar serviços de veterinária [Apêndice B] situados situado em Vila Nova de Gaia. Neste sentido, desenvolveu uma pesquisa sobre conteúdos relativos à área, como por exemplo: dicas, doenças, dias relativos à área, *quizzes*, *reels*, entre outros. Posteriormente, estes eram colocados à aprovação da médica veterinária, pois como são temas mais específicos a cliente em questão tinha de avaliar o conteúdo produzido.

Para além dos conteúdos referidos, a estagiária esteve encarregue da própria página da entidade AJ Social Marketing, uma vez que lhe foi proposto que ajudasse na criação de novos conteúdos e de novas ideias de publicações (Figura 4). Para tal, teve de investigar sobre conteúdos de marketing e sobre formas de coadjuvar outras pessoas nas redes sociais. Colaborou também na gravação e criação de *reels* [Apêndice C].



Figura 4 - Exemplo de publicação

Fonte: Instagram AJ Social Marketing

A estagiária criou igualmente publicações para outras empresas que, entretanto, a entidade começou a gerir no tempo de estágio [Apêndice D].

3.3.1 Agendamento das publicações

Após a criação de conteúdos nas devidas plataformas, estas são agendadas através do *Meta Business Suite (Facebook)*. Este agendamento é possível, pois a partir do e-mail da empresa referido acima (subcapítulo 3.1) que permite o acesso a diferentes plataformas, através da conta de *Facebook* da entidade, a estagiária tem acesso às diferentes páginas das outras empresas. No *Meta Business Suite* encontra-se a opção de “organizador” e a partir desses passos agendam-se as publicações criadas

posteriormente. De seguida, eram colocadas as publicações criadas, a legenda devidamente corrigida e as horas e o dia em que a publicação saía.

Os agendamentos destas publicações só poderiam ser feitos com um espaçamento de tempo de 15 minutos e até sensivelmente um mês.

O referido agendamento tinha como finalidade o planeamento de cada empresa, fazendo com que a estagiária se pudesse organizar, dado que ao criar várias publicações agendava-as até um certo tempo (Figura 5), conseguindo assim preocupar-se com outras atividades.

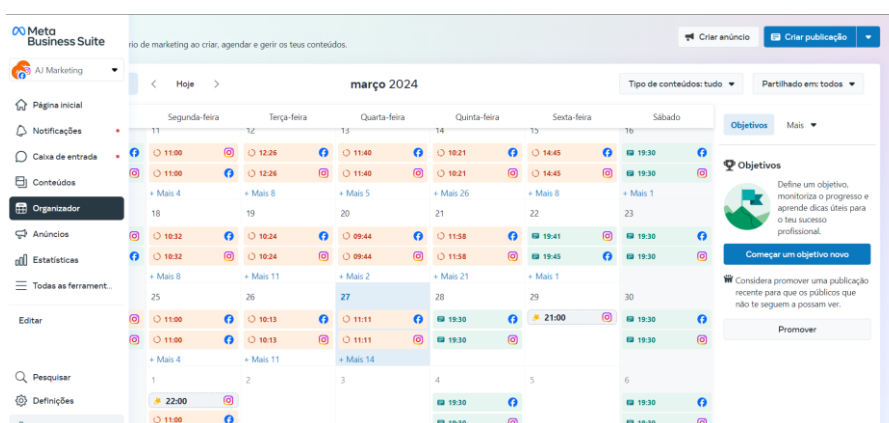


Figura 5 - Meta Business Suite

3.4 Apoio nas tarefas contabilísticas

Esta tarefa a estagiária não a realizou muitas vezes, isto porque era uma atividade que só se fazia ao fim do mês.

A tarefa consistia em classificar como “compras” e/ou “vendas” as faturas online recebidas por e-mail. De seguida, a partir da aplicação *CentralGest Cloud*, eram então colocadas de modo a que a contabilista pudesse ter acesso.

As faturas em papel eram-lhe entregues e, após análise do mês a que correspondia cada uma, a estagiária colocava-as num envelope e de seguida preenchia um documento de envio dos CTT endereçado à contabilista.

