

ACEF/1718/0119072 — Guião para a auto-avaliação

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.

ACEF/1112/19072

1.2. Decisão do Conselho de Administração.

Acreditar com condições

1.3. Data da decisão.

2013-09-26

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 (PDF, máx. 200kB).

[2._Mapa I.2_ Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior1.pdf](#)

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.

Sim

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

Considerando as condições do CA e as recomendações da CAE, no que se refere sobretudo à necessidade de reforçar a área científica do curso e de diminuir o peso das línguas, reformulou-se o plano de estudos, eliminando as unidades curriculares das Ciências da Linguagem e Comunicação e criando novas unidades curriculares. As alterações do plano de estudos levaram a uma reestruturação da estrutura curricular do curso, reorganizando-se as áreas científicas e créditos do curso. Assim, a estrutura curricular está organizada da seguinte forma: 26 UC's da área científica de Ciências Sociais, correspondentes a 120 ECTS, 5 UC's da área científica de Ciências da Linguagem e da Comunicação, com 18 ECTS, 4 UC's da área científica de Ciências das Tecnologias da Informação e Comunicação, com 17 ECTS, 3 UC's da área científica de Artes, correspondentes 12 a ECTS, 1 UC da área científica de Ciências Exatas e da Natureza com 5 ECTS e 1 UC da área científica de Psicologia com 4 ECTS.

3.1.1. If so, please provide an explanation and rationale for the changes made.

Considering the conditions of the CA and the recommendations of the CAE, with regard mainly to the need to strengthen the scientific area of the course and to reduce the weight of languages, the curriculum was reformulated, curricular units of Languages and Communication were eliminated, creating new curricular units. The changes in the study plan led to a restructuring of the curricular structure of the course, reorganizing the scientific areas and credits of the course. Thus, the curricular structure is organized as follows: 26 disciplines of Social Sciences, corresponding to 120 ECTS, 5 disciplines of Language and Communication Sciences, 18 ECTS, 4 disciplines of Information and Communication Technologies Sciences, 17 ECTS, 3 disciplines of Arts, corresponding to 12 ECTS, 1 discipline of Exact Sciences and Nature, 5 ECTS and 1 discipline of Psychology, 4 ECTS.

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

Sim

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

No relatório final da Comissão de Avaliação Externa do curso, estava evidenciado que o ciclo de estudos apresentava um peso excessivo de Unidades curriculares nas áreas das línguas, quer nas línguas estrangeiras, quer no que respeita à língua portuguesa, duas unidades curriculares de Estudos Europeus e duas unidades curriculares de metodologias de pesquisa e de Recuperação e Avaliação da Informação. Todavia, apresentava um peso insuficiente de estatística aplicada (2ECTS), sendo lecionada no 3º ano do ciclo de estudos. Assim, considerando as condições do CA e as recomendações da CAE, procedeu-se à reestruturação do plano de estudos, cujas alterações e melhorias passaram pelo seguinte:

- Redefinição do peso das línguas: passando a haver apenas duas unidades curriculares de língua estrangeira - Língua Estrangeira I (Inglês) e Língua Estrangeira II (Inglês/Francês). O inglês é língua obrigatória no 1º semestre. No 2º semestre, os alunos podem optar por Inglês ou Francês. Foram eliminadas as unidades curriculares Língua

Portuguesa Para Fins Técnico-Empresariais I e II, sendo criada uma unidade curricular designada Técnicas de Expressão em Publicidade e Relações Públicas com 4 ECTS.

- Supressão de duas unidades curriculares de Metodologia de Pesquisa II e Recuperação e Avaliação da Informação II, passando a haver apenas de Metodologia de Pesquisa e Recuperação e Avaliação da Informação, na medida em que o peso destas unidades foi considerado excessivo.

- Reforço do peso da unidade curricular Estatística Aplicada, passando de 3 para 5 ECTS, intensificando os instrumentos de análise de dados de natureza quantitativa.

- Aposta num reforço significativo das áreas científicas principais do curso, sendo criadas novas unidades curriculares, designadamente Gestão de Marcas; Comunicação Estratégica; Audiovisuais na Publicidade, Princípios de Gestão, Técnicas de Expressão em Publicidade e Relações Públicas. A unidade curricular Oficina de Relações Públicas deixou de ser opção e passou a ser obrigatória. Foi também criada a unidade curricular Temas de História Contemporânea.

O plano de estudos obteve o parecer favorável em Conselho Pedagógico em 14 de maio de 2013, foi aprovado em Conselho Técnico-Científico da Escola Superior de Educação de Viseu, em 17 de julho de 2013, e publicado em Diário da República, em 23 de setembro de 2014, por Despacho (Extracto) n° 11854/2014, DR 183/2014, série II. Este plano começou a ser implementado no ano letivo 2014/2015, de forma faseada, estando neste momento a funcionar nos três anos curriculares do curso.

3.2.1. If so, please provide an explanation and rationale for the changes made.

In the final report of the External Evaluation Committee of the course, it was evidenced that the cycle of studies presented an excessive weight of curricular units in the areas of languages, both in the foreign languages and in the Portuguese language, two curricular units of European Studies and two curricular units of research methodologies and Information Recovery and Assessment. However, it presented an insufficient weight of applied statistics (2ECTS), being taught in the 3rd year of the study cycle. Thus, considering the conditions of the CA and the recommendations of the CAE, the study plan was restructured, the changes and improvements of which were as follows:

- Redefining the weight of languages: there have been only two foreign language courses - Foreign Language I (English) and Foreign Language II (English / French). English is a mandatory language in the first semester. In the second semester, students can choose either English or French. The curricular units Portuguese Language For Technical and Business Purposes I and II were eliminated, being created a curricular unit denominated Techniques of Expression in Advertising and Public Relations with 4 ECTS.

- Suppression of two curricular units of Research Methodology II and Information Recovery and Evaluation II, and there have been only Research Methodology and Information Recovery and Evaluation, insofar as the weight of these units was considered excessive.

- Strengthening of the curricular unit Applied Statistics, from 3 to 5 ECTS, intensifying the instruments of data analysis of a quantitative nature.

- A significant strengthening of the main scientific areas of the course, with the creation of new curricular units, namely Trademark Management; Strategic Communication; Audiovisuals in Advertising, Principles of Management, Techniques of Expression in Advertising and Public Relations. The course unit Public Relations Workshop was no longer an option and became mandatory. It was also created the course unit Themes of Contemporary History. The study plan was a favourable opinion by Pedagogical Council on May 14, 2013 and it was approved by the Technical and Scientific Council of the Escola Superior de Educação de Viseu on July 17, 2013, and published in Diário da República on September 23, 2014, by Despacho (Extract) n° 11854/2014, DR 183/2014, series II. This plan began to be implemented in the academic year 2014/2015, in a phased manner, and is currently operating in the three curricular years of the course.

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 explicação e fundamentação das alterações efetuadas.

São de salientar as seguintes melhorias: criação do gabinete de apoio ao aluno (gabinete 2 da área científica de Ciências Sociais), que permite aos docentes fazer um acompanhamento individualizado ou em pequenos grupos; criação do gabinete de trabalho (sala de reuniões B), no âmbito do Projeto PRP2.C, constituindo um espaço para reuniões de trabalho de docentes e alunos; do Centro de Meios Audiovisuais 2, um centro dedicado à investigação, ao apoio, ao ensino e prestação de serviços na área do audiovisual, que disponibiliza aos alunos recursos tecnológicos para dar resposta aos requisitos das várias UC's do curso. Foi adquirida bibliografia diversificada e relevante para apoio aos alunos, incidente nas áreas científicas principais do curso, tendo em vista o reforço das suas aprendizagens, a saber: nas áreas de relações públicas, publicidade, gestão de crise, protocolo, gestão de eventos, social media, web 2.0, das tendências do marketing, marketing digital, entre outros.

4.1.1. If so, provide a brief explanation and rationale for the changes made.

The following improvements are worthy of note: the creation of a student support office (office 2 in the scientific area of Social Sciences), which allows teachers to follow individualized or small groups; the creation of the working office (meeting room B), within the scope of Project PRP2.C, constituting a space for work meetings of teachers and students; of the Audiovisual Media Center 2, a center dedicated to research, support, teaching in the audiovisual field, which provides students with technological resources to meet the requirements of the various UC's of the course. It was acquired a diverse and relevant bibliography to support the students, incident in the main scientific areas of the

course, in order to reinforce their learning, namely in the areas of public relations, advertising, crisis management, protocol, event management, social media, web 2.0, marketing trends, digital marketing, among others.

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.

No âmbito das parcerias nacionais e internacionais, registam-se melhorias, sendo de salientar a parceria com a Sociedade Portuguesa das Ciências da Comunicação (SOPCOM); através da organização do X Congresso SOPCOM; a criação de um Grupo de Trabalho da SOPCOM de Comunicação, Turismo e Território, proposto por docentes da ESEV, envolvendo docentes de várias instituições de ensino superior do país (IPV, Univ.Nova Lisboa, Universidade Beira Interior, Universidade Minho); o desenvolvimento de trabalhos de investigação com professores de universidades estrangeiras. Destacam-se a parceria com o Instituto Politécnico de Coimbra, (Programa Vasco da Gama); a parceria com a Universidade de Vigo, Universidade Rey Juan Carlos de Madrid, no âmbito do programa Erasmus. São de referir os projetos desenvolvidos com a comunidade: Comunicar Viseu-Câmara Municipal de Viseu, projeto Comunicar Saúde-Casa de Saúde São Mateus, o projeto PRP2C com o Visabeira, Huf Portuguesa, Crédito Agrícola, entre outras.

4.2.1. If so, please provide a summary of the changes.

In the scope of the national and international partners, there are improvements: the partnership with the Portuguese Society of Communication Sciences (SOPCOM); through the organization of the 10th SOPCOM Congress; the creation of a Working Group of SOPCOM in the area of Communication, Tourism and Territory, proposed by teachers of ESEV, involving teachers of several national institutions of higher education (Instituto Politécnico Viseu, Universidade Nova Lisboa, Universidade Beira Interior, Universidade Minho); the development of research work with teachers from foreign universities. It is worth noting the network of relationship of the course with the business, namely in what concerns the development of projects with the local community: Communicate Viseu (Viseu City Hall), Communicate Health (Casa de Saúde São Mateus), the PRP2C project with Grupo Visabeira, Huf Portuguesa, Crédito Agrícola, among others.

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.

