

I. Evolução do ciclo de estudos desde a avaliação anterior

1. Decisão de acreditação na avaliação anterior.

1.1.Referência do anterior processo de avaliação.

NCE/15/1500229

1.2.Decisão do Conselho de Administração.

Acreditar

1.3.Data da decisão.

2016-05-11

2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE.

2.Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE (Português e em Inglês, PDF, máx. 200kB).

<sem resposta>

3. Alterações relativas à estrutura curricular e/ou ao plano de estudos(alterações não incluídas no ponto 2).

3.1.A estrutura curricular foi alterada desde a submissão do guião na avaliação anterior?

Não

3.1.1.Em caso afirmativo, apresentar uma explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

<sem resposta>

3.1.1.If the answer was yes, present an explanation and justification of those modifications.

<no answer>

3.2.O plano de estudos foi alterado desde a submissão do guião na avaliação anterior?

Não

3.2.1.Em caso afirmativo, apresentar uma explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

<sem resposta>

3.2.1.If the answer was yes, present an explanation and justification of those modifications.

<no answer>

4. Alterações relativas a instalações, parcerias e estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem (alterações não incluídas no ponto 2)

4.1.Registaram-se alterações significativas quanto a instalações e equipamentos desde o anterior processo de avaliação?

Sim

4.1.1.Em caso afirmativo, apresentar uma breve explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

Ainda que no anterior relatório, a CAE tenha considerado que os recursos (humanos, espaços físicos e equipamentos) eram adequados ao funcionamento do ciclo estudos com estas valências e características, a instituição tem tido a prioridade estratégica de atualizar as suas instalações e equipamentos. Recentemente, todos os laboratórios de informática foram apetrechados com novo equipamento informático (hardware) e foram adquiridas mais licenças de software para que os estudantes e professores possam ter ao seu dispor recursos tecnológicos recentes e atualizados. Importa referir também a modernização do sistema de projeção de imagem nas salas de aula. Em termos das instalações físicas, para além dos laboratórios já existentes anteriormente, houve a criação de mais um centro de recursos informáticos (sala CI 1). Os Serviços Académicos, bem como o Gabinete de Apoio à Formação têm agora novas instalações.

4.1.1.If the answer was yes, present a brief explanation and justification of those modifications.

Although in the previous report, CAE considered that the resources (human, physical spaces, and equipment) were appropriate for the functioning of the study cycle with these valences and characteristics, the institution has had the strategic priority of updating its facilities and equipment. Recently, all the computer labs were fitted with new computer equipment (hardware) and more software licenses were acquired so that students and teachers can have at their disposal recent and updated technological resources. It is

also important to mention the image projection system in the classrooms.As for physical installations, in addition to the previously existing laboratories, another computer resource center (CI 1classroom) was created. The Academic Services, as well as the Training Support Office, now have renovated spaces.

4.2.Registaram-se alterações significativas quanto a parcerias nacionais e internacionais no âmbito do ciclo de estudos desde o anterior processo de avaliação?

Sim

4.2.1.Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

Referem-se, no âmbito do projeto Link Me Up - 1000 ideias, Sistema de Apoio à co-criação de inovação, criatividade e empreendedorismo, COMPETE2020-01/SIAC/2020, as parcerias a nível nacional entre 13 Institutos Politécnicos. Destacam-se, a nível internacional, no contexto da plataforma Demola, as parcerias que envolvem professores (facilitadores) e estudantes com entidades externas no processo de co-criação de desafios globais. Salienta-se também a parceria com a Sociedade Portuguesa das Ciências da Comunicação (SOPCOM).

4.2.1.If the answer was yes, present a synthesis of those changes.

At this point, it refers, under the Link Me Up - 1000 ideas project, Support System for the co-creation of innovation, creativity and entrepreneurship, COMPETE2020-01/SIAC/2020, the partnerships at a national level between 13 Polytechnic Institutes. At the international level, in the context of the Demola platform, the partnerships involving teachers (facilitators) and students with external entities in the process of co-creation of global challenges stand out. Also of note is the partnership with the Portuguese Society of Communication Sciences (SOPCOM).

4.3.Registaram-se alterações significativas quanto a estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem desde o anterior processo de avaliação?

Sim

4.3.1.Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

Foi criado, para apoio a processos de ensino-aprendizagem e inclusão de estudantes com dificuldades específicas, um Gabinete de Apoio e Promoção da Inclusão (GAPI). Foi também criada e colocada em funcionamento a Plataforma Trabalhos Finais de Mestrado para agilizar o processo associado à entrega dos trabalhos finais de Mestrado. Destacam-se ainda: o Gabinete de Apoio à Formação e Projetos (Gafpro), que apoia na melhoria das condições de funcionamento dos cursos de 1.º e 2.º ciclos do ensino superior (atribuição/associação dos cargos (docente/estudante) na plataforma e-learning; e o Centro de Documentação e Informação (CEDOC), que apoia as atividades de docentes e alunos facultando-lhes os recursos bibliográficos necessários e disponibiliza formação. Importa, igualmente, referir a aquisição das licenças de utilização dos programas Nvivo e EndNote para apoio aos alunos no âmbito das unidades curriculares de Seminários e Projeto/Estágio dos cursos de mestrado da instituição.

4.3.1.If the answer was yes, present a synthesis of those changes.

An Inclusion Support and Promotion Office (GAPI) was created to support teaching-learning processes and the inclusion of students with specific difficulties. Was also created The Master's Final Work Platform and put into operation to speed up the process associated with the delivery of the Master's final work. Still refer: the Training and Projects Support Office (Gafpro), which supports the improvement of the operating conditions of 1st and 2nd cycle higher education courses (assignment/association of positions (teacher/student) on e-learning platform; and the Documentation and Information Center (CEDOC), which supports the activities of teachers and students by providing them the necessary bibliographic resources and offers training. It is also important to mention the acquisition of licenses to use the Nvivo and EndNote programs to support students in the Seminars and Project/Internship curricular units of the institution's master's degree courses

4.4.(Quando aplicável) registaram-se alterações significativas quanto a locais de estágio e/ou formação em serviço, protocolos com as respetivas entidades e garantia de acompanhamento efetivo dos estudantes durante o estágio desde o anterior processo de avaliação?

Sim

4.4.1.Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

Destacam-se, neste âmbito, os protocolos de colaboração com as seguintes entidades: DST Center, SA; Critec, Lda; Fnac Portugal; Grupo Impresa; Red Ocean; Trigo Limpo Teatro ACERT; Celeuma - Creative Agency; Câmara Municipal de Vouzela; Câmara Municipal de Sátão; Felping Tecnologia e Sistemas, Lda.; Associação de Futebol de Viseu, MixLife, Continental Advanced Antenna Portugal e Deta - Agência de Comunicação.

4.4.1.If the answer was yes, present a synthesis of those changes.

In this context, we point out the cooperation protocols with the following entities: DST Center, SA; Critec, Lda; Fnac Portugal; Grupo Impresa; Red Ocean; Trigo Limpo Teatro ACERT; Celeuma - Creative Agency; Câmara Municipal de Vouzela; Câmara Municipal de Sátão; Felping Tecnologia e Sistemas, Lda.; Associação de Futebol de Viseu, MixLife, Continental Advanced Antenna Portugal e Deta - Agência de Comunicação.

1. Caracterização do ciclo de estudos.

1.1Instituição de ensino superior.

Instituto Politécnico De Viseu

1.1.a.Outras Instituições de ensino superior.

1.2.Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

Escola Superior De Educação De Viseu

1.2.a.Outra(s) unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):

1.3.Ciclo de estudos.

Comunicação Aplicada

1.3.Study programme.

Applied Communication

1.4.Grau.

Mestre

1.5.Publicação do plano de estudos em Diário da República (PDF, máx. 500kB).

[1.5._1.5-Publicação do plano de estudos em Diário da República_Despacho8531_2016_Comunicacao_Aplicada.pdf](#)

1.6.Área científica predominante do ciclo de estudos.

Ciências da Comunicação

1.6.Main scientific area of the study programme.

Communication Sciences

1.7.1.Classificação CNAEF – primeira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos):

320

1.7.2.Classificação CNAEF – segunda área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

<sem resposta>

1.7.3.Classificação CNAEF – terceira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

<sem resposta>

1.8.Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau.

120

1.9.Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL n.º 74/2006, de 24 de março, com a redação do DL n.º 63/2016 de 13 de setembro):

4 semestres

1.9.Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, March 24th, as written in the DL no. 63/2016, of September 13th):

4 semesters

1.10.Número máximo de admissões.

30

1.10.1.Número máximo de admissões pretendido (se diferente do número anterior) e respetiva justificação.

Nada a acrescentar.

1.10.1.Intended maximum enrolment (if different from last year) and respective justification.

Nothing to add.

1.11.Condições específicas de ingresso.

Titulares do grau de licenciado, ou equivalente legal, em Ciências da Comunicação ou em outras áreas científicas; neste último caso são tidos em consideração o eventual percurso profissional e as motivações dos candidatos. A legislação em vigor permite ainda o acesso ao mestrado a detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido pelo órgão científico competente da instituição, como atestando capacidade para a realização do ciclo de estudos.

1.11.Specific entry requirements.

Holders of a degree, or equivalent, in Communication Sciences or other scientific areas; in this case, the possible career paths and motivations of the candidates are taken into consideration. The legislation also allows access to the holders of a relevant curriculum (academic, scientific or professional) recognized by the competent scientific body of the institution, as attesting the capacity to carry out the cycle of studies.

1.12.Regime de funcionamento.

Outros

1.12.1. Se outro, especifique:

Regime misto: tarde e noite. Blended Learning. Sessões presenciais e a distância

1.12.1. If other, specify:

Afternoon and evening lessons. Blended Learning. Presential & online sessions.

1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

*Escola Superior de Educação de Viseu
Rua Maximiano Aragão
3504-501
Viseu*

1.14. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República (PDF, máx. 500kB).

[1.14._1.14-Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional_ESEV.pdf](#)

1.15. Observações.

Nada a acrescentar.

1.15. Observations.

Nothing to add.

2. Estrutura Curricular. Aprendizagem e ensino centrados no estudante.

2.1. Percursos alternativos, como ramos, variantes, áreas de especialização de mestrado ou especialidades de doutoramento, em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável)

2.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation compatible with the structure of the study programme (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

Comunicação Estratégica
Multimédia Interativo
Comunicação Audiovisual

Options/Branches/... (if applicable):

Strategic Communication
Interactive Multimedia
Audiovisual Communication

2.2. Estrutura curricular (a repetir para cada um dos percursos alternativos)

2.2. Estrutura Curricular - Comunicação Estratégica

2.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor, ou outra (se aplicável).

Comunicação Estratégica

2.2.1. Branches, options, profiles, major/minor, or other (if applicable)

Strategic Communication

2.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*	Observações / Observations
Ciências da Comunicação/Communication Sciences	CC/CS	120	0	
(1 Item)		120	0	

2.2. Estrutura Curricular - Multimédia Interativo

2.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor, ou outra (se aplicável).

Multimédia Interativo

2.2.1. Branches, options, profiles, major/minor, or other (if applicable)

Interactive Multimedia

2.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*	Observações / Observations
Ciências da Comunicação/Communication Sciences	CC/CS	120	0	
(1 Item)		120	0	

2.2. Estrutura Curricular - Comunicação Audiovisual

2.2.1.Ramo, opção, perfil, maior/menor, ou outra (se aplicável).

Comunicação Audiovisual

2.2.1.Branches, options, profiles, major/minor, or other (if applicable)

Audiovisual Communication

2.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*	Observações / Observations
Ciências da Comunicação/Communication Sciences	CC/CS	120	0	
(1 Item)		120	0	

2.3. Metodologias de ensino e aprendizagem centradas no estudante.

2.3.1.Formas de garantia de que as metodologias de ensino e aprendizagem são adequadas aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, favorecendo o seu papel ativo na criação do processo de aprendizagem.

As metodologias de ensino e aprendizagem estão assentes em estratégias, concebidas de modo a favorecer um papel ativo dos alunos no processo de aprendizagem. Tratando-se de um curso de mestrado, em regime pós-laboral, há uma maior autonomia. Sob um acompanhamento próximo dos docentes (quer presencialmente, quer através do uso de ferramentas síncronas e assíncronas de comunicação), o trabalho autónomo e a postura participativa dos alunos são promovidos e valorizados. Os alunos são estimulados a participar de forma ativa na construção do saber: são instigados a problematizar a realidade em articulação com os conteúdos das u.c., com vista à sua aplicação prática. Num processo de interação dinâmico, e sem perder de vista o respeito pela autonomia do aluno, os docentes provocam a construção, reflexão e transformação dos conteúdos programáticos. Desta sinergia resulta a publicação conjunta de artigos científicos e a participação dos alunos em atividades assentes em contextos reais.

2.3.1.Means of ensuring that the learning and teaching methodologies are coherent with the learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be achieved by students, favouring their active role in the creation of the learning process.

The teaching and learning methodologies are based on strategies designed to encourage an active role for students in the learning process. As it is an after-labor master's course, there is greater autonomy. Under the close supervision of teachers (either in person or through the use of synchronous and asynchronous communication tools), autonomous work and the participatory attitude of students are promoted and valued. Students are encouraged to participate actively in the construction of knowledge: they are instigated to problematize reality in articulation with the contents of the curricular units, with a view to their practical application. In a dynamic interaction process, and without losing sight of the respect for the student's autonomy, the teachers inspire the construction, reflection and transformation of the program contents. This synergy results in the joint publication of scientific articles and the participation of students in activities based on real contexts.

