

Ano Lectivo	2016/17								
Curso	Administração de Publicidade e Marketing								
Unidade Curricular	Relações Públicas e Organizações de Eventos								
Língua de ensino	Português								
ECTS/tempo de trabalho (horas)	ECTS	Total	Horas de contacto semestral						
	5	130	T	TP	PL	S	TC	O	OT
				60					
T - Teóricas; TP - Teórico-práticas; PL - Prática-laboratorial; S - Seminário; OT - Orientação tutorial; TC - Trabalho de campo; E - Estágio; O* - Outras horas caraterizadas como Ensino Clínico ao abrigo da Diretiva nº 77/453/CEE de 27 Junho adaptada pela Diretiva 2005/36/CE;									
Docente Responsável/Carga letiva [nome completo e e-mail]	Hermelinda Da Conceição Trindade Carlos / hecarlos@estgp.pt								
Outros Docentes e respetivas cargas letivas [nome completo e e-mail]	Hermelinda Da Conceição Trindade Carlos / hecarlos@estgp.pt								
Pré-requisitos [competências à entrada; pré-requisitos; precedências]	Não tem								
Objetivos da aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, operacionalização dos objetivos e medição do seu grau de cumprimento)	Pretende-se que o aluno compreenda a atividade de uma organização face à diversidade dos seus públicos, identificando as necessidades de comunicação, veiculando informações relevantes de modo a informar e mobilizar a empresa/organização para os seus grandes objetivos. Pretende-se que o aluno domine a teoria de Relações Públicas, desenvolva a sua criatividade e espírito crítico e saiba resolver problemas propondo soluções adequadas à realidade das Relações Públicas, tanto no mundo empresarial, como nas instituições. Pretende-se que o aluno seja capaz de definir e desenvolver um plano de Relações Públicas. . Proporcionar um conjunto de conhecimentos preliminares, gerais e fundamentais sobre as Relações Públicas que sirvam de alicerce à formação e à responsabilidade de um profissional da área. . Maximizar a competências individuais e em grupo; aumentar as competências visando a facilitação da inserção no mercado de trabalho.								
Conteúdos Programáticos [estrutura de conteúdos a desenvolver para o total de horas previsto]	1 - Abordagem da prática da comunicação no mundo das Relações Públicas 2 - Etapas de uma estratégia de comunicação 3 - Tipos de Comunicação 3.1 Comunicação Institucional 3.2 Comunicação Ambiental 3.4 Comunicação interna e externa 3.5 Comunicação com a comunidade local 3.6 Comunicação política/governamental/lobbies 3.7 Comunicação financeira 3.9 Comunicação de crise 3.10 Comunicação de produto e/ou serviço 3.11 Comunicação online 4 - O que são as Relações Públicas 5 - Como surgiram 6 - As Relações Públicas e as estratégias de marketing nas organizações								

- 7 - Relações Públicas vs Publicidade
- 8 - Objectivos das Relações Públicas
- 9 - Funções do departamento de Relações Públicas
- 10 - Regulamento das Relações Públicas
- 11 - Domínio das Relações Públicas
- 12 - Táticas e técnicas para as R.P.
 - 12.1 Organização de eventos
 - 12.2 Press Release, Press Kit e Press Clipping
 - 12.3 R.P. online - as Relações Públicas nas redes sociais
- 13 - O profissional de Relações Públicas - qualidades e competências
- 14 - Como comunicar e atrair os Media/ Media relations
 - 14.1 A criatividade em R.P.
- 15 - O papel das agências de comunicação
- 16 - A agência de monitorização de imprensa
- 17 - O Plano de Relações Públicas
- 18 - Apresentação de exemplos reais de Planos de Relações Públicas e de procedimentos/trabalhos inerentes à Organização de Eventos.