Registaram-se melhorias nas estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem, sendo de salientar o gabinete de apoio ao aluno, criado com o objetivo de proporcionar um espaço de reflexão e partilha, onde os docentes fazem um acompanhamento individualizado ou em pequenos grupos, visando promover melhores aprendizagens, o desenvolvimento e sucesso dos alunos e também a sua formação pessoal e social. No âmbito do Projeto PRP2.C, que tem como foco o envolvimento e desenvolvimento de práticas colaborativas de várias unidades curriculares do curso e de empresas da comunidade, foi criado o gabinete de trabalho, onde alunos e docentes se reúnem para refletir, discutir, avaliar e trabalhar assuntos e questões comunicacionais das entidades públicas e privadas com que o curso se relaciona. É de referir a criação de uma bolsa de voluntários dos alunos do curso de Publicidade e Relações Públicas no gabinete de Comunicação e Relações Públicas do IPV.

4.3.1. If so, please provide a summary of the changes.

There have been improvements in the structures supporting the teaching and learning processes, noting that the student support office was created with the objective of providing a space for reflection and sharing, where the teachers provide individualized or small group support, aiming to promote better learning, the development and success of the students and also their personal and social formation. Within the framework of the PRP2.C Project, which focuses on the involvement and development of collaborative practices of various course units and community companies, a working office was created where students and teachers gather to reflect, discuss, evaluate and to work on issues and communication issues of public and private entities with which the course is related. It is worth mentioning the creation of a volunteer scholarship for students of the Advertising and Public Relations course at the Communication and Public Relations Office of the IPV.

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.

São de salientar melhorias significativas no que diz respeito aos locais de estágio e garantia do acompanhamento efetivo dos estudantes durante o período de estágio. Foram estabelecidos novos protocolos com entidades de referência nas áreas do curso, tais como: MPublic Relations, Essência Completa, Marinha Portuguesa, Força Aérea, Centro Cultural de Belém, Museu Coleção Berardo, Caetsu, Cupido, Legendary People +Ideas, entre outras. Durante o período de estágio, é feito um acompanhamento efetivo dos estudantes, na medida em que são estabelecidos contactos com o orientador cooperante e estagiário (presenciais, telefone e e-mail), registados no mapa de acompanhamento de estágios de cada orientador, tendo em vista perceber a forma de acolhimento e orientação e a monitorização do cumprimento do plano de atividades previstas e definidas no início do estágio, bem como recolher informação relevante. Após a conclusão do estágio, o orientador procede à análise do relatório elaborado pelo aluno.

4.4.1. If so, please provide a summary of the changes.

Significant improvements with respect to the internship sites and guaranteeing the effective follow-up of the students during the internship period should be noted. Protocols have been established with entities in key areas of the course: MPublic Relations, Essência Completa; Portuguese Navy, Air Force, Belém Cultural Center, Berardo Collection Museum; Caetsu, Cupid, Legendary People + Ideas. During the internship period, the students are effectively followed up, as contacts are made with the cooperating and trainee counselor (in person, by phone and e-mail), recorded on each trainer's follow-up map, in order to perceive the form of reception and orientation; control of the plan of activities planned and defined at the beginning of the internship; collect information. After the traineeship, the supervisor analyzes the student's report.

1. Caracterização do ciclo de estudos.**1.1 Instituição de ensino superior / Entidade instituidora.**

Instituto Politécnico De Viseu

1.1.a. Outras Instituições de ensino superior / Entidades instituidoras.**1.2. Unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.).**

Escola Superior De Educação De Viseu

1.3. Ciclo de estudos.

9930 - Publicidade e Relações Públicas

1.3. Study programme.

Advertising and Public Relations

1.4. Grau.

Licenciado

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

[1.5_DR.pdf](#)

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos.

Ciências Sociais

1.6. Main scientific area of the study programme.

Social Sciences

1.7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF).

342

1.7.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

<sem resposta>

1.7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

<sem resposta>

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

180

1.9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de março, de acordo com a redação do DL-63/2001, de 13 de setembro).

6 semestres

1.9. Duration of the study programme (art.º 3 DL-74/2006, March 26th, as written in the DL-63/2001, of September 13th).

6 semesters

1.10. Número máximo de admissões.

70

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

<sem resposta>

1.10.1. Proposed maximum number of admissions (if different from the previous number) and related reasons.

<no answer>

1.11. Condições específicas de ingresso.

Os candidatos devem reunir os requisitos gerais de acesso ao ensino superior público, por uma das seguintes vias: Concurso nacional; concursos especiais (Maiores de 23 anos; concurso especial para titulares de cursos superiores, cursos médios ou de um diploma de especialização tecnológica; regimes especiais, de acordo com o estabelecido no Decreto-Lei n.º 393-A/99, de 2 de outubro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 272/2009, de 1 de outubro); Regime de mudança de curso, transferência e reingresso. Pelo concurso nacional deve-se realizar uma das seguintes provas: 09 Geografia, 11 História, 18 Português. O ingresso não carece de pré-requisitos. Para os concursos especiais, regimes especiais, e regimes de mudança de curso, transferência e reingresso, aplicam-se as condições especiais de acesso e ingresso no Ensino Superior de acordo com o Decreto-Lei n.º 64/2006, de 21 de março, e restante legislação em vigor. Aplica-se a preferência regional a 50% das vagas. Conc.Esp.Acesso alunos Internac.

1.11. Specific entry requirements.

Applicants must fulfill the general requirements for access to public higher education through one of the following ways: National competition; special competitions (applicants over 23 years old; special competition to holders of higher education courses, middle courses or technological specialization certificate; special regimes according to the Decree-Law n.º 393-A/99, of 2nd October, changed by the Decree-Law n.º 272/2009, of 1st October); Course changing, re-entering and transferring regimes. Via national competition, applicants must have the following examinations: 09 Geography, 11 History, 18 Portuguese. Prerequisites are not required for entrance. For special competitions, special regimes and course changing, re-entering and transferring regimes, special access and entrance conditions in higher education are applied, according to the Decree-Law n.º 64/2006, dated 21st March, and remaining legislation. Regional preference is applied to 50% of the vacancies. Spec.acce.inter.students.

1.12. Regime de funcionamento.

Diurno

1.12.1. Se outro, especifique:

NA

1.12.1. If other, specify:

NA

1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

Escola Superior de Educação de Viseu.

1.14. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional (PDF, máx. 500kB).[1.14._Regulamento creditação - para publicação ESEV.pdf](#)**1.15. Observações.**

O ciclo de estudos tem como foco duas áreas das ciências da comunicação empresarial, entendidas como ciências sociais e humanas aplicadas: Publicidade e Relações Públicas. Pretende-se que os profissionais adquiram conhecimentos científicos e competências específicas, que lhes permitam adquirir uma formação adequada ao exercício da profissão, tendo em vista dar resposta aos constantes desafios, exigências e oportunidades do mercado de trabalho competitivo. A licenciatura tem como objetivo preparar profissionais com pensamento estratégico, capacidade analítica e técnica e criatividade, que sejam capazes de construir mensagens de natureza diversificada em diferentes contextos de comunicação e de relações públicas; possuir capacidades de síntese e de organização; aplicar conhecimentos adquiridos em situações práticas de ambiente laboral; revelar capacidade de inovação e de empreendedorismo; projetar estratégias publicitárias ou de comunicação institucional; desenvolver as várias práticas e técnicas de relações públicas, designadamente estabelecer e manter redes de comunicação interna; gestão da comunicação online, gerir projetos de patrocínio e mecenato; manter contactos pertinentes com os órgãos de comunicação social; redigir e editar house-organs e outras publicações institucionais. Assim, tendo por base os benchmarks e os relatórios sobre as áreas de estudo recomendadas para a educação em relações públicas, o plano de estudos foi pensado de forma multidisciplinar tendo em conta as especificidades do domínio científico do curso, abrangendo unidades curriculares das áreas científicas de Ciências da Comunicação, Ciências Sociais, Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação, Ciências da Linguagem e da Comunicação, Artes, Ciências Exatas e da Natureza e Psicologia. Assim, as áreas de estudo recomendadas para a educação em Relações Públicas devem ter por base uma filosofia educacional assente nas ciências sociais, destacando-se o conhecimento relacionado com as estratégias e teorias da comunicação e das relações públicas, ética, as tendências sociais, assuntos globais e multiculturais, teorias e conceitos de gestão das organizações, marketing e pesquisa. No que diz respeito às competências, são de salientar as que estão relacionadas com métodos de pesquisa, domínio da linguagem escrita e

oral, negociação e resolução de problemas, a gestão da comunicação e informação e planeamento estratégico. O ciclo de estudos corresponde às exigências do mundo empresarial, pois a crescente necessidade de criação e manutenção de relações próximas e de comunicação contínua, entre uma organização pública ou privada e os seus diferentes públicos, conduzem ao reconhecimento do papel relevante que a publicidade e as relações públicas assumem nas organizações, sendo um subsistema de apoio aos vários subsistemas de qualquer organização, fazendo parte da sua função estratégica de gestão.

1.15. Observations.

The cycle of studies focuses on two areas of business communication sciences, understood as applied social and human sciences: Advertising and Public Relations. It is intended that professionals acquire scientific knowledge and specific skills, enabling them to acquire training appropriate to the practice of the profession, in order to respond to the constant challenges, demands and opportunities of the competitive labor market. The degree aims to prepare professionals with strategic thinking, analytical and technical ability and creativity, who are able to construct messages of a diversified nature in different contexts of communication and public relations; possess capacities of synthesis and organization; to apply knowledge acquired in practical work environment situations; reveal capacity for innovation and entrepreneurship; designing advertising or institutional communication strategies; develop the various public relations practices and techniques, namely establishing and maintaining internal communication networks; managing online communication, managing sponsorship and patronage projects; maintaining relevant contacts with the media; write and edit house-organs and other institutional publications. Based on the benchmarks and reports on the areas of study recommended for public relations education, the curriculum was designed in a multidisciplinary way, taking into account the specificities of the scientific field of the course, covering curricular units of the scientific areas of Communication Sciences, Social Sciences, Information and Communication Sciences and Sciences, Language and Communication Sciences, Arts, Exact and Nature Sciences and Psychology. Therefore, the areas of study recommended for public relations formation should be based on an educational philosophy based on the social sciences, highlighting knowledge related to strategies and theories of communication and public relations, ethics, social trends, global and multicultural subjects, theories and concepts of organization management, marketing and research. Concerning the competences, mention should be made of those related to research methods, written and oral language skills, negotiation and problem solving, communication and information management, and strategic planning. The study cycle corresponds to the requirements of the business world, since the growing need to create and maintain close relationships and continuous communication between a public or private organization and its different audiences leads to recognition of the relevant role that advertising and public relations assume in organizations, being a subsystem of support to the various subsystems of any organization, forming part of its strategic management function.

