English version at the end of this document

| | |
|---|---|
| **Ano Letivo** | 2016-17 |
| **Unidade Curricular** | RELAÇÕES PÚBLICAS |
| **Cursos** | CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (1.º ciclo) (*)<br><br>(*) Curso onde a unidade curricular é opcional |
| **Unidade Orgânica** | Escola Superior de Educação e Comunicação |
| **Código da Unidade Curricular** | 14561531 |
| **Área Científica** | CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO |
| **Sigla** | |
| **Línguas de Aprendizagem** | Português. |
| **Modalidade de ensino** | Presencial. |
| **Docente Responsável** | Sandra Isabel dos Santos da Costa e Espada |

| DOCENTE | TIPO DE AULA | TURMAS | TOTAL HORAS DE CONTACTO (*) |
|---|---|---|---|
| Sandra Isabel dos Santos da Costa e Espada | OT; TP | TP1; OT1 | 45TP; 15OT |

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

| ANO | PERÍODO DE FUNCIONAMENTO* | HORAS DE CONTACTO | HORAS TOTAIS DE TRABALHO | ECTS |
|---|---|---|---|---|
| 1º,2º,3º | S2,S1 | | N/D | 6 |

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

**Precedências**

Sem precedências

**Conhecimentos Prévios recomendados**

Não são necessários quaisquer conhecimentos prévios.

**Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)**

Com a UC Relações Públicas pretende-se que os alunos fiquem munidos de conhecimentos que lhes permitam entender o setor das Relações Públicas, como elemento essencial de uma filosofia de gestão na comunicação empresarial, compreendendo o desenvolvimento da capacidade de análise, estudo e intervenção neste domínio, através de uma apresentação do que é a atividade, seu historial e objetivos, tipos de comunicação e públicos das Relações Públicas.

**Conteúdos programáticos**

1. Noções gerais de Relações Públicas

1.1. O seu aparecimento

1.2. Noção

1.3. Relações Públicas e Marketing

1.4. Regulamentação

2. Objetivos e Públicos das Relações Públicas

2.1. Objetivos das Relações Públicas

2.2. Públicos das Relações Públicas

3. Vários Tipos de Comunicação

3.1.Comunicação Institucional

3.2. Comunicação de Produto

3.3. Relação com os Media

3.4. Comunicação Interna

3.5. Relações Públicas na Internet

3.6. Relação com a Comunidade Local

3.7. Relações Governamentais

3.8. Comunicação Financeira

3.9. Comunicação Ambiental

3.10. Comunicação de Crise

4. Plano de Relações Públicas

4.1. Elaboração e Execução de um Plano de Relações Públicas

**Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

Pretende-se estimular a capacidade crítica e a participação ativa dos alunos através do método ativo, facilitando a exposição de temas por parte da docente e a consequente discussão dinamizada pelas dúvidas e intervenções efetuadas pelos alunos. A esta estratégia pedagógica aliam-se outras formas de atuação, entre elas:
Estudo e Discussão de Casos, o que contribui, não só para o enriquecimento pessoal de cada um, como estimula também a tomada de decisão individual ou em grupo; Dinâmicas de Grupo através da prática de simulações de diferentes situações/atuações; Trabalhos de Pesquisa através de pesquisas documentais, leituras prévias e preparação de apresentações orais.

Para a avaliação final da UC serão tidos em consideração três momentos de avaliação, a saber: trabalhos de grupo feitos na aula, o que valerá 30% da nota final; assiduidade e participação nas aulas lecionadas, o que valerá 20% da nota final e trabalho de grupo sobre tema a apresentar, o que valerá 50% da nota final.

