ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA

Ficha de Unidade Curricular

Inválido para efeitos de certificação

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Laboratório de Comunicação Corporativa.

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Corporate Communications Laboratory.

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

ERPCO - LCC.

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral.

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

150 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)

TP: 45 horas/hours.

ECTS

6 ECTS.

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

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

Sofia Alves Mimoso - 9h de aulas semanais, diurno.

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

Sofia Alves Mimoso - 09h per week, during the day.

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

Maria Cristina Rôla - 3h de aulas semanais, Pós-laboral.

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Maria Cristina Rôla - 3h per week, after work (executive schedule).

Inv... para efeitos de certificação

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

1. Compreender a importância da comunicação corporativa em contexto *in-house* .

2. Conhecer e reconhecer diferentes áreas de intervenção dos profissionais de Relações Públicas em contexto *in-house.*

3. Ter a capacidade de monitorizar o clima e reputação internas, recolhendo informação relevante - importância da Auditoria Interna.

4. Conhecer as ferramentas para realizar processos de Auditoria Interna (em comunicação), sua aplicação prática e crítica de análise (leitura e comunicação de dados quantitativos).

5. Identificar, compreender, mapear e gerir a comunicação com diferentes *stakeholders* , nomeadamente os mais próximos da organização: colaboradores e acionistas (*shareholders*).

6. Ter capacidade de desenvolver suportes de comunicação específicos de cariz motivacional no âmbito da comunicação interna.

7. Integrar todos os conhecimentos na elaboração de um plano de comunicação, anual e interno, alinhado com os resultados da Auditoria, pensamento estratégico e de negócio.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

1. Understand the importance of corporate communications *in-house* .

2. Know the different areas of intervenience of PR professionals in corporate *in-house* context.

3. Have the knowledge to monitor the internal climate as reputation´s levels, collecting relevant data - the importance of Internal Audits.

4. Know and manage the tools to implement Internal Audits, putting it on practice and do critical analysis (understand and communicate quantitative results/data).

5. Identify, understand, mapping and managing the internal communication´s flow with the most important stakeholders: employees and shareholders.

6. Have the ability to develop strategic actions, supports and messages in terms of internal communications.

7. Integrate all of this knowledge into an annual and internal communication plan, aligned with the Audit´s results, strategic thinking and corporate business goals.

Inválido para efeitos de certificação

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

- Comunicação Corporativa - o que é e sua importância.
- Áreas de intervenção do profissional de RP em contexto *in-house* :
  - Auditoria Interna - o que é e principais processos/métodos.
  - Realização de processos de Auditoria Interna, designadamente sobre Clima Interno e Reputação Interna.
  - Elaboração de cálculos e análise de dados.
  - Interpretação crítica dos dados e comunicação dos mesmos.
- A importância do Relatório e Contas como ferramenta de conhecimento e investigação para a Comunicação Financeira.
- Empresas cotadas em bolsa - sua especificidade e relevância dos acionistas para a Comunicação Financeira).
- A importância do CEO e acessoria do mesmo internamente - o discurso do CEO.
- Comunicação Interna:
  - *Employer Branding* - o que é e sua relevância.
  - Exemplos de *Employer Branding* - *Case Studies* e *Benchmark.*

Elaboração de um plano de comunicação anual e interno, com foco nos processos de auditoria (resultados quantitativos), pensamento estratégico e objetivos de negócio.

SYLLABUS:

- Corporate Communications - concept definition and its importance.
- Work areas for a PR Professionals in-house context:
  - Internal Audits - what is it and main methods.
  - Implementing internal audit´s processes, namely about Internal Climate as Internal Reputation´s levels.
  - Calculate those levels/results and do a critical analysis.
  - Being able to communicate internally those results/quantitative data.
- The relevance of the Annual Report as a knowledge source for financial communications.
- The Stock Companies - their singularities and the importance of shareholders for financial communications.
- Managing the CEO image and he´s internal communications - focus on the public speech for employees.
- Internal Communications:
  - Employer Branding - what is it and relevancy.
  - Examples - Case Studies and Benchmark.
- How to make an annual and internal communication´s plan, focusing on Audits (data), strategic thinking and corporate business goals.

Versão para efeitos de certificação

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA

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

Para a concretização dos objetivos enumerados, é importante que os estudantes aprofundem os conhecimentos e desenvolvam competências relativamente aos temas abordados e sua aplicação em casos e situações práticas de Relações Públicas, num contexto que se pretende ser o mais próximo da realidade empresarial possível.

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

To achieve the objectives, it will be important that students improve their knowledge and develop skills about the topics and their application to cases and situations of Public Relations in a context suitable with the reality of the labor market.

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Metodologia de ensino participativa.

Método expositivo pelo Docente (principais conceitos).

Método prático pelo Docente (exercícios e simulações de casos em aula).

Regime de Avaliação contínua:

- 10% Avaliação Individual contínua (assiduidade e qualidade da participação).
- 35% Trabalho Individual.
- 20% Parte I do Trabalho de Grupo.
- 35% Parte II do Trabalho de Grupo.

O aluno é excluído se tiver uma avaliação inferior a 8 em qualquer um destes momentos, bem como se tiver 3 faltas injustificadas ao longo do semestre.

Válido para efeitos de certificação

TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Participative Methodology.

Expositive Methods (for main concepts and definitions).

Practical Methods (exercises and case´s simulations in class).

Continuous Evaluation System:

- 10% Individual Behaviour (absences, attention, interest and participation).
- 35% Individual Work.
- 20% Part I Work Group.
- 35% Parte II Work Group.

The student goes directly to exam if having less than 8 in each evaluation moment, or if the student counts 3 unjustified absences during the semester.

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

Para a concretização dos objetivos enumerados serão aplicadas metodologias expositiva e ativa. Aulas com componente de exposição lideradas pelos docentes e discussão coletiva baseada na exploração de casos concretos. A complementar, serão desenvolvidos e apresentados trabalhos práticos em que será sistematizada e analisada a informação recolhida de um Relatório e Contas e processos de Auditoria Internos.

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

To achieve the objectives there will be a combination of the Theorical and expository/active methodology. Lessons with exposure component of the field led by teachers and discussion based on exploitation of cases. To complement their will also be room to develop, present and defend practical works based on systematized and analyzed information collected from an Annual Report and Internal Audits´results.

Inválido para efeitos de certificação

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:

- Carvalho, J.C. de & Filipe, J.C. (2006) Manual de Estratégia - Conceitos, Prática e Roteiro. Lisboa. Silabo. Hunger, J. D. & Wheelen, T. L. (2007). Essentials of strategic management. London. Prentice Hall.
- Moss, D. & Warnaby, G., "A Strategic Perspective For Public Relations" in Kitchen, Philip (1997). Public Relations Principles and Practice. London. Thomson Learning.
- Oliver, Sandra (Ed.) (2004) A Handbook of Corporate Communication and Public Relations, Routledge, London and New York.
- Solis, Brian and Breakenridge, Deirdre (2009) Putting the Public Back in Public Relations, Pearson Education, USA.
- Steyn, B; Puth, G. (2001) Corporate Communication Strategy, Heinmann Publishers, Pretoria.
- Theaker, Alison (2004) The Public Relations Handbook, 2nd Edition, Routledge, London and New York.

Inválido para efeitos de certificação