

HKU

Comunicação Social

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho n.º 15198/2014

Ficha da Unidade Curricular: Atelier III

ECTS: 7; Horas - Totais: 189.0, Contacto e Tipologia, TP:45.0; PL:60.0; OT:5.50;

Ano|Semestre: 3|S1; Ramo: Perfil Comunicação Empresarial;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9054713

Área Científica: Comunicação Empresarial

Docente Responsável

Joana Santos

Docente e horas de contacto

Raquel Palma Tomé de Sousa Botelho

Equiparado Professor Adjunto, TP: 22.5;

Joana Conceição dos Santos

Professor Adjunto Convidado, TP: 15; PL: 60; OT: 5.55;

Objetivos de Aprendizagem

O Atelier de Comunicação III tem como objectivo a especialização dos alunos na execução e definição estratégica do Planeamento da Comunicação de Marketing, cruzando as necessidades do mercado, com a resposta imediata da globalidade e multidisciplinaridade da Comunicação Empresarial.

Conteúdos Programáticos

Módulo A

1. Estratégia de Marketing vs. Plano de Marketing (15H)
2. Operacionalização de uma Estratégia (20H)
3. Os Desafios do processo de implementação da Estratégia de Marketing (27H)
4. Monitorizar e Controlar uma Estratégia de Marketing (35H)
5. Marketing Pessoal (08H)

Módulo B

1. Documentos e procedimentos de Comunicação Empresarial e Institucional (35H)
2. Contacto com profissionais (10H)

Conteúdos Programáticos (detalhado)

Módulo A

1. Estratégia de Marketing vs. Plano de Marketing (15H)
 - 1.1. O curto, o médio e o longo prazos
 - 1.2. A Estratégia de Marketing como reflexo da Estratégia Corporativa da empresa
 - 1.3. A empresa como fonte principal de informação
2. Operacionalização de uma Estratégia (20H)

- 2.1. O Marketing é todo igual?
- 2.2. Conhecer para planear
- 2.3. A escolha dos meios de comunicação
- 2.4. Planeamento rigoroso, mas flexível
- 3. Os Desafios do processo de implementação da Estratégia de Marketing [NC 27H]
 - 3.1. Coordenação e implementação de acções
 - 3.2. Outsourcing
 - 3.3. Pressões para a Inovação
 - 3.4. Cumprimento de prazos e orçamentos
 - 3.5. Satisfação do cliente
 - 3.6. A importância de definir uma estratégia que alinhe todos os Stakeholders
- 4. Monitorizar e Controlar uma Estratégia de Marketing (35H)
 - 4.1. Planear e organizar para ser mais eficaz
 - 4.2. Avaliação e monitorização da performance do Marketing
- 5. A importância do Marketing Pessoal (C08H)
Conhecer-se a si mesmo, como forma de dar o seu melhor.

Módulo B

- 1. Documentos e procedimentos de Comunicação Empresarial e Institucional (35H)
 - 1.1 Comunicados de Imprensa
 - 1.2 Preparação de visitas institucionais
 - 1.3 Publireportagem
- 2. Contacto com profissionais (10H)
 - 2.1 A Comunicação Empresarial
 - 2.2 A Comunicação Autárquica

Metodologias de avaliação

Continua:

Trabs: Grupo 70% Indiv 30%

Nota: 80% trab 20% assiduidade

Exame e Recurso:

A-Entrega e apr. de trabs escritos 2 dias antes das datas dos exames, defendidos oralmente nos dias dos exames

B-Trabalhos equivalentes aos produzidos no semestre

Software utilizado em aula

Estágio

NA

Bibliografia recomendada

- Et al, . e Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. (Vol. 1).London: Prentice Hall
- Lindon, D. (2011). *Mercator - Teoria e Prática do Marketing*. (Vol. 1).Lisboa: D. Quixote
- Chandler, R. (2008). *Media Relations: Concepts and Principles for Effective Public Relations*. (Vol. 1).London: Outskirts Press

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos estão diretamente relacionados com o Planeamento de Comunicação e Marketing de Empresas e Instituições, concretizando e desenvolvendo os principais desafios que se colocam na prática profissional, para a qual esta UC pretende preparar os estudantes.

Metodologias de ensino

Desenvolvimento de briefs a que os alunos terão de dar resposta, tendo em conta os princípios aprendidos sobre estratégias de marketing. Apresentação estudos de caso de forma a serem analisados e avaliados. Contacto direto com profissionais.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A resposta a diversos desafios com um tempo limitado, e relativa a situações diversas, permite aos alunos tomar contacto e aprofundar conhecimentos em diversos mercados e diversas áreas da comunicação.

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

Aprovação nas UC anteriores: Atelier de Comunicação Empresarial I e II.

Programas Opcionais recomendados

NA

Observações

Docente Responsável

Joana Santos

Digitally signed by Joana Santos
Date: 2016.12.20 15:52:48 Z

Diretor de Curso, Comissão de Curso



Conselho Técnico-Científico