4 Análise e Reflexão sobre o Estágio

O estágio curricular tem como objetivo a inserção dos alunos no ambiente profissional e serve para estes consolidarem os conhecimentos adquiridos em contexto de sala de aula.

A presente análise crítica tem como base a experiência da aluna no local de estágio curricular ao longo dos três meses na empresa AJ Social Marketing.

No seguimento de três anos de experiência académica, a estagiária sentia-se confiante para uma nova etapa no fim do seu curso, sendo que iria finalmente aplicar os seus conhecimentos em contexto profissional.

Após uma conversa com a sua supervisora, a estagiária decidiu que queria prosseguir o estágio selecionado, embora com algum receio, pois é uma área que pouco se explora no curso.

O acolhimento profissional e o acompanhamento persistente do orientador e da criadora de conteúdos foram fundamentais para a estagiária se sentir à vontade e confiante a fazer um bom trabalho, sem medo de pedir apoio ou de falhar; ambos estavam lá para a ajudar a superar as suas dificuldades.

O plano de estágio não foi integralmente cumprido, tendo sido mais focado da área de gestão de *e-mails*, na criação e agendamento de conteúdos e comunicação com os clientes, faltando a parte do acompanhamento de reuniões. A estagiária teve a oportunidade de aprofundar a sua criatividade e os seus conhecimentos nas plataformas online servindo para, no futuro, poder demonstrar a sua capacidade na criação e desenvolvimento de publicações e websites.

Cada atividade realizada teve a sua facilidade e dificuldade. A tarefa na plataforma Excel foi sem dúvida a mais trabalhosa, isto porque, sendo logo das primeiras atividades a serem feitas, a aluna estava receosa de entregar um trabalho que não fosse ao encontro das expectativas desejadas. Foi feito um trabalho de pesquisa exaustivo de cada empresa na cidade, mas da forma incorreta, porque a estagiária procurou empresas gerais, quando existem muitas empresas específicas e regionais, por exemplo imobiliárias, clínicas, restaurantes... em Castelo Branco, sendo que, depois de retirar as suas dúvidas, já conseguiu fazer um bom trabalho.

Uma tarefa que, sendo trabalhosa, foi a mais apreciada pela estagiária, foi a de criação de conteúdo, principalmente os denominados *reels*, pois trabalhar com vídeos de vários minutos e transformá-los em poucos segundos é muito interessante e de resultado completamente diferente.

As Unidades Curriculares mais postas em prática pela estagiária foram as de TIC para Fins Empresariais, tendo demonstrado conhecimentos na área com o fim de poder aplicar o que foi lecionado.

A estagiária considera que o Estágio Curricular é a parte mais importante numa licenciatura, na medida em que permite ao estudante aplicar os seus conhecimentos, permitindo verificar se essa aplicação foi feita de forma adequada. Seria mais proveitoso também que o tempo fosse mais alargado, de modo que mais conteúdos pudessem ser abordados em contexto profissional.

O Estágio Curricular na empresa AJ Social Marketing foi muito proveitoso, porque para além de a estagiária ter aprofundado os seus conhecimentos em diferentes áreas, pôde comprovar também que um profissional de secretariado não trabalha apenas numa área específica, mas que deve ser polivalente e estar apto a adaptar-se às novas exigências e desafios profissionais.

Conclusão

Ao longo do estágio, a aluna vivenciou a aplicação dos conhecimentos adquiridos em sala de aula num ambiente de trabalho real, enfrentando desafios e oportunidades de crescimento.

Durante o período de estágio na empresa AJ Social Marketing a aluna teve a oportunidade de desenvolver competências essenciais para a área de Secretariado, bem como adquiriu uma compreensão mais profunda do ambiente profissional e de empresa. As atividades desenvolvidas, que incluíram gestão do e-mail geral da empresa, criação de base de dados, criação e agendamento de publicação e apoio na área contábilística, foram fundamentais para aprimorar as suas capacidades de organização, de criatividade e de gestão do tempo.

A supervisão, a coordenação e o *feedback* constantes proporcionados pela empresa foram essenciais para o crescimento profissional da aluna. As orientações recebidas possibilitaram-lhe a correção de erros e aprofundar as suas competências, com o objetivo de estar preparada para os desafios futuros da sua carreira profissional.

