
Ano Letivo 2022-23

Unidade Curricular COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS

Cursos CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (1.º ciclo) (*)

(*) Curso onde a unidade curricular é opcional

Unidade Orgânica Escola Superior de Educação e Comunicação

Código da Unidade Curricular 14561568

Área Científica CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 321

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 4,5,10

Línguas de Aprendizagem Portuguese

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Cármem Zita Batalha Garcia Monereo

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Cármem Zita Batalha Garcia Monereo	TP	TP1	42TP

* 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	S2	42TP	156	6

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Sem conhecimentos

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Ao concluir este módulo, os alunos deverão ser capazes de:

- Compreender o novo paradigma da comunicação de massa;
- Compreender o papel das relações públicas no relacionamento entre organizações e seu público;
- Identificar o perfil e as habilidades do profissional de relações públicas, nomeadamente nesta nova era digital;
- Identificar o público-alvo da Comunicação Institucional e das Relações Públicas;
- Perceber a importância da Comunicação Institucional num plano de comunicação;
- Implementar e monitorizar um plano de relações públicas.

Conteúdos programáticos

História das relações públicas

- Definição de Comunicação Institucional e Relações Públicas
 - O papel do profissional de Relações Públicas
 - Diferenças entre relações públicas e marketing.
 - Modelos de relações públicas e de Comunicação Institucional
 - O profissional de comunicação Institucional
 - O público da comunicação institucional: os stakeholders.
 - Plano de comunicação institucional e o Mix de Comunicação
 - Plano de relações públicas
-

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

As aulas terão uma componente teórico-prática. O conteúdo teórico servirá de base para os alunos discutirem os assuntos e poderem aplicá-lo na construção de seu plano de relações públicas. A componente prática consistirá na análise do estudo de caso e na definição das estratégias a serem aplicadas na construção do plano do projeto de relações públicas. Haverá também uma componente de orientação

tutorial com o objetivo de acompanhar os alunos no desenvolvimento do seu plano de relações públicas.

Para a avaliação final da UC serão tidos em consideração dois momentos de avaliação:

40% - Realização de um plano de comunicação institucional ou de relações públicas

60% - Exame escrito

Os alunos que não entregarem o trabalho prático ou que tiverem nota de frequência igual ou inferior a 7 (sete) valores terão de ir a exame.

Bibliografia principal

Barquero, J., Barquero, M. (1996). O Livro de Ouro das Relações Públicas. Porto: Porto Editora.

Brammer, S. & Pavelin, S. (2006). Corporate reputation and social performance: the importance of fit. *Journal of Management Studies*, (43), 435-455.

doi: 10.1111/j.1467-6486.2006.00597.x

Chaves, N. (1994). La Imagem Corporativa. Teoria y Metodología de la Identificación Institucional. Madrid: Pearson. Prentice Hall.

Capriotti, P. (2013). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa (4ª ed.). Málaga: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

Daniel, F. 1993 ?Communication Institutionelle et d?Entreprise?. SFEZ, L. Dictionnaire Critique de la Communication. Tomo II. Paris: PUF. pp. 1177-81.

Dreyer, B. (2021). Teoria e prática de relações públicas. São Paulo: Summus Editorial.

Grunig, J. (2001). Handbook of Public Relations. London: Sage.

Gonçalves, G. (2010). Introdução às Relações Públicas. Porto: Porto Editora.

Academic Year 2022-23

Course unit INSTITUTIONAL COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS

Courses COMMUNICATION SCIENCES (1st Cycle) (*)

(*) Optional course unit for this course

Faculty / School SCHOOL OF EDUCATION AND COMMUNICATION

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 321

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 4,5,10

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Presencial

Coordinating teacher Cármen Zita Batalha Garcia Monereo

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Cármen Zita Batalha Garcia Monereo	TP	TP1	42TP

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

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	42	0	0	0	0	0	0	156

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

Not applicable

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

On completion of this module, students should be able to:

. Comprehend the new paradigm of mass communication; Understand the role of public relations in the relationship between organizations and their public; Identify the profile and skills of the public relations professional, namely in this new digital age; Identify the target audience; Realize the importance of a communication plan; . Apply the tasks inherent to the four phases of a communication plan

Syllabus

- History of public relations
- Definition of Institutional Communication and Public Relations
- The role of the Public Relations professional and the Institutional Communication
- Differences between public relations and marketing.
- Public relations models and Institutional Communication
- The Institutional Communication professional
- The Audience of the Institutional Communication: the stakeholders.
- Institutional Communication plan and Communication Mix
- Public relations plan

Teaching methodologies (including evaluation)

Classes will have a theoretical-practical component. The theoretical content will serve as a basis for students to discuss the issues and be able to apply it in the construction of their public relations plan. The practical component will consist of analyzing the case study and defining the strategies to be applied in the construction of the public relations project plan. There will also be a tutorial guidance component in order to accompany students in the development of their public relations plan.

For the final evaluation of the UC, two evaluation moments will be taken into account:

40% - Creation of an institutional communication plan or public relations plan

60% - Written exam Students who fail to deliver the practical work or who have an

exam grade equal to or less than 7 (seven) values will have to go to the exam. Working students do not have any exception arrangements.

Main Bibliography

Barquero, J., Barquero, M. (1996). *O Livro de Ouro das Relações Públicas*. Porto: Porto Editora.

Brammer, S. & Pavelin, S. (2006). Corporate reputation and social performance: the importance of fit. *Jornal of Management Studies*, (43), 435-455.

doi: 10.1111/j.1467-6486.2006.00597.x

Chaves, N. (1994). *La Imagem Corporativa. Teoria y Metodología de la Identificación Institucional*. Madrid: Pearson. Prentice Hall.

Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa (4ª ed.)*. Málaga: IIRP - Instituto de Investigación en Relaciones Públicas.

Daniel, F. 1993 *¿Communication Institutionelle et d'Entreprise?*. SFEZ, L. *Dictionnaire Critique de la Communication*. Tomo II. Paris: PUF. pp. 1177-81.

Dreyer, B. (2021). *Teoria e prática de relações públicas*. São Paulo: Summus Editorial.

Grunig, J. (2001). *Handbook of Public Relations*. London: Sage.

Gonçalves, G. (2010). *Introdução às Relações Públicas*. Porto: Porto Editora.