



**ÁREA NUCLEAR ENSINO E APRENDIZAGEM
RELATÓRIO DE CURSO**

Publicidade e Relações Públicas

Ano letivo 2021-22
27/01/2023

Identificação	3
Estrutura Curricular	3
Plano de Estudos	3
Ligações Externas no Apoio à Docência	5
Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço	7
Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes	8
Informações adicionais	8
Corpo Docente	8
Índice de envelhecimento do corpo docente	11
Estudantes	12
Informação Adicional Sobre os Estudantes	12
Procura	13
Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura	13
Sucesso Académico	14
Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso	15
Abandono Escolar	15
Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono	16
Internacionalização dos Estudantes	16
Internacionalização dos Docentes	17
Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização	17
Empregabilidade	17
Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso	20
Satisfação	21
Apreciação Global dos Resultados da Satisfação	21
Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares	22
Análise Crítica do Funcionamento do Curso	23
Melhoria	23
Observações	26

Identificação

diretor de curso:	[2267] Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto
regime de funcionamento:	Diurno
grau/diploma:	Licenciado
departamento:	-
unidade orgânica:	[3181] Escola Superior de Educação de Viseu

Estrutura Curricular

ÁREA CIENTÍFICA/ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO	ECTS	
	Obrigatórios	Opcionais
Tronco comum		
Artes	8	0
CCORP/CS/CLC/A/CTIC/MP	0	4
Ciências da Linguagem e da Comunicação	18	0
Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	17	0
Ciências Exatas e da Natureza	5	0
Ciências Sociais	15	0
Comunicação Corporativa	66	0
Marketing e publicidade	43	0
Psicologia	4	0
Total		180

Plano de Estudos

NOME DA UNIDADE CURRICULAR:	ANO / SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	HORAS DE TRABALHO	HORAS DE CONTACTO	ECTS	OBSERVAÇÕES
Gestão de Recursos Humanos	1º Ano / 1º Semestre	Ciências Sociais	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Língua Estrangeira I (Inglês)	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Linguagem e da Comunicação	Semestral	0081:00	0045:00	3	
Marketing Estratégico	1º Ano / 1º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Performance Criativa	1º Ano / 1º Semestre	Artes	Semestral	0081:00	0045:00	3	
Princípios de Gestão	1º Ano / 1º Semestre	Ciências Sociais	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Sociologia da Comunicação	1º Ano / 1º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Teorias da Comunicação	1º Ano / 1º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0135:00	0060:00	5	

Língua Estrangeira II - Francês	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Linguagem e da Comunicação	Semestral	0081:00	0045:00	3	Optativa: Língua Estrangeira II (Inglês ou Francês);
Língua Estrangeira II - Inglês	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Linguagem e da Comunicação	Semestral	0081:00	0045:00	3	Optativa: Língua Estrangeira II (Inglês ou Francês);
Marketing Operacional	1º Ano / 2º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Oficina das Tecnologias da Informação e Comunicação	1º Ano / 2º Semestre	Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Semiótica e Semiologia da Publicidade	1º Ano / 2º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Sistemas e Modelos de Comunicação	1º Ano / 2º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Técnicas de Expressão em Publicidade e Relações Públicas	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Linguagem e da Comunicação	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Teoria das Organizações	1º Ano / 2º Semestre	Ciências Sociais	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Audiovisuais na Publicidade	2º Ano / 1º Semestre	Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Design	2º Ano / 1º Semestre	Artes	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Gestão de Marcas	2º Ano / 1º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0081:00	0045:00	3	
Marketing Digital	2º Ano / 1º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0081:00	0045:00	3	
Metodologia de Investigação em Comunicação	2º Ano / 1º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Relações Públicas	2º Ano / 1º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Teoria da Publicidade	2º Ano / 1º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Atelier Multimédia	2º Ano / 2º Semestre	Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Comunicação e Gestão de Reputação Institucional	2º Ano / 2º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Comunicação Falada e Processamento da Informação Verbal	2º Ano / 2º Semestre	Ciências da Linguagem e da Comunicação	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Estatística Aplicada	2º Ano / 2º Semestre	Ciências Exatas e Naturais	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Ética e Responsabilidade Social Corporativa	2º Ano / 2º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0081:00	0045:00	3	
Laboratório de Publicidade	2º Ano / 2º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Psicologia da Comunicação	2º Ano / 2º Semestre	Psicologia	Semestral	0108:00	0045:00	4	

Análise de Mercados e Comportamento do Consumidor	3º Ano / 1º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Comunicação Estratégica	3º Ano / 1º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Empreendedorismo	3º Ano / 1º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Infografia	3º Ano / 1º Semestre	Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Pragmática da Comunicação	3º Ano / 1º Semestre	Ciências da Linguagem e da Comunicação	Semestral	0108:00	0045:00	4	
Programação e Gestão de Eventos	3º Ano / 1º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Publicidade e Relações Públicas em Ambiente Digital	3º Ano / 1º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Campanhas Publicitárias e Planeamento de Meios	3º Ano / 2º Semestre	Marketing e publicidade	Semestral	0135:00	0060:00	5	
Estágio	3º Ano / 2º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0486:00	0360:00	18	
Oficina de Relações Públicas	3º Ano / 2º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0081:00	0045:00	3	
Op. Assessoria da Comunicação	3º Ano / 2º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0108:00	0045:00	4	Optativa: Opção;
Op. Design de Interação	3º Ano / 2º Semestre	Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	Semestral	0108:00	0045:00	4	Optativa: Opção;

