ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Teorias e Técnicas das Relações Públicas

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Public Relations Theories and Techniques

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)

135

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)

T:30; TP:15

% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS

Sem horas de contacto à distância/No remote hours

ECTS

5

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

Tatiana Nunes (6,45h)

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

Tatiana Nunes (6,45h)

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

Paula Nobre (3h)

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Paula Nore (3h)

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

- Conhecer, compreender e discutir os conceitos e as técnicas básicas da atividade de Relações Públicas (RP)
- Compreender o que são as Relações Públicas
- Reconhecer o papel e a importância do profissional de RP nas organizações
- Identificar o enquadramento profissional do profissional de RP
- Conceptualizar as diferentes hipóteses de teorização das RP
- Distinguir os conceitos de público e stakeholder
- Reconhecer na prática das RP as relações com os diferentes interlocutores e como estas são utilizadas nas diferentes organizações e sectores de actividade
- Definir uma estratégia de Relações Públicas
- Distinguir os conceitos de identidade, imagem e reputação
- Conhecer as técnicas e instrumentos de comunicação escrita ao serviço das RP

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

- Understand Public Relations concept (PR)
- Understand and discuss Public Relations concepts and basic techniques
- Recognize the role and importance of PR professionals in organizations
- Identify RP business environment
- Conceptualizing different hypotheses of theorizing PR
- Differentiate concepts as public and stakeholder
- Recognize PR relations with different partners and how they are used in different organizations and sectors
- Differentiate concepts as "identity", "image" and reputation "
- Define a Public Relations Strategy
- Learn written techniques and tools of communication applied to PR

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

- **1. Relações Públicas como disciplina e profissão**

  2. Definição de Relações Públicas e outros conceitos fundamentais

  3. História e Evolução das Relações Públicas

  4. Relações Públicas enquanto função estratégica da organização

  5. Hipóteses de Teorização das Relações Públicas

  6. Definição e implementação de Estratégias de Relações Públicas

  7. Ética e Deontologia na profissão de Relações Públicas

Impressão para efeitos de certificação

SYLLABUS:

1. Public Relations as a discipline and profession

2. Definition of Public Relations and other fundamental concepts

3. History and evolution of Public Relations

4. Public Relations as a strategic organizational function

5. Hypotheses for the Theorization of Public Relations

6. Defining and implementing public relations strategies

7. Ethics and Deontology in the Public Relations profession

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

Através dos 7 pontos dos CP serão cumpridos os objetivos da UC.
Os conteúdos programáticos encontram-se diretamente articulados com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular, permitindo compreender as Relações Públicas enquanto disciplina e profissão, os seus principais conceitos, evolução histórica, enquadramento profissional e função estratégica nas organizações. A abordagem às diferentes hipóteses de teorização, bem como à definição e implementação de estratégias de Relações Públicas, permite desenvolver uma compreensão integrada da área e da sua prática em diferentes contextos organizacionais. Os conteúdos dde ética e deontologia reforçam a compreensão das responsabilidades inerentes ao exercício profissional das Relações Públicas.

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

There is a coherence between Syllabus and Units objects.

The syllabus is directly aligned with the learning objectives of the course, providing an understanding of Public Relations as both a discipline and a profession, including its key concepts, historical evolution, professional context, and strategic role within organizations. The examination of different theoretical frameworks, as well as the definition and implementation of Public Relations strategies, fosters a comprehensive understanding of the field and its practice in various organizational contexts. The content on ethics and professional conduct reinforces an understanding of the responsibilities inherent in the professional practice of Public Relations.

METODOLOGIAS DE ENSINO:

- Método expositivo, com apresentação e sistematização dos principais conceitos e modelos teóricos.
- Leitura orientada, análise e discussão crítica de obras, capítulos e artigos científicos.
- Realização de exercícios de interpretação e aplicação dos conceitos abordados.
- Análise e discussão de casos e exemplos da prática profissional de Relações Públicas.
- Dinâmicas de discussão, reflexão e resolução de problemas em grupo, em contexto de sala de aula.

