

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.008.03</p>
---	--	--------------------------------------

<i>Curso</i>	Mestrado em Marketing e Comunicação						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	Campanhas de Comunicação Integrada						
<i>Ano letivo</i>	2023-2024	<i>Ano</i>	1º	<i>Período</i>	1.º semestre	<i>ECTS</i>	5
<i>Regime</i>	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 140	Contacto: 45		
<i>Docente(s)</i>	Jorge Manuel Braz Gonçalves						
<input type="checkbox"/> <i>Responsável da UC ou</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Coordenador(a) Área/Grupo Disciplinar</i> <input type="checkbox"/> <i>Regente (cf. situação de cada Escola)</i>	Joaquim Manuel Fernandes Brigas						

GFUC PREVISTO

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

1. Definir organização.
2. Distinguir instituições de empresas.
3. Compreender o conceito de Identidade Organizacional.
4. Distinguir as disciplinas de Comunicação: Publicidade, Relações Públicas e as suas funções
5. Compreender a importância do Planeamento de Comunicação para as Organizações atingirem os seus objetivos.
6. Criar uma campanha de comunicação integrada envolvendo as dimensões da comunicação organizacional.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Organizações
 - 1.1. Definição
 - 1.2. Instituições e empresas
 - 1.3. Públicos internos e externos
 - 1.4. Comunicação e Identidade Organizacional
2. Relações Públicas – Definição e Enquadramento
 - 2.1. Relação com os media
 - 2.2. Comunicação de crise
 - 2.3. Eventos
 - 2.4. Protocolo
 - 2.5. Meios próprios de comunicação
 - 2.6. Responsabilidade social
 - 2.7. Lóbi
 - 2.8. Acompanhamento ao público

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.008.03</p>
--	--	--------------------------------------

3. *Publicidade – Definição e enquadramento*

- 3.1. *Objetivos da campanha publicitária*
- 3.2. *Públicos-alvo*
- 3.3. *Posicionamento*
- 3.4. *Atributos a comunicar*
- 3.5. *Ideia publicitária*
- 3.6. *Estratégias criativas*
- 3.7. *Escolha de meios*

4. *Plano da Campanha de Comunicação*

- 4.1. *Pesquisa e Diagnóstico*
- 4.2. *Objetivos e Públicos*
- 4.3. *Recursos*
- 4.4. *Ação e Implementação*
- 4.5. *Avaliação*

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

A Comunicação nas organizações é cada vez mais uma ferramenta essencial para todos os setores profissionais no século XXI. Por isso é importante que os futuros profissionais de Comunicação compreendam que a comunicação é planeada e estratégica para que as organizações possam atingir os seus objetivos. Neste sentido, propomos um programa detalhado com os principais elementos de Comunicação nas organizações, com a correta definição de identidade organizacional e percorrendo as disciplinas da Comunicação, Relações Públicas e Publicidade nas suas vertentes. Enfatizamos também a importância do plano de Comunicação como ferramenta fundamental na Comunicação Organizacional.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

A.A.V.V [2015] Relações Públicas e Comunicação Organizacional – Desafios da globalização, Lisboa: Escolar Editora

Bassat, L. [2017] El libro rojo de la Publicidad, Barcelona: Debolsillo

Caetano, J.; Rasquilha L. [2007] Gestão e Planeamento de Comunicação, Lisboa: Quimera

Engrácio, H. [2015] Relações Públicas - Para uma atualização de funções e instrumentos, Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, Tese de Doutoramento.

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.008.03</p>
---	--	--------------------------------------

Gramatnikovsk, S, Stoilkovska, A; Serafimovic, G. [2015] Business Communication in Function of Improving the Organizational Culture of the Company UTMS Journal of Economics, Volume 6, December 2015, page 267+

Irimes, C. [2016] Effective Communication in Crisis Situations Journal of Media Research, Volume 9, September 2016, page 115+

Lampreia, J. M. [2003]. Comunicação Empresarial - As Relações Públicas na Gestão, Lisboa: Texto Editora

Lendrevie, J. Et Al. [2010] Publicitor, Alfragide: D. Quixote

Palencia-Lefler, M. [2009] 90 Tecnicas de Comunicación y Relaciones Publicas: Manual de Comunicación Corporativa, Barcelona: Profit Editorial

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

1. *Aulas expositivas.*
2. *Aulas de exploração de casos práticos.*
3. *Elaboração e discussão de um trabalho de investigação, por parte dos alunos.*
4. *Trabalho de projeto, com acompanhamento/orientação das campanhas de comunicação integrada dos alunos.*

A avaliação contínua resulta do somatório da classificação do relatório do projeto (80%) com a classificação da apresentação da campanha de Comunicação Integrada (20%).

Os alunos abrangidos por legislação especial, deverão combinar com o docente nas primeiras duas aulas, um plano de trabalho alternativo, na ausência do qual terão de respeitar o plano geral.

As atividades desenvolvidas pelos alunos devem ser submetidas na plataforma MOODLE.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UC

As aulas expositivas a lecionar visam transmitir conceitos e conteúdos fundamentais para uma formação de base no domínio da comunicação. Serão realizadas atividades de pesquisa no âmbito dos conteúdos abordados nas aulas teóricas. O trabalho de investigação destina-se a consolidar os conhecimentos e as competências adquiridas, socorrendo-se de fontes e bibliografia aconselhadas pelo docentes, que irá promover também a autonomia de pesquisa. A exposição oral das várias etapas do trabalho irá permitir estimular a reflexão e o debate coletivo em torno do tema escolhido.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.008.03</p>
---	--	-------------------------------------

Obrigatoriedade de dois terços das presenças (com exceção dos alunos abrangidos por legislação específica). Serão ressalvadas as ausências com justificação legal.

8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Jorge Gonçalves jgoncalves@ipg.pt Gab. 2.9 ESECD

Quarta-feira 14:00-15:00, quinta-feira 14:00-15:30 e Sexta-feira 14:00-15:30

DATA

20 de outubro de 2023

ASSINATURAS

O Coordenador da Área Disciplinar

(Prof. Coordenador Joaquim Manuel Fernandes Brigas)

O Docente

(Prof. Adjunto Jorge Manuel Braz Gonçalves)