2. Estrutura Curricular

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 de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation of alternative paths compatible with the structure of the study programme (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

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

<sem resposta>

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

2.2. Estrutura Curricular - NA

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

NA

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

NA

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*
Artes	A	12	0

Ciências Sociais	CS	120	0
Ciências da Educação	CE	0	0
Ciências Exactas e da Natureza	CEN	5	0
Ciências da Linguagem e da Comunicação	CLC	18	0
Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	CTIC	17	0
Psicologia	PSI	4	0
Nota: dos 20 ECTS optativos que podem ser oferecidos pelas áreas Científicas A ou CS ou CE ou CLC ou CTIC, o aluno tem de reunir 4.	n.a.	0	4
(8 Items)		176	4

2.3. Observações

2.3 Observações.

A estrutura curricular do plano de estudos visa a formação de um perfil de profissionais com conhecimentos científicos e competências específicas nas áreas da Publicidade e Relações Públicas. Assim, a estrutura curricular compreende uma diversidade de UC's, de áreas científicas fundamentais para o ciclo de estudos. O percurso académico conta com UC's de carácter mais geral e concetual, tendo em vista a aquisição de conhecimentos científicos e metodológicos, bem como com disciplinas de natureza mais específica, que têm como objetivo permitir a aquisição de competências estratégicas e operacionais, em que os conteúdos, as metodologias de ensino e de avaliação são determinantes e adequadas ao desempenho profissional futuro. Revela-se de extrema importância a promoção de ações, no âmbito dos conteúdos programáticos das diferentes UC's, que permitem o reforço da componente teórica, nomeadamente através da realização de visitas a empresas, da promoção de aulas abertas com especialistas convidados, bem como de uma contínua integração dos alunos em iniciativas abertas à comunidade. É de salientar que no último semestre do terceiro ano do curso, os alunos têm uma unidade curricular de estágio, que visa proporcionar uma formação de cariz prático, através da integração do aluno no contexto real de trabalho. O estágio assume um papel relevante no processo de formação do aluno, uma vez que tem como objetivo permitir o contacto com a pluralidade de desafios e exigências comunicacionais e de contexto real de trabalho, contribuindo para a consolidação e complementaridade dos conhecimentos e das competências adquiridas durante a formação inicial. Cumpre referir que está a ser desenvolvido um projeto curricular multidisciplinar na área científica do ciclo de estudos, PRP2.C, que envolve as seguintes UC's: Relações Públicas I; Relações Públicas em Ambiente Digital; Gestão de Marcas, Relações Públicas II e Oficina de Relações Públicas. O projeto tem uma duração de 1 ano e meio, com início no 2º semestre do 2º ano e continuidade no 1º e 2º semestre do 3º ano do curso e tem como missão garantir a interdisciplinaridade das unidades curriculares do curso, estreitar relações com o mundo profissional organizacional e aproximar a formação académica às reais necessidades comunicacionais das empresas. Os objetivos prendem-se, sobretudo, com proporcionar formação teórica e prática aos estudantes, permitindo a aquisição de conhecimentos e competências ao nível operacional; garantir interdisciplinaridade das unidades curriculares do curso e incentivar o envolvimento e participação ativa dos alunos em várias práticas e atividades científicas, sociais e culturais organizadas na ESEV e no IPV, bem como por outras entidades externas. O desenvolvimento destas diferentes práticas pressupõe uma relação empática forte entre alunos e professores com reflexos no processo de ensino/aprendizagem e o conseqüente sucesso académico dos alunos e também a sua formação pessoal e social.

2.3 Observations.

The curricular structure of the study plan aims at the formation of a profile of professionals with scientific knowledge and specific skills in the areas of Advertising and Public Relations. The curricular structure comprises a diversity of UC's, of scientific areas fundamental to the cycle of studies. The academic study has UC's of a more general and conceptual nature, aiming at the acquisition of scientific and methodological knowledge, as well as disciplines of a more specific nature, which aim to allow the acquisition of strategic and operational competences, in which the contents, teaching and assessment methodologies are decisive and adequate for future professional performance. It is extremely important to promote actions, within the scope of the programmatic contents of the different UC's, allowing the strengthening of the theoretical component, namely through visits to companies, the promotion of open classes with invited experts, as well as a continuous integration of students into initiatives open to the community. It is noteworthy that in the last semester of the third year of the course, the students have a curricular unit of internship, which aims to provide a practical training, through the integration of the student in the real work context. The internship assumes a relevant role in the student training process, since it aims to enable the contact with the plurality of challenges and communicational requirements and real working context, contributing to the consolidation and complementarity of knowledge and skills acquired during the initial training. It should be noted that a multidisciplinary curricular project is being developed in the scientific area of the cycle of studies, PRP2.C, which involves the following UC's: Public Relations I; Public Relations in Digital Environment; Brand Management, Public Relations II and Public Relations Workshop. The project lasts for a year and a half, starting in the second semester of the second year and continuing in the first and second semester of the third year of the course and its mission is to ensure the interdisciplinarity of the curricular units of the course, to strengthen relations with the professional and organizational world, bring academic training closer to the real communicational needs of companies. The objectives are mainly to provide theoretical and practical training to students, allowing the acquisition of knowledge and skills at the operational level; ensure interdisciplinarity of curricular units of the course and encourage students' involvement and active participation in various scientific, social and cultural practices and activities organized in the ESEV and in the IPV, as well as other external entities. The development of these different practices presupposes a strong empathic relationship between students and teachers with reflexes in the teaching/learning process and the consequent academic success of students and also their personal and social formation.

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.

Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto

Doutora em Ciências da Comunicação (especialização em Comunicação em Novos Ambientes Tecnológicos), e especialista em Relações Públicas (área 342 - Marketing e Publicidade), com título reconhecido e aprovado em provas públicas em abril de 2011, nos termos do Decreto-Lei n.º 206/2009, de 31 de Agosto, e do Regulamento n.º 523/2010 do Instituto Politécnico de Viseu. Tem experiência profissional nas empresas, sendo de destacar os cargos na Direção operacional da Cadeia Montebelo Hotels & Resorts, Direção e Relações Públicas do Golfe Montebelo, Centro Hípico Montebelo; do Palácio dos Desportos, Palácio da Saúde e Pista de Gelo (Grupo Visabeira SGPS); Direção e Relações Públicas da Vedor Psicoemprego Viseu. Desenvolve investigação científica na área das Relações Públicas, comunicação digital e Responsabilidade Social Corporativa. Participa com comunicações em Congressos científicos, tem capítulos de livros escritos e artigos científicos.

3.2. Fichas curriculares dos docentes do ciclo de estudos

Anexo I - Alberto Cartagena da Gama Pereira

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

Alberto Cartagena da Gama Pereira

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Ana Cristina Frias Augusto

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

Ana Cristina Frias Augusto

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Ana Isabel Pereira Pinheiro da Silva

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

Ana Isabel Pereira Pinheiro da Silva

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Ana Mafalda dos Santos Portas Matias

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

Ana Mafalda dos Santos Portas Matias

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Ana Maria Marques Costa Pereira Lopes

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

Ana Maria Marques Costa Pereira Lopes

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Ana Patrícia Morais da Fonseca Martins

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

Ana Patrícia Morais da Fonseca Martins

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - André Samuel Oliveira Gama Nunes Barbosa

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

André Samuel Oliveira Gama Nunes Barbosa

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Filipa Rodrigues Ramos Pereira**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Filipa Rodrigues Ramos Pereira

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Frederico Nuno Ferreira da Costa Tavares**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Frederico Nuno Ferreira da Costa Tavares

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Henrique Manuel Pereira Ramalho**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Henrique Manuel Pereira Ramalho

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Joana Margarida Rodrigues Lopes Martins Mota**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Joana Margarida Rodrigues Lopes Martins Mota

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Jorge Adolfo de Meneses Marques**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Jorge Adolfo de Meneses Marques

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Leandra Margarida Prata Cordeiro**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Leandra Margarida Prata Cordeiro

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Liliana Andrade de Matos e Castilho**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Liliana Andrade de Matos e Castilho

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Luís Nuno Figueiredo e Sousa**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Luís Nuno Figueiredo e Sousa

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular**Anexo I - Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto****3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Anexo I - Maria Dalila Aguiar Rodrigues**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Maria Dalila Aguiar Rodrigues

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Anexo I - Miguel Ângelo Rodrigues Midões**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Miguel Ângelo Rodrigues Midões

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Anexo I - Nelson Alexandre Fernandes Gonçalves**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Nelson Alexandre Fernandes Gonçalves

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Anexo I - Manuel Nicolau de Abreu Tudela Almeida Dias**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Manuel Nicolau de Abreu Tudela Almeida Dias

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Anexo I - Nídia Salomé Nina de Morais**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Nídia Salomé Nina de Morais

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Anexo I - Paula Maria Azevedo Ferreira Rodrigues**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Paula Maria Azevedo Ferreira Rodrigues

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Anexo I - Paula Alexandra Lobo Martins Magalhães**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Paula Alexandra Lobo Martins Magalhães

3.2.2. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Anexo I - Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões

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

Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Leandro Ricardo Nogueira Cavadas

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

Leandro Ricardo Nogueira Cavadas

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Sara Cristina Valente dos Santos

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

Sara Cristina Valente dos Santos

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Sónia de Almeida Ferreira

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

Sónia de Almeida Ferreira

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Maria Teresa Gouveia Osório Antas de Barros

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

Maria Teresa Gouveia Osório Antas de Barros

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Teresa Sofia de Almeida Gouveia

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

Teresa Sofia de Almeida Gouveia

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Véronique Delplancq

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

Véronique Delplancq

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Ivan José Almeida Terra

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

Ivan José Almeida Terra

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Paulo Alexandre Moutinho Barroso**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Paulo Alexandre Moutinho Barroso***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Anexo I - Pedro Manuel do Espírito Santo****3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Pedro Manuel do Espírito Santo***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**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
Alberto Cartagena da Gama Pereira	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre		Ciências da Educação	100	Ficha submetida
Ana Cristina Frias Augusto	Equiparado a Assistente ou equivalente	Licenciado	CTC da Instituição proponente	Design de Comunicação	59	Ficha submetida
Ana Isabel Pereira Pinheiro da Silva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Línguas e Literaturas Modernas - Linguística e Ensino de Línguas	100	Ficha submetida
Ana Mafalda dos Santos Portas Matias	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Ana Maria Marques Costa Pereira Lopes	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Letras - Estudos Americanos (Literatura e Cultura)	100	Ficha submetida
Ana Patrícia Morais da Fonseca Martins	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		História e Filosofia das Ciências	100	Ficha submetida
André Samuel Oliveira Gama Nunes Barbosa	Assistente convidado ou equivalente	Mestre		Artes e Letras	59.5	Ficha submetida
Filipa Rodrigues Ramos Pereira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Informação e Comunicação	91.7	Ficha submetida
Frederico Nuno Ferreira da Costa Tavares	Equiparado a Assistente ou equivalente	Mestre		Informática	59.5	Ficha submetida
Henrique Manuel Pereira Ramalho	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Educação	100	Ficha submetida
Joana Margarida Rodrigues Lopes Martins Mota	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Título de especialista (DL 206/2009)	Ciências da Comunicação	91.7	Ficha submetida
Jorge Adolfo de Meneses Marques	Equiparado a Assistente ou equivalente	Mestre		Arqueologia	100	Ficha submetida
Leandra Margarida Prata Cordeiro	Assistente convidado ou equivalente	Mestre		Psicologia Clínica e da Saúde	59	Ficha submetida
Liliana Andrade de Matos e Castilho	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		História (História da Arte)	100	Ficha submetida
Luís Nuno Figueiredo e Sousa	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Sociologia	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
Maria Dalila Aguiar Rodrigues	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	CTC da Instituição proponente	História da Arte	100	Ficha submetida
Miguel Ângelo Rodrigues Midões	Assistente convidado ou equivalente	Mestre	Título de especialista (DL 206/2009)	Ciências da Comunicação	59.5	Ficha submetida
Nelson Alexandre Fernandes Gonçalves	Assistente ou equivalente	Mestre		Educação - Tecnologia Educativa	100	Ficha submetida
Manuel Nicolau de Abreu Tudela Almeida Dias	Professor Adjunto ou equivalente	Licenciado	CTC da Instituição proponente	Licenciatura em Artes Plásticas-Pintura	45	Ficha submetida
Nídia Salomé Nina de	Professor Adjunto	Doutor		Ciência e Tecnologias da	100	Ficha

