



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Estudos de Caso: Projetos em Comunicação Corporativa

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Case Studies: Projects in Corporate Communications

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

ERPCO

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral / Semiannual

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

135H

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: 15; TP: 30



ECTS

5

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

Optativa

OBSERVATIONS

Optional

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

Ana Luísa Lages de Castro Martins Rodrigues

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

Ana Luísa Lages de Castro Martins Rodrigues

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. Compreender a relevância dos estudos de caso no planeamento e gestão eficaz de projetos de Relações Públicas (RP)
2. Desenvolver a capacidade de analisar e interpretar casos de RP de forma abrangente, relevante e com sentido crítico
3. Desenvolver a capacidade de debate sobre as situações em análise
4. Ser capaz de identificar os aspetos fundamentais dos estudos de caso que servem de exemplo e inspiração para o planeamento estratégico de projetos específicos de RP
5. Desenvolver a capacidade de planear e gerir a implementação de soluções na resolução de casos, na ótica de gestão de projetos em RP
6. Conhecer e compreender casos de estudo em RP de diferentes setores de atividade e sob diversos pontos de vista das subdisciplinas das RP
7. Saber redigir um estudo de caso e apresentá-lo
8. Desenvolver a capacidade de apresentar e propor abordagens de RP com base na apresentação de casos de estudo que as legitimem
9. Ganhar agilidade e estrutura no pensamento estratégico em RP



LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

1. Understand the relevance of case studies in the effective planning and management of Public Relations (PR) projects
2. Develop the ability to analyze and interpret PR cases in a comprehensive, relevant and with critical sense.
3. Develop the capacity for debate on the situations under consideration
4. Be able to identify key aspects of case studies as an example and inspiration for strategic planning of specific PR projects
5. Develop the ability to plan and manage the implementation of case resolution solutions from the perspective of PR project management
6. Know and understand case studies in PR from different sectors of activity and from different points of view of PR sub-disciplines
7. Know how to write a case study and present it
8. Develop the ability to present and propose PR approaches based on case studies that legitimize them
9. Gain agility and structure in strategic thinking in PR

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Conceito de Estudos de Caso em RP
2. Etapas da Análise de Caso em RP
3. Estudos de Caso como *moodboard* para a Gestão de Projetos em RP
4. Gestão de Projetos de Relações Públicas
5. O *Pitch* em RP e o Desenvolvimento de Novos Projetos



SYLLABUS:

1. The Concept of Case Studies in PR
2. Steps for Case Studies Analysis in PR
3. Case Studies as a moodboard for PR Project Management
4. Public Relations Project Management
5. The Pitch in PR and New Business

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

OBJETIVO (O): 1 - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO (CP): 1

O: 2 / CP: 2

O: 3 / CP: 3

O: 4 / CP: 3

O: 5 / CP: 4

O: 6 / CP: 3

O: 7 / CP: 3 e 5

O: 8 / CP: 3

O: 9 / CP: 2, 3, 4 e 5.



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

OBJECTIVE (O): 1 - SYLLABUS (S): 1

O: 2 / S: 2

O: 3 / S: 3

O: 4 / S: 3

O: 5 / S: 4

O: 6 / S: 3

O: 7 / S: 3 e 5

O: 8 / S: 3

O: 9 / S: 2, 3, 4 and 5.

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

- Método expositivo e prática em aula
- Método ativo
- Apresentação de casos práticos, análise, e discussão em aula
- Avaliação contínua
 - 10% - Avaliação individual contínua (assiduidade e participação)
 - 45% - Avaliação individual (Trabalho prático de construção e análise de caso de estudo)
 - 45% - Avaliação de grupo (Trabalho prático de identificação, construção e análise de casos de estudo, cujas conclusões sejam relevantes para o planeamento estratégico de um desafio específico de Comunicação; Apresentação).



TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

- Expository method and classroom practice
- Active Method
- Case studies, analysis, and class discussion
- Continuous evaluation

10% - Continuous individual assessment (attendance and participation)

45% - Individual Evaluation (Practical work of construction and case study analysis)

45% - Group Assessment (Practical work consisting on the identification, construction and analysis of case studies with conclusions that are relevant to the strategic planning of a specific Communication challenge; Presentation)

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

OBJETIVOS: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9.

METODOLOGIAS DE ENSINO (ME): Método expositivo e prática em aula, Método ativo e Apresentação de casos práticos, análise, e discussão em aula ? intervenção fundamental no sentido de realizar uma aproximação ao mundo real, prático e de mercado das RP em Portugal e no Mundo, estando estas metodologias associadas a todos os objetivos propostos.

(ME): Avaliação individual (Trabalho prático de Análise de Caso de Estudo) ? permitirá avaliar se o aluno atingiu todos os objetivos propostos, ao ser capaz de realizar de forma completa a análise e a crítica de um estudo de caso e sua aplicabilidade ao desenvolvimento de novos projetos.

(ME): Avaliação de grupo (Trabalho prático de Análise de Caso de Estudo e Apresentação) ? permitirá avaliar se o aluno atingiu todos os objetivos propostos, ao ser capaz de em Equipa, realizar de forma completa a análise e a crítica de um estudo de caso e sua aplicabilidade ao desenvolvimento de novos projetos. A avaliação em Equipa é fundamental numa disciplina da Comunicação como são as Relações Públicas em que a cooperação em equipa, multidisciplinar e complementar, é absolutamente fulcral para o sucesso dos projetos.



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

OBJECTIVES: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 e 9.

TEACHING METHODOLOGIES: Expository and practical method in class, Active method and presentation of practical cases, analysis and discussion in class - fundamental intervention in order to approach the real, practical and market world of PR in Portugal and Worldwide: these methodologies are associated with all the proposed objectives.

(TM): Individual Evaluation (Practical Work Case Study Analysis) - will allow to evaluate if the student has achieved all the proposed objectives, being able to completely perform the analysis and criticism of a case study and its applicability to development of new projects.

(TM): Group Assessment (Practical Work Case Study Analysis and Presentation) - will allow to assess whether the student has achieved all of the proposed objectives by being able, as a Team, to fully analyze and critique a study and its applicability to the development of new projects. Team evaluation is fundamental in a Communication discipline such as Public Relations, where team multidisciplinary and complementary cooperation are absolutely central to the success of projects.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL: MAIN BIBLIOGRAPHY:

Cutlip, S., Center, A., Broom, G. (1985). *Effective Public Relations*. 6^aed. Prentice-Hall. New Jersey.

Moss, D., DeSanto, B. (2002). *Public Relations Cases. International Perspectives*. Routledge. New York.

Center, A., Jackson, P., Smith, S., and Stansberry, F. (2007). *Public Relations Practices. Managerial Case Studies and Problems*. 7th Ed. Person.

Swann, P. (2010). *Cases in Public Relations Management*. Routledge. New York.

McKee, K, Lamb, L. (2009). *Applied Public Relations: cases in stakeholder management*. Routledge. New York.