



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Especialização Tecnológica em
Banca e Seguros
2ª Edição _ Tomar

ANO LECTIVO

2010/2011

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular Técnicas de Comunicação

Área de Competência Desenvolvimento Pessoal

Componentes de Formação Geral e Científica

Créditos ECTS	Tempo de Trabalho	
	Total	Contacto
1	37	25

DOCENTE INTERNO		CATEGORIA
Formador	José Gaio Martins Dias	Equip. Assist. 1.º Triénio

DOCENTE/FORMADOR EXTERNO		CATEGORIA
Coordenador Interno		
Formador Externo		

OBJECTIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

Descrever e Identificar as estratégias e as metodologias de comunicação nas empresas financeiras.

PROGRAMA PREVISTO PARA A UNIDADE CURRICULAR

- Factores que contribuem para a imagem de uma organização. A importância do atendimento.
- Exemplos práticos de relações públicas em empresas e instituições.
- História das relações públicas, de Ivy Lee aos nossos dias. Objectivos das R.P. Complementaridade entre marketing e R.P. RP como comunicação bidireccional, técnica de comunicação e filosofia de gestão
- Tipos de comunicação da empresa com os diversos públicos (de produto, institucional, relações com imprensa, comunicação de crise, internet)
- Planeamento de R.P.
- O Press Release como técnica de comunicação com os media.
- Imagem institucional. Nome, logótipo, slogan
- Feiras e exposições como oportunidade de comunicação Universo da comunicação social. e dos suportes da comunicação . Vantagens e desvantagens de cada meio.
- Normas práticas de organização de eventos. Os eventos como estratégia e instrumento de comunicação.
- Preparação de um plano de RP. Organização das RP. Desafios futuros das RP
- Estudo de casos

BIBLIOGRAFIA

Sebenta

Fotocópias de textos fornecidos pelo docente

PIRES, Aníbal (2002): Marketing. Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão, Lisboa, Verbo (3.ª ed revista e actualizada)

AAVV (2004): Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing, Lisboa, Dom Quixote

WEBGRAFIA

DECO – Proteste - <http://www.deco.proteste.pt/>

MARKTEST - Estudos de mercado, sondagens, audiências, publicidade - <http://www.marktest.pt/>

APPM - Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing - <http://www.appm.pt/>

AEP - Associação Empresarial Portuguesa - <http://www.aeportugal.pt/>

AIP - Associação Industrial Portuguesa - <http://www.aip.pt/>

APCT - Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem - <http://www.apct.pt/>

CCP - Confederação do Comércio e Serviços de Portugal - <http://www.ccp.pt/>

Instituto Nacional de Estatística - <http://www.ine.pt/>

Revista Meios e Publicidade – Online - <http://www.meiosepublicidade.pt/>

Jornal de Negócios – Online - <http://www.negocios.pt/>

Revista Exame - <http://www.exame.pt/>

Revista Marketeer - <http://www.marketeer.pt/>

Superbrands Portugal - <http://www.superbrands.org/20726>

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Exame de frequência (100%). Os alunos que não obtiverem nota igual ou superior a 10 (dez) serão admitidos a exame.
--------------------	--

Avaliação Periódica	
---------------------	--

Avaliação Final	
-----------------	--

OBSERVAÇÕES

Ygor Cavé A. Rom