



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Laboratório de Consultoria em Comunicação

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Communication Consulting Laboratory

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)

162

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)

OT:5; TP:15; PL:30



ECTS

6

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

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

Fernando Rente (5,5 horas)

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

Fernando Rente (5,5 hours)

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

Mariana Salvado Pereira (4 horas)

João Pedro Ferreira (4 horas)

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Mariana Salvado Pereira (4 hours)

João Pedro Ferreira (4 hours)



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

- OA1 - Compreender as dinâmicas de funcionamento de uma agência de comunicação, nomeadamente de New Business e Gestão de Contas
- OA2 - Desenvolver a capacidade analítica e crítica perante desafios de comunicação distintos
- OA3 - Desenvolver a capacidade de recolha e tratamento de informação relevante para a elaboração de um plano de comunicação
- OA4 - Apresentar soluções exequíveis, adequadas ao público, tendo em conta os objectivos definidos e resultados esperados
- OA5 - Trabalhar a capacidade de conceção e apresentação de planos estratégicos de comunicação
- OA6 - Desenvolver a capacidade argumentativa para sustentar a tomada de decisão em comunicação
- OA7 - Trabalhar competências ao nível da orçamentação, custeio e retorno do investimento
- OA8 - Apresentar métricas lógicas para avaliação de resultados em comunicação

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

- LO1 - Understand the operating dynamics of a communications agency, namely New Business and Account Management
- LO2 - Develop analytical and critical capacity when faced with different communication challenges
- LO3 - Develop the ability to collect and process relevant information for developing a communication plan
- LO4 - Present feasible solutions, suitable for the public, taking into account the defined objectives and expected results
- LO5 - Work on the ability to design and present strategic communication plans
- LO6 - Develop argumentative ability to support decision-making in communication
- LO7 - Working on skills in terms of budget creation, costing and return on investment
- LO8 - Present logical metrics for evaluating results in communication



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

CP1 - A realidade das agências de comunicação e Relações Públicas

- o Setor em Portugal
- Dinâmicas de News business
- Dinâmicas de Gestão de Contas

CP 2 - Gestão Estratégica da Comunicação

- A relevância da identidade e do posicionamento
- A importância da Investigação e análise de informação
- O conceito de estratégia
- Definição de estratégias de comunicação
- Orçamentação e Avaliação de Planos de Comunicação
- O reporte em comunicação

CP 3 - Conceção de Planos de Comunicação e de planos de ação/propostas para clientes

- Proposta Escrita Vs. Apresentação oral ao cliente
- Debrief
- Execução de um Plano de Comunicação e de propostas para clientes em resposta a desafios concretos



SYLLABUS:

S1 - The reality of communication and Public Relations agencies

- Communication Agencies Business Sector in Portugal
- News business dynamics
- Account Management Dynamics

S2 - Strategic Communication Management

- The relevance of identity and positioning
- The importance of research and information analysis
- The concept of strategy
- Definition of communication strategies
- Budgeting and Evaluation of Communication Plans
- Communication reporting

S3 - Design of Communication Plans and action plans/proposals for clients

- Written Proposal vs. Oral Presentation to the Client
- Debrief
- Execution of a Communication Plan and proposals for clients in response to concrete challenges



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

- OA1 - CP1
- OA2 - CP2 e CP3
- OA3 - CP1, CP2 e CP3
- OA4 - CP2 e CP3
- OA5 - CP2
- OA6 - CP2 e CP3
- OA7 - CP2 e CP3
- OA8 - CP2 e CP3

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

- LO1 - S1
- LO2 - S2 e S3
- LO3 - S1, S2 e S3
- LO4 - S2 e S3
- LO5 - S2
- LO6 - S2 e S3
- LO7 - S2 e S3
- LO8 - S2 e S3

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Metodologia expositiva, através de aulas com componente de exposição da matéria lideradas pelos docentes;

Metodologia activa, através da discussão coletiva de casos concretos e da exploração e análise de casos práticos;

Avaliação individual: 45%

Avaliação de grupo: 55%



TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Expository methodology, through classes with an exposition component of the subject led by teachers;

Active methodology, through collective discussion of concrete cases and the exploration and analysis of practical cases;

Individual evaluation: 45%

Group evaluation: 55%

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

Considerando que se trata de uma UC de 3º ano em que se pretende aprofundar os conhecimentos e desenvolver competências na área da gestão da comunicação em agências/consultoras de comunicação e realizar uma aproximação ao mercado de trabalho, será seguida uma conjugação do método expositivo com recurso a casos práticos e de métodos ativos em sala de aula. O modelo de avaliação proposto permitirá aos estudantes desenvolver o seu know-how teórico sobre área, bem como, recriar situações reais do dia-a-dia do contexto de interação entre agência de comunicação e cliente.

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

Considering that this is a 3rd year UC which, in addition to deepening knowledge and developing skills in the area of communication management in communication agencies/consultants, aims to bring people closer to the job market, a combination of the expository method will be followed using practical cases and active methods in the classroom. The proposed assessment model will allow students to develop their theoretical know-how about the area, as well as recreate real day-to-day situations in the context of interaction between a communication agency and client.



BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:

- ANTÓNIO, Nelson Santos (2003); *Estratégia Organizacional do posicionamento ao movimento* , Ed Sílabo
- AUSTIN, Erica Weintraub, PINKLETON, Bruce E. (2001), *Strategic P R Management* ,LEA, USA
- CARVALHO, J Crespo; Filipe, J Cruz; (2006) *Manual de estratégia - conceitos, prática e roteiro* ; Ed Sílabo
- CENTER, A., JACKSON, P. (1995); *P R Practices: Managerial Studies & Problems* ;Prentice Hall; NJ
- CUTILP, CENTER e BROOM (1995); *Effective P R* ; Prentice Hall; New Jersey
- GREGORY, Anne (1996), *Planning & Managing a P R Campaign* , The Institute of P R, PR in practice series, London
- GRUNIG & HUNT; *P R Techniques* ; Harcourt Brace; Orlando 1994.
- GRUNIG, James (Ed.), *Excellence in P R & Communication Management* ; LEA; New Jersey, 1992.
- HEATH, Robert L., COOMBS, W. Timothy (2006), *Today's P R an introduction* ; Sage Publications, USA
- HOLTZ, S. (2002), *P R on the net* , 2nd edition, Anacom, USA
- MIRANDA, Ricardo (2002); *A voz das empresas* , Porto Ed
- OLIVER, Sandra (2001) *P R Strategy* , The Institute of P R, Kogan Page, London