



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Estratégia em Relações Públicas

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

PR Strategies

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)

140H

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:20 TP: 10

% 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):

ANA ANDREIA ALVES GARCIA - 28H

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

ANA ANDREIA ALVES GARCIA - 28H

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):

1. Dotar os estudantes de conhecimentos e competências que lhes permitam desenvolver uma estratégia de R.P.
2. Discutir criticamente as diferentes etapas do planeamento estratégico das R.P.
3. Entender o papel estratégico da função de Relações Públicas, nomeadamente nas vertentes de comunicação com os colaboradores, comunicação com os órgãos de comunicação social, comunicação de crise e comunicação no meio online.
4. Aplicar os conhecimentos adquiridos a contextos reais e concretos.



LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

1. Provide students with the knowledge and skills that enable them to develop a strategy of PR
2. Critically discuss the different stages of strategic planning of the PR
3. Understand the strategic role of the Public Relations function, namely in the following areas: employee communication, media relations, crisis communication, and online communication.
4. Apply the acquired knowledge to real and specific contexts

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Enquadramento das R.P. enquanto função estratégica:
 - Pensamento estratégico, estratégia e táticas.
 - Competências dos R.P.
 - O que não são R.P.
2. Etapas do planeamento estratégico das R.P.
 - Pesquisa, identificação de públicos, formulação de objetivos e mensagens-chave, identificação de táticas de comunicação, implementação e avaliação.
3. Estratégias de R.P. aplicadas a:
 - A comunicação com os colaboradores
 - A comunicação no meio online
 - A comunicação com os órgãos de comunicação social
 - Eventos

SYLLABUS:

1. Framework of the PR as a strategic function Strategic thinking, Strategy, Tactics. Competencies of PR What are not PR
2. Stages of the strategic planning of the PR Inválido para efeitos de certificação Research, identification of publics, formulation of objectives and key messages, identification of communication tactics, implementation and evaluation.
3. PR practice áreas. PR strategies applied to: Employee Communication Online communication Media relations Events



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

O1: CP1 e CP2

O2: CP2

O3: CP3

O4: CP3

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

O1: S1/S2

O2: S2

O3: S3

O4: S3

METODOLOGIAS DE ENSINO:

Método expositivo, ativo. Exposição oral; apresentação e discussão de casos; exercícios práticos em sala. Contato com especialistas de Relações Públicas.

TEACHING METHODOLOGIES:

Expositive method, active. Oral presentation; presentation of cases; practical exercises in the class room. Contact with Public Relations Specialists.



AVALIAÇÃO

Avaliação contínua

Avaliação individual (40%)

- Elaboração de um estudo de caso.

Avaliação de Grupo (60%)

- Elaboração de um plano estratégico de R.P. e apresentação na aula (40%)
- Organização de um evento/participação nas aulas (20%)

EVALUATION

Continuous evaluation

Individual works:

- Preparation of a case study (40%)

Group work:

- Elaboration of a strategic plan of PR and presentation in class (40%)
- Event organisation, Class participation (20%)

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

A metodologia de ensino participativa contribui para alcançar todos os objetivos propostos. A apresentação de casos práticos e os exercícios em aula permitem dotar os alunos de competências práticas para a elaboração de uma estratégia em RP.

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

The participatory teaching methodology contributes to achieving all the proposed objectives. The presentation of practical cases and the exercises in class allow students to have practical skills to elaborate a PR strategy.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL: MAIN BIBLIOGRAPHY:

Cutlip, S., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). Effective Public Relations. 9ª Edição New Jersey: Prentice Hall.

Eiró-Gomes, M., Garcia, A., Pereira, M., Raposo, A., Os Média: orientações práticas - Um Guia para Organizações da Sociedade Civil. FEC. 2021

Garcia, A. [2022]. O papel dos órgãos de comunicação social (OCS) nas estratégias de comunicação. In M. Eiró-Gomes (org.), Comunicação nas Organizações da Sociedade Civil: do Empowerment à Advocacy (pp. 95-123). FEC. https://fecong.org/pdf/Manual_ComunicacaoNasOSC_CALL.pdf

Hallahan, K. (2015). Organizational goals and communication objectives in strategic communication. The Routledge handbook of strategic communication, 244-266.

Lesly, P. (1997). Lesly's Handbook of Public Relations and Communication, 5ª Ed., New York: McGrawHill/Contemporary Books

l'Etang, J. (2007). Public relations: Concepts, practice and critique. Londres. Sage

Seitel, F. (2017). The Practice of Public Relations, Thirteenth Edition. Inglaterra: Pearson Education

Smith, R.D. (2017). Strategic Planning for Public Relations. 5th Edition. New York: Routledge

Theaker, A., & Yaxley, H. (2018). The Public Relations Strategic Toolkit: An essential guide to successful public relations practice. Second Editions. New York: Routledge

Tench, R., & Yeomans, L. (2014). Exploring public relations. Third Edition. United Kingdom. Pearson Education.

Tench, R., & Yeomans, L. (2017). Exploring public relations: global strategic communication. Pearson Higher Ed.

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., & Shin, J. H. (2014). THINK public relations. 2nd edition. Pearson Higher Education

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H. (2015). Public Relations Strategies and Tactics. 11th edition. Pearson Higher Education Invá

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



OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

Inválido para efeitos de certificação