2.3.2.Forma de verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

As horas de trabalho dos alunos repartem-se pelas atividades que envolvem o contacto com o docente e o trabalho autónomo. A verificação de uma relação equilibrada deste volume total de trabalho e os ECTS é realizada ao longo do semestre pelos docentes que lecionam as unidades curriculares. Apesar da fraca participação dos alunos, é também efetuada recolha de informação através dos inquéritos aplicados aos estudantes no final de cada semestre. Em função da informação recebida pelos meios referidos, a Comissão de Curso, caso se justifique, poderá os ajustes de tempo definidos em ECTS.

2.3.2.Means of verifying that the required average student workload corresponds to the estimated in ECTS.

Students work time include activities that involve contact hours with the teacher and independent work. The balanced relation between the total quantity of work and the ECTS is verified during the semester by the teachers. Despite the low participation of students, information is also collected through surveys applied at the end of each semester. Depending on the information received, the Course Committee, will be able to make the adjustments defined in ECTS.

2.3.3.Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objetivos de aprendizagem.

Os objetivos de aprendizagem e os critérios de avaliação de cada unidade curricular são registados nos respetivos programas e disponibilizados aos alunos no início do semestre. Os docentes, através do acompanhamento em sala de aula ou do respetivo horário de atendimento, dão resposta aos alunos sobre as melhorias necessárias para o sucesso das atividades propostas e das suas aprendizagens. Também os inquéritos sobre o funcionamento das unidades curriculares visam permitir observar a adequação

da avaliação aos objetivos formulados. Como respostas a estes inquéritos têm sido insuficientes ou quase nulas, impossibilitando a sua análise. Esta monitorização da consistência entre avaliação da aprendizagem e objetivos é ainda reforçada pela realização de reuniões da Comissão de Curso com os alunos com vista à reflexão e levantamento de eventuais propostas de ajustamento.

2.3.3.Means of ensuring that the student assessment methodologies are aligned with the intended learning outcomes.

Learning outcomes and evaluation criteria of each curricular unit are recorded in the respective programs and made available to students at the start of each semester. Teachers make students aware of the improvements needed for the success of the proposed activities by monitoring students learning in class time or during their office hours. Students surveys carried out also aims to clarify that goals and objectives are clearly defined and operationalized. Unfortunately, the answers have been insufficient or non-existent, making its analysis impossible. This monitoring of consistency between learning assessment and goals is further reinforced by Course Committee meetings with students in order to reflect on the need for new adjustment proposals.

2.4. Observações

2.4Observações.

Nada a acrescentar.

2.4Observations.

Nothing to add.

3. Pessoal Docente

3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

3.1.Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

Teresa Sofia de Almeida Gouveia

3.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

3.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Teresa Sofia de Almeida Gouveia	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciência e Tecnologias da Comunicação	100	Ficha submetida
Nídia Salomé Nina de Morais	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciência e Tecnologias da Comunicação	100	Ficha submetida
Maria Teresa Gouveia Osório Antas de Barros	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor		Documentação e Informação Científica	100	Ficha submetida
Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Título de especialista (DL 206/2009)	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Paulo Alexandre Pires Pinto Silva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Título de especialista (DL 206/2009)	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Paulo Alexandre Moutinho Barroso	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Filosofia	100	Ficha submetida
Jorge Adolfo de Meneses Marques	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Título de especialista (DL 206/2009)	Arqueologia	100	Ficha submetida
Maribel Santos Miranda Pinto	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Educação - Área das TIC	100	Ficha submetida
Maria Cristina Azevedo Gomes	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor		Engenharia Informática	100	Ficha submetida
Belmiro Tavares da Silva Rego	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor		Ciências da Educação - Didática e Tecnologia Educativa	100	Ficha submetida
Ana Mafalda Portas Santos Matias	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Sara Cristina Dos Santos	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Título de especialista (DL 206/2009)	Gestão, especialidade Marketing e Estratégia	91.7	Ficha submetida
Julien Diogo	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Título de especialista (DL 206/2009)	Comunicação e Marketing	91.7	Ficha submetida
Pedro Mota Veiga	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Gestão/Management	91.7	Ficha submetida
Miguel Ângelo Rodrigues Midões	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Título de especialista (DL 206/2009)	Ciências da Comunicação	91.7	Ficha submetida
Sónia de Almeida Ferreira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências e Tecnologias da Comunicação	100	Ficha submetida

<sem resposta>

3.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.**3.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)****3.4.1.1. Número total de docentes.**

18

3.4.1.2. Número total de ETI.

17.64

3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos**3.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos em tempo integral / Number of teaching staff with a full time employment in the institution.***

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº de docentes / Staff number	% em relação ao total de ETI / % relative to the total FTE
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of teaching staff with a full time link to the institution:	14	79.365079365079

3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado**3.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor / Academically qualified teaching staff – staff holding a PhD**

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff holding a PhD (FTE):	15.73	89.172335600907

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado**3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialised teaching staff of the study programme**

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*	
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff holding a PhD and specialised in the fundamental areas of the study programme	12	68.027210884354	17.64
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists not holding a PhD, with well recognised experience and professional capacity in the fundamental areas of the study programme	1	5.6689342403628	17.64

3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação**3.4.5. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente / Stability and development dynamics of the teaching staff**

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*	
Docentes do ciclo de estudos de carreira com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Career teaching staff of the study programme with a link to the institution for over 3 years	14	79.365079365079	17.64
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / FTE number of teaching staff registered in PhD programmes for over one year	1	5.6689342403628	17.64

4. Pessoal Não Docente

4.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afeto à leção do ciclo de estudos.

A ESEV conta com recursos próprios de pessoal não docente - 15 funcionários, em regime de tempo integral (100%) -, com funções diretamente relacionadas ao ciclo de estudo. Estes recursos não docentes encontram-se repartidos entre gabinetes e serviços, dos quais se destacam: os Serviços Académicos, o Gabinete Técnico - GAFPRO, Gabinete Técnico - CEDOC, o Gabinete Técnico - Centro de Meios Audiovisuais, o Gabinete Técnico - Centro Informático e os Serviços de Apoio Auxiliar.

4.1. Number and employment regime of the non-academic staff allocated to the study programme in the present year.

ESEV has its own non-teaching staff resources - 15 full-time employees (100%) - with functions directly related to the study cycle. These non-teaching resources are divided between offices and services, including: the Academic Services, the Technical Office - GAFPRO, the Technical Office - CEDOC, the Technical Office - Audiovisual Media Center, the Technical Office - Computer Center and the Auxiliary Support Services.

4.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à leção do ciclo de estudos.

Relativamente ao nível de qualificação académica do pessoal não docente observa-se a seguinte distribuição:

4 funcionários - Mestrado
8 funcionários - Licenciatura
2 funcionários - 11.º ano
1 funcionário - 9.º ano

4.2. Qualification of the non-academic staff supporting the study programme.

Regarding the level of academic qualification of non-teaching staff, the following distribution is observed:

4 employees - Master's degree
8 employees - Bachelor's degree
2 employees - 11th Year
1 employees - 9th Year

5. Estudantes

5.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

5.1.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

5.1.1. Total de estudantes inscritos.

56

5.1.2. Caracterização por género

5.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	34
Feminino / Female	66

5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.

5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular / Students enrolled in each curricular year

Ano Curricular / Curricular Year	Nº de estudantes / Number of students
1º ano curricular do 2º ciclo	32
2º ano curricular do 2º ciclo	24
	56

5.2. Procura do ciclo de estudos.

5.2. Procura do ciclo de estudos / Study programme's demand

	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano/ Last year	Ano corrente / Current year
N.º de vagas / No. of vacancies	30	30	30
N.º de candidatos / No. of candidates	25	31	38
N.º de colocados / No. of accepted candidates	25	30	30
N.º de inscritos 1º ano 1ª vez / No. of first time enrolled	19	30	30

Nota de candidatura do último colocado / Entrance mark of the last accepted candidate	9.5	9	10
Nota média de entrada / Average entrance mark	11	10.5	11.3

5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes

5.3.Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes.

Nada a acrescentar.

5.3.Eventual additional information characterising the students.

Nothing to add.

6. Resultados

6.1. Resultados Académicos

6.1.1. Eficiência formativa.

6.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	Antepenúltimo ano / Two before the last year	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano / Last year
N.º graduados / No. of graduates	8	8	5
N.º graduados em N anos / No. of graduates in N years*	5	2	1
N.º graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	3	6	4
N.º graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	0	0
N.º graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

Pergunta 6.1.2. a 6.1.3.

6.1.2.Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (exclusivamente para cursos de doutoramento).

Não aplicável.

6.1.2.List of defended theses over the last three years, indicating the title, year of completion and the final result (only for PhD programmes).

Not applicable.

6.1.3.Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respetivas unidades curriculares.

O Ciclo de Estudos assenta numa única área científica - Ciências da Comunicação -, não sendo possível uma comparação. A análise referente ao sucesso escolar, no âmbito da distintas uc's do ciclo de estudos, reporta-se a dados do ano letivo 2020/2021. No entanto, no referido ano letivo as avaliações da uc Projeto/Estágio ainda não estão concluídas, não sendo, por isso, contabilizadas. Assim, pode referir-se que a taxa de aprovação, face ao número de inscritos no 1.º (32) e no 2.º ano curriculares (14), é elevada em 7 da ucs do ramo de CE. Apenas 2 uc's (Agências e Produção Publicitária e Comunicação Publicitária no Meio Digital) apresentam taxas aprovação mais baixas. Relativamente aos resultados obtidos pelos alunos, as unidades curriculares registam médias gerais que vão dos 16,6 valores aos 11,5 valores.

6.1.3.Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study programme and the respective curricular units.

The Study Cycle is based on a single scientific area - Communication Sciences - and therefor there is no possible comparison. The analysis of its academic success, within the scope of it different curricular units, refers to data from the 2020/2021 academic year. However, from that academic year, the Project/Internship curricular unit evaluations have not yet been concluded and, therefore, are not accounted for. Given the number of students enrolled in the 1st (32) and 2nd curricular year (14), the approval rate may be considered as high in 7 curricular units within the Strategic Communication branch. Only 2 curricular units (Agencies and Advertising Production and Advertising Communication in Digital Media) have lower approval rates. Regarding the results obtained by the students, the curricular units register overall averages ranging from 11.5 values to 16.6 values.

6.1.4. Empregabilidade.

6.1.4.1.Dados sobre desemprego dos diplomados do ciclo de estudos (estatísticas da DGEEC ou estatísticas e estudos próprios, com indicação do ano e fonte de informação).

Em novembro de 2021, foram recolhidos dados, através de um inquérito por questionário, aos 21 alunos diplomados do mestrado, distribuídos entre os anos letivos 2016/2017 e 2020/2021, tendo sido obtidas 9 respostas. Com base nas respostas, apresentam-se os seguintes resultados: 44,4% dos alunos diplomados exerce atividade profissional na área específica da sua formação

académica; 22,2% realizam atividade profissional relacionada com o curso superior; 22,2% continuam à procura do primeiro emprego; 11,1% dos alunos diplomados encontram-se desempregados.

6.1.4.1. Data on the unemployment of study programme graduates (statistics from the Ministry or own statistics and studies, indicating the year and the data source).

In November 2021, data were collected, using a questionnaire survey, from the 21 graduate students of the Masters, distributed between the academic years 2016/2017 and 2020/2021, with 9 responses being obtained. Based on the answers, the following results are presented: 44.4% of graduates work in the specific area of their academic background, 22.2% perform a professional activity not related to their higher education degree, 22.2% are still looking for their first job and 11.1% of the graduate students are unemployed.

6.1.4.2. Reflexão sobre os dados de empregabilidade.

A amostra da qual foram obtidos os resultados apresentados no ponto 6.1.4.1. não é representativa. Ainda assim, entende-se como um indício positivo que cerca de 45% dos alunos que responderam ao inquérito afirmou exercer atividade profissional na área específica da sua formação académica.

Importa também assinalar que começa a verificar-se uma maior procura pela vertente Estágio em detrimento da vertente Projeto, o que poderá potenciar a empregabilidade dos alunos.

Ainda devido à digitalização e ao processo de internacionalização, que estão a criar outras necessidades e desafios às empresas e organizações, parece existir uma tendência para o aumento de oportunidades de emprego nas áreas relacionadas com a Comunicação e em particular com a Comunicação Estratégica.

6.1.4.2. Reflection on the employability data.

The sample relating to the results presented in section 6.1.4.1. is not representative. Even so, it is understood as a positive sign that about 45% of the students who responded to the survey claim to exercise professional activity in the specific area of their academic background.

It should be noted that there is a growing demand for the Internship and disadvantage of the Project modality, which could optimize the employability of students.

Issues such as the emergence of the digital and the internationalization process are creating other needs and challenges for companies and organizations, which promotes a clear trend towards increasing employment opportunities in areas related to Communication and in particular with Strategic Communication .

6.2. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas.

6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica

6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua actividade científica / Research Centre(s) in the area of the study programme, where the teachers develop their scientific activities

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados/ No. of integrated study programme's teachers	Observações / Observations
CI&DEI - Centro de Estudos em Educação e Inovação	Bom	Instituto Politécnico de Viseu (IPV)	8	Nada a acrescentar / Nothing to add
CISED - Centro de Investigação em Serviços Digitais	Bom	Instituto Politécnico de Viseu (IPV)	2	Nada a acrescentar / Nothing to add
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais -NECE	Muito bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	1	Nada a acrescentar / Nothing to add
Centro de Investigação em Educação - CIEd	Muito bom	Universidade do Minho (UM)	1	Nada a acrescentar / Nothing to add
Instituto de Comunicação da NOVA (ICNOVA)	Excelente	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH/UNL)	1	Nada a acrescentar / Nothing to add
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)	Excelente	Universidade do Minho (UM)	1	Nada a acrescentar / Nothing to add

Pergunta 6.2.2. a 6.2.5.