Morais	ou equivalente			Comunicação		submetida
Paula Maria Azevedo Ferreira Rodrigues	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Design	100	Ficha submetida
Paula Alexandra Lobo Martins Magalhães	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	91.7	Ficha submetida
Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Título de especialista (DL 206/2009)	Ciências da Comunicação	91.7	Ficha submetida
Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Leandro Ricardo Nogueira Cavadas	Equiparado a Assistente ou equivalente	Mestre		Artes	100	Ficha submetida
Sara Cristina Valente dos Santos	Assistente ou equivalente	Mestre		Marketing	59.5	Ficha submetida
Sónia de Almeida Ferreira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Maria Teresa Gouveia Osório Antas de Barros	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Documentação e Informação Científica	100	Ficha submetida
Teresa Sofia de Almeida Gouveia	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências de Comunicação	100	Ficha submetida
Véronique Delplancq	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor		Fonética	100	Ficha submetida
Ivan José Almeida Terra	Assistente convidado ou equivalente	Mestre	Título de especialista (DL 206/2009)	Comunicação Multimédia	59	Ficha submetida
Paulo Alexandre Moutinho Barroso	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências Sociais e Humanas (Filosofia da Comunicação e Linguagem)	91.7	Ficha submetida
Pedro Manuel do Espírito Santo	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Ciências Empresariais	91.7	Ficha submetida
					3010.2	

<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.

34

3.4.1.2. Número total de ETI.

30.04

3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos / Full time teaching staff

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº / No.	Percentagem* / Percentage*
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of full time teachers:	20	66.6

3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff with a PhD (FTE):	21.5	71.6

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialized teaching staff

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff with a PhD, specialized in the main areas of the study programme (FTE):	13.5	44.9
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists, without a PhD, of recognized professional experience and competence, in the main areas of the study programme (FTE):	3.2	10.7

3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação / Teaching staff stability and training dynamics

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Full time teaching staff with a link to the institution for a period over three years:	20	66.6
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / Teaching staff registered in a doctoral programme for more than one year (FTE):	1.6	5.3

4. Pessoal Não Docente

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

10 funcionários. Regime de trabalho - tempo integral

4.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study programme.

10 employees. Work regime: Full-time.

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

*3 funcionários - Mestrado
4 funcionários - Licenciatura
3 funcionários - 9º ano*

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

*3 employees - 2nd superior cycle
4 employees - 1st superior cycle
3 employees - basic 3rd cycle*

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.

231

5.1.2. Caracterização por género

5.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	38.1
Feminino / Female	61.9

5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.

5.1.3. Número de estudantes por ano curricular (ano letivo em curso) / Number of students per curricular year (current academic year)

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
1º ano curricular	91
2º ano curricular	82
3º ano curricular	58
	231

5.2. Procura do ciclo de estudos por parte dos potenciais estudantes nos últimos 3 anos.

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	68	68	68
N.º de candidatos / No. of candidates	48	50	37
N.º de colocados / No. of accepted candidates	85	82	89
N.º de inscritos 1º ano 1ª vez / No. of first time enrolled	72	73	74
Nota de candidatura do último colocado / Entrance mark of the last accepted candidate	103.2	103.5	104.8
Nota média de entrada / Average entrance mark	109.8	113.3	119

5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes

5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes (designadamente para discriminação de informação por percursos alternativos de formação, quando existam)

No presente ano letivo, o curso de Publicidade e Relações Públicas tem 231 estudantes (143: género feminino; 88: género masculino). Os dados referentes às entradas permitem perceber que o curso continua com elevada procura. No ano letivo 2017/2018 foram colocados 89 candidatos, 37 dos quais foram colocados na primeira opção. A nota média de entrada aumentou de 113,33 em 2016/2017 para 118,97 em 2017/2018. No que se refere ao número de diplomados, é de salientar que em 2016/2017, houve 51 diplomados, dos quais 37 concluíram o curso em três anos, 7 em quatro anos, 4 alunos em cinco anos e 3 em mais de cinco anos. Estes dados mostram que o Curso é atrativo e que os alunos estão bastante interessados e motivados para realizar formação nesta área das Ciências da Comunicação. Na fase final do curso é oferecido um estágio curricular. Os alunos têm a possibilidade de escolher a área pretendida para realizar o seu estágio. As áreas de Relações Públicas, Assessoria de Imprensa e Publicidade têm clara prevalência no que diz respeito às opções dos estudantes. Nos últimos quatro anos letivos foram colocados em estágio curricular 199 alunos do curso de Publicidade e Relações Públicas. Destes, 64,3% optaram por estagiar nos departamentos de relações públicas e/ou assessoria de imprensa de empresas regionais e nacionais. 25,6% dos estudantes escolheram opções na área da publicidade e 5% optaram pela área de organização de eventos. Segue-se a área do marketing, na qual ingressaram 3,5% dos alunos em regime de estágio curricular, o design e a comunicação digital foi a área escolhida por 1,5% dos alunos. No presente ano letivo há 52 alunos finalistas a concurso para estágio, 48% dos quais preferem a área de relações públicas e assessoria de imprensa, 26,9% com preferência pela área da publicidade e 13,4% que escolheram a organização de eventos. Registam-se ainda 5,7% de preferências pela área de marketing, 3,8% que optaram por uma colocação no setor dos recursos humanos e 1,9% de preferências na área do design e comunicação digital. Em termos de atividades desenvolvidas no decorrer destes estágios, as empresas que acolhem alunos nos seus departamentos de relações públicas e de assessoria de imprensa oferecem a possibilidade de participação nas ações de comunicação interna e comunicação externa, reuniões e encontros com parceiros e stakeholders, elaboração do clipping, redação de comunicados à imprensa, organização de dossiers de imprensa e dossiers de gestão de crise, apoio na elaboração de propostas e planos de comunicação e participação em eventos e ações de representação da empresa. Já no que diz respeito aos estágios curriculares em agências de publicidade, os alunos têm a oportunidade de desenvolver a sua formação em contexto de trabalho na área de copy, participando nas reuniões das empresas com clientes, ajudando na vertente de design e dando opiniões no que toca ao segmento criativo.

5.3. Additional information about the students' characterisation (namely on the distribution of students by alternative pathways, when applicable)

In the present school year, the Advertising and Public Relations course has 231 students (143 are female; 88 are male). The data referring to the entries allow us to realize that the course continues with high demand. In the academic year 2017/2018, 89 candidates were placed, 37 of whom were placed in their first option. The average entry grade increased from 113.33 in 2016/2017 to 118.97 in 2017/2018. With regard to the number of graduates, it should be noted that in 2016/2017 there were 51 graduates, 37 of whom completed the course in three years, seven in four years, four in five years and three in more than five years. These data show that the course is attractive and that the students are very interested and motivated to carry out training in this area of Communication Sciences. In the final phase of the course a curricular internship is offered. The students have the possibility to choose the desired area to carry out their internship. The Public Relations, Press and Publicity Counseling areas are clearly prevalent with regard to student

choices. In the last four years, 199 students from the Advertising and Public Relations course completed the internship. Of these, 64.3% opted for internships in the public relations and / or press relations departments of regional and national companies. 25.6% of the students chose options in the advertising area and 5% opted for the event organization segment. The marketing area is preferred by 3.5% of students enrolled in the curricular internship, design and digital communication was chosen by 1.5% of students. In the academic year 2017-2018 there are 52 finalist students to be placed in the curricular internship, 48% of whom opted for public relations and press relations, 26.9% preferred advertising and 13.4% chose the organization of events. There is also a 5.7% preference for marketing, 3.8% that opted for a placement in the human resources sector and 1.9% of preferences in the area of digital design and communication. In terms of activities developed during these internships, companies that host students in their public relations and press relations departments offer the possibility of participation in the actions of internal communication and external communication, meetings with partners and stakeholders, elaboration of the clipping, writing press releases, organization of press dossiers and crisis management dossiers, support in the preparation of proposals and communication plans and participation in events and actions of representation of the company. Regarding the curricular internships in advertising agencies, students have the opportunity to work in the area of copy, participating in meetings of companies with clients, assisting in the design side and giving opinions concerning the creative segment.

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	43	55	51
N.º graduados em N anos / No. of graduates in N years*	20	31	37
N.º graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	15	8	7
N.º graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	7	7	4
N.º graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	1	9	3

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).

N.A.

6.1.2. Present a list of thesis defended in the last 3 years, indicating, for each one, the title, the completion year and the result (only for PhD programmes).

N.A.