Ligações Externas no Apoio à Docência

No ano letivo 2021/2022 foram promovidas ligações externas de apoio à docência em várias unidades curriculares do curso, tendo em vista debater temáticas relacionadas com os conteúdos lecionados nas UC. São de salientar as seguintes iniciativas: na UC Análise de Mercado e Comportamento do Consumidor foi realizado um seminário com a temática "Realidade virtual enquanto tendência de mercado", teve a participação via Zoom da designer de jogos, Ana Ribeiro (Empresa Arvore Immersive Experience | São Paulo/Brasil), que tratou da RV como área de atuação em potencial. Na UC Comunicação e Gestão de Reputação Institucional foram realizados três seminários temáticos que contou com a presença de três oradores: Luís Leal_ Events & Fairs Junior Management da Fil Lisboa, Jonatan Regalo_Diretor de Marketing Remax, Luís Miguel Costa_Diretor de Comunicação e Relações Públicas da Huf Portuguesa. Foi estabelecida uma parceria com entidades externas tendo em vista o desenvolvimento do planeamento estratégico de comunicação para estas entidades: Montebelo Congress Hotel, Macrofrio, Campo Cheio, ADIV.

Na UC Empreendedorismo foi realizado um seminário que contou com quatro oradores no campo "business?": José Augusto Teixeira, Manager do Master Mind Portugal entre muitas outras empresas, diretor do BNI Norte, Interior e Porto e Brasil; Ana Bela Cabral, Empresária em três áreas fundamentais, Tradução, Formação e eventos e interprete no Parlamento Europeu; Carlos Gil, Business e Executive Coach da empresa número 1 a nível mundial, Action Coach. Empresário de grande sucesso e Kevin Barardo, Empresário, organizador de diversos eventos nacionais e internacionais, para grandes empresas mundiais.

Na UC Laboratório de Publicidade, os alunos realizaram trabalhos práticos (em grupo) de criação de campanhas publicitárias para as entidades com quem se estabeleceu uma parceria: Montebelo, Macrofrio, Adiv e Campo Cheio.

Na UC Marketing Digital, realizou-se um Webinar "Marketing Digital: Automação?!", aberto à comunidade, com a presença de Bruno Vinícius Moreira Chief Experience Officer - eKyte e João Pedro Calixto Founder - Managing Partner - On The Go Survey Chatbots, durante o qual se abordaram as temáticas do Marketing Digital e da Automação. Na UC Marketing Operacional e Assessoria de Comunicação, foi realizado um seminário online: Assessoria de Comunicação: Tarefas e Desafios (Rui Neves Moreira, Assessor de Imprensa do Centro Hospitalar Universitário de S. João). No âmbito da UC Marketing Operacional houve a participação na 10ª edição do Mark`It - Evento de Marketing na ESTGV.

Na UC Programação e Gestão de Eventos os alunos trabalharam a organização do PRP Buzz, Dias do curso PRP, um evento académico voltado para partilhas profissionais, visitas a empresas e debate de assuntos que tocam a formação do Publicitário e dos profissionais de Relações Públicas e aproximam os alunos do mercado de trabalho. As empresas que fizeram parte da programação do evento foram: Mega Brinde, Ser e Parecer, Psicossoma, Montebelo Viseu Congress Hotel, Celeuma, Descla e Yunik.

Em Publicidade e Relações Públicas em Ambiente Digital foi realizada uma parceria com as entidades: ADIV, CampoCheio, Macro-Frio e Montebelo Hotels & resorts, consistindo na realização de um trabalho prático pelos alunos de proposta de estratégia de relações públicas e publicidade online para as mesmas.

Em algumas unidades curriculares foram sugeridos e trabalhados links importantes de apoio à docência, designadamente na UC Língua Estrangeira I (Inglês): [\(2613\) My First Mobile - How Children Should Use Their Mobile Phones - Tips and Advice - YouTube](#) ; [\(2613\) What Is Strategy. Why It's More Than a To-Do List? - YouTube](#) ; [3 trends in advertisers' response to the pandemic... and how to make your own in 20 minutes - Wibbitz](#) ; [\(2613\) How Brands Are Advertising During the Pandemic | WSJ - YouTube](#) ; <https://www.youtube.com/watch?v=SkOHPeH23A4> ; https://www.youtube.com/watch?time_continue=104&v=QTI6xUFxyOY&feature=emb_title ; <https://www.job-interview.net/> ; <https://www.wikihow.com/Pass-a-Job-Interview>

Em Comunicação falada e Processamento da informação verbal também foram sugeridos todos os links de apoio ou de referências nos documentos do moodle.