Modelo processo certificação

TEACHING METHODOLOGIES:

Lecture-based method, with presentation and systematization of the main concepts and theoretical models.
Guided reading, analysis, and critical discussion of works, chapters, and scholarly articles.
Completion of exercises involving the interpretation and application of the concepts covered.
Analysis and discussion of case studies and examples from professional Public Relations practice.
Group discussion, reflection, and problem-solving activities in the classroom setting.

AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua:
- Avaliação Individual (70%)
- Avaliação de Grupo (30%)

Regras da avaliação contínua:
Em nenhum dos momentos de avaliação, o(a) estudante poderá ter classificação inferior a 8 valores.
O(a) estudante poderá ter avaliação de 8 ou 9 valores em apenas um dos momentos de avaliação.

Assiduidade: Presença Obrigatória em todas as aulas

EVALUATION

Continuous Assessment:

- Individual Assessment (70%)

- Group Assessment (30%)

Rules for continuous assessment:

In none of the assessment periods may a student receive a grade lower than 8.

A student may receive a grade of 8 or 9 in only one of the assessment periods.

Attendance: Attendance is mandatory for all classes

Inválido para efeito de certificação

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

- Método expositivo pelo docente e apresentação de casos práticos e exemplos de boas práticas - considerando que é nesta unidade curricular que os estudantes têm o primeiro contacto com conteúdos sobre a disciplina de Relações públicas, estas duas metodologias são essenciais para o cumprimento de todos os objetivos
- Ao nível do ensino superior é fundamental exercitar a capacidade de leitura e análise de textos de base e referência desde o início da formação, assim como a capacidade de discussão, garantindo uma aprendizagem complementar entre as aulas e o estudo do aluno.

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

- Lectures by the teacher and the presentation of practical cases and examples of best practices-given that this course is where students first encounter content related to the field of public relations, these two methodologies are essential for achieving all learning objectives
- In higher education, it is essential to develop students' ability to read and analyze foundational and reference texts from the very beginning of their studies, as well as their ability to engage in discussion, ensuring that learning in class complements students' independent study.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:

Argenti, P. A. (2008). Corporate communication (5th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
Association for Measurement and Evaluation of Communication. (2025). Barcelona Principles 4.0. https://amecorg.com/resources/barcelona-principles-4-0/
Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). Cutlip and Center's effective public relations (11th ed.). Pearson.
Confédération Européenne des Relations Publiques. (1978). Code of Lisbon: European code of professional conduct in public relations.
Daymon, C. (2000). Cultivating creativity in public relations consultancies: The management and organisation of creative work. Journal of Communication Management, 5(1), 17-30. https://doi.org/10.1108/13632540110806631
Dozier, D. M., & Ehling, W. P. (1992). Evaluation of public relations programs: What the literature tells us about their effects. In J. E. Grunig (Ed.), Excellence in public relations and communication management (pp. 159-185). Lawrence Erlbaum Associates.
Eiró-Gomes, M. (2016). Some remarks for the history of public relations in Portugal. Dito Efeito: Revista de Comunicação da UTFPR, 7(10), 42-53. https://doi.org/10.3895/rde.v7n10.4058
Eiró-Gomes, M., & Duarte, J. (2005). Que públicos para as Relações Públicas? In Actas dos III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÉRICO (Vol. 2, pp. 453-461). Universidade da Beira Interior.
Eiró-Gomes, M., & Nunes, T. (2013). Relações Públicas / Comunicação Institucional / Comunicação Corporativa: Três designações para uma mesma realidade? In Comunicação global, cultura e tecnologia: Livro de atas do 8.º Congresso SOPCOM (pp. 1050-1057). SOPCOM/ESCS. Repositório do Politécnico de Lisboa
Frandsen, F., & Johansen, W. (2021). Corporate image, reputation and identity. In R. Tench & S. Waddington (Eds.), Exploring public relations and management communication (5th ed., pp. 244-258). Pearson.
Global Alliance for Public Relations and Communication Management. (2018). Global principles and code of ethics for professional public relations and communications practitioners. Global Alliance Code of Ethics