6.2.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, ou trabalhos de produção artística, relevantes para o ciclo de estudos.

<https://a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/140dedf0-7a43-b7a5-57ad-617abff987c5>

6.2.3. Mapa-resumo de outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica:

<https://a3es.pt/si/iportal.php/cv/other-scientific-publication/formId/140dedf0-7a43-b7a5-57ad-617abff987c5>

6.2.4. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) científica(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos, e seu contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural, desportiva e artística.

O espírito de ligação à comunidade que caracteriza o ensino superior politécnico é fomentado no âmbito do ciclo de estudos, através do desenvolvimento de atividades de investigação aplicada. Destaca-se o envolvimento de estudantes em eventos como o "Pint Of Science", realizado ao nível internacional, e na cidade de Viseu, com apoio no design, comunicação e logística ao longo dos 3 dias deste encontro. Sublinha-se, ainda, a participação ativa dos alunos na criação de um podcast para a plataforma Anchor / Spotify de modo a dar a conhecer o resumo do trabalho de investigação e inovação em tendências de comunicação, com base nas tendências dos observatórios internacionais. Ainda neste âmbito é importante destacar o envolvimento de docentes e estudantes na

organização do evento “The Future T: Talk & Think About Trends” que tem como objetivos promover o trabalho dos estudantes junto da comunidade, envolver a academia e o tecido empresarial, bem como consolidar relações entre a ESEV e a Associação Empresarial da Região de Viseu. A realização deste tipo de eventos é fundamental para permitir o acesso a conteúdos de valor académico e empresarial, com base nas tendências internacionais de comportamento, comunicação e negócios.

6.2.4. Technological and artistic development activities, services to the community and advanced training in the fundamental scientific area(s) of the study programme, and their real contribution to the national, regional or local development, the scientific culture and the cultural, sports or artistic activity.

The strong connection with the community that characterizes polytechnic higher education is fostered within the scope of the study cycle, through the development of applied research activities.

The involvement of students in events such as “Pint of Science”, held at an international level, and in the city of Viseu, stands out, with their support in design, communication and logistics through the 3 days of the meeting.

The active participation of students in the creation of a podcast for the Anchor / Spotify platform is also highlighted, in order to present a summary of the research and innovation work in communication trends, based on the reports of international observatories.

Also in this context, it is important to highlight the involvement of professors and students in the organization of the event “The Future T: Talk & Think About Trends”, which aims to promote the work of students in the community, involve academia and the business sector, as well as consolidate relations between ESEV and the Viseu Region Business Association.

Holding this events is essential to allow everyone involved access to contents of academic and business value, based on international trends in behavior, communication and business.

6.2.5. Integração das atividades científicas, tecnológicas e artísticas em projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais, incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido.

Destaca-se a integração das atividades científicas e tecnológicas de docentes do Ciclo de Estudos nos seguintes projetos:

- VIAS Viseu InterAge Stories, financiado FCT, 152.061,03€

- Projeto Digital Era: WEB 3.0 and beyond, um projeto do tipo Erasmus+ KA2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, inserido no KA202 - Strategic Partnerships for vocational education and training, 178 196.00 €

- Projeto New Approaches in Inspection: A Polycentric Model, um projeto do tipo Erasmus+ KA2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, inserido no KA201 - Strategic Partnerships for School Education, 188 013.00 €

- PROJ/I&DI/CI&DEI/001 - LITERACIA MEDIÁTICA NO ENSINO SUPERIOR: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO COM ALUNOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto Refª UIDB/05507/2020, 2 500,00 €

6.2.5. Integration of scientific, technologic and artistic activities in projects and/or partnerships, national or international, including, when applicable, the main projects with external funding and the corresponding funding values.

It is emphasized the integration of scientific and technological activities by Cycle of Studies teachers in the following projects:

- VIAS Viseu InterAge Stories, FCT funded, 152.061,03€

- Digital Era Project: WEB 3.0 and beyond, an Erasmus+ KA2 project - Cooperation for innovation and the exchange of good practices , within KA202 - Strategic Partnerships for vocational education and training, 178 196.00 €

- Project New Approaches in Inspection: A Polycentric Model, an Erasmus+ KA2 project - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, within KA201 - Strategic Partnerships for School Education, 188 013.00 €

- PROJ/I&DI/CI&DEI/001 - Media Literacy in Higher Education: an exploratory study with students of Social Communication, financed by National Funds through FCT - Foundation for Science and Technology, I.P., under project Refª UIDB/05507/2020, 2 500,00 €

6.3. Nível de internacionalização.

6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes

6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes / Mobility of students and teaching staff

	%
Alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Foreign students enrolled in the study programme	0.5
Alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Students in international mobility programmes (in)	0
Alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Students in international mobility programmes (out)	0
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Foreign teaching staff, including those in mobility (in)	0
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Teaching staff mobility in the scientific area of the study (out).	0

6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

A instituição dispõe de uma estrutura que promove a mobilidade dos docentes e estudantes do curso (Gabinete de Cooperação Interinstitucional). Este Gabinete disponibiliza informação sobre programas de mobilidade e coordena os processos de candidatura, fazendo um acompanhamento próximo desses programas e dos docentes e alunos. Cumpre referir a participação de docentes do

curso em programas de mobilidade Erasmus, bem como o desenvolvimento de trabalhos e projetos de investigação, organização de eventos e parcerias, nomeadamente através de protocolos de colaboração. Devido ao contexto pandémico que atravessou o ano letivo 2020/2021 e ainda presente em 2021/2022 não se concretizou a saída, no âmbito do programa de mobilidade, de alguns docentes do curso que já foram selecionados para essa mobilidade

6.3.2. Participation in international networks relevant for the study programme (excellence networks, Erasmus networks, etc.).

The institution has a structure that promotes the mobility of the course's professors and students (Office of Interinstitutional Cooperation). This Office provides information on mobility programs and coordinates the application processes, closely monitoring these programs and supporting teachers and students. It is worth mentioning that there is also the participation of course professors in Erasmus mobility programs, as well as the development of research work and projects, organization of events and partnerships, namely through collaboration agreements. Due to the pandemic context that lasted throughout the 2020/2021 school year and is still ongoing in 2021/2022, some faculty members, who had already been selected for mobility actions, did go abroad.

6.4. Eventual informação adicional sobre resultados.

6.4. Eventual informação adicional sobre resultados.

Nos 2 últimos anos os estudantes têm demorado mais tempo a concluir o mestrado devido à situação pandémica que se tem vivido. Houve necessidade de alterar projetos de investigação por não existir condições para a sua realização e de prorrogar os prazos de conclusão.

6.4. Eventual additional information on results.

In the last 2 years students have taken longer to finish the master degree due to the pandemic situation. There has been a need to change research projects, because there were no conditions for their realization, and extend the deadlines for completion.

7. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

7.1 Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES

7.1. Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES (S/N)?

Se a resposta for afirmativa, a Instituição tem apenas que preencher os itens 7.1.1 e 7.1.2, ficando dispensada de preencher as secções 7.2.

Se a resposta for negativa, a Instituição tem que preencher a secção 7.2, podendo ainda, se o desejar, proceder ao preenchimento facultativo dos itens 7.1.1 e/ou 7.1.2.

Sim

7.1.1. Hiperligação ao Manual da Qualidade.

http://events.ipv.pt/sigq/wp-content/uploads/SIGQ/mgq_2020_PT.pdf

7.1.2. Anexar ficheiro PDF com o último relatório de autoavaliação do ciclo de estudos elaborado no âmbito do sistema interno de garantia da qualidade (PDF, máx. 500kB).

[7.1.2._RC 19 20 CA.pdf](#)

7.2 Garantia da Qualidade

7.2.1. Mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos e das atividades desenvolvidas pelos Serviços ou estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem, designadamente quanto aos procedimentos destinados à recolha de informação (incluindo os resultados dos inquéritos aos estudantes e os resultados da monitorização do sucesso escolar), ao acompanhamento e avaliação periódica dos ciclos de estudos, à discussão e utilização dos resultados dessas avaliações na definição de medidas de melhoria e ao acompanhamento da implementação dessas medidas.

Não aplicável.

7.2.1. Mechanisms for quality assurance of the study programmes and the activities promoted by the services or structures supporting the teaching and learning processes, namely regarding the procedures for information collection (including the results of student surveys and the results of academic success monitoring), the monitoring and periodic assessment of the study programmes, the discussion and use of the results of these assessments to define improvement measures, and the monitoring of their implementation.

Not applicable.

7.2.2. Indicação da(s) estrutura(s) e do cargo da(s) pessoa(s) responsável(eis) pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos.

Não aplicável.

7.2.2. Structure(s) and job role of person(s) responsible for implementing the quality assurance mechanisms of the study programmes.

Not applicable.

7.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

Não aplicável.

7.2.3.Procedures for the assessment of teaching staff performance and measures for their continuous updating and professional development.

Not applicable.

7.2.3.1.Hiperligação facultativa ao Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente.

<sem resposta>

7.2.4.Procedimentos de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

Não aplicável.

7.2.4.Procedures for the assessment of non-academic staff performance and measures for their continuous updating and professional development.

Not applicable.

7.2.5.Forma de prestação de informação pública sobre o ciclo de estudos.

Não aplicável.

7.2.5.Means of providing public information on the study programme.

Not applicable.

7.2.6.Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.

Não aplicável.

7.2.6.Other assessment/accreditation activities over the last 5 years.

Not applicable.

8. Análise SWOT do ciclo de estudos e proposta de ações de melhoria

8.1 Análise SWOT global do ciclo de estudos

8.1.1.Pontos fortes

- *No ciclo de estudos lecionam quase exclusivamente docentes doutorados;*
- *Lecionam no curso docentes com título de especialista e sólida experiência de trabalho no meio empresarial, nos domínios de Publicidade, Neuromarketing, Relações Públicas, Marketing;*
- *Produção científica do corpo docente na área dominante do ciclo de estudos;*
- *Corpo docente dinâmico e integrado em centros de investigação de reconhecida excelência;*
- *Formação vocacionada para um leque alargado dos perfis profissionais da área das ciências da comunicação;*
- *Crescente atratividade do curso, com índices de procura crescentes;*
- *Metodologias e conteúdos de algumas UC privilegiam a aquisição de know-how fundamental para o exercício profissional;*
- *Cariz teórico-prática das unidades curriculares do curso;*
- *Os resultados alcançados pelos alunos em competições internacionais atestam as competências adquiridas ao longo da componente letiva. Refere-se a presença de duas equipas na final e ainda uma equipa semifinalista no Global Online Marketing Academic Challenge 2021, competição internacional que reuniu 414 alunos, provenientes de 12 países;*
- *Participação de alunos no Projeto Link Me Up-1000 ideias, Sistema de apoio à co-criação de inovação, criatividade e empreendedorismo (COMPETE2020- 01/SIAC/2020);*
- *Existência na ESEV de 2 cursos com cariz precedente a este ciclo de estudos (CS / PRP);*
- *Ensino das Ciências da Comunicação com tradição de mais de 26 anos;*
- *Estabelecimento de redes de contacto e de parcerias com empresas e outras instituições de ensino superior;*
- *Possibilidade de realização de estágio, com estabelecimento de protocolos com várias entidades, como por exemplo: DST Center, SA; Critec, Lda; Fnac Portugal; Grupo Impresa; Red Ocean; Trigo Limpo Teatro ACERT; Celeuma - Creative Agency; Câmara Municipal de Vouzela; Felping Tecnologia e Sistemas, Lda.; Associação de Futebol de Viseu e MixLife Digital Agency;*
- *Projeção e visibilidade online do curso e participação dos alunos em projetos extracurriculares (como por exemplo organização de eventos “The Future Talk & Think about Trends”;*
- *Relação e colaboração estreita com a SOPCOM- Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*
- *Alguns funcionários de apoio ao curso possuem formação superior na área de Comunicação ou afins.*
- *Existência de instalações, equipamentos e recursos materiais adequados para as necessidades de funcionamento do ciclo de estudos;*
- *Centro de Recursos do IPV, dotado de boa tecnologia para captação, edição e pós-produção de imagem e som com qualidade profissional;*
- *Existência de estruturas de apoio, aconselhamento para financiamento e emprego (SIVA);*
- *Existência do Gabinete de Apoio à Cooperação Interinstitucional (GACI);*
- *Controlo e avaliação da qualidade através da Comissão de Avaliação de Qualidade e de Manual de Gestão da Qualidade.*

8.1.1.Strengths

- *In the study cycle, almost all of the teachers hold a PhD degree.*
- *The course is taught by professors with specialist titles and solid experience of working in the business world, in areas as Advertising, Neuromarketing, Public Relations or Marketing;*

- *Within the School there is scientific production in the dominant area of the study cycle;*
- *Dynamic teacher staff, integrated in research centers of recognized excellence;*
- *Training aiming at a wide range of professional profiles in the field of communication sciences;*
- *Growing attractiveness of the course, with increasing demand rates;*
- *Methodologies and syllabus of some curricular units favor the acquisition of fundamental know-how for professional practice;*
- *Theoretical-practical nature of the course's curricular units;*
- *The results achieved by students in international competitions attest to the skills acquired throughout the teaching component. Reference should be made to the presence of two teams in the final and also a semi-finalist team in the Global Online Marketing Academic Challenge 2021, an international competition that brought together 414 students from 12 countries;*
- *Participation of students in the Link Me Up-1000 ideas Project, a support system for the co-creation of innovation, creativity and entrepreneurship (COMPETE2020-01/SIAC/2020);*
- *Existence at ESEV of 2 courses naturally preceding this cycle of studies (Social Communication / Advertising and Public Relations);*
- *Communication Sciences teaching with a tradition of over 26 years;*
- *Contact networks and partnerships with companies and higher education institutions;*
- *Possibility of internships, as there are protocols with various entities, such as: DST Center, SA; Critec, Ltd; Fnac Portugal; Grupo Impresa; Red Ocean; Clean Wheat ACERT Theater; Celeuma - Creative Agency; Vouzela City Council; Felping Tecnologia e Sistemas, Ltd; Viseu Football Association; MixLife Digital Agency;*
- *Online visibility of the course and students participation in extracurricular projects (such as organization of "The FutureTalk & Think about Trends" event;*
- *Close relationship and collaboration with SOPCOM - Portuguese Association of Communication Sciences;*
- *Some of the course support staff have higher education in the Communication area, or similar.*
- *Existence of adequate facilities, equipment and material resources for the study cycle's operating needs;*
- *Polytechnic of Viseu' Resources Center, equipped with good technology for capturing, editing and post-production of image and sound with professional quality;*
- *Existence of support structures, as well as advice for financing and employment (SIVA);*
- *Existence of an Interinstitutional Cooperation Support Office (GACI);*
- *Quality control and evaluation, through the Quality Evaluation Committee and the Quality Management Manual.*

