



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

## ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Auditoria e Fiscalidade

ANO LECTIVO

2009/2010

### FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO		
Área Científica	Marketing		
Classificação curricular	OBRIGA.	Ano / Semestre	2/2

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
4	108	45TP	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	José Gaio M. Dias	Eq. Assistente 1.º Triénio
Teóricas		
Teórico-Práticas	José Gaio M. Dias	Eq. Assistente 1.º Triénio
Práticas		
Prático-Laboratorial		

### OBJECTIVOS

Os alunos deverão dominar a temática tratada sob o ponto de vista teórico e prático, aplicando os sistemas conceptuais à realidade económica e social da sua área de trabalho, nomeadamente: criar e aplicar um plano de comunicação a determinado conceito, produto ou serviço; garantir as condições para que a comunicação seja eficaz junto do público-alvo; compreender a importância da avaliação; conhecer e optar em função dos diferentes meios e suportes disponíveis; gerir os canais de Comunicação Institucional; gerir os canais internos e externos de Comunicação.

### PROGRAMA PREVISTO

A unidade curricular oferece os fundamentos teóricos e as competências necessárias para compreender a função de Comunicação no âmbito empresarial. Desta forma, são tratados os seguintes temas:

1. O que é Comunicação Empresarial
  - 1.1 Objectivos
  - 1.2 Técnicas
  - 1.3 Meios
  - 1.4 Públicos
  - 1.4 Exemplos

2. Comunicação e media
  - 2.1 RP como comunicação bidireccional
  - 2.2 Opinião pública
3. Relações Públicas
  - 3.1 Tipos de comunicação da empresa
  - 3.2 Instrumentos RP aplicadas à Auditoria e Fiscalidade
4. Comunicação institucional
5. Comunicação Comercial
6. Preparação de um plano de relações públicas
7. Organização das RP
8. Desafios do futuro para as RP

#### CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	<i>Para alunos em regime normal</i> Trabalho de grupo Trabalho individual
	<i>Para trabalhadores-estudantes</i> Trabalho individual
Avaliação Periódica	Frequência
Avaliação Final	<b>Exame final</b> , caso não tenham tido aproveitamento positivo ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado. <b>A Época de Exame de Recurso</b> - Decorre imediatamente a seguir ao término da Época Normal de Exames, abrangendo o Exame e a Avaliação Contínua. <b>A Época de Trabalhador-Estudante e a Época Especial</b> – O Exame, abrangendo a Avaliação Contínua.

#### BIBLIOGRAFIA

- Ries, Al, Laura (2002): *A Queda da Publicidade e a Ascensão das Relações Públicas*, Lisboa, Editorial Notícias, trad. Luís Paixão Martins.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza (2003): *Curso de Relações Públicas. Relações com os Diferentes Públicos*, São Paulo, Thomson
- VVAA (2000): *Mercator 2000, Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa, Publicações D. Quixote.
- CASTRO, João Pinto e. *Comunicação de Marketing*. Lisboa: Sílabo, 2002.
- GRANADO, António; MALHEIROS, José Vítor (2001), *Como falar com jornalistas sem ficar à beira de um ataque de nervos : guia para investidores e profissionais de comunicação*, Lisboa, Gradiva.
- HELLER, Steven e Karen Pomeroy. *Design Literacy – Understanding Graphic Design*. New York: Allworth Press, 1997.
- LAMPREIA, J. Martins (1998). *Comunicação Empresarial – As Relações Públicas na Gestão*, Lisboa, Texto Editora
- MARTINS, Luís Paixão (2002): *Schiu... Está Aqui Um Jornalista*, Lisboa, Editorial Notícias (2.ª edição)
- MOUTINHO, Ana Viale (2001) *Dicionário de Relações Públicas*, Porto, Campo das Letras.
- VILLAFANE, Justo. *Imagem Positiva: Gestão Estratégica da Imagem da Empresa*. Lisboa: Sílabo, 2000.
- WOLTON, Dominique (1999): *Pensar a Comunicação*, Lisboa, Difel, trad. Vanda

**WEBGRAFIA**

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 Trabalho de grupo (cotação 20%)

Avaliação Periódica Frequência (cotação 80%)

Avaliação Final **Exame final**, caso não tenham tido aproveitamento positivo ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado.  
**A Época de Exame de Recurso** - Decorre imediatamente a seguir ao término da Época Normal de Exames.  
**A Época de Trabalhador-Estudante e a Época Especial** – Exame.

**OBSERVAÇÕES**

**HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL**

<b>Dia</b>	<b>Horário</b>	<b>Local</b>
Quinta-feira	13.30-15.30	Gabinete do docente

*Yorlano André Brito*