



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Gestão de Comércio e Serviços

ANO LECTIVO

2007/2008

### FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

|                          |                         |                |       |
|--------------------------|-------------------------|----------------|-------|
| Unidade Curricular       | COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL |                |       |
| 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) |
| 5             | 135                        | 30T+30PL                            |                          |

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

### 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 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



## 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 Anastácio

## 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     | <b>Exame final</b> , caso não tenham tido aproveitamento positivo ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado.<br><b>A Época de Exame de Recurso</b> - Decorre imediatamente a seguir ao término da Época Normal de Exames. |

OBSERVAÇÕES

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

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

*Yrobas A. D.*