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

No que concerne ao sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos, são de salientar os seguintes resultados: as unidades curriculares que registam médias gerais mais baixas são Sociologia da Comunicação, com uma média geral de 8,07 valores, Semiótica e Semiologia da Publicidade com 8,15 valores e Estatística Aplicada com 8,4 valores. Pelo contrário, as unidades curriculares que registam médias mais elevadas são Estágio com 16,5 valores, Francês, com 15,14 e Design II com 15,07 valores, Design I com 14,98 valores, Princípios de Gestão com 14,44 valores. As disciplinas das áreas científicas específicas do curso registam os seguintes valores Relações Públicas I (13,65) e Relações Públicas II (13,58), Teoria da Publicidade I (12,42) e Teoria da Publicidade II (12,92), Oficina de Relações Públicas (14,06) e Programação e Gestão de Eventos (14,17). É de salientar que os docentes estão atentos às dificuldades sentidas em algumas unidades curriculares. No que diz respeito à unidade curricular Sociologia da Comunicação, no relatório da UC, o docente propõe o desenvolvimento de trabalhos, fomentando uma maior participação, envolvimento e interação dos alunos nas aulas através da compreensão e discussão crítica de temas e problemas fundamentais da Sociologia da Comunicação. Relativamente à UC Semiótica e Semiologia da Publicidade, no relatório da UC, o docente sugere a realização de exercícios e trabalhos práticos de análise semiótica, semanalmente na sala de aula, em etapas sucessivas e graduais de complexidade, com tutoria do docente. No que se refere à unidade curricular Estatística Aplicada, as docentes reconheceram, em reunião de docentes do curso e no relatório final da unidade curricular, que não foi fácil o incentivo ao trabalho autónomo dos estudantes. Salientaram que o facto da UC estar no 1.º semestre do 1.º ano dificulta o sucesso pretendido. Os resultados apresentados são, também, reflexo das dificuldades enunciadas. No que se refere às restantes unidades

curriculares, a análise dos relatórios das UC's, permite perceber que os docentes sugerem o seguinte: necessidade de um reforço do incentivo à utilização das horas de atendimento por parte dos alunos durante todo o semestre, contribuindo para fomentar a prática de um trabalho contínuo, importante para a consolidação de uma boa aprendizagem (nas UC's GRHI, RPI, RPII, LEI- Inglês; Emp.); mobilizar com mais regularidade recursos técnicos e informáticos; analisar e discutir, de forma mais sistemática, com os discentes, os resultados por eles obtidos e as causas subjacentes (Língua Estrangeira I – Inglês). Propõe-se a continuação do intensificar do estreitamento das relações interpessoais (docente/estudantes) de forma a aumentar a motivação para a UC, na medida em que ajuda a colmatar dificuldades pontuais e contribuir para a perceção das corretas metodologias de trabalho (Sem.C; SMC).

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

Regarding school success in the different scientific areas of the study cycle, the following results are worthy of note: the curricular units that register lower general averages are Sociology of Communication, with a general average of 8.07 values, Semiotics and Semiology of Advertising with 8.15 values and Applied Statistics with 8.4 values. On the contrary, the units with the highest averages are: Curricular Internship with 16.5 values, French with 15.14, Design II with 15.07 values, Design I with 14.98 values and Principles of Management with 14.44 values. The disciplines of the scientific areas of the course record the following values: Public Relations I and Public Relations II, Theory of Advertising I and Theory of Advertising II, Workshop of Public Relations and Programming and Management of Events. It should be noted that teachers are aware of the difficulties experienced in some curricular units. With regard to the Applied Statistics course, the teachers acknowledged, in a meeting of teachers of the course and in the report of the curricular unit, that it was not easy to encourage the autonomous work of the students. They pointed out that the fact that UC is in the first semester of the first year hampers the intended success of UC, since the students are not yet aware of the amount of work needed nor do they recognize its importance to their professional future. The results presented are also a reflection of the difficulties mentioned. Regarding the other curricular units, the analysis of the UC reports shows that the teachers suggest the following: the need to reinforce the incentive to use the hours of attendance by the students during the whole semester, contributing to encourage the practice of a continuous work, important for the consolidation of a good learning (in the UC's Human Resources Management I, Public Relations I, Public Relations II, Foreign Language I -English); mobilize technical and IT resources more regularly; analyze and discuss, in a more systematic way, with the students, the results obtained by them and the underlying causes; to devise even more diversified and individualized strategies in order to meet the needs of students whose previous (and present) learning pathways show greater fragility or inconsistency; to use an even more regular bibliography in English in the field of advertising and public relations (Foreign Language I - English). It is proposed to continue the intensification of closer interpersonal relations (teacher / students) in order to increase the motivation for the UC. The concern and closeness of the teachers is of the utmost importance to help solve specific difficulties and contribute to the perception of the correct working methodologies (Communication Semiotics, Communication Systems and Models).

6.1.4. Empregabilidade.

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

Os dados de um estudo feito (95 respostas) traduzem o seguinte: 63% dos inquiridos são do género feminino e 37% masculino; maioritariamente oriundos da região centro do país (66%), destes 46% do distrito de Viseu, 14,7% de Aveiro e 6,3% da Guarda. Após a obtenção do diploma, a maioria dos diplomados continua a residir e a trabalhar no distrito de Viseu. No que respeita à situação profissional dos diplomados, 69,6% exercem uma atividade profissional regular, 17,8% encontram-se à procura do seu 1º emprego regular, 6,3% afirmam encontrar-se desempregados e 6,3% afirmam terem dado continuidade à trajetória académica. Quanto à caracterização profissional dos diplomados empregados: 22,1% trabalham no atendimento ao público/área comercial, 12,6% na área do Marketing, 9,4% na área das RP, 8,4% como designer gráfico e 6,3% são técnicos na área da comunicação. Trabalham sobretudo por conta de outrem e 35,7% afirma exercer a atividade profissional há menos de 12 meses.

6.1.4.1. Information on the graduates' unemployment (DGEEC or Institution's statistics or studies, referencing the year and information source).

Data from a study (95 responses) reflect the following: 63% of the respondents are female and 37% male; mainly from the central region of the country (66%), from these 46% from the district of Viseu, 14.7% from Aveiro and 6.3% from Guarda. After obtaining the diploma, most graduates continue to reside and work in the district of Viseu. Regarding the professional situation of the graduates, 69.6% are in regular professional activity, 17.8% are looking for their first regular job, 6.3% say they are unemployed and 6.3% say they continued the academic trajectory. Regarding the professional characterization of the graduates employed: 22.1% work in the customer service / commercial area, 12.6% in the Marketing area, 9.4% in the PR area, 8.4% as graphic designers and 6.3% are technicals in the area of communication. They work mostly on behalf of others and 35.7% say they have been working for less than 12 months.

6.1.4.2. Reflexão sobre os dados de empregabilidade.

Os dados do estudo realizado comprovam a tendência de feminização do ensino superior e de uma procura regional da formação de índole superior, características do ensino superior em Portugal. Demonstam que a oferta desta formação académica específica tem contribuído para a fixação de jovens qualificados no distrito de Viseu, salientando-se, face à oferta concorrencial universitária (Coimbra, Aveiro Vila Real) e de ensino politécnico (Leiria e Guarda), uma atratividade relevante do mercado de trabalho regional. Regista-se uma elevada taxa de empregabilidade em áreas profissionais circundantes à formação académica obtida, por parte dos diplomados que afirmam estar a exercer um emprego regular. Relativamente aos diplomados desempregados, os que se encontram em desemprego de

inserção (à procura do 1º emprego regular) e os que se encontram desempregados, após terem exercido uma atividade profissional regular, são sobretudo os inquiridos que obtiveram o seu diploma há menos de um ano.

6.1.4.2. Critical analysis on employability information.

The data of the study show the feminization trend of higher education and a regional demand for higher training, characteristics of higher education in Portugal. They show that the offer of this specific academic training has contributed to the establishment of qualified young people in the district of Viseu, emphasizing, in view of the competitive university offer (Coimbra, Aveiro Vila Real) and polytechnic education (Leiria and Guarda), a relevant attractiveness of the regional labor market. There is a high rate of employability in professional areas concerning the academic training, obtained by graduates who claim to be in regular employment. In the case of unemployed graduates, those who are seeking their first regular employment and those who are unemployed after having performed a regular professional activity, are mainly respondents who have obtained their diploma for less than a year.

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&DETS	Satisfaz	Instituto Politécnico de Viseu	13	NA
LABCOM	Bom	Universidade da Beira Interior	1	NA
CITCEM	Bom	Universidade do Porto	1	NA
Centro de Estudos de Arqueologia, Arte e Ciências do Património	Muito Bom	Universidade de Coimbra	1	NA
Centro de Estudos Comunicação e Sociedade	Excelente	Universidade de Coimbra	1	NA
Centro de Investigação em Comunicação, Informação e Cultura Digital	Bom	Universidade Nova de Lisboa	2	NA

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, relevantes para o ciclo de estudos.

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/4d5c735a-7bf8-ef56-d068-5a53f07f5f50>

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

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/other-scientific-publication/formId/4d5c735a-7bf8-ef56-d068-5a53f07f5f50>

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.

Salienta-se o desenvolvimento de atividades de investigação aplicada que cumprem a missão do ensino superior politécnico e têm impacto real no desenvolvimento local, regional e nacional. Sublinha-se a existência de práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público, entre as quais se contam a colaboração com o Ministério dos Negócios Estrangeiros (participação no IV Curso Mundial de Dirigentes Associativos da Diáspora); desenvolvimento do estudo “Gastronomia e Desenvolvimento Local” para ADDLAP; o desenvolvimento de atividades de carácter pedagógico, que permitem uma estreita relação com o tecido empresarial e a aproximação dos alunos à realidade organizacional, envolvendo-os nas atividades de investigação científica, através da elaboração de diversos trabalhos de estudo teórico e/ou empírico: no âmbito da UC Relações Públicas II, desenvolveram-se os projetos Comunicar Educação-Plano de RP IPV; Comunicar Saúde-Plano RP Casa de Saúde São Mateus; Comunicar Viseu-Plano de RP Câmara Municipal de Viseu; Comunicar ambiente-plano de RP APAMB. É de notar o envolvimento e participação ativa dos alunos em várias atividades científicas, sociais e culturais organizadas no IPV e por entidades externas: coordenação das sessões distritais do Parlamento Jovem (Assembleia da República e IPDJ- de 2015 a 2017); operacionalização de: Portugal Tour MTB 2016 (Desafio Acontece), Gala Viva a Vida (CMViseu e CMTV- de 2013 a 2017); desenvolvimento de ações de responsabilidade social (C.HVale do Dão, da Cruz Vermelha Portuguesa); organização da I e II Grande Prova de Vinhos das Adeias Cooperativas do Dão (UDACA-2013 e 2014); “Ciências em Férias no IPV” (de 2015 a 2017); X SOPCOM, Jornadas de Publicidade e Comunicação da SOPCOM; JOEEL (2015); II Encontro Nacional da Aripese (2015); Dias Abertos ESEV; entre outras. São promovidas diversas atividades não formais do processo de ensino-aprendizagem, nomeadamente aulas abertas, colóquios e conferências, contando com académicos e especialistas convidados: Ana Nunes-GOEP; José Arimateia-RP (Grupo Visabeira); Luís Costa, Diretor de Comunicação e RP (Huf Portuguesa). É fomentada uma cultura empreendedora, através do concurso

Poliemprende, que estimula a iniciativa e o desenvolvimento de competências por parte dos estudantes, propiciando saídas profissionais através da criação do próprio emprego. Diversos alunos do curso têm, anualmente, participado da iniciativa, destacando-se projetos premiados como: Dinamização dos Bares e Foyers de Teatros (3º classificado no Concurso Regional, 2008/2009); Animal Care (1º classificado no Concurso Regional, 2014/2015, foi à Final Nacional, em Leiria); Healthy Box (3º classificado no Concurso Regional, 2014/2015). Salienta-se a participação de vários alunos no Orçamento Participativo Jovem, em que o projeto "Desporto mora em Viseu" foi o vencedor.

