

## PLANEAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR

IDENTIFICAÇÃO / IDENTIFICATION			
<b>UNIDADE CURRICULAR</b>	Técnicas de Comunicação		
<b>CICLO DE ESTUDO</b>	Curso Técnico Superior Profissional	<b>Nº ECTS</b>	6
OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM / LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT			
<p>Dominar conceitos teóricos relacionados com a comunicação e com as teorias da comunicação.</p> <p>Compreender e desenvolver competências comunicacionais, tanto a nível interno (intraempresa), como a nível externo (meios de comunicação social).</p> <p>Expor ideias e informações, por escrito e oralmente, transmitindo-as de forma clara, concisa e eloquente.</p> <p>Ser capaz de fazer uma apresentação de uma empresa, um bem ou serviço, de forma persuasiva, prendendo a assistência e comunicando “para vender”.</p> <p>Ter espírito crítico e capacidade de análise e de diferenciação em relação às formas de comunicar e aos conteúdos que são comunicadas no meio social e profissional.</p> <p>Saber comunicar na era digital e na era da globalização.</p> <p><i>Mastering theoretical concepts related to communication and theories of communication.</i></p> <p><i>Understand and develop communication skills, both internally (intra- company) and externally (media).</i></p> <p><i>Exposing ideas and information in writing and orally, send them a clear, concise and eloquent way.</i></p> <p><i>Being able to make a presentation of a business, goods or services, persuasively, holding the assistance and communicating "to sell ". Have critical thinking and analytical ability and differentiation from ways to communicate and the contents that are communicated in the social and professional environment. Be able to communicate in the digital age and the era of globalization</i></p>			
CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS / SYLLABUS			
<p>1 Comunicação</p> <p>1.1 Conceito e definição de comunicação</p> <p>1.2 Funções da comunicação (informar, persuadir/motivar, educar, socializar, distrair)</p>			

## 2 Categorias de comunicação

### 2.1 Autocomunicação

### 2.2 Comunicação Interpessoal

#### 2.2.1 Comunicação verbal

2.2.2 Comunicação não verbal (a linguagem corporal - os gestos, a expressão, a postura do corpo, o espaço e a proximidade do corpo, o toque -, a roupa/dress code, etc)

#### 2.2.3 Barreiras na comunicação interpessoal

##### 2.2.3.1 Barreiras internas ou psicológicas

##### 2.2.3.2 Barreiras externas ou físicas

#### 2.2.4 A importância da comunicação na formação das primeiras impressões gestão.

##### 2.2.4.1 Para uma comunicação interpessoal e/ou em público com êxito

##### 2.2.4.2 Sugestões para avaliar a sua comunicação interpessoal

#### 2.2.5 Estratégias na comunicação interpessoal

### 2.3 Comunicação de grupo

#### 2.3.1 A natureza e a dinâmica de grupos

#### 2.3.2 A importância da comunicação no grupo

### 2.4 Comunicação organizacional

### 2.5 Comunicação de massa

## 3 Comunicação Empresarial Estratégica

### 3.1 O que é

### 3.2 Comunicar para vender

#### 3.2.1 Ingredientes básicos

#### 3.2.2 Comunicação oral

#### 3.2.3 Comunicação escrita

#### 3.2.4 Comunicação Audiovisual

### 3.3 Os principais problemas de comunicação das empresas

### 3.4 As formas de comunicar das empresas/o mix da comunicação

### 3.5 Elaborar uma estratégia de comunicação empresarial

## 4 - A comunicação na era digital

- 4.1 - As novas formas de comunicação na era digital e os novos nativos digitais
- 4.2 - As novas gerações e os desafios de integração das formas de comunicação
- 4.3 - A importância do conteúdo como forma de comunicação na era digital
- 5 - Comunicar em Gestão em língua estrangeira
  - 5.1 - Expressões em inglês
  - 5.2 - Expressões em francês
  - 5.3 - Expressões em espanhol
- 6. Características especiais da comunicação empresarial em PMEs