Em Língua Estrangeira II ? Francês, foram referidos os seguintes links: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue> ; <https://www.reverso.net/orthographe/correcteur-francais/> ; <https://www.francophonie.org/>

Em Língua Estrangeira II ? Inglês, foram referidos os seguintes links: <https://www.idealista.pt/news/financas/economia/2020/03/23/42813-este-video-do-turismo-de-portugal-tr> ; <https://www.youtube.com/watch?v=EvtVxcEsojc> ; <https://www.wibbitz.com/blog/pandemic-advertising-trends-2020/> How Brands Are Advertising During the Pandemic | WSJ URL; <https://www.youtube.com/watch?v=Q4DpxASLnXo> organizational Chart for an Advertising AgencyURL h https://prezi.com/lc_a0mfd6lt3/organizational-chart-for-an-advertising-agency/ The History of Advertising; <https://www.youtube.com/watch?v=IRJ2bD7APFA> ; <https://youtu.be/z25lC85v9Zw> ; <https://www.youtube.com/watch?v=MVUTOuhiwxY> a ; <https://www.idealista.pt/news/financas/economia/2020/03/23/42813-este-video-do-turismo-de-portugal-tr> ; <https://www.youtube.com/watch?v=EvtVxcEsojc> ; <https://www.wibbitz.com/blog/pandemic-advertising-trends-2020/> How Brands Are Advertising During the Pandemic | WSJ

Em Sistemas e Modelos de Comunicação e Teorias da Comunicação, foi sugerido o link www.bocc.ubi.pt ; <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/sub/index.php>.

Em Sociologia da Comunicação, foi salientada a exibição de filmes, ação que amplia a discussão de temáticas abordadas em sala de aula.

Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço

A Marinha; Académico de Viseu Futebol Clube; ADIV - Associação para o Desenvolvimento e Investigação de Viseu; Alba, Design de Comunicação, Unipessoal, Lda; Associação de Futebol de Viseu; Associação Promotora do Ensino Profissional da Beira Transmontana - Escola Profissional de Trancoso; Blue Bolt, Unipessoal, Lda; Brand22 Creative Agency; Caetsu Publicidade; Câmara Municipal de Águeda; Câmara Municipal de Mangualde; Câmara Municipal de S.Pedro do Sul; Casa de Saúde São Mateus; Celeuma; Conclusão; Cision Portugal - Distribuição de Informação Geral, SA; Digipepe; Draw Your Dream - Events & Consulting, Unipessoal, Lda; Empreendimentos Turísticos Montebelo,SA; ENB - Escola de Negócios; Essência Completa - Marketing, Comunicação e Media, Lda; Futebol Clube do Porto; Gomes & Canoso; Guida Design de Eventos; Hellolemon, Lda.; Instituto Português do Desporto e da Juventude ; Irmãos Leite; Janeiro Cintilante, Unipessoal, Lda.; Jornal O Centro; Legendary Motive, Lda.; Macro Makers-New Things, Lda.; Media 1881 - Produção e Comercialização de Anúncios Publicitários, Lda ; Mixlife, Lda., Município de Ponte de Lima; No Less, SA; Onne, Consultoria e Comunicação, Lda.; Plenimagem; Public Domain, Lda.; Regimento de Infantaria nº 14; Select Smart, Lda.; Star Institute-Associação de Investigação, Ciência e Tecnologia Aplicadas; Studibox; TwoPlay, Lda.; UDACA U.C.R.L. - União Demarcada das Adegas Cooperativas do Dão; Villae e Civitas, Lda.; Viseu Marca; We Boost.

Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes

No âmbito do projeto de investigação: "Comunicação e sustentabilidade ambiental: práticas das cidades e comportamentos dos públicos. Ref.ª PROJ/IPV/ID&I/012 e da realização do evento científico "ICCESUS21_International Conference of Communication and sustainability, 06 e 07 de dezembro de 2021.", conseguindo o envolvimento de 4 alunos, dando lugar a 1 comunicação científica, uma publicação em livro de abstract e um capítulo de livro.

Na UC Análise de Mercado e Comportamento do Consumidor, em termos de investigação, os alunos são impelidos a identificar uma empresa do mercado de Viseu e a conduzir uma análise de mercado que apresente um conjunto de oportunidades de melhoria que favoreçam a relação empresa-cliente em vários aspetos, traduzindo-se numa campanha de publicidade/comunicação a desenvolver. A proposição deste trabalho favorece uma aproximação com o mercado de trabalho pelo aluno, tendo em vista uma pesquisa focada na ótica do comportamento do consumidor e na definição de estratégias de comunicação e marketing eficazes. A validação, a viabilidade das oportunidades e a respetiva campanha são desenvolvidas com base em investigação, seleção de material e leitura sobre o assunto. Essas são as condições para estruturar e redigir a análise de mercado, preparar e comunicar adequadamente os dados coletados.

Na UC Audiovisuais na Publicidade, todos os trabalhos propostos na U.C. implicam investigação autónoma e individual por parte dos alunos.

Um dos elementos de avaliação da UC Ética e Responsabilidade Social Corporativa consiste num trabalho de investigação desenvolvido pelos alunos sob orientação dos docentes.

Na UC Língua Estrangeira II-Ingês, foram realizadas investigações inerentes aos temas desenvolvidos na UC e respetivas apresentações (escritas e orais).

Na UC Assessoria de Comunicação, em termos de investigação, os alunos são impelidos a desenvolver investigação sobre Estratégias de Assessoria de Comunicação na área da Política, além de um Plano de Comunicação em contexto empresarial. A proposição de ambos os trabalhos favorecem uma aproximação com o mercado de trabalho pelo aluno, tendo em vista uma pesquisa focada no planeamento estratégico da comunicação tanto em âmbito político quanto empresarial. A viabilidade e a validação de estratégias no contexto das assessorias de comunicação são desenvolvidas com base em investigação, seleção de material e leitura sobre o assunto. Essas são as condições para estruturar e redigir o primeiro trabalho, assim como o plano de comunicação.

