

Relações Públicas



Nome do Curso

Relações Públicas

Objectivos do Curso

O curso visa dotar os formandos de preparação técnica na área das Relações Públicas. Actualmente, qualquer instituição que se pretenda moderna não pode prescindir de um trabalho organizado e contínuo de gestão da informação e da imagem, como forma de afirmar e consolidar a sua presença no mercado.

Igualmente importante é conseguir um clima de receptividade para o produto que se trabalha: seja uma pessoa, uma ideia, um negócio, um bem ou um serviço, etc.

Estas são as funções principais das relações públicas, e é facilmente perceptível que estas questões estão presentes no dia-a-dia de qualquer pessoa ou organização, pelo que descurá-las será sempre prejudicial num ambiente de negócios altamente concorrencial, como aquele que é paradigma dos tempos modernos.

Destinatários

O curso está direccionado a qualquer pessoa que pretenda iniciar-se nas técnicas das Relações Públicas, independentemente de o fazer numa perspectiva mais profissional para esta área específica, ou como complemento da sua formação geral.

Este curso pode também ser adequado para pessoas que, tendo já alguma experiência profissional na área, pretendam aprofundar, estruturar e sistematizar os seus conhecimentos.

Pré-requisitos

Para a frequência desta formação não são exigidos pré-requisitos especiais.

O curso é aberto a qualquer participante, sendo todavia recomendável ter como base mínima o 9º ano.

Perfil dos formadores

Como é norma nos cursos do INEPI, os formadores conjugam uma relevante formação académica com uma experiência profissional prática e efectiva, sendo profissionais da área, com um conhecimento muito directo e prático das necessidades profissionais com que os formandos se confrontarão no mercado de trabalho.

Estruturação Pedagógica do Curso

O curso tem uma estrutura linear, sendo ministrado de forma contínua e sequencial.

Perfil de Competências

No final desta formação o formando estará apto a dar resposta actualizada às necessidades teórico-práticas no exercício profissional de Relações Públicas, quer dentro de empresas ou outras instituições, quer através de empresas de consultoria, como são as agências de comunicação e relações públicas.

Saídas Profissionais

No final do curso, os formandos poderão ingressar em serviços e departamentos de Relações Públicas, sejam estes em empresas privadas, na administração pública, ou em qualquer outro tipo de organização.



Este curso habilita também os formandos a exercerem esta actividade a título individual, por exemplo, dentro da sua própria organização ou empresas.

O INEPI tem uma estrutura própria para angariação de estágios (ou emprego) para os formandos, junto de empresas suas clientes, ou outras, sendo que com algumas tem protocolos específicos para este efeito.

Sempre que possível, mas sem que tal seja um compromisso efectivo (pois tal depende da disponibilidade das empresas), o INEPI propiciará a frequência de estágio aos seus formandos.

Certificações

No final do curso o formando terá direito a um certificado de formação profissional, nos termos da legislação em vigor.

O curso não confere grau académico.

Metodologia Pedagógica

O curso adopta, na sua parte teórica, uma metodologia expositiva. No entanto, privilegia-se fundamentalmente a perspectiva prática, com o recurso a muitos trabalhos práticos e casos de estudo.

Meios e recursos didácticos

O curso decorrerá em sala, com recurso a suportes audiovisuais.

Os materiais consumíveis são, em qualquer curso, da responsabilidade dos formandos. No entanto, ao nível de consumíveis, este curso não exigirá o dispêndio de montantes significativos.

A bibliografia eventualmente recomendada, ou meios técnicos que o formando possa utilizar na sua vida profissional pós-curso, não são considerados como consumíveis, pelo que o seu custo não é considerado para a estimativa acima referida.

Por norma, qualquer documentação fornecida pelo INEPI, para apoio à formação, é disponibilizada em formato digital. Se o formando a pretender na forma impressa (em papel), o custo desse serviço ser-lhe-á debitado.

Critérios de Avaliação

A avaliação resulta, basicamente, de 2 vertentes: uma, a “avaliação contínua”, põe em equação factos como a assiduidade, pontualidade, participação activa nas aulas, e execução de trabalhos determinados pelos formadores, em aula ou em casa, individuais ou de grupo, consoante o seu próprio critério.

Por outro lado, é realizado um teste final escrito que, em conjunto com a avaliação contínua, dará a medida da qualificação atribuída ao aluno no final do curso.

A escala de avaliação utilizada é de 0 a 20.

Condições do curso

A duração do curso é de 120 horas.

As condições quanto a horários disponíveis, preços e condições de pagamento são as que, à data, constarem da tabela de condições dos cursos, do INEPI. Esta informação é fornecida directamente pela Secretaria.



As condições contratuais são as constantes no Regulamento Interno do INEPI (disponível na Secretaria do INEPI e no site www.inepi.pt).

Versão do Curso: V.8

Porquê estudar no INEPI?

O INEPI – Instituto de Ensino Profissional Intensivo é uma instituição privada criada em 1981, dedicada exclusivamente à formação profissional.

Ao longo destas décadas, o INEPI tem-se afirmado como uma instituição de referência neste setor, tanto em Portugal, como nos mercados internacionais de língua portuguesa, em particular nos PALOP.

O INEPI teve também desde sempre uma forte presença no chamado mercado *corporate*, que são os serviços de formação contratados diretamente pelas empresas, organizações e organismos públicos, o que nos tem possibilitado uma forte ligação ao mercado empresarial e à realidade do mercado de trabalho.

A principal característica diferenciadora do INEPI é a forte incidência prática das suas formações. De facto, o INEPI não concorre com instituições académicas, pois não é esse o seu objetivo, mas antes complementa a formação académica com a formação prática, num sentido muito direcionado à realidade laboral.

