

 Politécnico da Guarda Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR		MODELO PED.007.02

<i>Curso</i>	Comunicação Multimédia		<i>Ano letivo</i>		2021/2022		
<i>Unidade Curricular</i>	Comunicação Organizacional		ECTS		4		
<i>Regime</i>	Obrigatório						
<i>Ano</i>	1.º	<i>Semestre</i>	2.º	<i>Horas de trabalho globais</i>			
<i>Docente</i>	Handerson Webber Aguiar Engrácio			<i>Total</i>	108	<i>Contacto</i>	52,5
<i>Coordenador da área científica</i>	Joaquim Manuel Fernandes Brigas						

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Definir organização;
- Distinguir instituições de empresas;
- Compreender o conceito de identidade organizacional;
- Distinguir as disciplinas de comunicação Relações Públicas e Publicidade e as suas funções;
- Compreender a importância do planeamento de comunicação organizacional.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Organização
 - 1.1. Definição
 - 1.2. Instituições e empresas
 - 1.3. Públicos internos e externos
 - 1.4. Identidade organizacional
2. Relações Públicas: Definição e Enquadramento
 - 2.1. Relação com os media
 - 2.2. Comunicação de crise
 - 2.3. Eventos
 - 2.4. Protocolo
 - 2.5. Responsabilidade social
 - 2.6. Lóbi
 - 2.7. Acompanhamento ao público
3. Publicidade: Definição e enquadramento
 - 3.1. Objetivos da campanha publicitária
 - 3.2. Públicos-alvo
 - 3.3. Posicionamento
 - 3.4. Atributos a comunicar
 - 3.5. Ideia publicitária
 - 3.6. Estratégias criativas
 - 3.7. Escolha de meios
4. Plano de comunicação organizacional
 - 4.1. Pesquisa e diagnóstico
 - 4.2. Objetivos e públicos
 - 4.3. Recursos
 - 4.4. Programação
 - 4.5. Avaliação

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

A Comunicação nas organizações é, cada vez mais, uma ferramenta essencial para todos os setores profissionais no século XXI. E por isso que entendemos que é importante os futuros profissionais de Comunicação Multimédia compreendam que a Comunicação é planeada e estratégica para que as organizações possam atingir os seus objetivos. Neste sentido, propomos um programa detalhado com os principais elementos de Comunicação nas organizações, com a correta definição de identidade organizacional e percorrendo as disciplinas da Comunicação: Relações Públicas e Publicidade e as suas diversas vertentes. Enfatizamos também a importância do plano de Comunicação como ferramenta fundamental na Comunicação Organizacional.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

- A.A.V.V (2015). *Relações Públicas e Comunicação Organizacional – Desafios da globalização*. Lisboa: Escolar Editora.
- Bassat, L. (2017). *El libro rojo de la Publicidad* (3.^a edição). Barcelona: Debolsillo.
- Joannis, H. (1988). *O Processo de Criação Publicitária*. Mem Martins: CETOP.
- Caetano, J. e Rasquilha L. (2007) *Gestão e Planeamento de Comunicação*, (3.^a edição.). Lisboa: Quimera;
- Engrácio, H. (2015). *Relações Públicas: Para uma atualização de funções e instrumentos*. Tese de Doutoramento. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa.
- Lendrevie, J. et al. (2010). *Publicitor* (7.^a edição). Alfragide: D. Quixote.
- Palencia-Lefler, M. (2011). *90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Publicas: Manual de Comunicación Corporativa* (3.^a edição). Barcelona: Profit Editorial.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Lições expositivas, simulação de situações, pesquisa individual e de grupo, debate, estudo de casos. Ambiente de aprendizagem: Sala de aula/espços escolares.

Ponderação da avaliação:

Frequência: 50%, Trabalho Final: 30%; Participação/Empenho: 20%.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

A avaliação em vários formatos pode demonstrar cabalmente a forma como os alunos compreendem e aplicam os conhecimentos lecionados. Deste modo, dividimos a avaliação em teste escrito e participação/empenho em sala de aula. As aulas procuram estabelecer um contacto aproximado com a realidade fomentando o espírito de discussão e debate de ideias. Julgamos que este método é útil para envolver os alunos, fomentar o seu espírito analítico e crítico.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Presenças obrigatórias em 66% das horas lecionadas. Trabalhadores-estudantes com estatuto e alunos com aulas sobrepostas devem entrar em contacto com o docente.