A UC Pragmática da comunicação não envolveu os estudantes em projetos de investigação, não obstante incentivar, a partir da metodologia de avaliação, a processos investigativos aplicados ao contexto e objetivos da Pragmática da Comunicação para PRP.

Na UC Programação e Gestão de Eventos, em termos de investigação, o aluno é impelido a identificar eventos para posterior análise, com apresentação oral e discussão em sala, além de ser estimulado continuamente com atividades semanais que simulam situações reais de eventos para serem debatidas. Ademais, na própria organização do PRP Buzz pelos alunos, evento que reúne a expertise adquirida pelos alunos durante o semestre, são indicadas pelas docentes a seleção de material e pesquisa para a preparação de um portfólio, que deve contemplar uma análise crítica sobre o trabalho de todas as equipas em prol desse evento académico.

Em Sistemas e Modelos de Comunicação, os trabalhos de grupo foram trabalhos de pesquisa em torno dos conceitos basilares da UC.

Na UC Sociologia da Comunicação, em termos de investigação, o aluno é impelido a desenvolver análise e reflexão de textos, recorrendo-se à discussão em grupos que são mediadas pelos docentes. Essas discussões também são intercaladas com atividades teórico-práticas, nas quais, em grupo, o aluno precisa refletir sobre temáticas abordadas em sala de aula e redigir textos que representem argumentos embasados pelo referencial teórico sugerido para a UC, além de conexões com outros autores. Ao final da disciplina, há ainda a elaboração de um trabalho em grupo que também privilegia a interação entre os alunos e a criticidade em relação ao conteúdo apresentado em sala, com suporte de referencial teórico.

Informações adicionais

Corpo Docente

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU ACADÉMICO	ESPECIALISTA	CARGA LETIVA NO CURSO
Ana Berta Correia dos Santos Alves	Professor Adjunto	Mestrado	Ciências sociais e do comportamento	Educação e Trabalho Social	56h
Ana Cristina Frias Augusto Tomás da Costa	Assistente Convocado	Licenciatura	Design Comunicação	-	210h
Ana Isabel Pereira Pinheiro da Silva	Professor Adjunto	Doutoramento	Línguas e Literaturas Modernas - Linguística e Ensino de Línguas	-	90h
Ana Mafalda Santos Portas Matias	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	-	555h
Ana Maria Marques Costa Pereira Lopes	Professor Coordenador	Doutoramento	Letras - Estudos Americanos (História, Literatura e Cultura)	-	45h
Ana Patrícia Morais da Fonseca Martins	Professor Adjunto	Doutoramento	História e Filosofia das Ciências	-	130h
Ana Paula Biscaia Leitão	Professor Adjunto Convocado	Doutoramento	Ciências do Desporto	-	0h
André Samuel Oliveira Gama Nunes Barbosa	Professor Adjunto Convocado	Mestrado	Áudio-visuais e produção dos media (213)	Audiovisuais e Produção dos Media	126h
Andrea Couceiro dos Santos	Assistente Convocado	Licenciatura	Design	-	60h
Carlos Alberto Carvalho Lopes	Assistente Convocado	Mestrado	Marketing e Comunicação	-	119h
Cátia Clara Ávila Magalhães	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências Sociais	-	34h
Cláudia Sofia Varela Capela Granjo Ferreira	Professor Adjunto Convocado	Doutoramento	-	-	45h
David Manuel Duarte Oliveira	Professor Adjunto Convocado	Doutoramento	Multimédia em Educação	-	166.6h
Dulce Helena Morgado Raimundo Melão	Professor Adjunto	Doutoramento	Educação	-	90h
Eduardo Filipe Lourenço Guerreiro	Assistente Convocado	Mestrado	Tecnologias de Informação e Comunicação	-	222.2h
Filipa Rodrigues Ramos Pereira	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Informação e Comunicação	-	231.2h
Helena Margarida dos Santos Vasconcelos Gomes	Professor Adjunto	Doutoramento	Matemática	-	110h
ISABEL MARIA PINTO DE SOUTO E MELO	Assistente Convocado	Doutoramento	Ciências da Educação	-	45h
Ivan José d'Almeida Terra	Professor Adjunto Convocado	Mestrado	Multimédia	Audiovisuais e Produção dos Media	15h
Ivone Pinto Ribeiro	Assistente Convocado	Mestrado	Línguas e Literaturas Estrangeiras	-	45h
Juliana Campos Lobo	Professor Adjunto Convocado	Doutoramento	Jornalismo e Comunicação	-	210h
Julien Diogo	Professor Adjunto Convocado	Mestrado	Ciências Sociais	Marketing	222.6h

