



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Laboratório de Comunicação Integrada.

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Integrated Communications Laboratory.

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

ERPCO-ICL

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

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

135 horas/hours.

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)

45 horas/hours.

% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS



ECTS

5 ECTS

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

Raquel da Cruz Leal - 3 horas por semana.

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

Raquel da Cruz Leal- 3 hours/week.

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

Raquel da Cruz Leal - 3 horas por semana.

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Raquel da Cruz Leal - 3 hours/week.

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

1. Consolidar o conhecimento das diferentes componentes e ferramentas ao dispor dos profissionais de Relações Públicas/Comunicação Corporativa, quer ao nível estratégico quer ao nível tático;
2. Os estudantes deverão ser capazes de melhorar as suas capacidades no que respeita ao pensamento estratégico em Comunicação;
3. Capacidade de análise e pensamento crítico;
4. Os estudantes irão adquirir diferentes perícias que os permitirão construir propostas de comunicação alinhadas com a estratégia de negócio das organizações, assim como as ferramentas necessárias para poderem cumprir a sua missão como profissionais na área da comunicação estratégica;
5. Estudantes de diferentes ambientes culturais serão capazes de trabalhar num ambiente multicultural, tendo a capacidade de gerir diferentes abordagens à comunicação.



LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

1. Consolidate the knowledge of different components and tools inherent to the Public Relations/Corporate, Communications professions, both at a strategic and at a tactical level;
2. Students will be able to strength their capacities and abilities in what concern strategic thinking in communication;
3. Capacity for analysis and critical thinking;
4. Students will acquire different skills that will enable them to be able to build communication proposals aligned with the business strategy of the organizations, as well as all the communications tools needed to fulfill their mission as strategic communications professionals;
5. Students from different cultural backgrounds will be able to work in a multicultural environment and so be able to deal with different approaches to communication.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Compreender as Relações Públicas e a Comunicação Integrada:

O que são Relações Públicas? Definição.

O Universo das RP - áreas e atividades.

Qual é o campo de actuação das RP?

Definir Públicos - Critérios de Segmentação, Stakeholders e Públicos. O que é a Comunicação Integrada?

A perspectiva das RP Vs a perspectiva do Marketing.

A evolução do mercado para perspectivas mais "integradas". Elaboração de Planos de Comunicação Integrada.

SYLLABUS:

Understanding Public Relations and Integrated Communication

What are Public Relations? The definition.

The Public Relations Universe - areas and activities.

What is the PR field of action?

Defining Publics - Segmentation criteria, Stakeholders and Publics.

What is integrated Communication?

The PR perspective and the Marketing perspective.

Communication market evolution into this more "integrated" perspective.

How to create an Integrated Communication's Plan.



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

O1: CP1
O2: CP2
O3: CP2
O4: CP3
O5: CP1+CP2+CP3

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

O1: S1
O2: S2
O3: S2
O4: S3
O5: S1+S2+S3

METODOLOGIAS DE ENSINO:

Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Combinação entre a metodologia expositiva e activa.

Aulas com componente de exposição teórica e aulas de discussão coletiva com base em apresentações de estudos de caso (do docente e dos alunos).

Avaliação Individual

Trabalho individual - 35% + 10% avaliação qualitativa (assiduidade, educação, atenção, interesse...).

Avaliação de grupo

Trabalho de grupo que consiste na análise crítica, discussão e aplicação de conteúdos a casos reais de comunicação - 55%.

Regras de Avaliação

Não poderão ter nenhum momento de avaliação individual abaixo dos 8.

Não poderão ter mais do que 1 momento de avaliação negativo, nem faltar a mais de 3 aulas sem justificação válida.



TEACHING METHODOLOGIES:

Teaching Methodologies (including evaluation):

Combination of expository and active methodologies.

Classes with a theoretical exposure component. Classes with a theoretical exposition component and a collective discussion based on case studies presentations (Both teacher and students).

Individual Evaluation

Individual test - 35% + 10% qualitative evaluation (Classroom work, presence, participation, interest, presentations).

Group evaluation

Group work assignment consisting of critical analysis, discussion and application to real communication's plan - 55%.

Evaluation Rules

There can be no individual evaluation time below 8.

You can't have more than 1 evaluation moment with a negative evaluation and can not have more than 3 absences without valid justification.

AVALIAÇÃO

Metodologias de ensino (avaliação incluída): Combinação entre a metodologia expositiva e activa. Aulas com componente de exposição teórica e aulas de discussão coletiva com base em apresentações de estudos de caso (do docente e dos alunos). Avaliação Individual Trabalho individual - 35% + 10% avaliação qualitativa (assiduidade, educação, atenção, interesse...). Avaliação de grupo Trabalho de grupo que consiste na análise crítica, discussão e aplicação de conteúdos a casos reais de comunicação - 55%. Regras de Avaliação Não poderão ter nenhum momento de avaliação individual abaixo dos 8. Não poderão ter mais do que 1 momento de avaliação negativo, nem faltar a mais de 3 aulas sem justificação válida.

