

**Comunicação Social**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: R/A-Ef 641/2011/AL02

**Ficha da Unidade Curricular: Comunicação Interna**

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, TP:30.0; PL:15.0; OT:2.50;

Ano | Semestre: 3 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 9054715

Área Científica: Comunicação Empresarial

**Docente Responsável**

Vanda Cristina Frazão Neves

Assistente Convidado

**Docente(s)**

Vanda Cristina Frazão Neves

Assistente Convidado

**Objetivos de Aprendizagem**

No final da Unidade Curricular os alunos deverão conseguir identificar as linhas condutoras da comunicação interna, presente nas organizações, adquirindo competências para desenvolver e implementar e avaliar políticas e estratégias de Comunicação Interna.

**Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

Esta unidade curricular tem como objetivos:

A – Compreender o funcionamento da comunicação interna, nas várias organizações

B – Adquirir valência, de plano de comunicação interna, para os diferentes tipos de Públicos-alvo internos

C – Aprender o impacto externo da Comunicação Interna

**Conteúdos Programáticos**

1.Introdução ao conceito, Comunicação Interna

2.Recursos humanos, motivação e expetativas

3. Objetivos, e dinamização das políticas de Comunicação Interna.
4. Comunicação Relacional, análise, desenvolvimento e funcionamento de redes internas
5. Suportes de Comunicação Interna e sua gestão
6. Planos de Comunicação Interna

### **Conteúdos Programáticos (detalhado)**

1. Introdução ao conceito, Comunicação Interna
  - a. O que é a Comunicação Interna
  - b. Comportamento, desenvolvimento social e cultura organizacional
  
2. Recursos humanos, motivação e expectativas. | De acordo com o ODS 8 - Trabalho digno e crescimento económico.
  - a. Diferentes níveis de organizações
  - b. O papel dos profissionais de Recursos Humanos
  - c. Os vários níveis dos Recursos Humanos, dentro de um plano de Comunicação Interna [Vários públicos-alvo, numa só instituição]
  
3. Objetivos, e dinamização das políticas de Comunicação Interna.
  - a. Quais os objetivos principais e como os alcançar
  - b. Várias estratégias, tendo em conta os Públicos-Alvo
  
4. Comunicação Relacional, análise, desenvolvimento e funcionamento de redes internas
  - a. Endomarketing
  - b. Intranet
  
5. Suportes de Comunicação Interna e sua gestão
  - a. Os suportes que existem – tendo em conta a dimensão da organização
  - b. Direcionar os suportes, para os vários Públicos-alvo internos
  - c. Como gerir os vários Públicos-Alvo
  - d. Como gerir as várias ações de Comunicação Interna
  
6. Planos de Comunicação Interna
  - a. Análise
  - b. Objetivos
  - c. Estratégia
  - d. Ferramentas de Comunicação Interna

### **Metodologias de avaliação**

Frequência:

15% | Participação

35% | Trabalho de grupo.

50% | Teste escrito, em data de frequência. Para aprovação da Unidade Curricular, é necessário que a avaliação do Teste escrito seja igual ou superior a 08 valores.

Exame:

100% | Teste Escrito

O teste escrito terá a ponderação total (100%) e abrangerá toda a matéria lecionada durante o semestre. A nota mínima exigida é de dez valores (10).

Exame Recurso:

100% | Teste Escrito

O teste escrito terá a ponderação total (100%) e abrangerá toda a matéria lecionada durante o semestre. A nota mínima exigida é de dez valores (10).

### **Software utilizado em aula**

não aplicável

### **Estágio**

não aplicável

### **Bibliografia recomendada**

- Almeida, V. (2000). *A Comunicação Interna na Empresa* (Vol. 1). (pp. 7-182). 0, Práxis. Lisboa  
- Business Review, H. (2001). *Comunicação nas Empresas Effective Communication* (Vol. 1). (pp. 8-186). 1, Campus. Brasil

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Os objetivos de aprendizagem A está de acordo com os conteúdos programáticos 1, 2, 3, 4 e 5.  
O objetivo de aprendizagem B está de acordo com os conteúdos programáticos 3,4,5 e 6. O objetivo de aprendizagem, C está de acordo com os conteúdos programáticos 2, 4 e 6.

### **Metodologias de ensino**

A aprendizagem teórica é complementada pela análise prática de casos reais, permitindo uma aprendizagem mais vocacionada para o mercado atual e novas tendências.

“Aprender a fazer”, desenvolvimento e implementação de ações de comunicação Interna.

### **Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

- 1) Metodologia expositiva permite atingir os objetivos A e C.
- 2) Metodologia ativa permite atingir os objetivos B e C,

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré-requisitos**

não aplicável

### **Programas Opcionais recomendados**

não aplicável

### **Observações**

Aulas ministradas em Português. Todos os materiais de apoio às aulas, são disponibilizados apenas em Português.

Da bibliografia sugerida, apenas um dos casos, é tradução de Inglês para Português, esta publicação está disponível em: Inglês, Português, Francês e Espanhol.

---

### **Docente responsável**

---