8.1.2.Pontos fracos

- *Interdisciplinaridade entre Unidades Curriculares deve ser incrementada;*
- *Baixo nível de procura relativamente a alguns dos ramos de especialização disponibilizados;*
- *Dificuldade de captação de estudantes internacionais;*
- *Envolvimento dos mestrandos em atividades de investigação aquém do desejável;*
- *Insuficiente exploração das possibilidades oferecidas pelos meios tecnológicos (presença nas redes sociais, p.e.);*
- *Taxa de participação dos estudantes no processo de avaliação é inferior ao desejável.*

8.1.2.Weaknesses

- *Interdisciplinarity between Curricular Units should be increased;*
- *Low level of demand for some of the specialisation branches available;*
- *Difficulty in attracting international students;*
- *Involvement of master's student in research activities below the desirable;*
- *Insufficient exploitation of the possibilities offered by technological means (presence in social networks, e.g.) ;*
- *Student participation rate in the evaluation process is lower than desirable.*

8.1.3.Oportunidades

- *Dinâmica demográfica da cidade de Viseu, com a conseqüente capacidade de atração de público estudantil;*
- *Mercado de emprego da Zona Centro ainda comporta um número mais elevado de profissionais de Comunicação /Publicidade / Relações Públicas para apoio ao crescimento e internacionalização, por ex. por via do e-commerce;*
- *A sociedade da informação gera continuamente novas oportunidades laborais no âmbito do Curso.*
- *Aparecimento de novas empresas e investimentos na área das ciências da comunicação na região de Viseu Dão Lafões;*
- *Disponibilidade do tecido empresarial regional e nacional para colaboração conjunta com o ciclo de estudos;*
- *Tendência de valorização da formação superior;*
- *Imagem do IPV como estabelecimento do ensino superior de referência na região e bom posicionamento a nível nacional;*
- *O Politécnico de Viseu é a única instituição de Ensino Superior público do distrito.*
- *Existência de programas de apoio financeiro à formação avançada de docentes;*
- *Possibilidade de internacionalização sobretudo para o mercado CPLP;*
- *Tendência da procura do ensino e formação à distância.*

8.1.3.Opportunities

- *Demographic dynamics of the city of Viseu, with the consequent capacity to attract student audiences;*
- *Central region employment market also has a higher number of Communication /Advertising/Public Relations professionals to support growth and internationalization, e.g. through e-commerce;*
- *The information society continuously generates new job opportunities within the course;*
- *Emergence of new companies and investments in the area of communication sciences in the region of Viseu Dão Lafões;*
- *Availability of regional and national business fabric for joint collaboration with the cycle of studies;*
- *Trend towards valuing higher education;*
- *Image of The IPV as a reference higher education establishment in the region and good positioning at national level;*
- *The Polytechnic of Viseu is the only public higher education institution in the district;*
- *Existence of financial support programs for advanced teacher training;*
- *Possibility of internationalization mainly for the CPLP market;*
- *Trend in the search for distance learning and training.*

8.1.4.Constrangimentos

- Neste momento, ainda é visível a retração económica e laboral decorrente da pandemia;
- Decréscimo demográfico que se faz sentir a um nível macro, com repercussões no número de candidatos à frequência do ensino superior em cada ano;
- Tecido empresarial da região é essencialmente constituído por PME's;
- Existência de assimetrias regionais;
- Subvalorização do ensino superior politécnico nas políticas orçamentais;
- Bolsas de mobilidade.

8.1.4.Threats

- At the moment, the economic and labor downturn resulting from the pandemic is still visible;
- Demographic decline that is felt at a macro level, with repercussions on the number of candidates for higher education each year;
- The region's corporate structure is essentially made up of SMEs;
- Existence of regional asymmetries;
- Under-valuation of polytechnic higher education in budgetary policies;
- Mobility scholarships.

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2.1.Ação de melhoria

AM1: Melhorar a comunicação com o exterior (destaques na página da ESEV, redes sociais, canais do PV);

AM2: Aumentar as parcerias com entidades nacionais e internacionais para Estágios ou períodos de estudo e de formação em contexto de Estágio, respetivamente;

AM3: Aumentar a produção científica do corpo docente, no que diz respeito ao número de artigos publicados em revistas científicas indexadas e participação em eventos científicos;

AM4: Promover um maior envolvimento e integração dos alunos em projetos de investigação científica;

AM5: Fortalecer a colaboração com especialistas nacionais e internacionais nos domínios fundamentais do curso assumindo um posicionamento de blended learning (presencial e distância);

AM6: Estabelecer parcerias com organizações da sociedade civil com o objetivo de fomentar o trabalho cooperativo em contexto real de mercado procurando acelerar curvas de aprendizagem e eliminar barreiras relativas à transição ensino/mercado de trabalho;

AM7: Estabelecer parcerias que permitam a integração de soluções tecnológicas de suporte ao trabalho desenvolvido pelos alunos enriquecendo a experiência e o desempenho dos alunos e do próprio corpo docente;

AM8: Criação de um Núcleo de Investigação em Ciências da Comunicação.

8.2.1.Improvement measure

AM1: Improve the external communication (highlights on the ESEV page, social networks, PV channels);

AM2: Increase partnerships with national and international entities for internships or periods of study and training in the context of Internship, respectively;

AM3: Increase the scientific production of the faculty, regarding the number of articles published in indexed scientific journals and participation in scientific events;

AM4: Promote greater involvement and integration of students in scientific research projects;

AM5: Strengthen collaboration with national and international experts in the fundamental fields of the course assuming a positioning of blended learning (face-to-face and distance);

AM6: Establish partnerships with civil society organizations with the aim of fostering cooperative work in a real market context seeking to accelerate learning curves and remove barriers to the education/labor market transition;

AM7: Establish partnerships that allow the integration of technological solutions to support the work developed by students enriching the experience and performance of students and the faculty itself.

AM8: Creation of a Research Center in Communication Sciences.

8.2.2.Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

AM1: Alta

AM2: Média

AM3: Média

AM4: Média

AM5: Média

AM6: Alta

AM7: Média

8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.

AM1: High

AM2: Medium

AM3: Medium

AM4: Medium

AM5: Medium

AM6: High

AM7: Medium

AM8: High

8.1.3. Indicadores de implementação

AM1: Percentagem de publicações de conteúdos.

AM2: Percentagem de parcerias estabelecidas.

AM3: Percentagem de artigos publicados.

AM4: Percentagem de estudantes que participam em projetos de investigação.

AM5: Percentagem de parcerias de colaboração com especialistas.

AM6: Percentagem de parcerias estabelecidas.

AM7: Percentagem de parcerias estabelecidas.

AM8: Taxa eficácia melhorias de implementação.

8.1.3. Implementation indicator(s)

AM1: Percentage of content publications.

AM2: percentage of partnerships established.

AM3: percentage of articles published.

AM4: Percentage of students participating in research projects.

AM5: Percentage of collaborative partnerships with experts.

AM6: Percentage of established partnerships.

AM7: Percentage of partnerships established.

AM8: Rate of effectiveness of implementation improvements.

9. Proposta de reestruturação curricular (facultativo)

9.1. Alterações à estrutura curricular

9.1. Síntese das alterações pretendidas e respectiva fundamentação

Os ajustes à estrutura curricular do ciclo de estudos decorrem dos seguintes contextos:

1. Necessidade de reduzir o número de ramos/áreas de especialização (face a informação constante na análise SWOT), fazendo a junção dos ramos Multimédia Interativo e Comunicação Audiovisual, e das respetivas unidades curriculares, num único ramo com a designação Audiovisual e Multimédia;

2. Necessidade, decorrente da anulação dos ramos Multimédia Interativo e Comunicação Audiovisual e do surgimento, a partir destes, do ramo Audiovisual e Multimédia, de propor novas uc's: Produção Audiovisual (1.º semestre do 1.º ano), Narrativas interativas, Pós-produção e Efeitos Especiais, Laboratório de conteúdos online (2.º semestre do 1.º ano);

3. Necessidade de, no tronco comum do ciclo de estudos, reposicionar uc's, na estrutura curricular, em termos de semestre (a uc Comunicação e Espaço Público passa para o 2.º semestre do 1.º ano e a uc Inovação e Empreendedorismo passa para o 1.º semestre do 1.º ano) e de, no 2.º semestre do 1.º ano, criar uma nova uc - Laboratório de eventos -, que substituirá a u.c. Ética e Deontologia. A uc Laboratório de Eventos surge com o objetivo envolver os alunos, que estão inscritos nos dois ramos, no planeamento e operacionalização de um evento real. Pretende-se conseguir o equilíbrio entre a informação teórica e a componente prática, permitindo a aquisição de competências determinantes para o desempenho profissional futuro dos alunos;

4. Necessidade de, no ramo Comunicação Estratégica, criar outras uc's, anulando as anteriores, e alterar a denominação de uc's conferindo-lhe uma maior correspondência com os conteúdos lecionados, os quais foram ajustados/atualizados face às exigências na área. Assim, em detrimento das uc.'s Inovação e criatividade em eventos, Gestão de Conteúdos Online e Agências e produção publicitária, sugerem-se as uc's Estratégia e Marketing Digital, Pensamento Criativo e Storytelling e Branding & Social Media. A uc Estratégia e Marketing Digital propõe um enriquecimento do curriculum na medida em que apresenta um conjunto de conteúdos orientados para a componente estratégica, favorecendo a compreensão e visão global do processo de Marketing e Comunicação. A uc Pensamento Criativo e Storytelling é proposta pelo reconhecimento, importância e potencial do storytelling no seio da comunicação estratégica, amplificando as possibilidades de comunicação das organizações e das marcas. Refere-se ainda a introdução da uc Branding & Social Media pela necessidade da gestão contínua das marcas, em diferentes circunstâncias do mercado e nas diversas solicitações das restantes UCs do mestrado em Comunicação Aplicada.

9.1. Synthesis of the proposed changes and justification.

Adjustments to the curricular structure of the study cycle arise from the following contexts:

1. Need to reduce the number of branches/areas of specialization (given the information contained in the SWOT analysis), merging

the Interactive Multimedia and Audiovisual Communication branches, and the respective curricular units, into a single branch with the designation *Audiovisual and Multimedia*;

2. Need, resulting from the dissolve of *Interactive Multimedia* and *Audiovisual Communication* branches and the emergence, from these, of the *Audiovisual and Multimedia* branch, to propose new UC's: *Audiovisual Production* (1st semester of the 1st year), *Interactive Narratives*, *Post-production and Special Effects*, *Online Content Laboratory* (2nd semester of the 1st year);

3. Need, in the common core of the cycle of studies, to reposition UC's, in the curricular structure, in terms of semester (the UC *Communication and Public Space* moves to the 2nd semester of the 1st year and the UC *Innovation and Entrepreneurship* moves to the 1st semester of the 1st year) and, in the 2nd semester of the 1st year, to create a new UC - *Events Laboratory* - which will replace the UC *Ethics and Deontology*. The UC *Event Laboratory* arises with the aim of involving students, who are enrolled in both branches, in the planning and operationalization of a real event. It aims to achieve a balance between theoretical information and the practical component, allowing the acquisition of skills crucial to the students' future professional performance;

4. Need, in the branch *Strategic Communication*, create other UC's, canceling the previous ones, and change the name of the UC's giving it a greater correspondence with the contents taught, which were adjusted / updated to the demands in the area. Thus, instead of the UC's *Innovation and Creativity in Events*, *Online Content Management and Advertising Agencies and Production*, the following UC's are suggested: *Strategy and Digital Marketing*, *Creative Thinking and Storytelling* and *Branding & Social Media*. The UC *Digital Strategy and Marketing* proposes an enrichment of the curriculum in that it presents a set of contents oriented towards the strategic component, favoring the understanding and global vision of the *Marketing and Communication* process. The UC *Creative Thinking and Storytelling* is proposed by the recognition, importance and potential of storytelling within the strategic communication, amplifying the communication possibilities of organizations and brands. The introduction of the course *Branding & Social Media* is also mentioned due to the need for continuous brand management, in different market circumstances and in the various requests of the other UC's of the Master in *Applied Communication*.

9.2. Nova estrutura curricular pretendida (apenas os percursos em que são propostas alterações)

9.2. Ramo Audiovisual e Multimédia

9.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):

Ramo Audiovisual e Multimédia

9.2.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable).

Audiovisual and Multimedia Branch

9.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and number of credits to award the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*	Observações / Observations
Ciências da Comunicação (1 Item)	CC	120 120	0 0	

9.2. Ramo Comunicação Estratégica

9.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):

Ramo Comunicação Estratégica

9.2.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable).

