

Unidade Curricular	Empresas e Comunicação		Área Científica	Jornalismo e Reportagem	
Licenciatura em	Comunicação e Jornalismo		Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela	
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	2	Nível	1-2
Créditos ECTS	6.0				
Tipo	Semestral	Semestre	2	Código	9662-657-2203-00-22
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - TC - S - E - OT - O -	T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra	

Nome(s) do(s) docente(s) Rita Alexandra Manso Araújo

### Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Reconhecer a complexidade da realidade humana na comunicação das empresas;
2. Saber caracterizar e relacionar os componentes e fatores dos processos de comunicação empresarial, que lhes permitam interpretar situações concretas e propor soluções;
3. Saber diagnosticar a relevância e o impacto da comunicação em contextos empresariais concretos.
4. Saber definir objetivos para a comunicação em contexto empresarial.
5. Compreender o contributo da comunicação empresarial para o êxito das empresas

### Pré-requisitos

Não aplicável

### Conteúdo da unidade curricular

A perspetiva das empresas; Comunicação Empresarial; Realidades concretas e soluções para problemas concretos.

### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Uma perspetiva das empresas
  - A centralidade do fator-pessoas. Motivações individuais e das equipas.
  - Identidade da empresa. Visão, missão e valores.
  - Sintonia, envolvimento, compromisso.
  - Mudança.
2. Temas centrais da comunicação empresarial
  - Importância da comunicação interna na vida da empresa.
  - Gerir a comunicação empresarial.
  - Necessidades, tipologias e circulação de informação
  - Competências de comunicação.
3. Diagnóstico de realidades concretas e soluções para problemas concretos
  - Casos de empresas.

### Bibliografia recomendada

1. Costa, T. (2013). *Gestão contemporânea. Princípios, tendências e desafios*. Lisboa: Edições Sílabo
2. Teixeira, Sebastião (1998). *Gestão das Organizações*. Alfragide: McGraw-Hill Portugal.
3. Kotler, P. (2002). *Marketing Management, Millenium Edition*. Boston: Pearson Custom Publishing.
4. Gonçalves, G., Oliveira, E., & Padamo, C. (Eds.) (2015). *Relações públicas e comunicação organizacional. Desafios da globalização*. Escolar editora

### Métodos de ensino e de aprendizagem

As aulas serão de indole teórico-prática e o trabalho de grupo será realizado ao longo de todo o semestre, prevendo-se acompanhamento pela docente sempre que necessário. Atribui-se importância à participação e envolvimento do aluno, que é parte ativa do processo de aprendizagem.

### Alternativas de avaliação

1. Avaliação Contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
  - Trabalhos Práticos - 40% (Elaboração de um plano de negócios e respetiva apresentação oral)
  - Prova Intercalar Escrita - 60% (Teste escrito (nota mínima 8))
2. Avaliação por Exame Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Exame Final Escrito - 100%
3. Alunos em Mobilidade - (Ordinário) (Final)
  - Trabalhos Práticos - 40% (Elaboração de um plano de negócios e respetiva apresentação oral)
  - Prova Intercalar Escrita - 60% (Teste escrito (nota mínima 8))
4. Alunos em mobilidade - (Ordinário) (Recurso, Especial)
  - Exame Final Escrito - 100%

### Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

### Validação Eletrónica

Rita Alexandra Manso Araújo	Manuela Dolores Ferreira Carneiro	Carlos Sousa Casimiro da Costa	Luisa Margarida Barata Lopes
20-03-2023	22-03-2023	29-03-2023	02-04-2023