



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Monitorização e Avaliação de Estratégias em Relações Públicas

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Monitoring and Evaluation of Strategies in Public Relations

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

ERPCO

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

2 horas/semana / 2 hours/week

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

TP - Segunda-feira - 19h / TP - Monday - 7 p.m.



ECTS

5 ECTS

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

José Rui Reis (2 horas/semana)

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

José Rui Reis (2 hours/week)

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

N/A

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

N/A



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

- O1 - Sensibilizar os discentes para a importância de monitorizar o plano estratégico definido;
- O2 - Dotar os discentes de conhecimentos específicos de avaliação de estratégias de comunicação;
- O3 - Desenvolver competências na utilização de métricas de comunicação.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

- O1 - To make students aware of the importance of monitoring the defined strategic plan;
- O2 - Provide students with specific knowledge of evaluation of communication strategies;
- O3 - Develop skills in the use of communication metrics.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

- P1 - A estratégia de RP: planeamento/calendarização, pré-determinação das táticas, plano de ações.
- P2 - A importância do Media Report na definição das estratégias.
- P3 - A monitorização dos media; o sector e a empresa. Ambientes alvo de monitorização.
- P4 - Monitorização direta versus monitorização através de agência de clipping .
- P5 - Indicadores de referência na medição de notoriedade; OTS (opportunities to see).
- P6 - A Análise de Conteúdo enquanto indicador de favorabilidade.
- P7 - Análise crítica aos instrumentos de avaliação de notoriedade: a utilização do AVE (advertising value equivalency)
- P8 - A avaliação direta através dos stakeholders .



SYLLABUS:

- P1 - The PR strategy: planning / scheduling, pre-determination of tactics, action plan.
- P2 - The importance of the Media Report in defining strategies.
- P3 - Media monitoring; the sector and the company. Monitoring environments.
- P4 - Direct monitoring versus monitoring through a clipping agency.
- P5 - Indicators of reference in the measurement of notoriety; OTS (opportunities to see).
- P6 - Content Analysis as an indicator of favorability.
- P7 - Critical analysis of the instruments of evaluation of notoriety: the use of AVE (advertising value equivalency)
- P8 - Direct evaluation through stakeholders.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

- O1 - P1; P2
- O2 - P3; P4; P8
- O3 - P5; P6; P7

DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

- O1 - P1; P2
- O2 - P3; P4; P8
- O3 - P5; P6; P7



METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

M1 - Avaliação contínua com recurso a dois trabalhos individuais: a) recensão crítica (40%), b) relatório de monitorização e avaliação de media (60%). Nota inferior a 8 valores em trabalhos individuais obriga o aluno a prova de exame.

M2 - Metodologia expositiva.

TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

M1 - Continuous evaluation using two individual works: a) critical review (40%), b) monitoring report and media evaluation (60%). Evaluation of less than 8 values in any individual work, requires the final exam.

M2 - Expository methodology.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

M1 - O2; O3

M2 - O1; O2; O3

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

M1 - O2; O3

M2 - O1; O2; O3



**BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:**

BARDIN, Laurence, (2013), Análise de Conteúdo, Lisboa, Edições 70.

BENDLE, Neil T., FARRIS, Paul, PFEIFER, Phillip, REIBSTEIN, David, (2017), Grandes Métricas do Marketing, Lisboa, Edições Almedina.

TENCH, R., & Yoemans, L. (2009), Exploring Public Relations , 2ª ed, Londres, Prentice Hall.

ZEFERINO, André, (2016), Digital Marketing Analytics, Lisboa, Editora Sabedoria Alternativa

Proibido para efeitos de certificação