

Gestão de Empresas

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 3393/2016 - 04/03/2016

Ficha da Unidade Curricular: Comunicação Empresarial

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;

Ano | Semestre: 3 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9152328

Área Científica: Marketing

Docente Responsável

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

No final desta uc, o aluno deve ser capaz de:

1. Explicar os princípios da comunicação
2. Entender a comunicação empresarial (interna, institucional e comercial)
3. Saber como fazer o plano de comunicação de uma empresa
4. Compreender a assessoria de comunicação
5. Estabelecer técnicas e objectivos

Conteúdos Programáticos

1. Introdução ao processo de comunicação
2. O processo de comunicação
3. Psicossociologia da comunicação
4. Comunicação interna: publicações e gestão de eventos
5. Comunicação institucional: gestão da marca e responsabilidade social
6. Comunicação comercial: gestão das gamas e portfólio
7. Comunicação e o ciclo de vida do produto

8. Plano de comunicação
9. Assessoria de comunicação

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Introdução ao processo de comunicação
 - a. Principais conceitos
2. O processo de comunicação
 - a. Teorias da Comunicação
 - b. Elementos da comunicação
 - c. Tipologias da comunicação
3. Psicossociologia da comunicação
 - a. Liderança e Motivação
 - b. Influência e persuasão
4. Comunicação interna: publicações e gestão de eventos
5. Comunicação institucional: gestão da marca e responsabilidade social
6. Comunicação comercial: gestão das gamas e portfólio
7. Comunicação e o ciclo de vida do produto
8. Plano de comunicação
 - a. Negociação empresarial: objetivos e técnicas
9. Assessoria de comunicação

Metodologias de avaliação

A avaliação contínua da unidade curricular será calculada com base na média ponderada da nota obtida dos seguintes elementos:

1. Participação e desenvolvimento das atividades (portfólio), com ponderação de 20% da avaliação contínua.
2. Realização de trabalho de grupo, com apresentação oral e discussão (defesa). A ponderação é de 30% da avaliação contínua.
3. Teste. Consiste num teste escrito, o qual abrangerá toda a matéria lecionada com ponderação de 50%, nota mínima de oito (8,5) valores.

O aluno deve assegurar uma assiduidade igual ou superior a 70%, para poder participar da avaliação contínua. E precisa estar presente em todos os momentos de avaliação. Ao faltar aos momentos de avaliação, fica automaticamente admitido ao exame.

Para aprovação, a nota ponderada obtida nos elementos de avaliação deverá ser igual ou superior a 10 (dez) valores.

Avaliação em EXAME

Requer a realização de teste escrito (100%). Nota mínima de (10) dez valores.

Software utilizado em aula

Não aplicável

Estágio

Não aplicável

Bibliografia recomendada

- Rodrigues, J. e Dionísio, P. e Levy, J. e Lendrevi, J. e , . (2015). *Mercator XXI: teoria e prática do marketing* Lisboa, Portugal: Dom Quixote
- Calder, B. e Tybout, A. (2015). *Marketing* São Paulo, Brasil: Saraiva
- Kotler, P. e Hermawan, K. e Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Do tradicional ao digital* Brasil: Editora Sextante
- Rego, A. (2016). *Comunicação Pessoal e Organizacional, Teoria e Prática* Lisboa: Edições Sílabo

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos têm como objetivo 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 objetivos da UC.

Metodologias de ensino

Ensino presencial com recurso a textos, vídeos e casos práticos. Situações de role-playing e simulação.

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

Não aplicável.

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável.

Observações

Docente responsável

Oliva Maria
Dourado Martins

Assinado de forma digital por
Oliva Maria Dourado Martins
Dados: 2019.09.12 00:14:51
+01'00'