6.2.4. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training in the main scientific area(s) of the study programme, and its real contribution to the national, regional and local development, scientific culture and cultural, sports and artistic activities.

We highlight the development of applied research activities that fulfill the mission of polytechnic higher education and have a real impact on local, regional and national development. It is worth mentioning the existence of practices related to the study cycle with the business community and the public sector, among which are the collaboration with the Ministry of Foreign Affairs (participation in the Fourth World Course of Associative Leaders of the Diaspora); development of the study "Gastronomy and Local Development" for ADDLAP; the development of activities of a pedagogical nature, which allow a close relationship with the business fabric and the students' approach to the organizational reality, involving them in scientific research activities, through the elaboration of several theoretical and / or empirical studies. In the scope of the Public Relations II UC, the following projects were developed: Communicating Education - PR Plan for the IPV; Communicating Health PR Plan for the São Mateus House of Health; Communicate Viseu - PR Plan for the City Hall of Viseu; Communicate environment - PR plan for APAMB. It is important to note the involvement and active participation of students in various scientific, social and cultural activities organized in the IPV and by external entities: coordination of the district sessions of the Youth Parliament (Assembly of the Republic and IPDJ - from 2015 to 2017); operation of: Portugal Tour MTB 2016 (Desafio Acontece); Gala Viva a Vida (VCH and CMTV- from 2013 to 2017); development of social responsibility actions (Vale do Dão Humanitarian C., Portuguese Cruz Vermelha); organization of the I and II Great Wine Tasting of Dão Cooperatives Wineries (UDACA-2013 and 2014); "Science in Vacations at the IPV" (from 2015 to 2017); X SOPCOM, SOPCOM Advertising and Communication Days; JOEEL (2015); II National Meeting of Aripese (2015); ESEV Open Days; among others. Several non-formal activities of the teaching-learning process are promoted, such as open classes, colloquia and conferences, with academic and invited experts: Ana Nunes - GOEP; José Arimateia - PR (Grupo Visabeira); Luís Costa, Communication and PR Manager (Huf Portuguesa). An entrepreneurial culture is promoted through the Poliemprende competition, which stimulates the initiative and the development of competences on the part of the students, providing professional opportunities through the creation of their own employment. Several students of the course have participated annually in the initiative, highlighting projects awarded as: Dinamization of Bars and Foyers of Theaters (third place in the Regional Competition, 2008/2009); Animal Care (first place in the Regional Competition, 2014/2015, went to the National Final, in Leiria); Healthy Box (third place in the Regional Competition, 2014/2015). It is worth mentioning the participation of several students in "Young Participatory Budget", in which the project "Sports lives in Viseu" was the winner.

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.

Salienta-se a integração das atividades científicas de docentes e estudantes do curso de Publicidade e Relações Públicas no Projeto VIAS - ViseuInterAgeStories: an app to promote social inclusion and healthy lifestyles (Projeto 02/SAICT/2016 Portugal2020), desenvolvido em parceria com Instituto Politécnico de Castelo Branco, Câmara Municipal de Viseu e 2PLAY+. VIAS tem um volume de financiamento de 101.483,39€ e visa explorar numa abordagem intergeracional a construção de percursos identitários sobre Viseu, através do diálogo e das interações entre pessoas e os espaços urbanos, levando à (re) descoberta de locais e à construção de novos significados sobre a cidade. Desenvolver-se-á uma aplicação para dispositivos móveis, que apresentará informação sobre locais do centro histórico de Viseu com valor patrimonial e fará a monitorização de indicadores de atividade física associados à sua exploração, convocando várias dimensões: social, saúde e bem-estar, cultural, educativa e comunicação.

6.2.5. Integration of the scientific, technological and artistic activities on projects and/or national or international partnerships, including, when applicable, the indication of the main financed projects and the volume of financing involved.

It is worth mentioning the integration of the scientific activities of professors and students of the Advertising and Public Relations course in the VIAS Project-ViseuInterAgeStories: an app to promote social inclusion and healthy lifestyles (Project 02 / SAICT / 2016 Portugal2020), developed in partnership with Instituto Politécnico of Castelo Branco, Viseu City Hall and 2PLAY+. VIAS has a funding volume of €101,483.39 and aims to explore in an intergenerational approach the construction of identity paths on Viseu, through dialogue and interactions between people and urban spaces, leading to (re) discovery of sites and the construction of new meanings about the city. An application for mobile devices will be developed, which will present information about the historical center of Viseu with patrimonial value and will monitor the physical activity indicators associated with its exploration, calling on several dimensions: social, health and well-being, cultural, educational and communication.

6.3. Nível de internacionalização.

6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes

7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

%

Percentagem de alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Percentage of foreign students enrolled in the study programme	0
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Percentage of students in international mobility programs (in)	0
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Percentage of students in international mobility programs (out)	2.6
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Percentage of foreign teaching staff (in)	5.9
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Percentage of teaching staff in mobility (out)	1

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).

No que diz respeito à participação em redes internacionais relevantes para o ciclo de estudos, cumpre referir que existe o Gabinete de Cooperação Interinstitucional, estrutura que promove a mobilidade dos docentes e estudantes do curso, na medida em que disponibiliza informação sobre programas de mobilidade, coordena os processos de candidatura e faz um acompanhamento próximo desses programas e dos docentes e alunos. É de referir a participação de docentes e alunos do curso em programas de mobilidade Erasmus. No âmbito do Programa Erasmus, o curso tem parcerias com a Universidade de Vigo (Vigo, Espanha), com a Universidade Rey Juan Carlos (Madrid, Espanha), com a Haute École Louvain en Hainaut (Bélgica) e com a Istanbul University (Turquia). No âmbito da realização de estágios, é de salientar a parceria com as seguintes entidades: Instituto Camões (Praga, República Checa), Smart Insiders (Madrid, Espanha), Teater Momentum (Odense, Dinamarca), Next Level Dance Center (Dublin, Irlanda).

6.3.2. Participation in international networks relevant to the study programme (networks of excellence, Erasmus networks).

As far as participation in international networks relevant to the study cycle is concerned, it should be noted that there is an Interinstitutional Cooperation Office, which provides mobility for teachers and course students, as it provides information on mobility programs, coordinates the application processes and closely follows these programs and the teachers and students. It is worth mentioning the participation of teachers and students of the course in Erasmus mobility programs. Under the Erasmus Program, the course has partnerships with the University of Vigo (Vigo, Spain), with Rey Juan Carlos University (Madrid, Spain), with Haute École Louvain in Hainaut (Belgium) and with the Istanbul University (Turkey). In the framework of internships, the partnership with the following entities should be noted: Instituto Camões (Praga, Czech Republic), Smart Insiders (Madrid, Spain), Teater Momentum (Odense, Denmark), Next Level Dance Center (Dublin, Ireland).

7. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

7.1 Sistema interno de garantia da qualidade

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.

Não

7.1.1. Hiperligação ao Manual da Qualidade.

<https://drive.google.com/drive/folders/0B8umH4CfIIRNUE5xN285aG1SaUU?usp=sharing>

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._Relatório do Curso de Publicidade e Relações Públicas novembro2017.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.

O Instituto Politécnico de Viseu tem implementado um Sistema Interno de Garantia da Qualidade (SIGQ) que vigora na instituição e usa o manual de garantia da qualidade (MGQ) como documento de referência, de cumprimento obrigatório em toda a instituição. A Escola está representada, pelos seus Presidente e Presidente da Comissão de Avaliação e Qualidade (ComAQ), no órgão responsável pelo planeamento e revisão do SIGQ, o Conselho para a Avaliação e Qualidade (CAQ), pelo que participa na aprovação/ratificação de documentos da qualidade da instituição, tais como o MGQ, os balanços da qualidade, os relatórios de eficácia das Unidades Orgânicas (UO), os programas de auditorias e os questionários e inquéritos à satisfação, entre outros. A Escola aplica, no final da lecionação de cada Unidade Curricular (UC), inquéritos à satisfação de estudantes e docentes e, uma vez em cada três anos, inquéritos à satisfação de diplomados e de entidades empregadoras. Os inquéritos são aplicados através de plataforma criada para

este efeito.

A Escola elabora também, através dos seus docentes, os relatórios das UC onde constam, no mínimo, os resultados dos inquéritos à satisfação, os resultados da avaliação, os trabalhos de investigação associados à UC, a análise crítica do funcionamento da UC e propostas de melhoria ou de alteração.

Cabe ao responsável pelo ciclo de estudos, em intervalos regulares, a elaboração do relatório de eficácia do curso que, entre outros dados, sintetiza a informação dos relatórios das UC, prioriza as melhorias propostas e, quando aplicável, apresenta a monitorização das melhorias implementadas em períodos anteriores.

Este relatório é sujeito a parecer do Conselho Pedagógico e a aprovação do Conselho Técnico-Científico e, após aprovação, é enviado à ComAQ, a quem cabe a elaboração do relatório de eficácia da UO.

Este relatório resume os resultados obtidos na UO relativamente à oferta e às atividades formativas, podendo contemplar um conjunto de medidas de melhoria, e é apresentado ao CAQ para aprovação. São realizadas auditorias internas aos processos de oferta e de atividades formativas, que pretendem verificar o cumprimento dos procedimentos descritos no MGQ. Destas auditorias resulta um relatório onde constam, entre outros elementos, o resumo da auditoria, o estado de implementação de melhorias definidas anteriormente, as conclusões da auditoria, possíveis recomendações de melhoria e não conformidades detetadas. Semestralmente são recolhidos dados para verificar o cumprimento de metas e para calcular a eficácia do sistema (objetivos, indicadores, auditorias, correções, ações de correção, prevenção ou melhoria e inquéritos à satisfação com serviços de apoio). Estes dados são apresentados ao CAQ, através do Balanço da Qualidade e da Monitorização do Programa de Auditorias, para aprovação. De acordo com os resultados obtidos, o CAQ define as ações consideradas necessárias para a melhoria contínua do sistema e acompanha a sua implementação.

7.2.1. Quality assurance mechanisms for study programmes and activities developed by the Services or support structures to the teaching and learning processes, namely the procedures intended for information gathering (including the results of student surveys and the results of school success monitoring), the periodic monitoring and assessment of study programmes, the discussion and use of these assessment results in the definition of improvement measures and the monitoring of these measures implementation.

The Polytechnic Institute of Viseu (IPV) has implemented a Quality Assurance Internal System (SIGQ) that is in force at the institution and uses the quality assurance handbook (MGQ) as a reference document, which is mandatory in the institution.