Leandro Ricardo Nogueira Cavadas	Professor Adjunto	Doutoramento	Educação	-	135h
Liliana Andrade de Matos Castilho	Professor Adjunto	Doutoramento	História de Arte	-	90h
Liliana Assunção de Paulo Carona	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Jornalismo e Reportagem (321)	Jornalismo e Reportagem	90h
Luís Nuno Figueiredo e Sousa	Professor Coordenador	Doutoramento	Sociologia	-	146h
Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Relações Públicas	305.8h
Maria Teresa Morais de Gouveia Osório Antas de Barros	Professor Coordenador	Doutoramento	Biblioteconomia Y Documentación	-	236.6h
Maribel dos Santos Miranda Pinto	Professor Adjunto	Doutoramento	Estudos da Criança - Tecnologias da Informação e Comunicação	-	112.6h
Paulo Alexandre Moutinho Barroso	Professor Adjunto	Doutoramento	Filosofia da Linguagem	-	340h
Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Marketing e Publicidade	375h
Paulo Bruno Pereira Paiva Alves	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Letras	-	15h
Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação - Estudos de Jornalismo	-	275h
Pedro Miguel Lopes Mota Veiga	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão	-	322.6h
Sara Cristina Valente dos Santos	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão e Administração	Marketing e Publicidade	360h
Teresa Sofia de Almeida Gouveia	Professor Adjunto	Doutoramento	Tecnologias de Informação e Comunicação	-	10h
Véronique Delplancq	Professor Coordenador	Doutoramento	Linguas e Literaturas Romanicas	-	90h

	2019/20	2020/21	2021/22
número total de docentes	0	40	37
número total de docentes ETI	0	28.6	31.3
número de docentes em tempo integral	0	24	20
número de docentes doutorados em tempo integral	0	24	19
número de professores de carreira	0	25	20
número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	0	12	14
número total de docentes doutorados ETI	0	24.9	19.9
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (não doutorados)	0	0	1
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (incluindo doutorados)	0	3	3
número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
número total de estudantes	0	231	228

	2019/20	2020/21	2021/22
percentagem de docentes em tempo integral	0.00%	83.92%	63.90%
percentagem de docentes doutorados em tempo integral	0.00%	83.92%	60.70%
percentagem de professores de carreira	0.00%	62.50%	54.05%
percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	0.00%	41.96%	44.73%
percentagem de docentes doutorados	0.00%	87.06%	63.58%
percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional	0.00%	10.49%	9.58%
percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes	0.0	3.5	2.9
rácio estudantes/docentes ETI	0.0	8.1	7.3

Índice de envelhecimento do corpo docente

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	IE	NÚMERO	IE	NÚMERO	IE
Índice de envelhecimento do corpo docente	<30	0	0.000	0	1.625	0	1.429
	>=30 A <40	0		8		7	
	>=40 A <50	0		19		20	
	>=50 A <60	0		10		8	
	>=60	0		3		2	

Estudantes

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por ano curricular	1º Ano	0	0.00%	82	35.50%	88	38.60%
	2º Ano	0	0.00%	67	29.00%	70	30.70%
	3º Ano	0	0.00%	82	35.50%	70	30.70%
	Total	0		231		228	

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por género	Feminino	0	0.00%	149	64.50%	148	64.91%
	Masculino	0	0.00%	82	35.50%	80	35.09%
	Total	0		231		228	

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por idade	<20	0	0.00%	0	0.00%	32	14.04%
	>=20 A <24	0	0.00%	175	75.76%	164	71.93%
	>=24 A <28	0	0.00%	44	19.05%	19	8.33%
	>=28	0	0.00%	12	5.19%	13	5.70%
	Total	0		231		228	

Informação Adicional Sobre os Estudantes

Relativamente aos alunos os dados reportam aos indicadores no final de cada ano letivo.

Procura

	2019/20	2020/21	2021/22
número de vagas	68	83	83
número de candidatos	326	348	285
número de colocados	85	93	74
número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez	74	69	63
nota mínima de entrada (CNA)	124,8	122	115,6
nota média de entrada (CNA)	119,23	122,7	125,5

Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura

No ano letivo 2021/2022, a divulgação do curso de Publicidade e Relações Públicas passou pela disseminação de informação no website da ESEV e em outros meios de divulgação da oferta formativa do Politécnico de Viseu, no que se refere aos canais online, material impresso e a participação em feiras vocacionais e de divulgação, designadamente na Futurália FIL ? Feira Internacional de Lisboa e Qualifica (EXPONOR ? Feira Internacional do Porto), bem como em algumas escolas secundárias da zona norte e centro e em atividades desenvolvidas pela Inspiring Future.

São de salientar, também, ações realizadas no âmbito das várias UC do curso, como o convite de especialistas no âmbito das UC Análise de Mercado e Comportamento do Consumidor, Princípios de Gestão, Gestão de Marcas, Empreendedorismo, Comunicação e Gestão da Reputação Institucional e no âmbito da organização do Dia de PRP, onde foram convidados especialistas das áreas científicas do curso e onde foi promovido um momento de partilha da experiência e testemunho de ex-alunos do curso que se encontram a trabalhar. Por outro lado, é de referir as iniciativas desenvolvidas no âmbito do projeto PRP2.C, com forte ligação externa do curso, onde os alunos no âmbito das UC Laboratório de Comunicação e Gestão da Reputação Institucional e Publicidade e Relações Públicas em Ambiente digital trabalharam desafios e problemas comunicacionais de empresas como Montebelo Congress Hotel, Macrofrío, Campo Cheio, ADIV. Estas iniciativas são uma importante fonte de motivação dos atuais alunos e fonte de recomendação para potenciais alunos.

