



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Estratégias de Comunicação Digital

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Digital Communication Strategy

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)

140

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)

T (teórico): 15

TP (teórico prático): 15



ECTS

5

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

UC Optativa

OBSERVATIONS

Optional Curricular Unit

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

Nuno Miguel da Silva Jorge (2h)

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

Nuno Miguel da Silva Jorge (2h)

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

-

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

-



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

Ao finalizar esta unidade curricular, os alunos conseguirão:

- Compreender o contexto das Relações Públicas na sociedade digital
- Planear estrategicamente a comunicação digital de uma organização com diferentes públicos
- Identificar audiências, canais e mensagens no contexto digital das Relações Públicas
- Desenvolver um plano de conteúdos digitais
- Construir casos de estudo sobre a comunicação digital de uma organização
- Utilizar ferramentas digitais adequadas à prática das Relações Públicas

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

Upon completion of this course unit, students will be able to:

- Understanding the context of Public Relations in the digital society.
- Strategically plan the digital communication of an organization with different audiences.
- Identify audiences, channels, and messages in the digital context of Public Relations.
- Develop a digital content plan.
- Build case studies on an organization's digital communication.
- Use digital tools appropriate to the practice of Public Relations.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Relações Públicas na sociedade digital

Caraterísticas do ecossistema mediático

Social Media: audiências, canais e contextos

Ferramentas de planeamento estratégico em Relações Públicas

Ferramentas digitais de comunicação

Casos práticos de estratégia digital de Relações Públicas



SYLLABUS:

Public Relations in the Digital Society

Characteristics of the media ecosystem

Social Media: audiences, channels, and contexts

Strategic Planning Tools in Public Relations

Digital communication tools

Practical cases of digital public relations strategy

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

Os conteúdos programáticos apresentam as dimensões essenciais para dotar os estudantes do conhecimento teórico e prático necessário para compreender as relações públicas no seu atual contexto prático.

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

The syllabus gives an understanding of the key trends and issues that allow students to have the necessary knowledge and skills on the atual context of public relations.

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Expositiva

Análise de casos reais

Exercícios práticos

Avaliação

- 20% participação em sala
- 80% trabalhos individuais



TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Explanatory methodology

Real case analysis

Practical exercises

Evaluation

- 20% participation

- 80% individual assignments

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

A exposição aos conceitos e casos reais permite aos alunos alcançar o conhecimento necessário para atingir os objetivos do curso

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

The knowledge of concepts and real case examples allows students to have the necessary knowledge for reaching the course goals.



BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:

Bibliografia principal

- Connolly, B. (2020). Digital Trust, London: Bloombury
- Phillips & Young (2009), Online public Relations Kogan Page
- Rosenberg, A. (2021). A modern guide do Public Relations, Portland: Veracity
- Waddington, S. and Earl, S. (2012), Brand Anarchy: Managing Corporate Reputation
- Whatmough, D. (2018), Digital PR: Emerald Publishing Limited

Bibliografia complementar

- Brown, R. and Waddington, S., (2013) Share This Too, Wiley Publishing
- Holiday R. (2012). Trust Me I'm Lying, New York: Penguin Group
- Levine, R., Locke, C., Searls, D. and Weinberger, D (2000) The Cluetrain Manifesto: the end of business as usual, Perseus Books
- Naughton, J. (2012), From Gutenberg to Zuckerberg
- Macnamara, J. (2010), The 21st Century Media (R)evolution: Emergent Communication Practices
- Meerman Scott, D (2007). The New Rules of Marketing & PR: How to Use News Releases, Blogs, Podcasts, Viral Marketing to Reach Buyers Directly, Wiley Publishing
- Page J, and Parnell L. (2018). Introduction to Strategic Public Relations, London: SAGE
- Sheldrake P. (2011). The Business of Influence, West Sussex: John Wiley & Sons
- Waddington, S., et al (2012) Share This, Wiley Publishing