The School is represented by its President and the President of the Evaluation and Quality Committee (ComAQ), in the body responsible for SIGQ planning and revision, the Council for Evaluation and Quality (CAQ), and is therefore involved in the approval/ratification of documents concerning the quality of the institution, such as MGQ, quality balance sheets, efficiency reports of the Organic Units (OU), audit programmes and questionnaires and satisfaction surveys, among others.

The School conducts, at the end of the teaching of each Curricular Unit (CU), surveys into the satisfaction of students and teachers and, once every three years, surveys into the satisfaction of graduates and employers. The surveys are conducted through a platform created for this purpose.

The School also carries out the CU reports, where teachers include, minimum, the results of the satisfaction surveys, the evaluation outcomes, the research work associated with the CU, the critical analysis of the CU functioning and proposals for improvement or change.

It is up to the person responsible for the study cycle, at regular intervals, to make the course efficiency report which, among other data, summarizes the information of the CU reports, prioritizes the suggested improvements and, when adequate, presents the monitoring of the improvements implemented in previous periods.

This report is subject to the decision of the Pedagogical Council and the approval of the Technical-Scientific Council and, after approval, it is sent to the ComAQ, who is responsible for making the OU efficiency report.

This report summarizes the results obtained in the OU regarding the training offer and activities. It may include a set of improvement measures, and is presented to CAQ for approval.

Internal audits are also carried out into the processes of training offer and activities, which aim to verify compliance with the procedures described in the MGQ. These audits give origin to a report that includes, among other elements, the audit summary, the status of implementation of the improvements previously defined, the audit outcomes, possible improvement recommendations and detected nonconformities.

Data are collected semiannually to verify compliance with targets and to calculate the efficiency of the system (objectives, indicators, audits, corrections, corrective actions, prevention or improvement, and satisfaction surveys with support services). These data are presented to CAQ for approval, through the Quality and Monitoring Balance Sheet of the Audit Programme.

According to the results obtained, CAQ defines the actions considered to be necessary for the continuous improvement of the system and accompanies their implementation.

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.

O Presidente do IPV e o CAQ são os órgãos a quem cabe o planeamento e revisão do SIGQ.

A implementação dos mecanismos de garantia da qualidade na Escola é responsabilidade do seu Presidente e Vice-Presidentes, apoiados pela Comissão de Avaliação e Qualidade (ComAQ).

O Pessoal Docente assegura o cumprimento do SIGQ e a recolha de informação pertinente para efeitos de monitorização e medição a fornecer à ComAQ e ao Gestor da Qualidade. Contribui para a elaboração e revisão da documentação do SIGQ e promove a recolha da satisfação dos estudantes.

O Pessoal não Docente assegura o cumprimento do SIGQ, garante a recolha de informação para efeitos de monitorização e medição a fornecer ao Gestor da Qualidade e promove a recolha de sugestões, reclamações e/ou da satisfação de clientes.

Os Auditores da bolsa do IPV realizam as auditorias internas de acordo com o programa aprovado e com a iso 19011.

7.2.2. Indication of the structure(s) and position of the responsible person(s) for the implementation of the quality

assurance mechanisms of the study programmes.

The IPV President and CAQ are the bodies responsible for the planning and revision of SIGQ.

The implementation of the quality assurance mechanisms in the School is the responsibility of its President and Vice-Presidents, supported by the Evaluation and Quality Committee (ComAQ).

The Teaching Staff ensures compliance with SIGQ and the collection of relevant data for monitoring and measurement to be provided to ComAQ and to the Quality Manager. They also contribute to the elaboration and revision of SIGQ documentation and promote the collection of students' satisfaction.

The non-Teaching Staff ensures compliance with SIGQ, guarantees data collection for monitoring and measurement to be provided to the Quality Manager and promotes the collection of suggestions, complaints and/or customers' satisfaction.

The Auditors of the IPV recruitment bag carry out the internal audits according to the approved programme and to the iso 19011.

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

A avaliação é realizada em ciclos de 3 anos. Para cada ciclo é contratualizado 1 perfil de desempenho que permite avaliar atividades do art.2-A ECPDESP, agrupadas em 3 dimensões - científica, pedagógica e organizacional – de acordo com 7 perfis, com várias combinações. O perfil é proposto pelo avaliado e aprovado em Conselho Técnico-científico. No final do ciclo, o avaliado elabora o relatório de auto-avaliação, anexando comprovativos das atividades, que é verificado e validado por relator nomeado pelo CTC, após audiência prévia. A avaliação e a classificação são aprovadas em CTC. A classificação final é homologada pelo Presidente do IPV, da qual cabe reclamação. A classificação é expressa em menção excelente, relevante, adequado, inadequado. Em sede de coordenação de UO são definidas estratégias e medidas para contínua atualização de docentes, a contemplar em plano de atividades. O IPV apoia a formação de docentes em cursos, congressos, publicações e comunicações.

7.2.3. Procedures for assessing the teaching staff performance and measures leading to their ongoing updating and professional development.

Evaluation is carried out in 3-year cycles. For each cycle, a performance profile is chosen in order to evaluate activities of article 2-A ECPDESP, grouped into 3 dimensions (scientific, pedagogical, organizational) according to 7 profiles, with combinations. The profile is proposed by the teacher being evaluated and approved by TSC. At the end of the cycle, the teacher conducts self-evaluation report, which is validated by the rapporteur appointed by TSC, who evaluates and proposes classification. Evaluation and classification are approved in TSC meetings after prior hearing. The IPV President homologates the final classification, which may be subject of complaint. The classification is expressed in terms of excellent, relevant, adequate, inappropriate. Within the OU coordination strategies and measures for the continuous updating of teachers are defined, which are then contemplated in the activity plan. IPV supports teacher's training, publications and communications.

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

http://www.ipv.pt/secretaria/Regulamento_adpd.pdf

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

O procedimento de avaliação é feito em conformidade com o previsto no Sistema Integrado de Avaliação de Desempenho da Administração Pública (SIADAP). A avaliação decorre através de preenchimento de ficha de autoavaliação e posterior ficha de avaliação preenchida em reunião entre o avaliador e o avaliado. Esta avaliação é objeto de parecer por parte da Comissão Paritária para a Avaliação. As avaliações são homologadas pelo Presidente do IPV, com o conhecimento do Avaliado. O sistema de avaliação do desempenho permite a identificação do potencial de evolução e desenvolvimento dos trabalhadores e o diagnóstico das respetivas necessidades de formação pelo que o IPV, em função das necessidades identificadas, organiza formação ao longo do ano tendo em vista melhorar as qualificações do pessoal não docente.

7.2.4. Procedures for assessing the non-teaching staff and measures leading to their ongoing updating and professional development.

The evaluation procedure is carried out in accordance with the provisions of the Public Administration Performance Assessment Integrated System (SIADAP). The evaluation is carried out by the completion of a self-assessment form and a subsequent assessment form to be filled in in a meeting between the evaluator and the one being evaluated. This evaluation is the subject of a decision on the part of the Joint Evaluation Committee. The evaluations are homologated by the IPV President, with the knowledge of the one being evaluated. The performance assessment system enables the identification of the workers' potential for evolution and development and the diagnosis of their training needs. Thus, IPV, according to the identified needs, organizes training throughout the year with a view to improving the non-teaching staff qualifications.

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

NA

7.2.5. Other means of assessment/accreditation in the last 5 years.

NA

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

Natureza teórico-prática das unidades curriculares do curso, com conteúdos e abordagens, vocacionadas para o exercício da profissão e para o mercado de trabalho.

Leque alargado dos perfis profissionais e das saídas profissionais do curso.

Áreas da comunicação relevantes para o mercado empresarial atual.

Fácil e rápida adaptabilidade e flexibilidade da organização interna.

Empenho dos corpos diretivos na implementação dos processos de garantia da qualidade.

Existência do Conselho para a Avaliação e Qualidade (CAQ) responsável pela definição estratégica das políticas institucionais de avaliação e qualidade (AQ) e pela monitorização e coordenação do Sistema Interno de Garantia da Qualidade (SIGQ).

Existência de Comissão de Avaliação de Qualidade e de Manual de Gestão de qualidade.

Estabelecimento de redes de contacto e de parcerias, bem como de práticas de relacionamento com organizações pertencentes a vários setores de atividade, quer públicos, quer privados, a nível local, regional, nacional e internacional, com vista ao desenvolvimento de trabalhos práticos aplicados ao contexto empresarial real e ao acolhimento de estágios curriculares.

Experiência de investigação e lecionação de alguns dos docentes em universidades estrangeiras propiciam a importação de boas práticas organizacionais, científicas e pedagógicas para o contexto deste ciclo de estudos (no âmbito do programa Erasmus-mobilidade de docentes).

Instalações dotadas de equipamentos e recursos materiais necessários para o funcionamento do ciclo de estudos.

Colaboração e parcerias com outros ciclos de estudos da ESEV e de outras instituições de ensino superior.

Existência do Gabinete de Apoio à Comunicação Interinstitucional (GACI)

Envolvimento e participação ativa dos alunos em várias atividades extra-curriculares e atividades científicas, sociais e culturais organizadas na ESEV e no IPV, bem como por outras entidades externas (Câmara Municipal de Viseu, IPDJ, Udaca, entre outras).

Realização de diversas visitas de estudo, conferências, aulas abertas e atividades temáticas na área do curso.

Vários docentes possuem experiência de trabalho e continuam a operar em meio empresarial e institucional, designadamente nas áreas específicas do curso.

Docentes membros de associações científicas nacionais e internacionais, bem como de centros de investigação de reconhecida excelência.

Existência de estágio curricular integrado no plano de estudos.

Bom desempenho dos alunos durante o período de estágio, permitindo formar uma boa imagem do curso junto das organizações.

Mais dois docentes em fase final de entrega dos doutoramentos nas áreas científicas do curso.

Relação pedagógica forte permite estimular a aprendizagem profunda.

Existência de estruturas de apoio, aconselhamento para financiamento e emprego (SIVA e Poliemprende)

Boa taxa de empregabilidade dos alunos.

8.1.1. Strengths

Theoretical-practical nature of the curricular units of study program, with contents and approaches, vocation for the exercise of the profession and for the labor market.

Wide range of professional profiles and professional career opportunities exists.

Communication areas relevant to the current business market.

Easy and fast adaptability and flexibility of internal organization.

Commitment of the management members in the implementation of quality assurance processes.

Existence of the Council for Evaluation and Quality (CAQ) responsible for the strategic definition of institutional quality assessment (QA) policies and for the monitoring and coordination of the Internal Quality Assurance System (QIGS).

Existence of Quality Assessment Committee and Quality Management Manual.

Establishment of contact networks and partnerships, as well as practices related to organizations belonging to various sectors of activity, both public and private, at local, regional, national and international level, with a view to the development of practical works applied to the real organizational context and the reception of curricular internship.