### *1 Communication*

#### *1.1 Concept and definition of communication*

#### *1.2 Communication Functions (inform, persuade / motivate, educate, socialize, entertain)*

### *2 Communication Categories*

#### *2.1 Self-communication*

#### *2.2 Interpersonal Communication*

##### *2.2.1 Verbal communication*

##### *2.2.2 Non-verbal communication (body language - gestures, expression, body posture, space and proximity to the*

*body, the touch - clothing / dress code, etc.)*

##### *2.2.3 Barriers in interpersonal communication*

###### *2.2.3.1 Internal barriers or psychological*

###### *2.2.3.2 External or physical barriers*

##### *2.2.4 The importance of communication in forming first impressions*

###### *2.2.4.1 For an interpersonal communication and / or public successfully*

###### *2.2.4.2 Suggestions to assess their interpersonal communication*

##### *2.2.5 Strategies in interpersonal communication*

#### *2.3 Group Communication*

##### *2.3.1 The nature and group dynamics*

##### *2.3.2 The importance of communication in the group*

#### *2.4 Organizational communication*

*2.5 Mass communication*

*3 Strategic Business Communication*

*3.1 What is*

*3.2 Report to sell*

*3.2.1 Basic Ingredients*

*3.2.2 Oral communication*

*3.2.3 Written communication*

*3.2.4 Audiovisual Communication*

*3.3 The main problems of corporate communication*

*3.4 The ways of communicating corporate / the communication mix*

*3.5 Develop a corporate communications strategy*

*4 - Communication in the Digital Age*

*4.1 - The new forms of communication in the digital age and the new digital natives*

*4.2 - The new generations and the challenges of integrating forms of communication*

*4.3 - The importance of content as a means of communication in the digital age*

*5 - Report of Management in foreign language*

*5.1 - Expressions in English*

*5.2 - Expressions in French*

*5.3 - Expressions in Spanish*

*6. Special features of business communication in SMEs*

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

No programa delineado para a unidade curricular de Técnicas de Comunicação, é expectável que se aprofundem conceitos num cenário dinâmico e real. No final desta unidade curricular o aluno deverá ter conhecimentos sobre várias abordagens comunicacionais e, incorporado estratégias e técnicas de comunicação.

*The program outlined for the course of Communication Skills, it is expected that more detailed concepts in a dynamic and real scenario. At the end of this course the student*

*should have knowledge of various communication approaches and corporate communication strategies and techniques.*

#### **MÉTODO DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUIDA)**

#### **TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)**

As metodologias de ensino mobilizadas contemplarão distintas estratégias de modo a que todos os conteúdos sejam abordados em aulas teóricas-práticas. Pretendendo-se com a combinação de distintas abordagens metodológicas que os alunos participem de forma ativa no decorrer das sessões, bem como nos seus processos avaliativos. Será dado especial destaque aos métodos de natureza ativa e participativa, nomeadamente trabalhos e dinâmicas de grupo.

*The methodologies of teaching mobilized contemplate different strategies so that all content is covered in theoretical and practical classes. It is intending with the combination of different methodological approaches that students participate actively during the sessions as well as in their evaluation processes. Emphasis shall be given to methods of active and participative nature, including work and group dynamics.*

#### **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**

A metodologia de ensino adotada, com base na realização de trabalhos individuais e com base no debate A eleição de todas as metodologias de aprendizagem foi realizada de harmonia com os objetivos

previamente estabelecidos e, tendo em consideração a otimização da aquisição de competências neste

domínio.

*The election of all learning methodologies was carried out in accordance with the previously established goals and taking into account the optimization of purchasing powers.*

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

AYNAST, Arnaud de, DIONÍSIO, Pedro, EMPRIN, Catherine, LENDREVIE, Jacques e RODRIGUES,

Joaquim Vicente (2010), Publicitor, Dom Quixote.

BLAND, Michael e JACKSON, Peter (1992), A comunicação na empresa, Lisboa: Editorial Presença.

CAETANO, Joaquim, FERREIRA, Bruno, MARQUES Humberto, RASQUILHA, Luís e RODRIGUES,

Miguel (2011), Fundamentos de Marketing, Edições Sílabo.

CAETANO, Joaquim e RASQUILHA, Luís (2007), Gestão da Comunicação, Quimera Editores, Lda.

DIMBLEBY, Richard e BURTON, Graeme, Mais do que palavras. Uma introdução à teoria da comunicação, São Paulo: Summus Editorial.

DIONÍSIO, Pedro, LENDREVIE, Jacques, LÉVY, Julien, LINDON, Denis e RODRIGUES, Joaquim Vicente, Mercator XXI: teoria e prática de Marketing, Dom Quixote.

HELLER, Robert (1999), Como comunicar com clareza, Editora Civilização.

KOTLER, Philip, Marketing para o século XXI, Editorial Presença.

LAMPREIA, J. Martins, Técnicas de Comunicação - Publicidade, Propaganda e Relações Públicas,

Mem Martins: Publicações Europa-América.

NASSAR, Paulo e FIGUEIREDO, Rubens (1995), O que é a comunicação empresarial, São Paulo:

Brasiliense., pp. 103-122.

WOOD, Perry (2008), Comunicar com sucesso, Lisboa: Editora Actual.

RODRIGUES, Adrian Duarte - Comunicação e Cultura - A Experiência Cultural na Era da Informação, Editorial Presença

Revista Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho

Sites com tradutores inglês-português em gestão.