Sucesso Académico

	2019/20	2020/21	2021/22
número de diplomados	0	73	56
diplomados em n anos**	0	59	52
diplomados em n+1 anos	0	11	4
diplomados em n+2 anos	0	1	0
diplomados em mais do que n+2 anos	0	2	0

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA
média de estudantes aprovados às unidades curriculares	estudantes inscritos	0		2929		2918	
	estudantes aprovados	0	0.000	2571	0.878	2317	0.794
	estudantes avaliados	0	0.000	2911	0.883	2856	0.811

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
razão entre estudantes avaliados e estudantes não avaliados nas unidades curriculares	estudantes avaliados	0	0	2911	161.72	2856	46.06
	estudantes não avaliados	0		18		62	

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
percentagem de unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30,00%	unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30,00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	unidades curriculares	0		41		41	

Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso

Nos relatórios das várias UC, os docentes referiram as diversas estratégias de combate ao insucesso que promovem no âmbito das UC que lecionam, sendo de referir as seguintes: incentivo à participação nas horas de apoio dos docentes; incentivo à melhoria dos projetos durante a sua realização e na defesa; entrega de tarefas realizadas ao longo de diversas aulas; utilização de metodologias pedagógico-didáticas que privilegiam a interação frequente e estimulam o trabalho individual e em grupo; acompanhamento pedagógico personalizado, respondendo às solicitações dos alunos, nomeadamente em espaço de aula, mas, sobretudo, privilegiando e incentivando a utilização dos horários de atendimento; aumento do número de trabalhos e exercícios práticos em contexto de aula; apoio permanente das propostas de atividades realizadas. Reforço do conceito do trabalho cooperativo e de entreajuda; apoio técnico nos trabalhos; aprendizagem baseada em problemas, estudo de casos reais, trabalhos de simulação empresarial em contexto de aula; uso do Moodle, fórum do moodle e ferramentas interativas, como jogos online; entrega dos trabalhos faseada ao longo do semestre, promovendo o envolvimento dos alunos durante todo o semestre; vários momentos/ elementos de avaliação e disponibilização de tempo na aula para o desenvolvimento dos trabalhos.

Abandono Escolar

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Total	número de abandonos	0	0.00%	21	8.82%	30	12.93%
	número de inscritos	0		238		232	
1º Ano	número de abandonos	0	0.00%	17	19.10%	21	23.08%
	número de inscritos	0		89		91	
2º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	5	7.04%
	número de inscritos	0		67		71	
3º Ano	número de abandonos	0	0.00%	4	4.88%	4	5.71%
	número de inscritos	0		82		70	
4º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	número de inscritos	0		0		0	

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Motivo Apontado para o Abandono	Doença	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Fatores Económicos	0	0.00%	0	0.00%	1	3.33%
	Incompatibilidade com Horários de Trabalho	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso de Outra Instituição de Ensino Superior	0	0.00%	2	9.52%	1	3.33%
	Mudança para um Curso de Outra Unidade Orgânica do IPV	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso na Mesma Unidade Orgânica	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Não Identificação com o Curso	0	0.00%	3	14.29%	5	16.67%
	Outro Motivo	0	0.00%	16	61.90%	23	6.67%

Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono

A coordenação de curso e os elementos da comissão de curso (discentes e docentes) promovem um acompanhamento atento e uma comunicação próxima dos alunos tendo em vista a identificação de eventuais problemas e dificuldades que os alunos possam sentir. Sempre que se justifique há um acompanhamento individualizado de cada aluno(a). É também de salientar a preocupação e atenção do corpo docente na identificação de eventuais problemas e dificuldades de alunos, comunicando-as sempre que entendem ser necessário. *São desenvolvidas iniciativas no âmbito da realização dos Dias do curso PRP que visam uma maior interação entre os alunos, um maior envolvimento dos alunos na vida do curso, contribuindo para uma melhor integração dos alunos.*

Internacionalização dos Estudantes

ESTUDANTES	2019/20		2020/21		2021/22	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Estudantes estrangeiros matriculados	8	3,4%	4	1,7%	6	2,6%
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Recebidos)	1	0,4%	0	0%	5	2,2%
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	2	0,9%	0	0%	3	1,3%
Número total de estudantes	234		231		228	

Internacionalização dos Docentes

DOCENTES	2019/20		2020/21		2021/22	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Docentes estrangeiros incluindo em mobilidade	0	0%	2	5,2%	0	0%
Docentes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	0	0%	2	5,2%	2	5,4%
Número total de docentes	32		40		37	

Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização

Divulgação do programa Erasmus junto dos alunos, incentivando à frequência de um semestre letivo em instituições de ensino superior estrangeiras com quem temos acordo, bem como à realização de estágio curricular em empresas/organizações estrangeiras. Nos dias do curso de PRP, houve uma sessão específica dedicada a prestar informações detalhadas sobre o programa Erasmus, contando com a participação da Doutora Véronique Delplancq (coordenadora do GACI) e foram promovidos momentos de partilha com as alunas que estavam frequentar o programa Erasmus no estrangeiro.

