



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS	ANO LECTIVO	2008/2009
-------	-------------------------------	-------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Comunicação Empresarial		
Área Científica	Marketing		
Classificação curricular	OBRIGA.	Ano / Semestre	2.º/2.º

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
5	135	T30 + PL30	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	José Gaio Martins Dias	Equip. Assist. 1.º Triénio
Teóricas	José Gaio Martins Dias	Equip. Assist. 1.º Triénio
Teórico-Práticas		
Práticas	José Gaio Martins Dias	Equip. Assist. 1.º Triénio
Prático-Laboratorial		

OBJECTIVOS

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; compreenda a importância da avaliação; conheça e opte 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 Gestão de Comércio e Serviços
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

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.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica Recomendada:

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza (2003): *Curso de Relações Públicas. Relações com os Diferentes Públicos*, São Paulo, Thomson
- 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.
- Ries, Al, Laura (2002): *A Queda da Publicidade e a Ascensão das Relações Públicas*, Lisboa, Editorial Notícias, trad. Luís Paixão Martins.
- VERÍSSIMO, Jorge. *A Publicidade da Benetton – Um discurso sobre o real*. Coimbra: Minerva, 2001.
- VILLAFANE, Justo. *Imagem Positiva: Gestão Estratégica da Imagem da Empresa*. Lisboa: Sílabo, 2000.
- VVAA (2000): *Mercator 2000, Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa, Publicações D. Quixote.
- WOLTON, Dominique (1999): *Pensar a Comunicação*, Lisboa, Difel, trad. Vanda Anastácio

WEBGRAFIA

- www.apce.pt - – Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa
- www.apan.pt - Associação Portuguesa de Anunciantes

www.appm.pt – Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing
www.meiosepublicidade.pt - Revista Meios e Publicidade - Online
www.negocios.pt - Jornal de Negócios – Online
www.marketeer.pt – Revista Marketeer
www.jornalbriefing.iol.pt – Jornal Briefing
www.deco.proteste.pt - DECO - Proteste
www.aeportugal.pt - AEP - Associação Empresarial Portuguesa
www.aip.pt - AIP - Associação Industrial Portuguesa
www.apct.pt - APCT - Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem
www.ccp.pt - CCP - Confederação do Comércio e Serviços de Portugal
www.ine.pt - Instituto Nacional de Estatística

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Trabalho prático (30%),
Avaliação Periódica	Frequência (70%). Se o aluno não atingir a nota mínima de 10 valores é admitido a exame.
Avaliação Final	<p>Exame final, caso não tenham tido aproveitamento positivo ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado.</p> <p>A Época de Exame de Recurso - Decorre imediatamente a seguir ao término da Época Normal de Exames, abrangendo o Exame e a Avaliação Contínua.</p> <p>A Época de Trabalhador-Estudante e a Época Especial – O Exame, abrangendo a Avaliação Contínua.</p>

OBSERVAÇÕES

Trata-se de uma abordagem eminentemente prática, tendo em vista a produção de peças de comunicação, com o objectivo de melhorar os aspectos linguísticos e dominar as técnicas de comunicação.

De uma forma global a prática docente e a avaliação devem contribuir para o desenvolvimento de competências profissionais gerais e específicas, promovendo o trabalho de equipa, desenvolvendo capacidades de comunicação, síntese, criatividade e espírito crítico essenciais no respectivo itinerário profissional.

Devem também se fomentadas competências e atitudes que serão relevantes para um bom desempenho académico e profissional, como a assiduidade e a pontualidade, a responsabilidade e a motivação.

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia Terça-feira	Horário 13.00-15.00	Local Gabinete do docente
-----------------	---------------------	---------------------------

Yves G. ...