Strategic Communication Branch

9.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and number of credits to award the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*	Observações / Observations
Ciências da Comunicação (1 Item)	CC	120 120	0 0	

9.3. Plano de estudos

9.3. Plano de estudos - Audiovisual e Multimédia - 1.º ano/1.º semestre

9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Audiovisual e Multimédia

9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

Audiovisual and Multimedia

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

1.º ano/1.º semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:

1.º/1º

9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Métodos avançados em estudos de comunicação	CC	Semestral	162	30	6	
Cultura Digital	CC	Semestral	162	30	6	
Inovação e Empreendedorismo	CC	Semestral	162	30	6	
Produção Audiovisual	CC	Semestral	162	30	6	
Comunicação e Multimédia	CC	Semestral	162	30	6	

(5 Items)

9.3. Plano de estudos - Audiovisual e Multimédia - 1.º ano/2.º semestre

9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Audiovisual e Multimédia

9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

Audiovisual and Multimedia

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

1.º ano/2.º semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:

1º/2º

9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Comunicação e Espaço Público	CC	Semestral	162	30	6	
Laboratório de eventos	CC	Semestral	162	30	6	
Narrativas Interativas	CC	Semestral	162	30	6	
Pós-Produção e Efeitos Especiais	CC	Semestral	162	30	6	
Laboratório de Conteúdos Online	CC	Semestral	162	30	6	

(5 Items)

9.3. Plano de estudos - Audiovisual e Multimédia - 2.º ano/Anual

9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Audiovisual e Multimédia

9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

Audiovisual and Multimedia

9.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:*2.º ano/Anual***9.3.2.Curricular year/semester/trimester:***2º***9.3.3 Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Seminário	CC	Anual	405	80	15	
Projeto/Estágio (2 Itens)	CC	Anual	1205	240	45	

9.3. Plano de estudos - Comunicação Estratégica - 1.º ano/1.º semestre**9.3.1.Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Comunicação Estratégica***9.3.1.Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Strategic Communication***9.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano/1.º semestre***9.3.2.Curricular year/semester/trimester:***1º/1º***9.3.3 Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Métodos avançados em estudos de comunicação	CC	Semestral	162	30	6	
Cultura Digital	CC	Semestral	162	30	6	
Inovação e Empreendedorismo	CC	Semestral	162	30	6	
Estratégia e Marketing Digital	CC	Semestral	162	30	6	
Cenários emergentes em comunicação (5 Itens)	CC	Semestral	162	30	6	

9.3. Plano de estudos - Comunicação Estratégica - 1.º ano/2.º semestre**9.3.1.Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Comunicação Estratégica***9.3.1.Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Strategic Communication***9.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano/2.º semestre***9.3.2.Curricular year/semester/trimester:***1º/2º***9.3.3 Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Comunicação e Espaço Público	CC	Semestral	162	30	6	
Laboratório de eventos	CC	Semestral	162	30	6	
Branding & Social Media	CC	Semestral	162	30	6	

Pensamento Criativo e Storytelling	CC	Semestral	162	30	6
Comunicação Publicitária no Meio Digital	CC	Semestral	162	30	6
(5 Items)					

9.3. Plano de estudos - Comunicação Estratégica - 2.º ano/Anual

9.3.1.Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
Comunicação Estratégica

9.3.1.Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):
Strategic Communication

9.3.2.Ano/semestre/trimestre curricular:
2.º ano/Anual

9.3.2.Curricular year/semester/trimester:
2º

9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Seminário	CC	Anual	405	80	15	
Projeto/Estágio	CC	Anual	1205	240	45	
(2 Items)						

9.4. Fichas de Unidade Curricular

Anexo II - Produção Audiovisual

9.4.1.1.Designação da unidade curricular:
Produção Audiovisual

9.4.1.1.Title of curricular unit:
Audiovisual Production

9.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:
CC/CS

9.4.1.3.Duração:
Semestral

9.4.1.4.Horas de trabalho:
162

9.4.1.5.Horas de contacto:
30

9.4.1.6.ECTS:
6

9.4.1.7.Observações:
<sem resposta>

9.4.1.7.Observations:
<no answer>

9.4.2.Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):
Sónia de Almeida Ferreira - 10 horas/hours

9.4.3.Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

Teresa Sofia de Almeida Gouveia -10 horas/hours

Ana Sofia Lopes Figueiredo - 10 horas/hours

9.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Esta unidade curricular, Produção audiovisual, visa a aquisição de conhecimentos essenciais para o desenvolvimento da comunicação audiovisual em contextos transmedia. São objetivo de aprendizagem: i) conhecer, compreender e problematizar narrativas transmedia; ii) conceptualizar e produzir conteúdos audiovisuais para contextos transmedia, especificamente direcionados para a televisão, redes sociais e plataformas de vídeo.

9.4.4.Learning outcomes of the curricular unit:

This curricular unit, Audiovisual Production, aims the acquisition of essential knowledge for the development of audiovisual communication in transmedia contexts. The learning objectives are: i) know, understand and problematize transmedia narratives; ii) conceptualize and produce audiovisual content for transmedia contexts, specifically directed to television, social networks and video platforms.

9.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Paradigma audiovisual atual, transmediação e novos formatos de conteúdos audiovisual

2. Desenvolvimento e planeamento de projetos audiovisuais transmedia

2.1. Narrativas audiovisuais multiplataforma ou narrativas expansivas:

2.1.1. Narrativas em meios digitais: convergência de conteúdos, divergência tecnológica

2.1.2. Transmediação

2.1.3. Cultura participativa

2.1.4. Cultura de convergência: novas formas de criação e consumo de narrativas

2.2. Técnicas e estéticas de realização audiovisual

2.3. Design de som

2.4. Distribuição e plataformas de exibição

9.4.5.Syllabus:

1. Current audiovisual paradigm, transmedia and new audiovisual content formats

2. Development and planning of transmedia audiovisual projects

2.1. Multiplatform audiovisual narratives or expansive narratives:

2.1.1. Narratives in digital media: content convergence, technological divergence

2.1.2. Transmedia

2.1.3. Participative culture

2.1.4. Convergence culture: new forms of creation and consumption of narratives

2.2. Techniques and aesthetics of audiovisual production

2.3. Sound design

2.4. Distribution and exhibition platforms

9.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos da unidade curricular surgem inexoravelmente ligados aos objetivos, visando a sua apropriação pelos alunos. A unidade curricular visa proporcionar a aquisição de competências relacionadas com a Produção Audiovisual, especificamente direcionados para compreensão, conceptualização e desenvolvimento de conteúdos audiovisuais transmedia, sendo que os conteúdos programáticos efetivam o cumprimento dos objetivos finais.

9.4.6.Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The content of the curricular unit are inexorably linked to the objectives, aiming the acquisition by the students. The curricular unit aims to provide the acquisition of skills related to Audiovisual Production, specifically aimed at understanding, conceptualizing and developing audiovisual content, with the syllabus effective in achieving the final goals.

9.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia da unidade curricular, pela sua natureza teórica-prática, apresenta como eixos de ação: i) a apresentação de conteúdos fundamentais; ii) a apresentação e discussão em torno de exemplos práticos de conteúdos audiovisuais transmediáticos por forma a promover a clarificação da aplicação prática dos conceitos e iii) a realização de tarefas práticas para aprofundar conhecimento técnico audiovisual. A avaliação normal e especial incide na realização de um trabalho teórico (30%) e a apresentação de um projeto de natureza prática (70%). As épocas de exame integram a realização de um teste teórico (30%) e a apresentação de um projeto prático (70%).

9.4.7.Teaching methodologies (including evaluation):

The methodology of the curricular unit, due to its theoretical-practical nature, presents as action axes: i) the presentation of fundamental contents; ii) the presentation and discussion of practical examples of transmedia audiovisual content in order to promote the clarification of the practical application of the concepts and iii) the produce practical tasks to deepen technical audiovisual knowledge. The normal and special assessment involves a theoretical work (30%) and the presentation of a practical project (70%). The exam periods include a theoretical test (30%) and a practical project (70%).

9.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

A articulação teórico-prática da unidade curricular fica demonstrada pelo domínio dos conceitos teóricos, da análise reflexiva em relação aos exemplos expostos nas horas de contacto pelo docente e pela conceptualização, criação e divulgação dos conteúdos audiovisuais transmediáticos realizados durante as aulas práticas nas plataformas de distribuição. No final da unidade curricular, prevê-se que os alunos dominem os conhecimentos essenciais para a elaboração de um produto audiovisual adequado, que

valorize a narrativa, as técnicas e estéticas audiovisuais e o design de som. A adoção de uma estratégia que incida no estímulo do trabalho autónomo dos estudantes permitirá aprofundar conhecimentos quer teóricos, quer práticos.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The theoretical-practical articulation of the curricular unit is demonstrated by the understanding of theoretical concepts, reflective analysis in relation to the examples exposed in the contact hours by the teacher and by the conceptualization, creation and dissemination of transmedia audiovisual content carried out during practical classes on distribution platforms. At the end of the course, it is expected that students understand the essential knowledge for the development of an adequate audiovisual product, which values narrative, audiovisual techniques and aesthetics, and sound design. Adopting a strategy that focuses on stimulating students' autonomous work will allow them to deepen both theoretical and practical knowledge.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Cádima, F. R. N. (2010). A Televisão, o Digital e a Cultura Participativa. FormalPress.

Giovagnoli, M. (2011). Transmedia storytelling. Imagery, Shapes and Techniques. Pitts-burgh: ETC Press.

Jenkins, H. (2006). Convergence culture. New York: New York University Press.

McErlean, K. (2018). Interactive narratives and transmedia storytelling: Creating immersive stories across new media platforms. Routledge.

Phillips, A. (2012). A creator's guide to transmedia storytelling: How to captivate and engage audiences across multiple platforms. McGraw-Hill Education.

Pratten, R. (2011). Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners. CreateSpace Independent Publishing Platform

Anexo II - Pós-produção e Efeitos Especiais

9.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Pós-produção e Efeitos Especiais

9.4.1.1. Title of curricular unit:

Post-Production and Special Effects

9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC/CS

9.4.1.3. Duração:

Semestral

9.4.1.4. Horas de trabalho:

162

9.4.1.5. Horas de contacto:

30

9.4.1.6. ECTS:

6

9.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

9.4.1.7. Observations:

<no answer>

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Teresa Sofia de Almeida Gouveia - 10 horas/hours

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

Sónia de Almeida Ferreira - 10 horas/hours

José Manuel de Almeida Pereira - 10 horas/hours

9.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Com a unidade curricular Pós-produção e Efeitos Especiais pretende-se que o aluno seja capaz de: conhecer os fundamentos da montagem audiovisual, compreender o processo de pós-produção de conteúdos audiovisuais, bem como a sua planificação e execução, apreender os recursos técnicos e artísticos no contexto da pós-produção, ter um conhecimento prático de um software de edição não linear, utilizando corretamente as ferramentas essenciais envolvidas no processo de edição visual e sonora, saber aplicar criativamente processos, técnicas de pós-produção e a inclusão de efeitos especiais a projetos audiovisuais.

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

With the Post-Production and Special Effects curricular unit it is intended that the student is able to: know the fundamentals of audiovisual editing, understand the post-production process of audiovisual contents, as well as its planning and execution, learn

the technical and artistic resources in the context of post-production, have a practical knowledge of a non-linear editing software, correctly using the essential tools involved in the process of visual and sound editing, know how to creatively apply processes, post-production techniques and the inclusion of special effects to audiovisual projects.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Produção de sentido na edição do discurso audiovisual*
 - 1.1. *Teorias, fundamentos e regras da montagem*
 - 1.2. *A montagem com descontinuidade e os tipos de relações estabelecidas entre os planos*
 - 1.3. *Montagem e continuidade na edição*
 - 1.4. *Sonorização de conteúdo audiovisual*
 - 1.5. *Pós-produção audiovisual: recursos e técnicas*
2. *Pós-produção: VFX, Motion, Color Grading e Áudio/SFX*
 - 2.1. *Software de edição*
 - 2.1.1. *Interface, configuração e componentes de um projeto*
 - 2.1.2. *Captura, importação e organização*
 - 2.1.3. *Ferramentas essenciais de montagem na timeline*
 - 2.1.4. *Efeitos, transições e correção de cor*
 - 2.1.5. *Edição e regulação de som*
 - 2.1.6. *Keyframes: áudio, vídeo, gráficos, efeitos, filtros, time remap, motion*
 - 2.1.7. *Chroma-key, máscaras, matte*
 - 2.1.8. *Legendagem e criação de fichas técnicas*
 - 2.1.9. *Renderização e exportação dos projetos*

9.4.5. Syllabus:

1. *Sense production in editing audiovisual discourse*
 - 1.1. *Theories, fundamentals and rules of montage*
 - 1.2. *Montage with discontinuity and the types of relationships established between shots*
 - 1.3. *Montage and continuity in editing*
 - 1.4. *Soundtracking of audiovisual content*
 - 1.5. *Audiovisual post-production: resources and techniques*
2. *Post-production: VFX, Motion, Color Grading and Audio/SFX*
 - 2.1. *Editing software*
 - 2.1.1. *Interface, configuration and components of a project*
 - 2.1.2. *Capture, import and organization*
 - 2.1.3. *Essential tools for editing on the timeline*
 - 2.1.4. *Effects, transitions and color correction*
 - 2.1.5. *Sound editing and adjustment*
 - 2.1.6. *Keyframes: audio, video, graphics, effects, filters, time remap, motion*
 - 2.1.7. *Chroma-key, masks, matte*
 - 2.1.8. *Subtitling and data sheet creation*
 - 2.1.9. *Rendering and export of projects*

9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos programáticos propostos pretendem permitir uma reflexão que se enquadre no domínio da pós-produção e efeitos especiais, ao mesmo tempo que se exercita na dimensão prática a montagem e edição de objetos audiovisuais. A demonstração da coerência dos conteúdos é obtida com a concretização/finalização dos exercícios e projetos audiovisuais, prova da consolidação dos conhecimentos e objetivos enunciados.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The proposed syllabus aims to allow a reflection that fits into the field of post-production and special effects, while at the same time exercising in the practical dimension the assembly and editing of audiovisual objects. The demonstration of the coherence of the contents is obtained with the realization/completion of the exercises and audiovisual projects, proof of the consolidation of the knowledge and objectives stated.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular está organizada para uma abordagem teórico-prática, promovendo a aprendizagem de conceitos - através da sua apresentação e da discussão de exemplos -, que possam consubstanciar-se numa base teórica de suporte ao trabalho prático desenvolvido. Na componente prática das aulas, os conteúdos expostos serão operacionalizados através de propostas de desenvolvimento de exercícios e projetos. Nas horas de trabalho autónomo, os alunos devem aprofundar os conhecimentos adquiridos nas horas de contacto, dando continuidade ou iniciando tarefas, bem como desenvolvendo projetos sob acompanhamento contínuo do docente da unidade curricular.