Na realização do presente relatório a aluna pôde consolidar o que aprendeu em sala de aula e de certa forma mostrar outras vertentes do Secretariado. Visto ser uma profissão em constante mudança/atualização este profissional tem de estar sempre preparado para se adaptar à nova era.

Em conclusão, o estágio proporcionou uma valiosa oportunidade de aplicar e aprimorar os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura em Secretariado. Durante este período, a estagiária pôde vivenciar em primeira mão a dinâmica e as responsabilidades do papel de secretário contemporâneo, tanto nas suas tarefas tradicionais, mas principalmente nas mais recentes do trabalho digital.

Referências Bibliográficas

- Almeida, W. A. (1 de abril de 2018). Competências Comportamentais dos Profissionais de Secretariado: o impacto da atuação internacional da empresa. Obtido em 5 de março de 2024, de *Revista de Gestão e Secretariado*. <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/632/pdf>
- Brun, A., Cechet, G., & Neumann, S. (6 de março de 2013). Gestão secretarial: a evolução das funções do profissional de secretariado e a efetividade da inteligência emocional nos processos de trabalho. *Secretariado Executivo Em Revist@*, p. 42. Obtido de <https://seer.upf.br/index.php/ser/article/view/3024/2030>
- Castells, M. (2009). A Comunicação na Era Digital. *Comunicación y poder*. Obtido em 6 de março de 2024, de <http://parlamidia.com/images/PDF/castells-comunicacao.pdf>
- Cruz, C. A. (4 de abril de 2014). Marketing Digital: Marketing Para o Novo Milênio. *Revista Científica do ITPAC*, p. 7. Obtido em 6 de março de 2024, de <https://s3.us-east-1.amazonaws.com/assets.unitpac.com.br/arquivos/Revista/72/1.pdf>
- MACROCONSULTING. (10 de fevereiro de 2023). *O Que É Contabilidade? – Definição, Origem E Objetivos*. Obtido em 5 de junho de 2024, de macroconsulting: <https://macroconsulting.pt/o-que-e-contabilidade/>
- Mahara, E. (s.d.). *A pandemia na era digital: Como as redes sociais têm se reinventado para ajudar usuários e empresas*. Obtido em 5 de março de 2024, de Atena: <https://atenamkt.com/redes-sociais-na-pandemia/>
- Peçanha, V. (22 de julho de 2020). *O que é Marketing: tudo o que você precisa saber sobre a arte de conquistar e fidelizar clientes*. Obtido em 6 de março de 2024, de rockcontent: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-marketing/>
- Pereira, R. (2024). *O que é Publicidade: Exemplos, objetivos e a sua importância*. Obtido em 18 de março de 2024, de sydra,LDA: <https://www.sydra.pt/blog/o-que-e-publicidade/>
- Santos, E., Brunheta, V., & Franco, H. (2016). O Secretariado no Mundo Global. Em E. Santos, P. Silveira, A. Pinto, & V. Brunheta, *Práxis e Inovação em Secretariado* (p. 141). Castelo Branco: Instituto Politécnico de Castelo Branco.
- Santos, P. M. (abril de 2012). O Secretariado Contemporâneo. *Secretariado – um factor de competitividade organizacional*, p. 11. Obtido em 3 de março de 2024, de <http://hdl.handle.net/10400.19/984>
- Santos, P. M., & Ferreira, J. L. (2014). Eficiência e Inovação: A Adaptabilidade do Profissional de Secretariado às Exigências do Mundo Contemporâneo. p. 6. Obtido em 13 de março de 2024, de <https://core.ac.uk/download/pdf/75982883.pdf>