Numa época em que vivemos submergidos pelo excesso de informação, onde o grande conhecimento é a capacidade de captar o essencial e abdicar do acessório, também na nossa vida profissional – incluindo a preparação técnica – cada vez mais os melhores profissionais são aqueles que têm a capacidade de se focarem naquilo que é essencial e realmente necessário para um bom desempenho de uma tarefa, não desperdiçando o seu tempo com conceitos, pormenores ou preciosismos que apenas retardam o seu desempenho.

Essa é pois a grande mais-valia da formação oferecida pelo INEPI: focamo-nos apenas no que é realmente essencial, e que tem aplicação direta à prática profissional.

Para tal, preparamos os melhores programas de formação, recorrendo aos melhores profissionais. Essa é a outra face da mesma moeda: apenas recorrendo a formadores que realmente trabalham diariamente em contexto real é que podemos oferecer essa perspetiva prática nas nossas formações.

Também o facto de realizarmos constantemente projetos formativos dentro das próprias empresas e organizações nos permite uma grande sensibilidade face às necessidades concretas do mercado.

Os nossos formadores não são pois académicos (sem desprimor algum para quem dedica a sua vida à investigação e ao ensino), mas são profissionais que complementam a sua atividade profissional diária com o gosto pela formação e o prazer de ensinar, e que por isso estão realmente próximos do contexto real de trabalho, e totalmente focados na perspetiva prática das matérias e nas necessidades reais e objetivas das empresas e organizações.

Por essa razão, os conteúdos das nossas formações estão em constante atualização, por forma a refletir sempre o que está a ser feito hoje mesmo no contexto real do mundo empresarial.

Também a grande interatividade do INEPI com o mercado, através de parceiras, protocolos, clientes empresariais, reconhecimentos, etc., garante aos nossos formandos uma grande facilidade de ligação e inserção no mercado laboral.

No INEPI, lançamos pontes para o seu futuro!



Conteúdo Programático

MÓDULO I COMUNICAÇÃO

- A.
- Comunicação e Sociedade.
 - O Direito à Comunicação.
 - Da Oralidade ao Grafismo.
 - Palavra escrita e o Audiovisual. Evolução.
 - A Comunicação Social e suas Funções.
- B.
- A Comunicação Eficaz. Atitudes Comunicativas e Não Comunicativas.
 - A Comunicação Linguística.
 - Situação de Comunicação e seus Elementos.
 - Comunicação Bilateral e Unilateral. Ruídos no Processo de Comunicação.
 - Língua Falada e Língua Escrita. Funções da Linguagem e Níveis de Língua.
- C.
- A Comunicação Extralinguística.
 - Signos e Significação.
 - Os Signos. Símbolos, Sinais, Índices e Indícios.
 - Contexto e Situação.
 - A Linguagem Corporal. O Vestuário. O Sistema da Moda.
 - A Comunicação Visual. Interpretação de Signos Pictóricos.

OPINIÃO PÚBLICA

- O Conceito de Opinião Pública. Perspectiva Histórica.
- A Opinião Pública e as Sociedades de Massa.
- A Opinião Pública e os Estudos de Mercado.
- Os Meios de Comunicação Social e Análise dos Comportamentos Políticos.

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

- A Comunicação Social e a Sociedade.
- Técnicas. Públicos. Objectivos e Funções.
- Géneros Jornalísticos: A Reportagem. A Notícia, a Crónica e o Comunicado de Imprensa.
- Recortes de Imprensa.
- Os meios de comunicação na era da Internet

MÓDULO II MARKETING, PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

- A.
- A Publicidade. Conceito e Perspectiva Histórica.
 - Técnicas de Publicidade e Meios.
 - Critérios de Avaliação de um Anúncio. AIDMA. Técnicas Publicitárias.
 - Planeamento de uma Campanha Publicitária.
 - As Agências de Publicidade.
- B.
- O Comportamento do Consumidor. Atenção, Distorção e Retenção.
 - Os Diferentes tipos de Mercado.
- C.
- Conceito de Marketing. Marketing e Gestão.
 - Perspectiva Histórica do Marketing.
 - Marketing Mix: Ponto, Promoção, Preço e Produto.
 - Ciclo de Vida de um Produto. Estratégias e Objectivos.



- Segmentação de Mercado.
 - O Marketing e as Relações Públicas.
- D.
- A Comunicação Empresarial. Comunicação Externa e Interna.
 - A Comunicação e as Empresas.

MÓDULO III COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL

- Conceito de Comunicação Interpessoal.
- A Comunicação Interpessoal e as Relações Públicas.
- Comunicação Interna numa Empresa ou Organização. Comunicação Vertical e Horizontal.
- Atitudes Comunicativas de Porter.
- Motivação.
- O Papel, a Sociedade, o Estatuto e o Grupo.
- A Fidelidade da Comunicação. As Relações de Empatia.
- A Audição Activa.
- A Comunicação Corporal.
- Como Planear uma Apresentação.

RELAÇÕES PÚBLICAS

A.

- Conceito e Conceitos. Perspectiva Histórica.
- As Relações Públicas em Portugal.
- As Relações Públicas, a Sociedade e as Empresas.
- Relações Públicas e Opinião Pública.
- Planeamento em Relações Públicas. Objectivos e Estratégias.
- Os Meios e as Técnicas.
- Os Diferentes tipos de Público.
- As Relações Públicas Externas e Internas.
- O Programa.
- Análise de Problemas. Pesquisa.
- Planificação. Orçamento. Execução. Análise de Resultados.
- Consultoria a Clientes.
- Suportes de Informação.
- Eventos de Relações Públicas.

B.

- O Departamento de Relações Públicas. Criação, Funcionamento, Exercício Profissional.

