



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Comunicação Estratégica

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Strategic Communication

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

ERPCO / ERPCO

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral / Semester

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

135 horas totais de trabalho

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:15 | TP:30

% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS

Sem horas de contacto à distância/No remote hours



ECTS

5

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

Paula Cristina Campos Ribeiro - 45 horas

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

Paula Cristina Campos Ribeiro - 45 hours

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):

- OA1.** Explicar os conceitos-chave da comunicação estratégica, relacionando-os com identidade, imagem e reputação, e reconhecendo o seu papel na gestão organizacional.
- OA2.** Diagnosticar contextos organizacionais simples, identificando stakeholders, aplicando análise SWOT e o modelo PESO, com base em dados e observações.
- OA3.** Conceber planos estratégicos de comunicação, definindo objetivos, mensagens e canais adequados ao contexto e aos públicos-alvo.
- OA4.** Produzir protótipos audiovisuais ou multimédia que traduzam a estratégia comunicacional em soluções criativas e eficazes.
- OA5.** Avaliar a eficácia de planos de comunicação com base em indicadores básicos (KPIs), apresentando conclusões fundamentadas e sugestões de melhoria.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

- LO1.** Explain the key concepts of strategic communication, relating them to identity, image, and reputation, and recognising their role in organisational management.
- LO2.** Diagnose simple organisational contexts by identifying stakeholders and applying SWOT analysis and the PESO model, based on data and observations.
- LO3.** Design strategic communication plans by defining objectives, messages, and channels appropriate to the context and target audiences.
- LO4.** Develop audiovisual or multimedia prototypes that effectively translate the communication strategy into creative and engaging solutions.
- LO5.** Evaluate the effectiveness of communication plans using basic indicators (KPIs), presenting well-founded conclusions and improvement suggestions.



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Módulo 1 - Fundamentos da Comunicação Estratégica

Conceitos de identidade, imagem, reputação e comunicação organizacional. Função estratégica na gestão.

Módulo 2 - Modelos de Planeamento

Estudo de modelos clássicos e contemporâneos de planeamento estratégico. Comunicação integrada e mix da comunicação.

Módulo 3 - Diagnóstico Organizacional

Mapeamento de stakeholders, análise SWOT e aplicação de ferramentas de diagnóstico.

Módulo 4 - Planeamento e Avaliação da Comunicação

Definição de objetivos, mensagens e canais adequados aos públicos e ao contexto. Introdução a KPIs e métodos de avaliação da eficácia comunicacional.

Módulo 5 - Projeto Final

Desenvolvimento e apresentação de um plano estratégico de comunicação.

SYLLABUS:

Module 1 - Fundamentals of Strategic Communication

Concepts of identity, image, reputation, and organizational communication. Strategic role in management.

Module 2 - Planning Models

Study of classical and contemporary strategic planning models. Integrated communication and communication mix.

Module 3 - Organizational Diagnosis

Stakeholder mapping, SWOT analysis, and use of diagnostic tools in simple organizational contexts.

Module 4 - Communication Planning and Evaluation

Definition of objectives, key messages, and appropriate channels. Introduction to KPIs and basic methods for evaluating communication effectiveness.

Module 5 - Final Project

Development and presentation of a strategic communication plan.



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

OA1 é desenvolvido no **Módulo 1**, ao explorar os fundamentos da comunicação estratégica e a sua relação com identidade, imagem e reputação.

OA2 é trabalhado no **Módulo 3**, através da análise de contextos organizacionais simples, identificação de stakeholders e aplicação de ferramentas de diagnóstico.

OA3 é concretizado nos **Módulos 2 e 4**, com o estudo de modelos de planeamento e a definição de objetivos, mensagens e canais estratégicos.

OA4 é abordado no **Módulo 5**, com a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos no desenvolvimento de um plano estratégico de comunicação.

OA5 é integrado no **Módulo 4**, ao introduzir indicadores básicos e métodos de avaliação da eficácia da comunicação.

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

LO1 is developed in **Module 1**, through the exploration of strategic communication fundamentals and their relation to identity, image, and reputation.