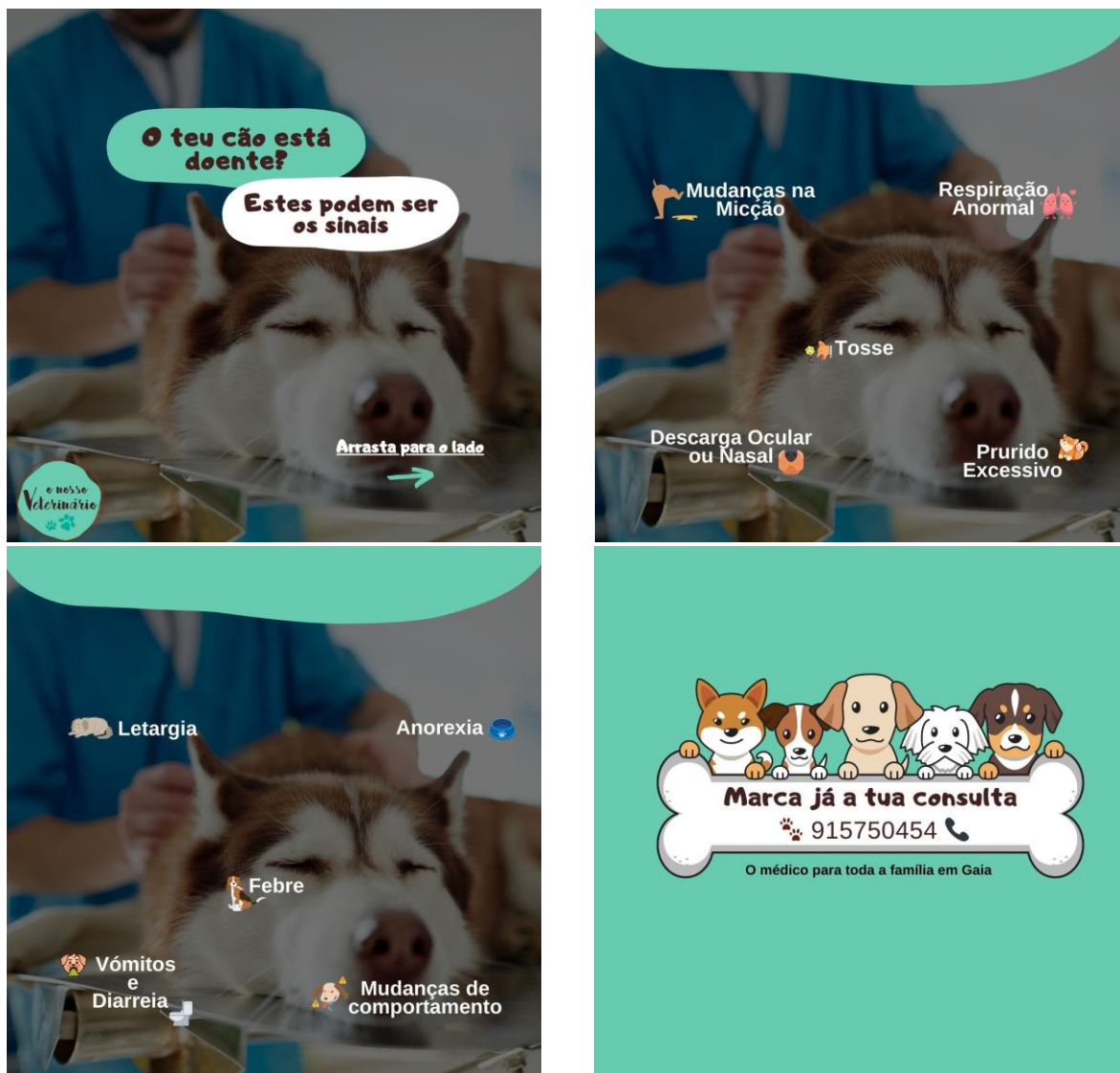
têxtil, p. (27 de outubro de 2023). *Portugueses seguem marcas e empresas no Instagram*.
Obtido em 3 de março de 2024, de portugal têxtil:
[https://portugaltextil.com/portugueses-seguem-marcas-e-empresas-no-
instagram/](https://portugaltextil.com/portugueses-seguem-marcas-e-empresas-no-instagram/)

APÊNDICES

Apêndice A – Exemplo de publicações (Petisqueira)



Apendice B – Exemplo de publicações (Veterinário)

