

TeSP - Gestão Comercial e Vendas

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso nº 2367/2016 - 25/02/2016

Ficha da Unidade Curricular: Técnicas de Comunicação

ECTS: 2; Horas - Totais: 54.0, Contacto e Tipologia, TP:30.0;

Ano|Semestre: 1|S2; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 600210

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

No final desta unidade curricular, o aluno deve ser capaz de:

1. Explicar os princípios da comunicação;
2. Desenvolver capacidades em relação à Comunicação Interpessoal
3. Desenvolver capacidades em relação às apresentações pessoais e comerciais;
4. Desenvolver capacidades em relação à Comunicação empresarial; -
5. Saber como desenvolver um plano de comunicação.

Conteúdos Programáticos

1. O processo da comunicação;
2. Psicossociologia da comunicação.
3. Comunicação empresarial (interna, institucional e comercial);
4. O plano de comunicação;

Metodologias de avaliação

Avaliação contínua. Realização de trabalho prático (40%) com apresentação e discussão, (nota mínima de dez valores) e um teste (60%), (com nota mínima de nove valores).

Avaliação por exame requer a realização de teste escrito (100%). Nota mínima de (10) dez valores.

Software utilizado em aula

n.a.

Estágio

n.a.

Bibliografia recomendada

Barton, Paul (2014), "Maximizing Internal Communication, strategies to turn heads, win hearts, engage employees and get results. Templates, tools and proven practices.

Hohlfeldt, António; Martinho, Luis C. e França, Vera Veiga (2003), #Teorias da Comunicação, conceitos, escolas e tendências”, 3ª edição, Editora Vozes, Petrópolis, Brasil.
Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan e Setiawan, Iwan (2017). Marketing 4.0 - Do tradicional ao digital, Editora Sextante.
Lindon, D., Lendrevi, J., Levy, J., Dionísio, P. e Rodrigues, J. (2015) Mercator XXI: teoria e prática do marketing, Dom Quixote, Lisboa.
Marques, V. (2014), “Marketing Digital 360”. Actual Editora. Lisboa
Martinho, Luís Mauro Sá (2014), Teoria da Comunicação – ideias, conceitos e métodos”, Editora Vozes, Petrópolis, Brasil. ISBN 978-85-326-2517-5.
Monteiro, D. (2014). Comunicação 2.0. Actual Editora. Lisboa
Tavares, Maurício (2007), “Comunicação empresarial e planos de comunicação, integrando teoria e prática”, Editora Atlas, São Paulo, Brasil.
Wood, Julia T. (2009), “Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture”, Eighth Edition. ISBN-13: 978-1-428-22995-2. ISBN-10: 1-428-22995-7

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos têm como objectivo enformar uma prática profissional assente numa metodologia de trabalho, que consiga adaptar-se aos novos desafios e novas tecnologias de comunicação, indo ao encontro dos objectivos da UC.

Metodologias de ensino

Casos práticos, exercícios e apresentações.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

As metodologias de ensino procuram aliar a transmissão de conteúdos, a análise e discussão crítica com exercícios práticos, fundamentando uma metodologia de trabalho e futura prática profissional.

Língua de ensino

Português

Pré requisitos

n.a.

Programas Opcionais recomendados

Observações

Oliva Maria
Dourado Martins Assinado de forma digital por
Oliva Maria Dourado Martins
Dados: 2019.02.11 14:59:29 Z

Docente Responsável

Diretor de Curso, Comissão de Curso

Maria de
Fátima
Rodrigues
Pedro Assinado de forma
digital por Maria de
Fátima Rodrigues
Pedro
Dados: 2019.02.14
17:08:03 Z

Conselho Técnico-Científico



Assinado de forma digital por
Célio Gonçalves Cardoso Marques
Dados: 2019.04.22 12:07:30
+01'00'