LO2 is addressed in **Module 3**, by analyzing simple organizational contexts, identifying stakeholders, and applying diagnostic tools.

LO3 is achieved in **Modules 2 and 4**, through the study of planning models and the definition of strategic objectives, messages, and channels.

LO4 is implemented in **Module 5**, with the practical application of knowledge in the development and presentation of a strategic communication plan.

LO5 is integrated into **Module 4**, by introducing basic indicators and methods for evaluating communication effectiveness.



METODOLOGIAS DE ENSINO:

A unidade curricular combina metodologias tradicionais e ativas para promover a motivação e a aprendizagem significativa. A componente teórica é assegurada através de exposições dialogadas e análise de modelos e autores de referência. Complementarmente, aplicam-se metodologias ativas como aprendizagem baseada em projetos, peer teaching e peer review, mapas mentais e visuais, quizzes interativos e debates orientados. Ferramentas digitais (Canva, Mentimeter, Moodle) são integradas para facilitar a participação e a criação de conteúdos. Estas abordagens visam desenvolver competências práticas, pensamento estratégico e espírito crítico.

TEACHING METHODOLOGIES:

This course combines traditional and active methodologies to foster student motivation and meaningful learning. The theoretical component is delivered through interactive lectures and analysis of key models and authors. Active methodologies include project-based learning, peer teaching and peer review, mind maps and visual tools, interactive quizzes, and guided debates. Digital tools (Canva, Mentimeter, Moodle) are integrated to support participation and content creation. These approaches aim to develop practical skills, strategic thinking, and critical reflection.

AVALIAÇÃO

A avaliação é contínua. Inclui: (1) Projeto de Grupo (50%) - plano estratégico com diagnóstico e apresentação; (2) Trabalho Individual (40%) - narrativa audiovisual ou multimédia inspirada em *A Arte da Guerra*; (3) Participação (10%) - envolvimento em atividades, quizzes e assiduidade.

EVALUATION

Assessment is continuous and applied. It includes: (1) Group Project (50%) - strategic communication plan with diagnosis and final presentation; (2) Individual Assignment (40%) - audiovisual or multimedia narrative inspired by *The Art of War*; (3) Participation (10%) - engagement in activities, quizzes, and peer reviews.



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

A unidade curricular apresenta uma forte coerência entre os objetivos de ensino, os resultados de aprendizagem esperados e as metodologias adotadas. A componente teórica, baseada em exposições dialogadas e análise crítica de modelos e autores de referência, garante a aquisição dos conceitos fundamentais da comunicação estratégica, como identidade, imagem, reputação, planeamento e avaliação. Esta abordagem permite atingir o resultado R1 - explicar os conceitos-chave da comunicação estratégica e sua relação com identidade, imagem e reputação.

Complementarmente, são aplicadas metodologias ativas que promovem o envolvimento dos estudantes e a aplicação prática dos conhecimentos. A aprendizagem baseada em projetos (ABP) permite aos alunos desenvolver um plano estratégico de comunicação em grupo, com diagnóstico organizacional, definição de objetivos, mensagens, canais e KPIs, o que está diretamente alinhado com os resultados R2, R3 e R5 - diagnosticar um contexto organizacional simples; conceber um mini-plano estratégico de comunicação; e avaliar a eficácia do plano com base em KPIs básicos.

O trabalho individual, centrado na criação de uma narrativa audiovisual ou multimédia inspirada na leitura de *A Arte da Guerra*, promove a articulação entre pensamento estratégico e expressão criativa, contribuindo para o resultado R4 - produzir um protótipo audiovisual ou multimédia alinhado com a estratégia.

As metodologias como peer teaching e peer review incentivam a colaboração, a reflexão crítica e o desenvolvimento de competências de análise e comunicação, reforçando todos os resultados de aprendizagem. A utilização de mapas mentais e visuais facilita a organização de ideias e a compreensão dos modelos estratégicos. Os quizzes interativos e os debates orientados promovem a consolidação dos conteúdos e o pensamento crítico.

