



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	Auditoria e Fiscalidade	ANO LECTIVO	2008/2009
-------	-------------------------	-------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO		
Área Científica	Marketing		
Classificação curricular	«OBRIGA.»	Ano / Semestre	«2/2»

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
4	108	45TP	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	José Gaio M. Dias	Eq. Assistente 1.º Triénio
Teóricas		
Teórico-Práticas	José Gaio M. Dias	Eq. Assistente 1.º Triénio
Práticas		
Prático-Laboratorial		

OBJECTIVOS

Os alunos deverão dominar a temática tratada sob o ponto de vista teórico e prático, aplicando os sistemas conceptuais à realidade económica e social da sua área de trabalho, nomeadamente: criar e aplicar um plano de comunicação a determinado conceito, produto ou serviço; garantir as condições para que a comunicação seja eficaz junto do público-alvo; compreender a importância da avaliação; conhecer e optar em função dos diferentes meios e suportes disponíveis; gerir os canais de Comunicação Institucional; gerir os canais internos e externos de Comunicação.

PROGRAMA PREVISTO

A unidade curricular oferece os fundamentos teóricos e as competências necessárias para compreender a função de Comunicação no âmbito empresarial. Desta forma, são tratados os seguintes temas:

1. O que é Comunicação Empresarial
 - 1.1 Objectivos
 - 1.2 Técnicas
 - 1.3 Meios
 - 1.4 Públicos
 - 1.4 Exemplos

2. Comunicação e media
- 2.1 RP como comunicação bidireccional
- 2.2 Opinião pública
3. Relações Públicas
- 3.1 Tipos de comunicação da empresa
- 3.2 Instrumentos RP aplicadas à Auditoria e Fiscalidade
4. Comunicação institucional
5. Comunicação Comercial
6. Preparação de um plano de relações públicas
7. Organização das RP
8. Desafios do futuro para as RP

BIBLIOGRAFIA

- Ries, Al, Laura (2002): *A Queda da Publicidade e a Ascensão das Relações Públicas*, Lisboa, Editorial Notícias, trad. Luís Paixão Martins.
- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza (2003): *Curso de Relações Públicas. Relações com os Diferentes Públicos*, São Paulo, Thomson
- VVAA (2000): *Mercator 2000, Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa, Publicações D. Quixote.
- CASTRO, João Pinto e. *Comunicação de Marketing*. Lisboa: Sílabo, 2002.
- GRANADO, António; MALHEIROS, José Vítor (2001), *Como falar com jornalistas sem ficar à beira de um ataque de nervos : guia para investidores e profissionais de comunicação*, Lisboa, Gradiva.
- HELLER, Steven e Karen Pomeroy. *Design Literacy – Understanding Graphic Design*. New York: Allworth Press, 1997.
- LAMPREIA, J. Martins (1998). *Comunicação Empresarial – As Relações Públicas na Gestão*, Lisboa, Texto Editora
- MARTINS, Luís Paixão (2002): *Schiu... Está Aqui Um Jornalista*, Lisboa, Editorial Notícias (2.^a edição)
- MOUTINHO, Ana Viale (2001) *Dicionário de Relações Públicas*, Porto, Campo das Letras.
- VILLAFANE, Justo. *Imagem Positiva: Gestão Estratégica da Imagem da Empresa*. Lisboa: Sílabo, 2000.
- WOLTON, Dominique (1999): *Pensar a Comunicação*, Lisboa, Difel, trad. Vanda Anastácio

WEBGRAFIA

- MARKTEST - Estudos de mercado, sondagens, audiências, publicidade - <http://www.marktest.pt/>
- APPM - Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing - <http://www.appm.pt/>
- AEP - Associação Empresarial Portuguesa - <http://www.aeportugal.pt/>
- AIP - Associação Industrial Portuguesa - <http://www.aip.pt/>
- APCT - Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem - <http://www.apct.pt/>
- CCP - Confederação do Comércio e Serviços de Portugal - <http://www.ccp.pt/>
- Instituto Nacional de Estatística - <http://www.ine.pt/>

Revista Meios e Publicidade – Online - <http://www.meiosepublicidade.pt/>

Jornal de Negócios – Online - <http://www.negocios.pt>

Revista Exame - <http://www.exame.pt/>

Revista Marketeer - <http://www.marketeer.pt/>

Superbrands Portugal - <http://www.superbrands.org/20726>

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Trabalho de grupo (cotação 20%)
--------------------	---------------------------------

Avaliação Periódica	Frequência (cotação 80%)
---------------------	--------------------------

Avaliação Final	Exame final , caso não tenham tido aproveitamento positivo ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado. A Época de Exame de Recurso - Decorre imediatamente a seguir ao término da Época Normal de Exames. A Época de Trabalhador-Estudante e a Época Especial – Exame.
-----------------	---

OBSERVAÇÕES

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
Quarta-feira	13.30-15.30	Gabinete do docente

you can not see