A avaliação em regime normal e especial consiste na realização de tarefas teórico-práticas e práticas desenvolvidas ao longo do semestre (70%) e de um projeto final (30%).

A avaliação por exame, recurso e melhoria consiste na realização de um exame teórico-prático (100%).

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The curricular unit is organized for a theoretical-practical approach, promoting the learning of concepts - through its presentation and the discussion of examples -, that can be materialized in a theoretical basis to support the practical work developed. In the practical component of the classes, the exposed content will be operationalized through proposals for development of exercises and projects. In the hours of autonomous work, students must deepen the knowledge acquired in the contact hours, continuing or initiating tasks, as well as developing projects under continuous monitoring of the teacher of the course unit.

The regular and special evaluation consists of theoretical-practical tasks developed during the semester (70%) and a final project

(30%).

Assessment by examination, appeal and improvement consists of a theoretical-practical examination (100%).

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Sabendo que os objetivos fundamentais da unidade curricular são a compreensão, a aquisição de conhecimentos que constam do programa e a aplicação destes na pós-produção de produtos/projetos audiovisuais, a metodologia teórico-prática impõe-se como mais adequada para fornecer aos alunos os saberes e práticas de modo a conseguirem autonomia e concretizarem as aprendizagens propostas pela disciplina.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Knowing that the fundamental objectives of the course unit are the understanding, the acquisition of knowledge contained in the program and the application of these in the post-production of audiovisual products/projects, the theoretical-practical methodology imposes itself as the most appropriate to provide students with the knowledge and practices in order to achieve autonomy and achieve the learning proposed by the discipline.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*Amiel, V. (2010). Estética da Montagem. Lisboa: Edições Texto & Grafia.
Canelas, C. (2010). Os Fundamentos Históricos e Teóricos da Montagem Cinematográfica: os contributos da escola norte-americana e da escola soviética. Covilhã: BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior.
Chion, M. (2016). Audiovisão - Som e Imagem no Cinema. Lisboa: Edições Texto & Grafia.
Dancyger, K. (2011). The technique of film and video editing: History, theory, and practice. New York: Focal Press.
Murch, W. (2001). Num piscar de olhos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
Nogueira, L. (2010). Manuais de cinema III: Planificação e Montagem. Covilhã: Livros LabCom.
Rickitt, R. (2007). Special effects: the history and technique. Billboard Books.
Thompson, R. (2007) Grammar of Edit. New York: Focal Press.
Schiafone, R. (2003). Montar um filme. Avança: Edições Cine-clube de Avança.*

Anexo II - Narrativas Interativas

9.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Narrativas Interativas

9.4.1.1. Title of curricular unit:

Interactive Narratives

9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC/CS

9.4.1.3. Duração:

Semestral

9.4.1.4. Horas de trabalho:

162

9.4.1.5. Horas de contacto:

30

9.4.1.6. ECTS:

6

9.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

9.4.1.7. Observations:

<no answer>

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Pedro Neves Rito - 30 horas/hours

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

9.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Adquirir as competências essenciais à criação de narrativas digitais lineares ou interativas;
Identificar os principais elementos das narrativas digitais interativas e suas práticas;*

*Compreender e planejar uma narrativa digital;
Implementar um pré-projecto de uma narrativa digital interativa.*

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Acquire the essential skills to create linear or interactive digital narratives;
Identify the main elements of interactive digital narratives and their practices;
Understand and plan a digital narrative;
Implement a pre-project for an interactive digital narrative.*

9.4.5. Conteúdos programáticos:

1. A Narrativa
 - 1.1 Elementos da narrativa
 - 1.2 Estrutura da narrativa
 - 1.3 Interatividade
 - 1.4 Narrativa Interativa
2. Uma plataforma e a sua arquitetura
 - 2.1 Interface da plataforma
 - 2.2 Implementação dos elementos da narrativa
 - 2.3 O processo de interatividade
 - 2.4 Desenvolvimento do sistema da narrativa digital interativa

9.4.5. Syllabus:

1. The Narrative
 - 1.1 Elements of the narrative
 - 1.2 Structure of the narrative
 - 1.3 Interactivity
 - 1.4 Interactive Narrative
2. A platform and its architecture
 - 2.1 Platform interface
 - 2.2 Implementation of narrative elements
 - 2.3 The interactivity process
 - 2.4 Development of the interactive digital narrative system

9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os objetivos propostos procuram conciliar uma dimensão de compreensão e análise do fenómeno de narrativas digitais com outra de construção de competências que permitam a concretização, por em prática, traduzida na implementação de um pré-projecto de narrativa digital.

A unidade curricular procura concretizar uma visão destas duas dimensões, uma de natureza mais teórica e outra de cariz mais pratico, não só como inter-relacionadas, mas também como interdependentes. As metodologias de ensino, incluindo a avaliação, traduzem a mesma visão.

Serão assim ministrados conteúdos que permitam ao estudante conhecer as dinâmicas e mecânicas na implementação de narrativas digitais interativas. Nesse sentido, iniciar-se-á a unidade com conceitos introdutórios, seguindo-se por conceitos práticos de desenho e implementação de um pré-projecto. Neste enquadramento, sobressai a importância do trabalho colaborativo entre docentes e alunos e do trabalho de grupo.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The proposed objectives seek to reconcile a dimension of understanding and analysis of the phenomenon of digital narratives with another of building skills that allow the implementation, put into practice, translated into the implementation of a digital narrative pre-project.

The curricular unit seeks to concretize a vision of these two dimensions, one of a more theoretical nature and the other of a more practical nature, not only as interrelated, but also as interdependent. Teaching methodologies, including assessment, translate the same vision.

Thus, content will be taught that allow the student to know the dynamics and mechanics of the implementation of interactive digital narratives. In this sense, the unit will begin with introductory concepts, followed by practical concepts of design and implementation of a pre-project.

In this framework, the importance of collaborative work between teachers and students and group work stands out.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O trabalho desenvolvido nas sessões teórico-práticas integra momentos de exposição pelos docentes e discussão teórica, assim como a análise e discussão de uma proposta para a implementação de narrativas digitais.

A avaliação prevista concretiza-se nos seguintes elementos:

elaboração de uma proposta para a implementação de uma narrativa digital, trabalho individual que traduza uma análise descritiva e crítica de um caso ou de uma proposta de implementação de uma narrativa digital interativa 30%;
apresentação e discussão de um trabalho individual ou em grupo que materialize a implementação de uma narrativa digital interativa 70%.

A realização de exame não está contemplada nesta Unidade Curricular

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The work developed in the theoretical-practical sessions integrates moments of exposition by the teachers and theoretical discussion, as well as the analysis and discussion of a proposal for the implementation of digital narratives.

The planned assessment is based on the following elements:

elaboration of a proposal for the implementation of a digital narrative, individual work that translates a descriptive and critical analysis of a case or a proposal for the implementation of an interactive digital narrative 30%;

presentation and discussion of an individual or group work that materializes the implementation of an interactive digital narrative

70%.

Taking an exam is not included in this Curricular Unit.

9.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Esta unidade curricular pretende capacitar os alunos para a compreensão de narrativas digitais interativas e para a implementação de um projeto deste tipo.

As competências são desenvolvidas através da exposição participativa e da resolução de problemas consubstanciados em trabalhos supervisionados, que culminarão numa apresentação e discussão com os pares, no final da unidade curricular, que permitam o desenvolvimento de competências discursivas e comunicativas.

O modo de trabalho que se preconiza na Unidade Curricular centrado, quer em momentos de trabalho coletivo, quer de trabalho individualizado, visa contribuir para que o estudante aprofunde os seus conhecimentos no domínio das narrativas digitais, que culminem com o desenvolvimento de um pré-projecto.

9.4.8.Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

This course aims to enable students to understand interactive digital narratives and to implement a project of this type.

Skills are developed through participatory exposure and problem solving embodied in supervised work, which will culminate in a presentation and discussion with peers, at the end of the course, allowing the development of discursive and communicative skills.

The way of working that is recommended in the Course Unit, centered on moments of collective work or individual work, aims to contribute to the student's deepening of their knowledge in the field of digital narratives, culminating in the development of a pre-project.

9.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Crawford, C. (2012). Chris Crawford on interactive storytelling. New Riders. ISBN: 0321864972

Bates, B. (2004). Game Design. Boston: Thomson Course Technology PTR.

Dille, F., & Platten, J. Z. (2007). The ultimate guide to video game writing and design. New York: Skip Press.

Fullerton, T. (2008). Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games. San Francisco: Elsevier.

Martinho, C., Santos, P., Prada, R. (2014). Design e Desenvolvimento de Jogos. FCA.

Miller, C. H. (2019). Digital storytelling: A creator's guide to interactive entertainment. CRC Press.

Salen, K. & Zimmerman, E. (2004). Rules of Play: Game Design Fundamentals. Cambridge, Mass.: The MIT Press.

Simões, A. (2017). Introdução ao Desenvolvimento de Jogos com Unity. FCA.

Anexo II - Laboratório de conteúdos online

9.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Laboratório de conteúdos online

9.4.1.1.Title of curricular unit:

Online Content Lab

9.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

CC/CS

9.4.1.3.Duração:

Semestral

9.4.1.4.Horas de trabalho:

162

9.4.1.5.Horas de contacto:

30

9.4.1.6.ECTS:

6

9.4.1.7.Observações:

<sem resposta>

9.4.1.7.Observations:

<no answer>

9.4.2.Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Pedro Neves Rito

9.4.3.Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

9.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Adquirir as competências essenciais à organização, otimização e disponibilização de conteúdos online;
Identificar os principais elementos na implementação dessas práticas;
Conhecer os principais componentes de otimização desses contextos;
Compreender o processo de implementação desses conteúdos.*

9.4.4.Learning outcomes of the curricular unit:

*Acquire essential skills for organizing, optimizing and providing online content;
Identify the main elements in the implementation of these practices;
Know the main optimization components of these contexts;
Understand the process of implementing these contents.*

9.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Os métodos orgânicos
 - 1.1 Análise e estudo dos métodos orgânicos
 - 1.2 Identificar as suas características
 - 1.3. Organização e implementação
2. Organização da informação com uma framework
 - 2.1 Características da framework
 - 2.2 Os métodos orgânicos da framework
3. Implementar um projeto
 - 3.1 Organização da informação
 - 3.2 Adaptação dos conteúdos
 - 3.3 Aplicação de métodos e técnicas de otimização

9.4.5.Syllabus:

1. Organic methods
 - 1.1 Analysis and study of organic methods
 - 1.2 Identify its characteristics
 - 1.3. Organization and implementation
2. Organizing information with a framework
 - 2.1 Framework features
 - 2.2 The framework's organic methods
3. Implement a project
 - 3.1 Organization of information
 - 3.2 Adaptation of contents
 - 3.3 Application of optimization methods and techniques

9.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os objetivos propostos procuram conciliar uma dimensão de compreensão e análise do fenómeno otimização de conteúdos online, por em prática, a implementação de um projeto tendo em conta os métodos e técnicas que podem ser adotadas. A unidade curricular procura concretizar uma visão global relacionada com este tipo de trabalho, uma de natureza mais teórica e outra de cariz mais pratico, não só como inter-relacionadas, mas também como interdependentes. As metodologias de ensino, incluindo a avaliação, traduzem a mesma visão. Serão assim ministrados os conteúdos que permitam ao estudante conhecer os métodos e técnicas na implementação de conteúdos online e que estes possam responder de forma adequada aos requisitos dos diferentes sistemas. Neste enquadramento, sobressai a importância do trabalho colaborativo entre docentes e alunos e do trabalho de grupo.

9.4.6.Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

*The proposed objectives seek to reconcile a dimension of understanding and analysis of the phenomenon of online content optimization, putting into practice the implementation of a project taking into account the methods and techniques that can be adopted.
The curricular unit seeks to achieve a global vision related to this type of work, one of a more theoretical nature and another of a more practical nature, not only as interrelated, but also as interdependent. Teaching methodologies, including assessment, convey the same vision.
Thus, the contents that allow the student to know the methods and techniques in the implementation of online contents will be taught and that they can respond adequately to the requirements of the different systems. In this framework, the importance of collaborative work between teachers and students and group work stands out.*

9.4.7.Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*O trabalho desenvolvido nas sessões teórico-práticas integra momentos de exposição pelos docentes e discussão teórica, assim como a análise e discussão de uma proposta para a implementação métodos e técnicas de otimização de conteúdos online. A avaliação prevista concretiza-se nos seguintes elementos:
elaboração de uma proposta para a implementação de um projeto online, trabalho individual que traduza uma análise descritiva e crítica de um caso ou de uma proposta e na implementação de métodos e técnicas de otimização 30%;
apresentação e discussão de um trabalho individual ou em grupo que materialize a implementação de um projeto 70%.
A realização de exame não está contemplada nesta Unidade Curricular*

9.4.7.Teaching methodologies (including evaluation):

*The work developed in the theoretical-practical sessions integrates moments of exposition by the teachers and theoretical discussion, as well as the analysis and discussion of a proposal for the implementation of methods and techniques for optimizing online content.
The planned assessment is based on the following elements:
preparation of a proposal for the implementation of an online project, individual work that translates a descriptive and critical*

analysis of a case or a proposal and the implementation of 30% optimization methods and techniques;
presentation and discussion of an individual or group work that materializes the implementation of a project 70%.
Taking an exam is not included in this Curricular Unit.