É de salientar também a participação de docentes do curso nos projetos Erasmus+ que permitem a partilha de práticas internacionais, designadamente: MindMaths "Flipped Learning Practices to Release Maths Anxiety with the Use of Robotics" (2020-1-TR01-KA203-092209); dEweB "Digital Era: WEB 3.0 and beyond..." (2019-1-TR01-KA202-076657); Algolittle "Algorithmic Thinking Skills through Play-Based Learning for Future's Code Literates" (2020-1-TR01-KA203-092333); Curso de Inovação Pedagógica ? DEMOLA (COMPETE2020-01/SIAC/2020).

Empregabilidade

	2019/20	2020/21	2021/22
% recém-diplomados do curso registados no IEFP como desempregados*			

* dados IEFP

	2019/20		2020/21		2021/22	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso						
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade diferente do do curso						
Diplomados que responderam ao questionário à satisfação						
Diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação						

	2019/20		2020/21		2021/22	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Entidades empregadoras que responderam ao questionário à satisfação						
Entidades empregadoras a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação						

	2019/20	2020/21	2021/22
	MÉDIA	MÉDIA	MÉDIA
Grau de satisfação das entidades empregadoras com os diplomados do curso	<i>média calculada para o penúltimo ano sendo atribuído valor 0 a respostas "totalmente insatisfeito" e valor 6 a respostas "totalmente satisfeito"</i>	<i>média calculada para o último ano sendo atribuído valor 0 a respostas "totalmente insatisfeito" e valor 6 a respostas "totalmente satisfeito"</i>	<i>média calculada para o corrente ano sendo atribuído valor 0 a respostas "totalmente insatisfeito" e valor 6 a respostas "totalmente satisfeito"</i>

	2019/20	2020/21	2021/22
justificação principal para o grau de satisfação atribuído			
Competências técnicas face às necessidades da organização	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>
Conhecimentos face às necessidades da organização	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>
Capacidade de integração no espírito e objetivos da organização	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>
Outro	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>

Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso

Realização de trabalhos de investigação aplicada em várias unidades curriculares com implementação real nas empresas, assim como trabalhos de aplicabilidade prática em empresas, onde há um contacto entre os alunos e as empresas. Desenvolvimento de iniciativas em conjunto com a comunidade, dando a conhecer o curso e as competências adquiridas pelos alunos do curso, designadamente através da colaboração e envolvimento dos alunos em iniciativas e eventos da comunidade. Realização de visitas de estudo a empresas, aulas abertas com profissionais de empresas e a realização dos dias do curso onde são sempre convidados profissionais da área da comunicação, publicidade e relações públicas.

Satisfação

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	-	-	274	9.57%	378	13.24%
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	-	-	2864		2855	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	-	-	24	10.39%	-	-
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NO CURSO	-	-	231		-	

		2019/20	2020/21	2021/22
UNIDADES CURRICULARES	NATUREZA	-	4.3	4.33
	IMPLEMENTAÇÃO	-	4.33	4.4
	AUTOAVALIAÇÃO	-	4.41	4.42

		2019/20	2020/21	2021/22
CURSO	PERCEÇÃO GLOBAL	-	4.45	-
	AMBIENTE	-	4.27	-

Escala: 0- Não sabe/não aplicável; 1- Completamente desadequado;2- Desadequado;3- Adequado;4- Muito adequado;5- totalmente adequado.

Apreciação Global dos Resultados da Satisfação

Percebe-se que a taxa de resposta aos questionários à satisfação dos estudantes, de uma forma geral, é bastante reduzida, pois apenas 12,94% de estudantes responderam ao questionário de satisfação. No entanto, pela análise dos resultados, percebe-se que há uma satisfação com a natureza, implementação e autoavaliação no que se refere às unidades curriculares. No que se refere à percepção global e ao ambiente do curso, não há respostas.

Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Taxa de cumprimento do prazo para elaboração dos relatórios de unidade curricular	Relatórios elaborados dentro do prazo	0	0.00%	29	74.00%	40	98.00%
	Número de unidades curriculares	0		39		41	
Taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular	Relatórios validados dentro do prazo	0	0.00%	29	100.00%	40	100.00%
	Relatórios elaborados dentro do prazo	0		29		40	

Análise Crítica do Funcionamento do Curso

No ano letivo 2021/2022 foram promovidas diversas atividades importantes para o processo de ensino-aprendizagem, nomeadamente aulas abertas, seminários, webinars, contando com académicos e especialistas convidados, que decorreram em modo online e presencial. Estas atividades suscitaram o interesse dos alunos e contaram com a sua participação e envolvimento. É de notar o envolvimento e participação ativa dos alunos na organização dos Dias do curso de Publicidade e Relações Públicas, que tiveram lugar nos dias 09 e 10 de março de 2022, que contou com a tertúlia de ex-alunos: Marco Almeida (CM Mangualde), Luís Leal (FIL Lisboa), Inês Canteiro Dias (Meio Trevo) e Vanessa Figueiredo (TauTau Agency); com visitas às empresas, designadamente à Mega Brinde, Ser e Parecer, Psicosoma, Montebelo Viseu Congress Hotel, Celeuma, Descla e Yunik e com a sessão Experiências Erasmus +, onde contámos com a participação da coordenadora do GACI, Professora Véronique Delplancq e as partilhas das alunas - em mobilidade *outgoing* - Beatriz Dinis, Ariana Capela e Bruna Costa. Foi igualmente incentivada a participação dos alunos em diversas conferências e atividades ligadas à área do curso, designadamente no que se refere ao empreendedorismo, como a participação nas diferentes Oficinas de Empreendedorismo realizadas nas cinco Escolas do Instituto Politécnico de Viseu, bem como no concurso Poliemprende. É de sublinhar, igualmente, a existência de práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público, referidas no ponto das ligações externas de apoio à docência, sendo de referir a colaboração dos alunos na sessão distrital do Parlamento Jovem (IPDJ), Jornadas FCCN (ESTGV), na FEJI - Feira de Empregabilidade Jovem do Interior , Up Território (ADIV). No que se refere à UC Estágio, é de referir que todos os alunos foram colocados em várias entidades públicas e privadas, tendo sido estabelecidos novos protocolos com entidades externas. Importa referir que duas docentes participaram em programa Erasmus, bem como as 3 alunas referidas.