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular

Os conteúdos programáticos e os objetivos da UC são coerentes. Os aspectos abordados nos conteúdos são importantes para que os alunos compreendam a atividade de uma organização face à diversidade dos seus públicos e saibam identificar necessidades de comunicação e de veiculação de informação relevante e mobilizadora. Ao nível das Relações públicas, pretende-se que o aluno saiba resolver problemas de forma informada e crítica, nas organizações, bem como revele capacidade de desenvolver um plano de RP.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

[indicar os produtos, critérios e pesos de avaliação] (máx1000 caracteres)

1 - Metodologias de ensino

Sessões de enquadramento teórico e debate; apresentação de exemplos demonstrativos e sua crítica; resolução de problemas, pressupondo a participação ativa dos alunos nas aulas.

2 - Avaliação por frequência

Prova escrita 50% (a agendar no início do semestre)
Trabalho em grupo de 2 a 4 alunos 50% (a agendar no início do semestre)

3 - Avaliação por Exame

Prova escrita 100% De acordo com o calendário escolar da ESTG

É considerada a totalidade da matéria leccionada na unidade curricular. O aluno será aprovado se obtiver a classificação final mínima de 9,5 valores.

São dispensados da realização de exame de época normal, no termo do artº 9º do Regulamento de Exames, os alunos que obtenham classificação superior a 10 valores na avaliação contínua. No entanto, todos os alunos poderão optar por realizar exame na época normal, prevalecendo a nota superior

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos da

As metodologias de ensino e os objetivos da UC são coerentes; o domínio de conceitos teóricos relacionados com as Relações Públicas é ancorado através da resolução de problemas e de casos práticos. O manuseamento das ferramentas e dos instrumentos das Relações Públicas é feito através da

aprendizagem da unidade curricular	realização de exercícios práticos, dotando o aluno de competências que poderá usar em contexto profissional.
Bibliografia Principal	Black, Caroline - Guia prático do profissional de relações públicas. Mem Martins : Europa-América, 2006. 255 p. ISBN 972-1-05357-0 Cabrero, J.; Cabrero, M. (2001) O Livros de Ouro das Relações Públicas, 1ª edição. Porto Editora. Lisboa Garcia, Manuel M., Chaves do êxito – As Relações Públicas, Editorial Estampa, 1º Edição, 1999, ISBN:972-33-1474-6 GIACAGLIA, Maria Cecília - Organização de eventos : teoria e prática. São Paulo : Thomson, 2006. xiv, 256 p. ISBN 85-221-0301-1 LAMPREIA, J. Martins - A assessoria de imprensa nas relações públicas. 2.ª ed. revista e aumentada. Mem Martins : Europa-América, 1999. 212 p. ISBN 972-1-03365-0 Lendrevie, J., Lindon, D., et all., Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing, Publicações Dom Quixote, 10º Edição, 2004, ISBN:972-610-369x Scott, David M., As novas Regras de Marketing e Relações Públicas, Porto Editora, Lda., 2008, ISBN: 978-0-470-11345-5
Bibliografia Complementar	Almeida, V.(2000) A Comunicação Interna na Empresa, 1ª edição Praxis, Lisboa 658.3 LMD V Moutinho, Ana V., Dicionário de Relações Públicas, Campo das Letras Editores, 1º Edição, 2001, ISBN: 972-610-369-Z Póvoas, Octávio L., Relações Públicas sem Croquete-Uma visão moderna das R.P., Gestão Plus Editores, 1ª Edição, 2009, ISBN:978-989-811-545-4 Rojas, Octávio L., et all., Blogs - La Communication en Internet que está revolucionando médios empresas y a ciudadanos, 2º Edição, 2007, Business & Marketing School, ISBN: 84-7356-481-2 Villafañe, J. (1998) Imagem Positiva – gestão estratégica da imagem das empresas, 1ª edição Edições Sílabo. Lisboa. 658.8 VLL
Situações especiais [estudantes com estatuto especial]	1 - Avaliação por frequência Os alunos estrangeiros estão sujeitos à mesma formação e ao mesmo sistema de avaliação. Quanto aos restantes alunos de regimes especiais será efetuada a necessária adaptação conforme o que estiver regulamentado. 2 - Avaliação por Exame Os alunos estrangeiros estão sujeitos à mesma formação e ao mesmo sistema de avaliação. Quanto aos restantes alunos de regimes especiais será efetuada a necessária adaptação conforme o que estiver regulamentado.