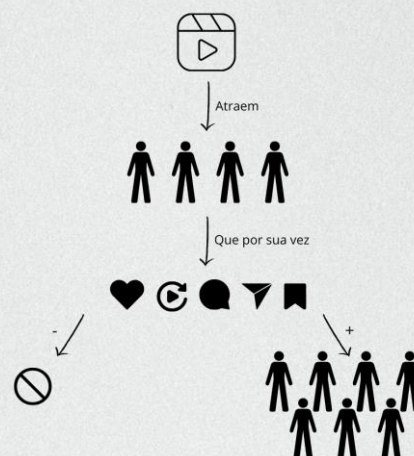


Apendice C – Exemplo de publicações (Empresa)



Os reels *atraem* pessoas,
que por sua vez, se
gostarem do conteúdo,
irão *interagir*.

Logo, através das
interações, o *algoritmo* do
Instagram assume que é
um conteúdo de *interesse*.



Apendice D – Exemplo de publicações (Outras empresas - Otherway)



**MUDE PARA
TECNOLOGIA SEM CALOR**



www.otherway.pt

**PARA MAIS VANTAGENS
TAIS COMO**

**AUMENTE A PRODUTIVIDADE E REDUZA O
IMPACTO AMBIENTAL.**

**O MENOR CONSUMO ENERGÉTICO
POUPA ENERGIA E DINHEIRO**

**MENOS PEÇAS DE SUBSTITUIÇÃO,
MENOR IMPACTO AMBIENTAL**

POUPE TEMPO COM UMA IMPRESSÃO DE ALTA VELOCIDADE CONSISTENTE

A MENOR INTERVENÇÃO AUMENTA A PRODUTIVIDADE

ATÉ 96%
MENOS CONSUMÍVEIS UTILIZADOS DO QUE AS IMPRESSORAS LASER

ATÉ 83%
MENOS ENERGIA DO QUE AS IMPRESSORAS LASER

ATÉ 50%
MAIS RÁPIDA A PARTIR DO ESTADO "PRONTA" EM COMPARAÇÃO COM AS IMPRESSORAS LASER

ANEXOS

Anexo A – Plano de Estágio

PLANO E CRONOGRAMA DE ESTÁGIO LICENCIATURA EM SECRETARIADO

I – IDENTIFICAÇÃO DO ESTAGIÁRIO

NOME: Beatriz Alexandra Santos

II – ESTÁGIO

ENTIDADE ACOLHEDORA: AJ Social Marketing Unipessoal LDA

CONTACTOS DA ENTIDADE ACOLHEDORA:

934485291

SUPERVISOR:

Maria Eduarda Borges dos Santos

ORIENTADOR:

João Brites

DATA DE INÍCIO: 12 de fevereiro

DATA DE CONCLUSÃO: 25 de maio

BREVE HISTÓRICO DA ENTIDADE ACOLHEDORA:

AJ Social Marketing é uma empresa sediada em Castelo Branco, que presta serviços da área de marketing, tal como, gestão de redes sociais, criação de conteúdos, desenvolvimento de websites, branding, design gráfico entre outros.

ATIVIDADES A DESENVOLVER EM ESTÁGIO:

Receção e atendimento presença/telefónico
Gestão de email geral da empresa
Acompanhamento e preparação de reuniões
Apoio na criação de conteúdos
Apoio na gestão de calendarização de conteúdos
Apoio à comunicação com clientes
Apoio na gestão de recursos humanos e respetiva documentação
Apoio em tarefas da área contabilística

CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES A DESENVOLVER

ATIVIDADES	Ano letivo 2023/2024			
	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4
Receção e atendimento presencial/telefónico	x	x	x	x
Apoio à gestão da entrada e saída de correspondência	x	x	x	x
Acompanhamento da preparação e secretariado de reuniões	x	x	x	x
Receção, seleção, ordenação, encaminhamento e arquivo de documentos	x	x	x	x
Produção documental – cartas, relatórios, apresentações ou outros	x	x	x	x
Organização de deslocações dos executivos da instituição	x	x	x	x
Planificação, divulgação, implementação de eventos e gestão da imagem da organização	x	x	x	x
Realização de traduções				
Utilização de aplicações informáticas de apoio às tarefas administrativas	x	x	x	x
Criação e gestão de bases de dados	x	x	x	x
Assessoria à gestão organizacional	x	x	x	x
Acompanhamento da gestão de agenda	x	x	x	x



