

Unidade Curricular	Comunicação Organizacional	Área Científica	Marketing e Publicidade
CTeSP em	Comunicação Digital	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2019/2020	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	2
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP - - PL 44 TC - - S - - E - - OT 60 O 102
Nível	0-1	Créditos ECTS	6.0
Código	4079-590-1001-00-19		

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Antonio Jose Monteiro de Oliveira

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Perceber as diferentes conceções de comunicação.
2. Distinguir a comunicação interna e institucional.
3. Elaborar um plano estratégico de comunicação.
4. Reconhecer a importância da comunicação comercial.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável.

Conteúdo da unidade curricular

I - Modelos e principais conceitos. II - A comunicação interna. III - A comunicação institucional. IV - A comunicação comercial.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. PRINCIPAIS CONCEITOS
 - A emergência da comunicação organizacional
2. A COMUNICAÇÃO INTERNA
 - Uma função na empresa
 - A definição de uma estratégia de comunicação
 - O plano de comunicação interna
 - Os suportes de comunicação interna
 - As novas tecnologias de informação
 - As falhas e os problemas de comunicação
3. A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL
 - A identidade institucional
 - A imagem institucional
 - Os suportes de comunicação institucional
4. A COMUNICAÇÃO COMERCIAL
 - O plano de comunicação integrada
 - A estratégia e o planeamento de meios
 - Os suportes de comunicação comercial

Bibliografia recomendada

1. Almeida, V. (2003). A comunicação interna na empresa. Lisboa: Áreas editora. ISBN: 978-9728472436.
2. Brochand, B., Dionísio, P., Rodrigues, J. V., Baynast, A. (2010). Publicitor, Comunicação 360º online - offline. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
3. Rego, A. (2010). Comunicação Pessoal e Organizacional. 2.ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN: 978-9726185789.
4. Argenti, P. (2006). Comunicação Empresarial. 4ª edição (trad. Adriana Rieche). Rio de Janeiro: Elsevier. ISBN: 978-85-352-2094-0.
5. Scheinsohn, D. (2009). Comunicación estratégica: Ediciones Granica SA.

Métodos de ensino e de aprendizagem

As aulas serão de carácter teórico-prático, com uma exposição dos conceitos teóricos e exploração da vertente prática com análise de estudos de caso, artigos, entre outros, envolvendo um método de participação ativa.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 80% (Realização de trabalhos práticos - nota mínima de 8 valores)
 - Apresentações - 20% (Apresentações dos vários trabalhos)
2. Avaliação final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. Alunos Erasmus - Incoming e outgoing students - (Ordinário) (Final, Recurso)
 - Trabalhos Práticos - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Antonio Jose Monteiro de Oliveira	Arlindo Costa dos Santos	Aida Maria Oliveira Carvalho	Luisa Margarida Barata Lopes
19-03-2020	19-03-2020	19-03-2020	28-03-2020