EVALUATION

Teaching Methodologies (including evaluation): Combination of expository and active methodologies. Classes with a theoretical exposure component. Classes with a theoretical exposition component and a collective discussion based on case studies presentations (Both teacher and students). Individual Evaluation Individual test - 35% + 10% qualitative evaluation (Classroom work, presence, participation, interest, presentations). Group evaluation Group work assignment consisting of critical analysis, discussion and application to real communication's plan- 55%. Evaluation Rules There can be no individual evaluation time below 8. You can't have more than 1 evaluation moment with a negative evaluation and can not have more than 3 absences without valid justification.



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

1. Consolidar o conhecimento das diferentes componentes e ferramentas ao dispor dos profissionais de Relações Públicas/ Comunicação Corporativa, quer ao nível estratégico, quer tático.
2. Os estudantes deverão ser capazes de melhorar as suas capacidades no que respeita ao pensamento estratégico em Comunicação.
3. Capacidade de análise e pensamento crítico.
4. Os estudantes irão adquirir diferentes perícias que permitirão construir propostas de comunicação alinhadas com a estratégia de negócio das organizações, assim como as ferramentas necessárias para poderem cumprir a sua missão como profissionais na área da comunicação.
5. Estudantes de diferentes ambientes culturais serão capazes de trabalhar num ambiente multicultural, tendo a capacidade de gerir diferentes abordagens à comunicação.

Combinação entre metodologia e ativa.

Aulas com componente de expos

Combinação entre metodologia e ativa.

Aulas com componente de expos e aulas de discussão colectiva com apresentações de estudos de caso (docente e dos alunos).



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

1. Consolidate the knowledge of different components and tools inherent to the Public Relations/Corporate Communications professions, both at a strategic and at a tactical level.	Combination of expository and active methodologies.
2. Students will be able to strengthen their capacities and abilities in what concern strategic thinking in communication.	Classes with theoretical exposure and practical exercises.
3. Capacity for analysis and critical thinking.	Classes with theoretical exposure and practical exercises.
4. Students will acquire different skills that will enable them to be able to build communication proposals aligned with the business strategy of the organizations, as well as all the tools needed to fulfill their mission as strategic communications professionals.	Combination of expository and active methodologies. Classes with theoretical expository and practical exercises (discussion based on case studies, teachers and students).
5. Students from different cultural backgrounds will be able to work in a multicultural environment with different approaches to communication.	



BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:

MAIN BIBLIOGRAPHY:

Albert, S. & Whetten, D. A. (1985), 'Organizational identity', in Balmer, JMT & Greyser, SA (eds), *Revealing the corporation: perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, and corporate-level marketing: an anthology*. 2003 edn, New York: Routledge, 77-105.

Argenti, Paul A. & Formans, Janis (2000), 'The Communication Advantage: A Constituency-Focused Approach to Formulating and Implementing Strategy', in Schultz, M, Hatch, M & Larsen, M (eds), *The expressive organization: Linking identity, reputation, and the corporate brand*. New York: Oxford University Press, 233-45.

Balmer, John M. T. & Gray, E. R. (1999), 'Corporate identity and corporate communications: creating a competitive advantage', in Balmer, JMT & Greyser, SA (eds), *Revealing the corporation: perspectives on identity image, reputation, corporate branding, and corporate-level marketing: an anthology*. 2003 edn, New York: Routledge, 124-36.

Balmer, John M. T. & Greyser, Stephen A. (2002), 'Managing the Multiple Identities of the Corporation', in Balmer, JMT & Greyser, SA (eds), *Revealing the corporation: perspectives on identity, image, reputation, corporate branding, and corporate-level marketing: an anthology*. 2003 edn, New York, 15-30.

Barnett, M. L., Jermier, J. M. & Lafferty, B. A. (2006), 'Corporate reputation: The definitional landscape', *Corporate reputation review*, vol. 9, no. 1, pp. 26-38.

Bivins, T. (1995). *Handbook for Public Relations Writing*. 3aed. NTC Business Books- NTC Publishing Group. Illinois.

Carvalho, J.C. de & Filipe, J.C. (2006). *Manual de Estratégia ? Conceitos, Prática e Roteiro*. Lisboa. Silabo.

Caywood, Clarke L. (Editor) (1997). *The Handbook of Strategic Public Relations & Integrated Communications*. New York. McGraw-Hill.

Cutlip, S., Center, A., Broom, G. (1985). *Effective Public Relations*. 6aed. Prentice-Hall. New Jersey. Fombrun, Charles J. (1996), *Reputation: realizing value from the corporate image*. Boston: Harvard Business School Press.

Grunig, James E. (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey.

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

10 - Reduzir as desigualdades no interior de países e entre países / 10 - Reduce inequality within and among countries

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

é opcional



OBSERVATIONS

this is an optional unit

Inválido para efeitos de certificação