Gestão das presenças, férias, contratos de trabalho, salários e abonos diversos	x	x	x	x
Participação em ações de recrutamento e seleção				x
Organização, classificação e registo de documentos contabilísticos	x	x	x	x
Preparação da informação e documentação no âmbito das funções de aprovisionamento	x	x	x	x

O Estagiário

Beatriz Alexandra Santos

O Orientador

[Assinatura]

Anexo B – Avaliação de desempenho



ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO

AVALIAÇÃO DO ESTÁGIO CURRICULAR PELA INSTITUIÇÃO / EMPRESA

Nome do/a Estagiário/a (s): **Beatriz Alexandra Santos**Curso: **Licenciatura em Secretariado**Período de Estágio: Início em **12/02/2024**; Fim **24/05/2024**.Entidade Acolhedora: **AJ Social Marketing Unipessoal LDA.**Monitor do Estágio: **João Brites**Cargo ou Função: **Gerente**Professor(a) Responsável: **Eduarda Santos**

Indique o seu grau de satisfação em relação ao estágio curricular realizado pelo(s) aluno(s), assinalando com uma cruz a sua opção relativamente a cada um dos itens. Classifique de acordo com uma escala de 1 a 5 (1 – Muito Fraco; 2 – Fraco; 3 – Médio; 4 – Bom; 5 – Muito Bom):

I- Competências Pessoais	Muito Fraco (1)	Fraco (2)	Médio (3)	Bom (4)	Muito Bom (5)
1. Assiduidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Pontualidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Espírito Crítico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Iniciativa e Autonomia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. Sentido de Responsabilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6. Saber Ouvir	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7. Capacidade de Comunicar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



II- Integração na Instituição/Empresa	Muito Fraco (1)	Fraco (2)	Médio (3)	Bom (4)	Muito Bom (5)
1. Adaptação à estrutura organizacional da Instituição/Empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Capacidade de Integração em Equipa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Relacionamento Interpessoal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

III- Desempenho Profissional	Muito Fraco (1)	Fraco (2)	Médio (3)	Bom (4)	Muito Bom (5)
1. Qualidade do Trabalho Desenvolvido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Capacidade para intervir em áreas diversas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
3. Capacidade de Organização e Cumprimento de Prazos e Tarefas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Domínio Técnico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Criatividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6. Conhecimento teórico evidenciado no desempenho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Questões de Síntese:

1 – Pretende continuar a receber estudantes do IPCB para realizarem estágios?

Sim Não

2 – Quais os pontos fortes do desempenho do estudante no estágio?

A vontade de aprender, a qualidade e esforço com que desempenhou cada tarefa atribuída.
Avaliação: 19 valores (dezanove valores)

3 – Quais os pontos fracos que detetou no desempenho/formação do estagiário?

Nada a acrescentar.



4 – O que entende sobre a duração do período de estágio?

Insuficiente Suficiente

5 – Sugestões para a melhoria da formação do estagiário?

A formação em contacto de estágio prático é tão ou mais importante que ~~esta~~ a formação teórica, pelo que os estágios deveriam ter uma maior duração.

Castelo Branco, 21 de maio de 2024

Pela Empresa/Instituição

Anexo C – Parecer de admissibilidade a Provas Públicas

Anexo IV – Parecer de admissibilidade a Provas Públicas

Parecer de admissibilidade a provas públicas

(Conforme o n.º 2 do artigo 15ª do Regulamento de Estágio/Trabalho de Projeto)

Após leitura e análise do relatório final de Estágio/Trabalho de Projeto da aluna Beatriz Alexandra Santos

Concordo

com a sua admissibilidade a provas públicas para efeitos de avaliação final.

Não concordo

com a sua admissibilidade a provas públicas para efeitos de avaliação final,
porque _____

Castelo Branco, 19 de junho de 2024.

O Supervisor

Assinado por: **Maria Eduarda Borges dos Santos**
Num. de identificação: 07284422
Data: 2024.06.19 16:10:50+01'00'

