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

Curso	Mestrado em Marketing e Comunicação					
Unidade curricular (UC)	Campanhas de Comunicação Integrada					
Ano letivo	2022-2023	<i>Ano</i>	1º	<i>Período</i>	1.º semestre	<i>ECTS</i> 5
Regime	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 140	Contacto: 45	
Docente(s)	Jorge Manuel Braz Gonçalves					
☐ <i>Responsável da UC ou</i> ☒ <i>Coordenador(a) Área/Grupo Disciplinar</i> ☐ <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

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

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.

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

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+

Joannis, H. [1988] O processo de criação publicitária, Mem Martins, CETOP

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 Técnicas 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 docente, 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.

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

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

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

Terça-feira 16:00-18:00 e Sexta-feira 11:00-13:00

DATA

14 de outubro de 2022

ASSINATURAS

O Coordenador da Área Disciplinar

_____

(Prof. Coordenador Joaquim Manuel Fernandes Brigas)

O Docente

_____

(Prof. Adjunto Jorge Manuel Braz Gonçalves)