



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Especialização Tecnológica em Banca e Seguros

ANO LECTIVO

2008/2009

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular Técnicas de Comunicação
Área de Competência Desenvolvimento Pessoal
Componentes de Formação Geral e Científica

Créditos ECTS

1

Tempo de Trabalho

Total

37

Contacto

25

DOCENTE INTERNO

Formador

CATEGORIA

DOCENTE/FORMADOR EXTERNO

Coordenador Interno Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professora Adjunta

Formador Externo Sandra Henriques Costa

-

OBJECTIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

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

PROGRAMA PREVISTO PARA A UNIDADE CURRICULAR

1. A Teoria da Comunicação
 - 1.1. Teoria da experiência
 - 1.2. Teoria da linguagem e da comunicação
 - 1.3. Teoria do sujeito
2. Estratégias de comunicação no sector financeiro
 - 2.1. Resenha histórica
 - 2.2. A organização da comunicação nas empresas financeiras
 - 2.3. A relação das empresas financeiras com os media
3. Metodologias de comunicação nas empresas financeiras
 - 3.1. A comunicação no interior das empresas financeiras
 - 3.1.1. A comunicação com os colaboradores
 - 3.1.2. A comunicação com os accionistas
 - 3.2. A comunicação entre as empresas financeiras e o exterior
 - 3.3. A comunicação com os clientes e fornecedores
 - 3.4. A comunicação com a sociedade civil

- 3.5. A gestão do contencioso
- 3.6. Estudo de casos

fn

BIBLIOGRAFIA

- . Almeida, Vítor, **A Comunicação Interna na Empresa**, Práxis, Lisboa, 2000;
- . Ball, Raymond, **Pedagogia da Comunicação**, Coleção Saber, Publicações Europa-América, França, 1971 (1.ª Edição);
- . Barthes, Roland, **Mitologias**, Edições 70, 1978;
- . Breton, Philippe e Proulx, Serge, **A Explosão da Comunicação**, Coleção Sínteses, Bizâncio, Lisboa, 1997;
- . Goffman, E., **Apresentação do eu na vida de todos os dias**, Relógio de Água, Lisboa, 1993;
- . Kunsch, Margarida Krohling, **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**, Summus Editorial, S. Paulo, 1986;
- . Lampreia, J. Martins, **A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas**, Publicações Europa-América, Lisboa, 1999;
- . Lindon, Denis; Lendrevie, Jacques; Vicente Rodrigues, Joaquim; Dionísio, Pedro; **MERCATOR – Teoria e Prática do Marketing**, 8ª Edição, Coleção Gestão & Inovação, Série Ciências de Gestão, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 2000;
- . Littlejohn, Stephen, **Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana**, Zahar Editores, Rio de Janeiro, 1982.
- . Mattelard, A e Mattelard, 2ª edição, **História das Teorias da Comunicação**, Campo das Letras, Porto, 2002.
- . McLuhan, Marshall, **Os meios de comunicação como extensões do homem**, Editora Cultrix, S. Paulo, 1995.
- . Ries, Laura e Al, **A Queda da Publicidade e a Ascensão das Relações Públicas**, Coleção Media e Sociedade, Editorial Notícias, Lisboa, 2002;
- . Subtil, Filipa, **Compreender os Media - As Extensões de Marshall McLuhan**, Minerva, Coimbra, 2006.
- . Watzlawick et al., **Pragmática da comunicação humana**, Ed. Cultrix, S. Paulo, 1972.
- . Whitaker Penteadó, J.R., **Relações Públicas nas Empresas Modernas**, Livraria Pioneira Editora, S. Paulo.
- . Winkin, Yves (org.), **La nueva comunicación**, Kairós, Madrid, 1996.
- . Godinho, Jacinto, **Foucault e a experiência – A fenomenologia do Impensado**, in Revista de Comunicação e Linguagens nº 19, Lisboa, 1993.

WEBGRAFIA

- . <http://lpm.blogs.sapo.pt/>
- . <http://piar.blogs.sapo.pt/>

ft

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Estudo de casos (trabalho de grupo), Participação nas sessões
Avaliação Periódica	Análise de Campanha (Folhetos/ Media/ Web) de Produto Financeiro – Crédito Habitação, Crédito Automóvel ou Seguro de Saúde
Avaliação Final	Análise de Campanha (Folhetos/ Media/ Web) de Produto Financeiro – Crédito Habitação, Crédito Automóvel ou Seguro de Saúde

OBSERVAÇÕES

Jaques Henriques Costa