9.4.8.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Esta unidade curricular pretende capacitar os alunos para a compreensão de métodos e técnicas para a disponibilização de conteúdos otimizados online.

As competências são desenvolvidas através da exposição participativa e da resolução de problemas consubstanciados em trabalhos supervisionados, que culminarão numa apresentação e discussão com os pares, no final da unidade curricular, que permitam o desenvolvimento de competências discursivas e comunicativas.

O modo de trabalho que se preconiza na Unidade Curricular centrado, quer em momentos de trabalho coletivo, quer de trabalho individualizado, visa contribuir para que o estudante aprofunde os seus conhecimentos no domínio das técnicas e métodos de otimização, que culminem com o desenvolvimento e a apresentação de um projeto.

9.4.8.Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

This course aims to enable students to understand methods and techniques for providing optimized content online.

Skills are developed through participatory exposure and problem solving embodied in supervised work, which will culminate in a presentation and discussion with peers, at the end of the course, allowing the development of discursive and communicative skills.

The way of working that is recommended in the course centered, whether in moments of collective work or individual work, aims to contribute to the student's deepening of their knowledge in the field of optimization techniques and methods, culminating in development and presentation of a project.

9.4.9.Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Enge, E., Spencer, S., Stricchiola, J. (2021). The Art of SEO. O'Reilly Media: USA.

Safavi, A. (2015). Seo: SEO 101 - SEO Tools for Beginners - Search Engine Optimization Basic Techniques - How to Rank your website. Createspace Independent Publishing Platform

Schwartz, E. (2021). Product-Led SEO: The Why Behind Building Your Organic Growth Strategy. Houndstooth Press

Papagiannis, N. (2020). effective seo and content marketing: the ultimate guide for maximizing free web traffic.

Anexo II - Pensamento Criativo e Storytelling

9.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Pensamento Criativo e Storytelling

9.4.1.1.Title of curricular unit:

Creative Thinking and Storytelling

9.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

CC/CS

9.4.1.3.Duração:

Semestral

9.4.1.4.Horas de trabalho:

162

9.4.1.5.Horas de contacto:

30

9.4.1.6.ECTS:

6

9.4.1.7.Observações:

<sem resposta>

9.4.1.7.Observations:

<no answer>

9.4.2.Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Ana Mafalda Portas Matias

9.4.3.Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

9.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- Identificar as etapas do processo de criação da história de uma organização ou marca;

- Compreender as diferentes estruturas narrativas e as suas componentes;

- Reconhecer a importância e potencial do storytelling no seio da comunicação estratégica;

- Implementar um projeto de storytelling que procure favorecer a conectividade e a transmissão de valores entre uma organização e o seu público.

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- Identify the steps in the process of creating the history of an organization or brand;
- Understand the different narrative structures and their components;
- Recognize the importance and potential of storytelling within strategic communication;
- Implement a storytelling project that seeks to promote connectivity and the transmission of values between an organization and its public.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

1. O valor das histórias
- 1.1. Estudo de caso: Significant Objects
2. A construção das histórias
- 2.1. As narrativas crossmedia, transmedia e serial media. A narrativa publicitária.
- 2.2. The story spine
- 2.3. Dramaturgia e o arco dramático. O incidente incitante
- 2.4. Os três atos e as estruturas das narrativas
- 2.5. A jornada do herói
- 2.6. Os doze arquétipos de Jung
3. Storytelling é persuasão
- 3.1. Como potenciar o interesse do público
4. Brandstory
- 4.1. Criar histórias a partir das marcas
5. Case studies

9.4.5. Syllabus:

1. The value of stories
- 1.1. Case study: Significant Objects
2. The stories construction
- 2.1. The crossmedia, transmedia and serial media narratives. The advertising narrative.
- 2.2. The story spine
- 2.3. Dramaturgy and the dramatic arc. The incitement incident
- 2.4. The three acts and structures of narratives
- 2.5. The hero's journey
- 2.6. Jung's twelve archetypes
3. Storytelling is persuasion
- 3.1. How to boost the public interest
4. Brandstory
- 4.1. Create stories from brands
5. Case studies

9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Objetivo: Identificar as etapas do processo de criação da história de uma organização ou marca.

Conteúdo programático: A construção das histórias.

Objetivo: Compreender as diferentes estruturas narrativas e as suas componentes.

Conteúdo programático: A construção das histórias.

Objetivo: Reconhecer a importância e potencial do storytelling no seio da comunicação estratégica.

Conteúdo programático: O valor das histórias; Brandstory. Case studies.

Objetivo: Implementar um projeto de storytelling que procure favorecer a conectividade e a transmissão de valores entre uma organização e o seu público.

Conteúdo programático: Storytelling é persuasão; Brandstory.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

Objective: Identify the steps in the process of creating the history of an organization or brand.

Programmatic content: The construction of stories.

Objective: Understand the different narrative structures and their components.

Programmatic content: The construction of stories.

Objective: Recognize the importance and potential of storytelling within strategic communication.

Programmatic content: The value of stories; Brandstory. Case studies.

Objective: Implement a storytelling project that seeks to promote connectivity and the transmission of values between an organization and its audience.

Programmatic content: Storytelling is persuasion; Brandstory.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular privilegiará uma estratégia teórico-prática em que o planeamento das aulas e a organização dos recursos e das atividades será delineada de modo a promover a aprendizagem e a aquisição de competências através do relacionamento de conhecimentos e da sua aplicação prática. O processo fundamenta-se nas metodologias expositiva e ativa. A avaliação resulta do

somatório dos resultados do teste escrito (40%), trabalhos de grupo (50%) e atividades formativas realizadas na sala de aula (10%). Esta metodologia de trabalho é igualmente válida para os alunos com estatuto de trabalhador-estudante.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The curricular unit will focus on a theoretical-practical strategy in which the planning of classes and the organization of resources and activities will be outlined to promote learning and acquisition of skills through the relationship of knowledge and its practical application. The process is based on the expository and active methodologies. The evaluation results from the sum of the results of the written test (40%), work group (50%) and formative activities performed in the classroom (10%). This working methodology is also valid for students with worker-student status.

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Objetivo: Identificar as etapas do processo de criação da história de uma organização ou marca.

Metodologia: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa. Análise de casos práticos.

Objetivo: Compreender as diferentes estruturas narrativas e as suas componentes.

Metodologia: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa.

Objetivo: Reconhecer a importância e potencial do storytelling no seio da comunicação estratégica.

Metodologia: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa. Análise de casos práticos.

Objetivo: Implementar um projeto de storytelling que procure favorecer a conectividade e a transmissão de valores entre uma organização e o seu público.

Metodologia: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Objective: Identify the steps in the process of creating the history of an organization or brand.

Methodology: Combination of the expository and active methodology. Analysis of practical cases.

Objective: Understand the different narrative structures and their components.

Methodology: Combination of the expository and active methodology.

Objective: Recognize the importance and potential of storytelling within strategic communication.

Methodology: Combination of the exhibition and active methodology. Analysis of practical cases.

Objective: Implement a storytelling project that seeks to promote connectivity and the transmission of values between an organization and its audience.

Methodology: Combination of the expository and active methodology.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Baldie, J. (2018). The 24 Laws of Storytelling: A Practical Handbook for Great Storytellers. England: Subject Zero.

Bono, E. (1970). Lateral Thinking: A Textbook of Creativity. New York: Penguin Books.

Lindsay, F. (2015). The Seven Pillars of Storytelling. Bristol: Sparkol Books.

McKee, R. (2006). Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro. Curitiba: Arte & Letra.

Miller, D. (2017). Building a StoryBrand: Clarify Your Message So Customers Will Listen. New York: HarperCollins.

Ramos, C. (2019). Brandstory: Histórias que dejan marca. Málaga: Experimenta.

Salmon, C. (2008). Storytelling, La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Barcelona: Península.

Scolari, C.A. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.

Walter, E., Gioglio, J. (2014). The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand. New York: McGraw Hill.

Anexo II - Estratégia e Marketing Digital

9.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Estratégia e Marketing Digital

9.4.1.1. Title of curricular unit:

Strategy and Digital Marketing

9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC/CS

9.4.1.3. Duração:

Semestral

9.4.1.4. Horas de trabalho:

162

9.4.1.5. Horas de contacto:

30

9.4.1.6.ECTS:

6

9.4.1.7.Observações:

<sem resposta>

9.4.1.7.Observations:

<no answer>

9.4.2.Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva

9.4.3.Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

9.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- *Compreender o processo e as atividades integradas no desenvolvimento de uma estratégia de Marketing Digital;*
- *Administrar e gerir a presença online de marcas e organizações;*
- *Desenvolver um projeto de Marketing Digital que privilegie os posicionamentos b2b ou b2c.*

9.4.4.Learning outcomes of the curricular unit:

- *Understand the process and activities in the development of a Digital Marketing strategy;*
- *Manage the online presence of brands and organizations;*
- *Develop a Digital Marketing project that privileges b2b or b2c positioning.*

9.4.5.Conteúdos programáticos:

- 1. Do paradigma offline para o online*
 - 1.1. Os consumidores digitais e a consumer journey*
 - 1.2. SEM, SEO e SEA*
- 2. O ecossistema digital*
 - 2.1. Websites, landing pages e leads*
 - 2.2. Social media e os diferentes públicos*
- 3. A definição da estratégia*
 - 3.1. Objetivos SMART e OKR's*
 - 3.2. A criação de personas*
 - 3.3. A metodologia Inbound e o Marketing de conteúdos*
 - 3.4. O modelo de planeamento SOSTAC*
- 4. A gestão online dos processos e das marcas*
 - 4.1. Redes Sociais*
 - 4.2. Google Ads*
 - 4.3. E-mail Marketing*
- 5. Análise e monitorização*
 - 5.1. Analytics e a recolha de dados*
 - 5.2. Métricas e kpis*

9.4.5.Syllabus:

- 1. From offline to online paradigm*
 - 1.1. Digital consumers and consumer journey*
 - 1.2. SEM, SEO and SEA*
- 2. The digital ecosystem*
 - 2.1. Websites, landing pages and leads*
 - 2.2. Social media and the different audiences*
- 3. The definition of the strategy*
 - 3.1. SMART Objectives and OKR's*
 - 3.2. The creation of personas*
 - 3.3. The Inbound methodology and Content Marketing*
 - 3.4. The SOSTAC planning model*
- 4. Online management of processes and brands*
 - 4.1. Redes Networks*
 - 4.2. Google Ads*
 - 4.3. E-mail Marketing*
- 5. Analysis and monitoring*
 - 5.1. Analytics and data collection*
 - 5.2. Metrics and kpis*

9.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Objetivo: Compreender o processo e as atividades integradas no desenvolvimento de uma estratégia de Marketing Digital.

Conteúdo programático: Do paradigma offline para o online; O ecossistema digital.

Objetivo: Administrar e gerir a presença online de marcas e organizações.

Conteúdo programático: A gestão online dos processos e das marcas.

*Objetivo: Desenvolver um projeto de Marketing Digital que privilegie os posicionamentos b2b ou b2c.
Conteúdo programático: A definição da estratégia; Análise e monitorização.*

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

Objective: Understand the process and activities in the development of a Digital Marketing strategy.

Programmatic content: From offline to online paradigm; The digital ecosystem.

Objective: Manage the online presence of brands and organizations.

Programmatic content: Online management of processes and brands.

Objective: Develop a Digital Marketing project that privileges b2b or b2c positioning.

Programmatic content: The definition of the strategy; Analysis and monitoring.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular privilegiará uma estratégia teórico-prática em que o planeamento das aulas e a organização dos recursos e das atividades será delineada de modo a promover a aprendizagem e a aquisição de competências através do relacionamento de conhecimentos e da sua aplicação prática. O processo fundamenta-se nas metodologias expositiva e ativa. A avaliação resulta do somatório dos resultados do teste escrito (40%) e trabalhos de grupo (60%). Esta metodologia de trabalho é igualmente válida para os alunos com estatuto de trabalhador-estudante.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The curricular unit will focus on a theoretical-practical strategy in which the planning of classes and the organization of resources and activities will be outlined to promote learning and acquisition of skills through the relationship of knowledge and its practical application. The process is based on the expository and active methodologies. The evaluation results from the sum of the results of the written test (40%) and work group (60%). This working methodology is also valid for students with worker-student status.

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Objetivo: Compreender o processo e as atividades integradas no desenvolvimento de uma estratégia de Marketing Digital.

Metodologia: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa. Análise de casos práticos.

Objetivo: Administrar e gerir a presença online de marcas e organizações.

Metodologia: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa. Análise de casos práticos.

Objetivo: Desenvolver um projeto de Marketing Digital que privilegie os posicionamentos b2b ou b2c.

Metodologia: Combinação entre a metodologia expositiva e ativa.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Objective: Understand the process and activities integrated in the development of a Digital Marketing strategy.

Methodology: Combination of the expository and active methodology. Analysis of practical cases.

Objective: Manage the online presence of brands and organizations.

Methodology: Combination of the expository and active methodology. Analysis of practical cases.

Objective: Develop a Digital Marketing project that privileges b2b or b2c positioning.