**Bibliografia principal**


Bland, Michael, ***Novo Manual de Relações Públicas*** , Lisboa, Editorial Presença, sd;

Canfield, Bertrand R., ***Relações Públicas ? Princípios, Casos e Problemas*** , São Paulo, Pioneira, 1991;

Fonseca, Abílio da, ***Comunicação Institucional: Contributo das Relações Públicas*** , Maia, Publismai, 1998;

García, Manuel Moler, ***As Relações Públicas*** , Lisboa, Editorial Estampa, 1999;

Lahanque, S e Solatges, F., ***Les Relations Publiques ? Guide Pratique*** , Paris, Ed. D´Organisation, 1991;

Lampreia, J. Martins, ***Comunicação Empresarial ? As Relações Públicas na Gestão*** , Lisboa, Texto Editora, 1992;

Lampreia, J. Martins, ***A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas*** , Mem Martins, Publicações Europa-América, 1999;

Lloyd, Herbert e Peter, ***Relações Públicas*** , Lisboa, Editorial Presença, 1991;

Penteado, J. R. Whitaker, ***Relações Públicas nas Empresas Modernas*** , São Paulo, Pioneira, 1989;

Wragg, David, ***Relações Públicas em Marketing e Vendas: uma abordagem gerencial*** , São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

| | |
|---|---|
| **Academic Year** | 2016-17 |
| **Course unit** | PUBLIC RELATIONS |
| **Courses** | COMMUNICATION SCIENCES (1st Cycle) (*)<br><br>(*) Optional course unit for this course |
| **Faculty / School** | Escola Superior de Educação e Comunicação |
| **Main Scientific Area** | CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO |
| **Acronym** | |
| **Language of instruction** | Portuguese. |
| **Teaching/Learning modality** | Presential. |
| **Coordinating teacher** | Sandra Isabel dos Santos da Costa e Espada |

| Teaching staff | Type | Classes | Hours (*) |
|---|---|---|---|
| Sandra Isabel dos Santos da Costa e Espada | OT; TP | TP1; OT1 | 45TP; 15OT |

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

**Contact hours**

| T | TP | PL | TC | S | E | OT | O | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | N/D |

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

**Pre-requisites**

no pre-requisites

**Prior knowledge and skills**

No prior knowledge is required.

**The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)**

The aim of the Public Relations Unit is to provide students with the knowledge to understand the Public Relations sector as an essential element of a management philosophy in business communication, including the development of analytical, study and intervention capacity in this field , Through a presentation of what is the activity, its history and objectives, types of communication and public relations.

**Syllabus**

1. General Public Relations

1.1. Your appearance

1.2. Notion

1.3. Public Relations and Marketing

1.4. Regulation

2. Public Relations Goals and Publics

2.1. Public Relations Objectives

2.2. Public Relations Public

3. Various Types of Communication

3.1.Communication Institutional

3.2. Product Communication

3.3. Relationship with the Media

3.4. Internal communication

3.5. Public Relations on the Internet

3.6. Relationship with the Local Community

3.7. Government Relations

3.8. Financial Communication

3.9. Environmental Communication

3.10. Crisis Communication

4. Public Relations Plan

4.1. Elaboration and Execution of a Public Relations Plan

**Teaching methodologies (including evaluation)**

The aim is to stimulate the critical capacity and the active participation of the students through the active method, facilitating the Part of the teacher and the consequent discussion energized by the doubts and interventions made by the students. This pedagogical strategy Other forms of action are combined, among them:
Study and Discussion of Cases, which contributes, not only to the personal enrichment of each one, but also stimulates the Individual or group decision;
Group Dynamics through the practice of simulations of different situations / performances;
Research works through documentary research, previous readings and preparation of oral presentations.

**Main Bibliography**

Bland, Michael, New Manual of Public Relations, Lisbon, Editorial Presença, sd;
Canfield, Bertrand R., Public Relations - Principles, Cases and Problems, São Paulo, Pioneira, 1991;
Fonseca, Abílio da, Institutional Communication: Contribution of Public Relations, Maia, Publismai, 1998;
García, Manuel Moler, Public Relations, Lisbon, Editorial Estampa, 1999;
Lahanque, S e Solatges, F., Les Relations Publiques - Guide Pratique, Paris, Ed. D'Organization, 1991;
Lampreia, J. Martins, Business Communication - Public Relations in Management, Lisbon, Texto Editora, 1992;
Lampreia, J. Martins, The Press Office in Public Relations, Mem Martins, Publications Europa-América, 1999;
Lloyd, Herbert and Peter, Public Relations, Lisbon, Editorial Presença, 1991;
Penteado, J. R. Whitaker, Public Relations in Modern Companies, São Paulo, Pioneira, 1989;
Wragg, David, Public Relations in Marketing and Sales: a managerial approach, São Paulo: McGraw-Hill, 1989.