Green, A. (1999). Creativity in public relations. Kogan Page.
Gregory, A. (2021). Strategic public relations planning and management. In R. Tench & S. Waddington (Eds.), Exploring public relations and management communication (5th ed., pp. 175-209). Pearson.
Grunig, J. E. (1992). Communication, public relations, and effective organizations: An overview of the book. In J. E. Grunig (Ed.), Excellence in public relations and communication management (pp. 1-28). Lawrence Erlbaum Associates.
Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Managing public relations. Holt, Rinehart and Winston.
Grunig, J. E., & Repper, F. C. (1992). Strategic management, publics, and issues. In J. E. Grunig (Ed.), Excellence in public relations and communication management (pp. 117-157). Lawrence Erlbaum Associates.
International Public Relations Association. (2011). IPRA code of conduct. https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/
Lesly, P. (1997). The nature and role of public relations. In P. Lesly (Ed.), Lesly's handbook of public relations and communications (5th ed., pp. 3-18). Contemporary Books.
Lopes, C. F., & Pereira, M. (2022). O modelo PESO: Canais, táticas e ações. In M. Eiró-Gomes & A. Raposo (Eds.), Comunicação nas PME: Do conhecimento ao reconhecimento (pp. 115-131). Politécnico de Lisboa-ESCS.
Luttrell, R. M., & Capizzo, L. W. (2019). Public relations campaigns: An integrated approach. SAGE.
Morris, T., & Goldsworthy, S. (2008). Public relations for Asia. Palgrave Macmillan.
Moss, D., & Warnaby, G. (1997a). A strategic perspective for public relations. In P. J. Kitchen (Ed.), Public relations: Principles and practice (pp. 43-73). International Thomson Business Press.
Moss, D., & Warnaby, G. (1997b). The role of public relations in organisations. In P. J. Kitchen (Ed.), Public relations: Principles and practice (pp. 6-21). International Thomson Business Press.
Page, J. T., & Parnell, L. J. (2019). Introduction to strategic public relations: Digital, global, and socially responsible communication. SAGE.
Prout, C. H. (1997). Organization and function of the corporate public relations department. In P. Lesly (Ed.), Lesly's handbook of public relations and communications (5th ed., pp. 685-695). Contemporary Books.
Public Relations Society of America. (2020). PRSA code of ethics. https://www.prsa.org/about/prsa-code-of-ethics
Simões, R. P. (1992). Relações públicas: Micro-política. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 15(2), 20-31. https://doi.org/10.1590/rbcc.v15i2.1280
Steyn, B., & Puth, G. (2000). Corporate communication strategy. Heinemann.
Tench, R., Vercic, D., Zerfass, A., Moreno, Á., & Verhoeven, P. (2017). Communication excellence: How to develop, manage and lead exceptional communications. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-48860-8
Theaker, A., & Yaxley, H. (2017). The public relations strategic toolkit: An essential guide to successful public relations practice (2nd ed.). Routledge.
Vorderer, P., Hefner, D., Reinecke, L., & Klimmt, C. (2018). Permanently online and permanently connected: A new paradigm in communication research? In P. Vorderer, D. Hefner, L. Reinecke, & C. Klimmt (Eds.), Permanently online, permanently connected: Living and communicating in a POPC world (pp. 3-9). Routledge.
Volk, S. C., Berger, K., Zerfass, A., Bisswanger, L., Fetzer, M., & Köhler, K. (2017). How to play the game: Strategic tools for managing corporate communications and creating value for your organization (Communication Insights, Issue 3). Academic Society for Management & Communication.
Waddington, S. (2019, December 30). Future of PR: 2020 edition. Wadds Inc. https://wadds.co.uk/blog/2019/12/30/future-of-pr-2020-edition
Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., & Shin, J.-H. (2014). Think public relations (2nd ed.). Pearson.

Inválido para efeitos de certificação

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos / 4 - Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

5 - Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas / 5 - Achieve gender equality and empower all women and girls

11 - Tornar as cidades e as comunidades mais inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis / 11 - Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable

16 - Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis / 16 - Promote peaceful and inclusive societies for sustainable development, provide access to justice for all and build effective, accountable and inclusive institutions at all levels

17 - Reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável / 17 - Strengthen the means of implementation and revitalize the Global Partnership for Sustainable Development

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

Inválido para fins de certificação