



## Ficha de Unidade Curricular

### DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Laboratório de Consultoria em Comunicação

### DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Communication Consulting Laboratory

### 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)

162

### 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)

OT: 5; TP:15; PL:30

### % HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS

Sem horas de contacto à distância/No remote hours



**ECTS**

6

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

Fernando Rente (5,5 horas)

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

Fernando Rente (5,5 hours)

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

Joana Frias Costa (8 horas)

**OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:**

Joana Frias Costa (8 hours)



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

- OA1 - Compreender as dinâmicas de funcionamento de uma agência de comunicação, nomeadamente de New Business e Gestão de Contas
- OA2 - Desenvolver a capacidade analítica e crítica perante desafios de comunicação distintos
- OA3 - Desenvolver a capacidade de recolha e tratamento de informação relevante para a elaboração de um plano de comunicação
- OA4 - Apresentar soluções exequíveis, adequadas ao público, tendo em conta os objectivos definidos e resultados esperados
- OA5 - Trabalhar a capacidade de conceção e apresentação de planos estratégicos de comunicação
- OA6 - Desenvolver a capacidade argumentativa para sustentar a tomada de decisão em comunicação
- OA7 - Trabalhar competências ao nível da orçamentação, custeio e retorno do investimento
- OA8 - Apresentar métricas lógicas para avaliação de resultados em comunicação

**LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:**

- LO1 - Understand the operating dynamics of a communications agency, namely New Business and Account Management
- LO2 - Develop analytical and critical capacity when faced with different communication challenges
- LO3 - Develop the ability to collect and process relevant information for developing a communication plan
- LO4 - Present feasible solutions, suitable for the public, taking into account the defined objectives and expected results
- LO5 - Work on the ability to design and present strategic communication plans
- LO6 - Develop argumentative ability to support decision-making in communication
- LO7 - Working on skills in terms of budget creation, costing and return on investment
- LO8 - Present logical metrics for evaluating results in communication



## CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

### CP1 - A realidade das agências de comunicação e Relações Públicas

- o Setor em Portugal
- Dinâmicas de News business
- Dinâmicas de Gestão de Contas

### CP 2 - Gestão Estratégica da Comunicação

- A relevância da identidade e do posicionamento
- A importância da Investigação e análise de informação
- O conceito de estratégia
- Definição de estratégias de comunicação
- Orçamentação e Avaliação de Planos de Comunicação
- O reporte em comunicação

### CP 3 - Conceção de Planos de Comunicação e de planos de ação/propostas para clientes

- Proposta Escrita Vs. Apresentação oral ao cliente
- Debrief
- Execução de um Plano de Comunicação e de propostas para clientes em resposta a desafios concretos



## SYLLABUS:

### **S1 - The reality of communication and Public Relations agencies**

- Communication Agencies Business Sector in Portugal
- News business dynamics
- Account Management dynamics

### **S2 - Strategic Communication Management**

- The relevance of identity and positioning
- The importance of research and information analysis
- The concept of strategy
- Definition of communication strategies
- Budgeting and Evaluation of Communication Plans
- Communication reporting

### **S3 - Design of Communication Plans and action plans/proposals for clients**

- Written Proposal vs. Oral Presentation to the Client
- Debrief
- Execution of a Communication Plan and proposals for clients in response to concrete challenges



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

OA1 - CP1

OA2 - CP2 e CP3

OA3 - CP1, CP2 e CP3

OA4 - CP2 e CP3

OA5 - CP2

OA6 - CP2 e CP3

OA7 - CP2 e CP3

OA8 - CP2 e CP3

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

LO1 - S1

LO2 - S2 e S3

LO3 - S1, S2 e S3

LO4 - S2 e S3

LO5 - S2

LO6 - S2 e S3

LO7 - S2 e S3

LO8 - S2 e S3



### **METODOLOGIAS DE ENSINO:**

Metodologia expositiva, através de aulas com componente de exposição da matéria lideradas pelos docentes;

Metodologia ativa, através da discussão colectiva de casos concretos e da exploração e análise de casos práticos;

Avaliação individual: 45%

Avaliação de grupo: 55%

### **TEACHING METHODOLOGIES:**

Expository methodology, through classes with an exposition component of the subject led by teachers;

Active methodology, through collective discussion of concrete cases and the exploration and analysis of practical cases;

Individual evaluation: 45%

Group evaluation: 55%

### **AVALIAÇÃO**

Avaliação Individual (45%)

Trabalho 1 - 20%

Trabalho 2 - 15%

Av. Contínua / Participação - 10%

Avaliação de Grupo (55%)

Trabalho 1 - 5%

Trabalho 2 ? Plano de Redes - 15%

Trabalho 3 ? Plano de Comunicação - 35%



## EVALUATION

Individual Assessments (45%)  
Project 1 ? 20%  
Project 2 ? 15%  
Continuous Evaluation/ Participation ? 10%

Group Assessments (55%)  
Project 1 ? 5%  
Project 2 ? 15%  
Project 3 ? 35%

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

Considerando que se trata de uma UC de 3º ano em que se pretende aprofundar os conhecimentos e desenvolver competências na área da gestão da comunicação em agências/consultoras de comunicação e realizar uma aproximação ao mercado de trabalho, será seguida uma conjugação do método expositivo com recurso a casos práticos e de métodos ativos em sala de aula. O modelo de avaliação proposto permitirá aos estudantes desenvolver o seu know-how teórico sobre a área, bem como, recriar situações reais do dia-a-dia do contexto de interação entre agência de comunicação e cliente.

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

Considering that this is a 3rd year UC which, in addition to deepening knowledge and developing skills in the area of communication management in communication agencies/consultants, aims to bring people closer to the job market, a combination of the expository method will be followed using practical cases and active methods in the classroom. The proposed assessment model will allow students to develop their theoretical know-how about the area, as well as recreate real day-to-day situations in the context of the interaction between a communication agency and its client.





**BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:  
MAIN BIBLIOGRAPHY:**

- ANTÓNIO, Nelson Santos (2003); *Estratégia Organizacional do posicionamento ao movimento*, Ed Sílabo
- AUSTIN, Erica Weintraub, PINKLETON, Bruce E. (2001), *Strategic P R Management*, LEA, USA
- CARVALHO, J Crespo; Filipe, J Cruz; (2006) *Manual de estratégia - conceitos, prática e roteiro*; Ed Sílabo
- CENTER, A., JACKSON, P. (1995); *P R Practices: Managerial Studies & Problems*; Prentice Hall; NJ
- CUTILP, CENTER e BROOM (1995); *Effective P R*; Prentice Hall; New Jersey
- GREGORY, Anne (1996), *Planning & Managing a P R Campaign*, The Institute of P R, PR in practice series, London
- GRUNIG & HUNT; *P R Techniques*; Harcourt Brace; Orlando 1994.
- GRUNIG, James (Ed.), *Excellence in P R & Communication Management*; LEA; New Jersey, 1992.
- HEATH, Robert L., COOMBS, W. Timothy (2006), *Today's P R 's an introduction*; Sage Publications, USA
- HOLTZ, S. (2002), *P R on the net*, 2nd edition, Anacom, USA
- MIRANDA, Ricardo (2002); *A voz das empresas*, Porto Ed
- OLIVER, Sandra (2001) *P R Strategy*, The Institute of P R, Kogan Page, London

**OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)**

4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos / 4 - Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

16 - Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis / 16 - Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels

**OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)**



OBSERVATIONS

Inválido para efeitos de certificação