Methodology: Combination of the expository and active methodology.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Chaffey, D. Fiona, E. (2019). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice. UK: Pearson.

Faustino, P. (2019). Marketing Digital na Prática. Lisboa: Marcador.

Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy. London: Kogan.

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Tecnologia para a Humanidade. Lisboa: Actual Editora.

Kumar, A., Dash, K., Trivedi, S., Panda, T. (2017). Handbook of Research on Intelligent Techniques and Modeling Applications in Marketing Analytics. Hershey: IGI Global.

Marques, V. (2020). Marketing Digital de A a Z. Braga: Digital 360.

Paula, A., Zeferino, A., Carvalho, F., Gouveia, M., Faustino, P., Coutinho, V. (2018). Marketing Digital para Empresas. Lisboa: Perfil Criativo.

Sponder, M., Khan, G. (2018). Digital Analytics for Marketing. New York: Routledge.

Sterne, J. (2010). Social media metrics: how to measure and optimize your marketing investment. New Jersey: John Wiley & Sons;

Anexo II - Branding & Social Media

9.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Branding & Social Media

9.4.1.1. Title of curricular unit:

Branding & Social Media

9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC/CS

9.4.1.3.Duração:

Semestral

9.4.1.4.Horas de trabalho:

162

9.4.1.5.Horas de contacto:

30

9.4.1.6.ECTS:

6

9.4.1.7.Observações:

<sem resposta>

9.4.1.7.Observations:

<no answer>

9.4.2.Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Ana Mafalda Portas Matias

9.4.3.Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

9.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Compreender a natureza complexa da marca e identificar as suas distintas tipologias.

Definir arquitetura e identidade da marca.

Obter competências de posicionamento e planeamento digital do branding, no que toca às componentes estratégica, operacional e de monitorização de resultados.

Compreender o ecossistema das plataformas digitais e sua importância global nos contextos organizacionais, num ambiente de mudança tecnológica estrutural.

9.4.4.Learning outcomes of the curricular unit:

Understand the complex nature of the brand and identify its different types.

Define brand architecture and identity.

Achieve branding positioning and digital planning skills, concerning the strategic, operational and results monitoring components.

Understand the ecosystem of digital platforms and their global importance in organizational contexts, in our environment of structural technological change.

9.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Brand equity

a) Os ativos da marca

b) Goodwill: entre o preço e o valor da empresa.

c) Como as marcas criam valor

d.) Reputação corporativa e as marcas corporate

2. A arquitetura das marcas e o digital

a) As tipologias

b) A definição da estratégia

c) O naming, os produtos e as marcas globais

3. A adaptação ao mercado

a) A nova realidade das marcas

b) Da transação aos relacionamentos

c) A função dos social media

d) Community management

9.4.5.Syllabus:

1. Brand equity

a) The brand assets

b) Goodwill: between the company's price and value

c) How brands create value

d) Corporate reputation and corporate brands

2. Brand architecture and the digital

a) The typologies

b) Defining the strategy

c) Naming, products and global brands

3. Adaptation to the market

a) The new reality of brands

b) From transaction to relationships

9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos estão de acordo com os objetivos da UC na medida em que a sequência de tópicos a abordar permite, num primeiro momento, facultar conhecimento e fazer benchmarking sobre o tema. Pretende-se de seguida que a metodologia de trabalho permita um contacto próximo dos alunos com a realidade organizacional, no sentido da aplicação dos conteúdos da unidade curricular. Deste modo, adotar-se-á uma metodologia ativa de ensino / aprendizagem, nomeadamente através da análise de problemas e casos reais, complementada com a elaboração de trabalhos práticos.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The contents are in accordance with the objectives of the UC insofar as the sequence of topics to be addressed allows, at first, to provide knowledge and make benches on the topic. It is then intended that the work methodology allows a close contact of students with the organizational reality, in the sense of applying the contents of the curricular unit. In this way. That means an active teaching/learning methodology will be adopted, namely through the analysis of real problems and cases, complemented with practical work.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular assenta em metodologia de cariz teórico-prático, pelo que o ganho de competências por via da correlação entre conceitos e know-how será uma prioridade. Desta forma, e através de uma metodologia expositiva, demonstrativa, interrogativa e ativa, a avaliação estará sustentada em: teste escrito (30%); trabalho em contexto de sala de aula (30%); trabalho final de grupo (40%).

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The curricular unit is based on a theoretical-practical methodology, so gaining skills through the correlation between concepts and know-how will be a priority. Thus, and through an expository, demonstrative, interrogative and active methodology, the assessment will be supported by: written test (30%); work in a classroom context (30%); final group work (40%).

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

A metodologia assenta na lecionação de aulas teórico-práticas e na utilização de técnicas diversas, visando a correta apreensão dos conteúdos programáticos por parte dos formandos. Procura-se o equilíbrio entre a transmissão de conhecimentos teóricos, uma participação crítica e dialogante, e a componente prática. Desta forma, pretende-se que o aluno seja capaz de compreender os fundamentos do Branding e a aplicabilidade dos social media, dotando-o de competências de pesquisa e investigação, bem como de pensamento crítico e estratégico.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The methodology is based on the teaching of theoretical-practical classes and the use of different techniques, aiming at the correct understanding of the syllabus by the trainees. A balance is sought between the transmission of theoretical knowledge, a critical and dialogic participation, and the practical component. In this way, it is intended that the student is able to understand the fundamentals of Branding and the applicability of social media, providing them with research and investigation skills, as well as critical and strategic thinking.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*Bakkum, S. & Kocheilas, A. (2019) Making brands matter for generations to come: Make the world better, faster. Ogilvy.
Marques, V (2020). Redes Sociais 360 – como comunicar online. Actual Editora.
Rosen, W. & Minsky, L. (2017) The Activation Imperative - How to build brands and business by inspiring action. Roman & Littlefield.
Ryan, D. (2015). Understanding Social Media. Kogan Page.
Stephen, A. & Bart, Y. (2017). Social Media Marketing: Principles and Strategies. Stukent, Incorporated.
Tavares, V. (2015). Gestão de Marcas. Actual Editora.*

Anexo II - Laboratório de Eventos

9.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Laboratório de Eventos

9.4.1.1. Title of curricular unit:

Events Laboratory

9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC/CS

9.4.1.3. Duração:

Semestral

9.4.1.4. Horas de trabalho:

162

9.4.1.5. Horas de contacto:

30

9.4.1.6.ECTS:

6

9.4.1.7.Observações:

<sem resposta>

9.4.1.7.Observations:

<no answer>

9.4.2.Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto

9.4.3.Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

9.4.4.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No final desta unidade curricular, o aluno deverá ser capaz de:

- 1. Aplicar um pensamento crítico, criativo e inovador na conceção e desenvolvimento de eventos;*
- 2. Desenvolver um planeamento estratégico e operacional adequado à especificidade de cada evento;*
- 3. Mobilizar práticas de sustentabilidade na organização de eventos.*
- 4. Gerir a estratégia de comunicação e produção de conteúdos nos vários suportes.*

9.4.4.Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of this course, the student should be able to:

- 1. To apply critical, creative and innovative thinking in the design and development of events;*
- 2. To develop strategic and operational planning appropriate to the specificity of each event;*
- 3. To mobilize sustainability practices in the organization of events.*
- 4. To manage the communication strategy and content production in various media channels.*

9.4.5.Conteúdos programáticos:

- 1. Conceção do evento*
 - a. A definição da temática*
 - b. Processo de inovação criativa*
- 2. O Branding do evento*
- 3. Planeamento estratégico do evento*
 - a. Estudo da viabilidade do evento*
 - b. Públicos envolvidos*
- 4. Programação do evento*
- 5. Plano Financeiro*
- 6. A sustentabilidade na gestão de eventos*
- 7. Estratégia de comunicação e produção de conteúdos*
 - a. Design de comunicação para os vários suportes multimédia*
 - b. Definição de meios e suportes*
 - c. Criação do website*
 - d. Gestão de redes sociais*
- 8. Produção e operacionalização do evento*
 - a. Gestão de serviços, espaços, equipamentos e atividades associadas*
 - b. Gestão de pessoas e equipas*
 - c. Gestão de risco*
- 9. A internacionalização dos eventos*
- 10. The Day After*

9.4.5.Syllabus:

- 1. Event design*
 - a. The definition of the theme*
 - b. Creative innovation process*
- 2. Event Branding*
- 3. Strategic planning of the event*
 - a. Event feasibility study*
 - b. Publics involved*
- 4. Event program*
- 5. Financial Plan*
- 6. Sustainability in event management*
- 7. Communication strategy and content production*
 - a. Communication design for the various multimedia supports*
 - b. Definition of means and supports*
 - c. Website creation*
 - d. Social media management*
- 8. Event production and operation*
 - a. Management of services, spaces, equipment and associated activities*
 - b. People and team management*
 - c. Risk management*

9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Nos pontos 1 e 2 são abordados os temas da conceção e branding do evento, tendo em vista que os mestrandos sejam capazes de aplicar um pensamento crítico, criativo e inovador na conceção e desenvolvimento de eventos. Com os tópicos trabalhados nos pontos 3, 4, 7 e 8 pretende-se que os alunos sejam capazes de desenvolver um planeamento estratégico e operacional adequado à especificidade de cada evento. Pretende-se igualmente, com todos os pontos, que os alunos sejam capazes de aplicar um pensamento crítico, criativo e inovador no desenvolvimento de projetos e na prática da realização de evento. O ponto 5 visa dotar os alunos de competências para que trabalhem e mobilizem práticas de sustentabilidade na organização de eventos. O ponto 6 prepara os alunos para que consigam gerir a estratégia de comunicação e produção de conteúdos nos vários canais de comunicação e suportes multimédia.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

In points 1 and 2, the themes of event design and branding are addressed, with a view to mastering students being able to apply critical, creative and innovative thinking in the design and development of events. With the topics covered in points 3, 4, 7 and 8 it is intended that students are able to develop a strategic and operational planning appropriate to the specificity of each event. It is also intended, with all points, that students are able to apply critical, creative and innovative thinking in the development of projects and in the practice of holding an event. Point 5 aims to provide students with skills to work and mobilize sustainability practices in the organization of events. Point 6 prepares students to manage the communication strategy and content production in the various communication channels and multimedia supports.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino assenta na lecionação de aulas teórico-práticas. Os métodos a utilizar serão diversificados e com componente prática, tendo em vista conseguir uma correta apreensão dos conteúdos programáticos por parte dos alunos. A avaliação será baseada na realização de trabalhos de índole teórico-prática (portfólio de conceção e planeamento de um evento real), na apresentação de um relatório individual do evento e numa prova escrita. Ponderação dos trabalhos: 50%. Ponderação do relatório individual do evento: 20%. Ponderação da prova escrita: 30%.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methodology is based on the teaching of theoretical-practical classes. The methods to be used will be diversified and with a practical component, with a view to achieving a correct understanding of the syllabus by the students. The assessment will be based on the carrying out of theoretical-practical work (conception and planning portfolio of a real event), on the presentation of an individual report on the event and on a written test. Weighting of works: 50%. Weighting of individual event report: 20%. Weighting of the written test: 30%.

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

A metodologia de ensino assenta na lecionação de aulas teórico-prática. Os métodos a utilizar serão diversificados e com componente prática, tendo em vista conseguir uma correta apreensão dos conteúdos programáticos por parte dos alunos, de forma a que os alunos sejam capaz de aplicar um pensamento crítico, criativo e inovador na conceção e desenvolvimento de eventos, assim como consigam desenvolver um planeamento estratégico e operacional adequado à especificidade de cada evento. A avaliação será baseada na realização de trabalhos de índole teórico-prática (portfólio de conceção e planeamento de um evento real), tendo como objetivo que os alunos concebam, planeiem e produzam um evento, mobilizando práticas de sustentabilidade na organização de eventos, gerindo todas as atividades e a comunicação e produção de conteúdos nos vários suportes e canais.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The teaching methodology is based on the teaching of theoretical-practical classes. The methods to be used will be diversified and with a practical component, in order to achieve a correct understanding of the contents by students, so that students are able to apply critical, creative and innovative thinking in the design and development of events, as well as being able to develop strategic and operational planning suited to the specificity of each event. The assessment will be based on theoretical-practical work (conception and planning portfolio of a real event), with the objective that students design, plan and produce an event, mobilizing sustainability practices in the organization of events, managing the entire activities and the communication and production of content in the various supports and channels.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Allen, J.; O'Toole, W.; McDonnell, I.; Harris, R. (2003) - *Organização e Gestão de Eventos*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora.
Bowdin, G., Allen, J., Harris, R., McDonnell, I., & O'Toole, W. (2011). *Events management*. Amsterdam: Elsevier.
Giacaglia, M. C. (2004) - *Organização de Eventos – Teoria e Prática*. New York: John Wiley & Sons.
Matias, M. (2007). *Organização de Eventos - Procedimentos e Técnicas*. 4ª Edição. São Paulo: Editora Manole.
Pedro, F.; Caetano, J.; Chistiani, K.; Rasquilha, L. (2005) - *Gestão de Eventos*. s.l.: Quimera Editores.
Reic, I. (2017). *Events marketing management: A consumer perspective*. London: Routledge.
Silvers, J. R. (2008) - *Risk management for meetings and events*. Amsterdam: Elsevier.
Yeoman, I.; Robertson, M.; Ali-Knight, J.; Drummond, S.; McMahon-Beattie, U. (2006). *Gestão de Festivais e Eventos*. São Paulo: Roca

9.5. Fichas curriculares de docente

Anexo III - José Manuel de Almeida Pereira

9.5.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

José Manuel de Almeida Pereira

9.5.2. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo III - Ana Sofia Lopes Figueiredo

9.5.1.Nome do docente (preencher o nome completo):

Ana Sofia Lopes Figueiredo

9.5.2.Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)