

## FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

### IDENTIFICAÇÃO / IDENTIFICATION

<b>UNIDADE CURRICULAR</b>	Técnicas de Comunicação Empresarial		
<b>CICLO DE ESTUDO</b>	Licenciatura	<b>Nº ECTS</b>	6

### OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM / LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT

#### CONHECIMENTOS APROFUNDADOS

- Comunicação e comunicação técnica
- Competências para falar em público
- Fatores que influenciam a apresentação

#### APTIDÕES AVANÇADAS

- Saber aplicar os conhecimentos adquiridos, investigando autonomamente, de forma a comunicar eficazmente numa situação profissional
- Falar adequadamente em público
- Interagir e comunicar eficazmente em contexto empresarial
- Preparar as suas intervenções de forma autónoma
- Resolver problemas de comunicação empresarial complexos e imprevisíveis
- Continuar a sua aprendizagem em métodos e técnicas de apresentação e comunicação ao longo da vida

#### COMPETÊNCIAS:

- Comunicar de forma eficaz em público
- Saber colocar a voz quando efetua apresentações orais
- Utilizar a comunicação não verbal de forma adequada
- Capacidade de recolher e interpretar a informação relevante de forma a escolher a melhor forma de comunicar, tanto a públicos constituídos por especialistas como por não especialistas

### CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS / SYLLABUS

1. Comunicação
  - a) As noções de comunicação e de comunicação técnica
2. Falar em público – Necessidade e importância
3. Competências para falar em público
4. Fatores que interferem na apresentação;
  - a) Fatores emocionais
  - b) A postura;
  - c) A voz;
  - d) Comunicação verbal e não-verbal
5. Comunicação técnica: análise, preparação, elaboração e apresentação

## 6. Métodos e Técnicas de Apresentação e Comunicação

### **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES**

Os conteúdos programáticos estão em consonância com os objetivos de aprendizagem:

O CAPÍTULO 1 permitirá que os estudantes reconheçam a importância da comunicação e saibam distinguir na sua prática profissional uma comunicação informal de uma comunicação técnica.

O CAPÍTULO 2 permite aos estudantes reconhecer a necessidade e importância de falar em público.

O CAPÍTULO 3 contribui para que o estudante reconheça as competências para falar em público.

O CAPÍTULO 4 prepara os estudantes para uma apresentação eficaz, explanando os fatores que influenciam uma apresentação: postura, fatores emocionais, voz, comunicação verbal e não verbal.

O CAPÍTULO 5 permite que os estudantes adquiram conhecimentos relativamente às etapas fundamentais na elaboração de uma comunicação técnica: análise, preparação, elaboração e apresentação.

O CAPÍTULO 6 aborda os métodos e técnicas de apresentação e comunicação fornecendo estratégias práticas de aplicação em contexto empresarial.

### **MÉTODO DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUIDA) / TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)**

As metodologias de ensino são essencialmente tutoriais promovendo o autoestudo. O docente apresenta de uma forma geral os fundamentos teóricos e domínios ao nível das Técnicas de Apresentação Empresarial, fornecendo sugestões de leitura para aprofundamento das temáticas.

Os métodos de ensino incluem métodos ativos, como estudos de caso e trabalhos de investigação, respeitando as necessidades e diversidade dos estudantes, permitindo que escolham o tema dos mesmos.

Pretende-se que recorram às novas tecnologias (computador e telemóvel) para a realização/apresentação dos trabalhos. As aulas servem também para a discussão de casos e o esclarecimento de dúvidas, embora possam existir sessões individuais para o mesmo efeito.

### **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES**

As metodologias estão em consonância com os objetivos de aprendizagem e privilegiam um ensino aberto e aplicado, baseado no desenvolvimento de competências, centrado no estudante e promovendo a sua autonomia de várias formas:

As SESSÕES TUTORIAIS e o incentivo ao autoestudo são fundamentais no seu processo de desenvolvimento e na aquisição de hábitos de aprendizagem ao longo da vida, sempre com sentido de cidadania.

Os ESTUDOS DE CASO e trabalhos de investigação desenvolvem capacidade do estudante investigar autonomamente, “ensinando-o” a recolher e interpretar informação relevante e a aplicar os conhecimentos adquiridos para resolver problemas de comunicação, complexos e imprevisíveis.

A APRESENTAÇÃO DOS TRABALHOS ajuda o estudante a desenvolver-se e a preparar-se para o seu futuro como gestor, nomeadamente a utilizar técnicas de comunicação adequadas a cada contexto, interagindo tanto com especialistas como com não especialistas.

A metodologia de avaliação insere-se com naturalidade neste processo, apoiando o desenvolvimento de competências de comunicação e de interação com o ambiente empresarial.

Todas as metodologias permitem que o estudante desenvolva competências de apresentação em público, em contexto empresarial.

#### **BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA / RECOMMENDED BIBLIOGRAPHY**

Amaral, Norberto (2019): Impacto - Como comunicar em público. Lisboa: Arena PT

Raposo, Miguel (2020): Profissão: Influencer - Estratégias, táticas, melhores momentos para publicar, conquistar seguidores e criar engagement. Lisboa: Manuscrito Editora

Figueiredo, J. (2014). 12 Regras da Comunicação. Lisboa: Escolar Editora

Haron, H. & Malik, H. (2018). The Impact of Organizational Communication on Organizational Performance. *Journal of Research in Social Sciences*, June, Vol 6, Number 2

Pereira, A. & Poupá, C. (2015). Como Apresentar em Público Teses, Relatórios e Comunicações. (2 ed.). Lisboa: Ed. Sílabo

Smaliukiené, R. & Survilas, A. (2018). Relationship between organizational and creativity: how it advances in rigid structures?. *Creativity studies*. Volume 11. <https://doi.org/10.3846/cs.2018.4004>

Silvius, G. (2016). Social Project Management? In Strategic integration of social media into projectmanagement practice (pp. 293-297). Hershey, PA: IGI Global. <http://comunica.org/>