Adicionalmente, a unidade curricular contribui diretamente para o **ODS 4 - Educação de Qualidade**, promovendo uma aprendizagem ativa, inclusiva e centrada no estudante. Através da combinação de metodologias tradicionais e inovadoras, os alunos desenvolvem competências críticas, estratégicas e criativas, aplicadas em contextos reais e simulados. Os projetos de grupo e os trabalhos individuais incentivam a autonomia, a colaboração e a reflexão, assegurando uma formação alinhada com os princípios da educação de qualidade. A UC pode ainda abordar transversalmente os **ODS 5 - Igualdade de Género** e **ODS 8 - Trabalho Digno e Crescimento Económico**, ao promover debates sobre inclusão e ao explorar o papel da comunicação estratégica na reputação e sustentabilidade das organizações.



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

The curricular unit demonstrates strong coherence between its teaching methodologies, learning objectives, and expected learning outcomes. The theoretical component, delivered through interactive lectures and critical analysis of key models and authors, ensures that students acquire a solid understanding of strategic communication concepts such as identity, image, reputation, planning, and evaluation. This approach directly supports Learning Outcome R1 - explaining key concepts of strategic communication and their relationship with identity, image, and reputation.

Active methodologies are integrated to promote student engagement and the practical application of knowledge. Project-Based Learning (PBL) enables students to develop a strategic communication plan in groups, including organizational diagnosis, definition of objectives, messages, channels, and KPIs. This methodology aligns with Learning Outcomes R2, R3, and R5 - diagnosing a simple organizational context; designing a mini strategic communication plan; and evaluating its effectiveness using basic KPIs.

The individual assignment, based on the creation of an audiovisual or multimedia narrative inspired by *The Art of War*, encourages strategic thinking and creative expression, contributing to Learning Outcome R4 - producing a prototype aligned with the communication strategy.

Peer teaching and peer review foster collaboration, critical reflection, and analytical skills, reinforcing all learning outcomes. Mind maps and visual tools help students organize ideas and understand strategic models. Interactive quizzes and guided debates support content consolidation and critical thinking.

Additionally, the curricular unit contributes directly to **SDG 4 - Quality Education**, by promoting active, inclusive, and student-centered learning. Through a combination of traditional and innovative methodologies, students develop critical, strategic, and creative skills applied to real and simulated contexts. Group projects and individual assignments encourage autonomy, collaboration, and reflection, ensuring an educational experience aligned with the principles of quality education. The unit may also address **SDG 5 - Gender Equality** and **SDG 8 - Decent Work and Economic Growth** transversally, by fostering debates on inclusion and exploring the role of strategic communication in organizational reputation and sustainability.



BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:

MAIN BIBLIOGRAPHY:

Argenti, P. A. (2023). *Corporate communication* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

Argenti, P. A., Howell, R. A., & Beck, K. A. (2005). The strategic communication imperative. *MIT Sloan Management Review*, 46 (3), 83-89.

Caetano, J., & Rasquilha, L. (2009). *Gestão da comunicação*. Quimera.

Cornelissen, J. (2023). *Corporate communication: A guide to theory and practice* (7th ed.). SAGE Publications.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2021). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson.

Dietrich, G. (2014). *Spin sucks: Communication and reputation management in the digital age*. Que Publishing.

Grunig, J. E., Grunig, L. A., & Dozier, D. M. (2013). *Excellence in public relations and communication management*. Routledge.

Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Vercic, D., & Sriramesh, K. (2007). Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 1 (1), 3-35.

Holtzhausen, D., & Zerfass, A. (2014). *The Routledge handbook of strategic communication*. Routledge.

Kunsch, M. M. K. (2016). *Comunicação organizacional estratégica*. Summus Editorial.

Kunsch, M. M. K. (2016). *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada* (4th ed.). Summus Editorial.

Rasquilha, L., & Caetano, J. (2007). *Gestão e planeamento da comunicação*. Quimera.

Smith, R. D. (2017). *Strategic planning for public relations*. Routledge.



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

5 - Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas / 5 - Achieve gender equality and empower all women and girls

8 - Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos / 8 - Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

Unidade curricular opcional

OBSERVATIONS

Optional curricular unit.