



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR  
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

*Handwritten initials/signature in blue ink.*

<b>CURSO</b>	<b>Curso de Gestão de Empresas</b> <b>Ramo – Gestão Financeira</b> <b>1º Ciclo</b>	<b>ANO LECTIVO</b>	2014/2015
--------------	--	--------------------	-----------

**FICHA DA UNIDADE CURRICULAR**

<b>Unidade Curricular</b>	<b>Comunicação e Negociação Empresarial</b>	<b>Código</b>	9152221
<b>Área Científica</b>	<b>Marketing</b>		
<b>Tipo</b>	Obrigatória	<b>Ano / Semestre</b>	3/S1

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

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

690

*Amo*

**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**

*António Rocha*  
*dos Bateiros de G.*

**Diretor de Curso**



Homologado pelo C.T.C.  
Acta n.º 68 Data 22/4/2015  
