



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

Handwritten signature

CURSO	Curso de Gestão de Empresas Ramo – Organização e Gestão de Empresas 1º Ciclo	ANO LECTIVO	2014/2015
--------------	---	--------------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Comunicação e Negociação Empresarial	Código	9152121
Área Científica	Marketing		
Tipo	Obrigatória	Ano / Semestre	3/S1

Créditos ECTS	Horas Totais de Trabalho	Horas de Contacto (HC)						
		T	TP	P	PL	OT	E	Outra
5	135.0	30.0	0.0	0.0	45.0	0.0	0.0	0.0

Docentes		Categoria	Nº de HC
Responsável	Maria de Fátima Rodrigues Pedro	Professora Adjunta	
Teóricas	Inês Pereira de Almeida de Bettencourt da Câmara	Equiparado Assistente 2º Triénio	30
Teórico-Práticas			
Práticas			
Prática Laboratorial	Inês Pereira de Almeida de Bettencourt da Câmara	Equiparado Assistente 2º Triénio	45
Orientação Tutorial			
Estágio			

Objectivos de Aprendizagem

No final desta unidade curricular, o aluno deve ser capaz de: - Explicar os princípios da comunicação; - Comunicação empresarial (interna, institucional e comercial); - Como fazer o plano de comunicação; - Assessoria de comunicação; - Negociação empresarial: objectivos e técnicas.

Conteúdos Programáticos (resumido)

- O processo da comunicação; - Psicossociologia da comunicação. - Comunicação empresarial; - O plano de comunicação; - Assessoria de comunicação; - Negociação empresarial

Conteúdos Programáticos (detalhado)

- O processo da comunicação; - Psicossociologia da comunicação. - Comunicação empresarial (interna, institucional e comercial); - O plano de comunicação; - Assessoria de comunicação; - Negociação empresarial: objectivos e técnicas.

Coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos

Os conteúdos têm como objectivo focar uma prática profissional assente numa metodologia de trabalho, que consiga adaptar-se aos novos desafios e novas tecnologias de comunicação indo ao encontro dos objectivos da UC.

Metodologias de ensino

Ensino presencial com recurso a textos, vídeos e casos práticos. Situações de role-playing e simulação.

Coerência das metodologias de ensino com os objectivos

As metodologias de ensino procuram aliar a transmissão de conteúdos, a análise e discussão crítica com exercícios práticos, fundamentando uma metodologia de trabalho e futura prática profissional.

Metodologias de avaliação

Trabalho, Frequência e Exame.

Pré requisitos

Não se aplica

Bibliografia principal (máx 4 ref.)f

- DIONÍSIO, P. (2009). *Mercator*. Lisboa: Publicações Dom Quixote
- SIMÕES, E. (2008). *Negociação nas Organizações – Contextos Sociais e Processos Psicológicos*. Lisboa: Editora RH
- CASTRO, J. (2005). *Comunicação de Marketing*. Lisboa: Sílabo
- CARVALHO, J. (2008). *Negociação*. Lisboa: Sílabo

Software

Observações

Docente

Alfredo
Wesley de Cássia

Diretor de Curso