Globalmente, entendemos estar perante um Curso solidamente ancorado numa metodologia prática de ensino-aprendizagem, através de metodologias diversificadas, que procuram responder de modo eficiente às reais necessidades do mercado de trabalho. Visa-se pois uma preparação abrangente do futuro profissional em todas as suas dimensões, privilegiando o conhecimento aplicado e em estreita articulação com instituições e empresas.

Melhoria

ANO	DESCRIÇÃO	META	INDICADORES	RESULTADOS	
				INDICADORES	VERIFICAÇÃO DA EFICÁCIA

2022/2023	Parcerias com entidades de ensino superior estrangeiras com cursos relacionadas com o ciclo de estudos.	Aumento de parcerias com entidades de ensino superior estrangeiras.	Aumento de 20% de parcerias com entidades de ensino superior estrangeiras.		A verificar no final do ano letivo 2023/2024
2022/2023	Produção Científica	Aumento da produção científica nas áreas científicas do curso.	Aumento de 10% do número de participações em eventos científicos e de 10% do número de publicações		A verificar no final do ano letivo 2023/2024
2022/2023	Protocolos com entidades de estágio	Aumento do número de protocolos com entidades externas públicas e/ou privadas.	Aumento de 5 % em relação ao número total de protocolos (150).		A verificar no final do ano letivo 2022/2023
2022/2023	Resposta dos alunos aos questionários	Aumento do número de respostas face ao número de alunos.	Aumento de 40% do total do número de alunos.		A verificar no final do ano letivo 2023/2024
2022/2023	Convites a profissionais/académicos externos para realização de aulas abertas, seminários, workshops.	Aumento do número de convidados externos/entidades para realização de aulas abertas, seminários, workshops.	Aumento de 20% do número de convidados externos/entidades.		A verificar no final do ano letivo 2023/2024
2022/2023	Realização de visitas de estudo.	Aumento do número de visitas de estudo	Aumento de 30% do número de visitas de estudo realizadas.		A verificar no final do ano letivo 2023/2024
Proposta 2020/2021	Atualização dos programas das UC	Atualizar dos programas das UC	Atualização dos programas das UC	Aprovação dos novos programas em setembro de 2022 (1º semestre) e em novembro de 2022 (2º semestre)	Verificado em setembro de 2022 e em novembro de 2022

Proposta 2020/2021	Produção científica dos docentes	Aumento da produção científica dos docentes	Organização de evento científico Número de comunicações Número de publicações	Organização de um evento científico internacional Número de comunicações em evento científico de docentes do curso (8 docentes) Número de comunicações no evento científico de alunos do curso (4 alunos) Número de publicações: 8 publicações de docentes: 4 em livro de abstracts e 4 capítulos de livros e 2 publicações de alunos: 1 em livro de abstracts e 1 capítulo de livro públicos. Ref. ^a PROJ/IPV/ID&I/012. (concluído em dezembro de 2022, no ano letivo 2022/2023.)	Desenvolvimento de um projeto de investigação envolvendo vários docentes do curso - Comunicação e sustentabilidade ambiental: práticas dos municípios e comportamentos dos públicos. Ref. ^a PROJ/IPV/ID&I/012. (concluído em dezembro de 2022, no ano letivo 2022/2023.) Organização de conferência internacional: ICCESUS21: International Conference on Communication and Environmental Sustainability com 40 comunicações (dezembro de 2021). Edição do livro: Augusto, L., Campos, S., Mota, M., Pato, M. L., Santo, P., Santos, S., Silva, P., & Sousa, L. (Eds.). (2022). Comunicação e sustentabilidade ambiental: Conceitos e práticas. Edições Esgotadas. Edição de livro de abstracts da ICCESUS21 (2022)
Proposta em 2020/2021	Concretizar ação de formação sobre o Portal Pordata, com o objetivo de dar a conhecer os seus conteúdos de teor qualitativo e quantitativo, bem como as formas de exploração e exportação dos dados, e consulta da metainformação.	1 ação por turma	1 formação concretizada por turma		A executar no ano letivo 2023/2024
Proposta em 2020/2021	Adequação do software as necessidades	Disponibilizar software adequado em todos os computadores das salas onde decorrerão lecionação de Design	Verificar existência de software	Sotware foi instalado.	Sotware foi instalado. Todos os anos há necessidade de verificar a instalação de software.

Observações

É de referir que há alguns erros que são o resultado do processo de migração de bases de dados.