



2. Estágio – Marketing e Comunicação

Função: Estagiário/a de Marketing e Comunicação

Área: Comunicação institucional / Marketing digital

Objetivo do estágio

Envolver o/a estudante nas atividades de comunicação e marketing da entidade, contribuindo para a presença digital, produção de conteúdos e apoio à organização de iniciativas e campanhas.

Principais tarefas e atividades

- Apoio à gestão das redes sociais:
 - Planeamento de conteúdos
 - Preparação de textos (copies), imagens e pequenos vídeos
 - Resposta a mensagens e comentários (quando aplicável).
- Colaboração na atualização de conteúdos do site institucional e newsletters.
- Apoio na criação de materiais de comunicação:
 - Apresentações, cartazes, folhetos, templates, documentos institucionais.
- Apoio na organização e comunicação de eventos, campanhas e iniciativas.
- Levantamento e organização de informação para relatórios, notícias e histórias de impacto.
- Monitorização simples de resultados (alcance, interações, crescimento de comunidade, etc.).

Perfil pretendido

- Estudantes de:
 - Licenciatura/CTeSP em Marketing, Comunicação, Multimédia, Relações Públicas ou áreas afins
 - Ou cursos profissionais na área de Comunicação/Multimédia.
- Boa capacidade de escrita em português (clareza, correção e adequação ao público).
- Valorizados conhecimentos em:



- Gestão de redes sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn, etc.)
- Ferramentas de design (ex.: Canva, Photoshop) ou edição de vídeo (ex.: CapCut, Premiere).
- Criatividade, proatividade e interesse por comunicação digital.
- Capacidade de trabalho em equipa e de cumprir prazos.

Condições gerais do estágio

- Tipo de estágio: curricular (ou profissionalizante, a acordar com a instituição de ensino).
- Duração: a acordar (ex.: 3 a 6 meses).
- Regime: preferencialmente presencial, podendo existir momentos pontuais de trabalho remoto.
- Horário: ajustado ao plano de estudos do/a estagiário/a.

O que o/a estagiário/a poderá aprender

- Planeamento e execução de um plano de conteúdos.
- Criação de materiais de comunicação alinhados com a identidade da marca.
- Noções práticas de comunicação institucional e relacionamento com diferentes públicos.