Research and teaching experience of some of the professors in foreign universities are conducive to the importation of good organizational, scientific and pedagogical practices for the context of this study (under the Erasmus mobility of teachers program).

Facilities equipped with equipment and material resources necessary for the functioning of the study cycle.

Collaboration and partnerships with other ESEV study cycles and other higher education institutions.

Existence of the Support Office for Inter-Institutional Communication (GACI)

Involvement and active participation of students in various extra-curricular activities and scientific, social and cultural activities organized in ESEV and IPV, as well as other external entities (Viseu City Hall, IPDJ, Udaca, among others).

Conducted several study visits, conferences, open classes and thematic activities in the area of the study.

Several faculty members have work experience and continue to operate in organizations, particularly in the specific scientific areas of the study.

Faculty members of national and international scientific associations, as well as research centers of recognized excellence.

Existence of curricular internship integrated in the syllabus.

Good performance of the students during the internship period, allowing to form a good image of the study with the organizations.

More two teachers in the final phase of PHD in the scientific areas of the study.

Strong pedagogical relationship allows to stimulate deep learning.

8.1.2. Pontos fracos

Níveis de interdisciplinaridade entre Unidades Curriculares e cursos de 1º ciclo devem ser incrementados com mais intensidade.
Número ainda reduzido de parcerias internacionais estabelecidas no âmbito do ciclo de estudos.
Número de artigos publicados em revistas científicas por parte do corpo docente precisa de ser reforçado.
Utilização insuficiente dos horários de atendimento dos docentes, por parte dos alunos.
Nível de integração dos alunos em atividades de investigação em colaboração com os docentes ainda baixo;
Projeção e divulgação externa dos trabalhos e práticas desenvolvidas nas diferentes Unidades curriculares do ciclo de estudos ainda se encontra aquém dos objetivos pretendidos;
Conteúdos sobre comunicação em ambientes digitais ainda insuficientes.
Lecionação da UC Estatística Aplicada no 1.º semestre, do 1.º ano do curso, dificulta o sucesso pretendido da UC.

8.1.2. Weaknesses

Levels of interdisciplinarity between Curricular Units and 1st cycle studies must be increased with greater intensity.
Still a small number of international partnerships established within the cycle of studies.
Number of papers published in scientific journals by professors needs to be improved.
Insufficient use of hours of teacher attendance by students.
Level of integration of students in research activities, in collaboration with teachers, still low;
Projection and external information of the works and practices developed in the different curricular units of the cycle of studies still falls short of the intended objectives;
Contents about communication in digital environments insufficient.
Teaching Applied Statistics in the 1st semester of the 1st year of the study, hinders the intended success of the UC.

8.1.3. Oportunidades

Oferta de um curso de 2º ciclo na área das ciências da Comunicação, Comunicação Aplicada, com três ramos de especialização (Comunicação Estratégica, Multimédia Interativo e Comunicação Audiovisual), possibilita a continuidade do percurso formativo.
Aumento da oferta de cursos profissionais no domínio das Ciências da Comunicação, designadamente nas áreas científicas específicas do curso: Publicidade e Relações Públicas.
Reconhecimento crescente da importância da comunicação no tecido empresarial.
Existência de políticas no empreendedorismo.
Envolvimento de vários stakeholders da comunidade numa estratégia de colaboração conjunta, trazendo melhorias contínuas para as aprendizagens;
Programas de apoio financeiro à formação avançada de docentes.
A omnipresença e domínio dos media digitais podem proporcionar grandes oportunidades de comunicação e disseminação de informações sobre o curso aos públicos.
Reconhecimento científico e afirmação das áreas do curso pela Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM).
Reconhecimento da ESEV no mercado local e regional.
Existência de um Centro de Investigação e de um Repositório Científico no IPV.
Envolvimento da ESEV em programas de empreendedorismo.
Cidade de Viseu como polo de atração da Região Centro.
Reconhecimento de Viseu como melhor cidade para viver.
Crescimento de Viseu em vários domínios, cria dinâmicas locais geradoras de oportunidades de emprego.

8.1.3. Opportunities

Offer of a 2nd cycle study in the area of Communication Sciences, Applied Communication, with three branches of specialization (Strategic Communication, Interactive Multimedia and Audiovisual Communication), enables the continuity of the training study.
Increase in the offer of professional studies in the field of Communication Sciences, namely in the specific scientific areas of the study: Advertising and Public Relations.
Increasing recognition of the importance of communication in the corporate sector.
Existence of policies in entrepreneurship.
Involvement of several community stakeholders in a joint collaboration strategy, bringing continuous improvements to the learning process;
Financial support programs for advanced teacher training.
The ubiquity and mastery of digital media can provide great opportunities for communication and dissemination of information about the degree to publics.
Scientific recognition and affirmation of the main areas of the study by the Portuguese Association of Communication Sciences (SOPCOM).
Recognition of the ESEV in the local and regional context.
Existence of a Research Center and a Scientific Repository in the IPV.
Involvement of ESEV in entrepreneurship programs.
City of Viseu as a center of attraction of the Central Region.
Recognition of Viseu as the best city to live.
The growth of Viseu in several domains creates local dynamics that generate employment opportunities.

8.1.4. Constrangimentos

Persistências das assimetrias regionais, nomeadamente litoral/interior.
Redução do orçamento público para o ensino superior traz limitações aos investimentos necessários para introdução

de melhorias no ciclo de estudos.

Dificuldades económicas que se refletem nas contratações de pessoal docente e não docente, e na criação de vínculos laborais.

Débil situação económico-financeira das famílias cria dificuldades no processo de aprendizagem dos alunos.

Reduzida oferta de 3º ciclo nas áreas científicas específicas do curso, Publicidade e Relações Públicas.

Persistência de algum desconhecimento sobre o âmbito de ação e finalidades das Relações Públicas e da Publicidade entre o público em geral.

Regras restritivas no que se refere à prestação e apoio social aos estudantes.

8.1.4. Threats

Persistence of regional asymmetries, namely coastal / inland.

Reducing the public budget for higher education brings limitations to the investments needed to introduce improvements in the study cycle.

Economic difficulties that are reflected in the hiring of teaching and non-teaching staff, and in the creation of employment ties.

Weak economic and financial situation of families creates difficulties in the learning process of students.

Reduced offer of 3rd cycle in the specific scientific areas of the study, Advertising and Public Relations.

Persistence of some lack of knowledge about the scope and purpose of Public Relations and Publicity among the general public.

Restrictive rules regarding the provision and social support to students.

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2.1. Ação de melhoria

AM1.Implementação do Projeto PRP2.C. Projeto curricular multidisciplinar na área científica do ciclo de estudos de publicidade e relações públicas, que visa promover os níveis de interdisciplinaridade entre Unidades Curriculares, estreitar relações com o mundo profissional organizacional e aproximar a formação académica às reais necessidades comunicacionais das empresas.

AM2.Incrementar os contactos com entidades estrangeiras no sentido de aumentar o número de parcerias internacionais estabelecidas no âmbito do ciclo de estudos, fomentando o desenvolvimento de projetos conjuntos entre os docentes e alunos do curso e as instituições internacionais.

AM3.Aumentar o número de artigos publicados em revistas científicas por parte do corpo docente.

AM4.Promover a utilização do horário de apoio pelos estudantes, através da compatibilização dos horários dos docentes e dos horários dos estudante.

AM4.1. Promover e facilitar o atendimento à distância através dos meios online.

AM5.Dinamizar o congresso de alunos, permitindo aumentar o nível de integração dos mesmos em atividades de investigação com os docentes.

AM6.Com o objetivo de conseguir uma maior projeção e divulgação online do curso, assim como uma maior aproximação aos públicos de interesse do mesmo, e ligação ao mundo empresarial, sugere-se a criação de um site (no subdomínio do site da Esev) que funcionará como "montra" de uma seleção de trabalhos realizados pelos alunos nas várias unidades curriculares do curso de Publicidade e Relações Públicas.Neste site constará um breve resumo dos melhores trabalhos elaborados para as diferentes unidades curriculares mais relevantes do curso, permitindo que os utilizadores visualizem as melhores práticas do curso, assim como possibilita aos alunos melhorarem o seu portfolio online, divulgando os seus trabalhos através do site.

AM7.Criação de uma nova unidade curricular que aborde conteúdos sobre comunicação em ambientes digitais: Publicidade e Relações Públicas em ambientes digitais.

AM8.Proposta de alteração ao plano de estudos, em que a UC Estatística Aplicada passará a ser lecionada no 1.º semestre, do 2.º ano do curso.

8.2.1. Improvement measure

AM1.Implementation of Project PRP2.C. Multidisciplinary curricular project in the scientific area of the cycle of studies of advertising and public relations, that aims to promote the levels of interdisciplinarity among Curricular Units, to strengthen relations with the professional world of organization and to bring the academic formation closer to the real communicational needs of the companies.

AM2.Increase contacts with foreign entities in order to increase the number of international partnerships established within the study by encouraging the development of joint projects between teachers and students of the course and international institutions.

AM3.Increase the number of articles published in scientific journals.

AM4.Promote the use of the hours of attendance by students, through the compatibility of the schedules of teachers and the schedules of students.

AM4.1. To promote and facilitate distance attendance through online means;

AM5.Dynamize the student congress of students, allowing to increase the level of integration of them in research activities with the teachers

AM6.In order to achieve a greater projection and online dissemination of the course, as well as a closer approximation to the public interest, and connection to the business world, it is suggested to create a website (in the subdomain of the Esev website) which will act as a "window" of a selection of works carried out by the students in the various curricular units of the course of Advertising and Public Relations. This site will contain a brief summary of the best works prepared for the different curricular units most relevant of the course, allowing users visualize the best practices

of the course, as well as enable students to improve their online portfolio by publicizing their work through the website.

AM7. Creation of a new curricular unit that addresses content on communication in digital environments: Advertising and Public Relations in digital environments.

AM8. Changes proposal to the study plan, in which the Applied Statistics Unit will be taught in the 1st semester of the 2nd year of the course.

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

AM1: Prioridade média, com implementação prevista no segundo semestre, do presente ano letivo e ano seguinte. 2 anos

AM2: Prioridade média, com implementação prevista no segundo semestre, do presente ano letivo. 1 ano

AM3: Prioridade alta, com implementação prevista no segundo semestre, do presente ano letivo. 1 ano

AM4: Prioridade alta, com implementação prevista no segundo semestre, do presente ano letivo. 2 anos

AM5: Prioridade média, com implementação prevista no segundo semestre, do ano letivo 2018/2019. 3 anos

AM6: Prioridade média, com implementação prevista no início do ano letivo 2018/2019. 2 anos

AM7: Prioridade média, com implementação prevista no início do ano letivo 2018/2019. 1 ano

AM8: Prioridade média, com implementação prevista no início do ano letivo 2018/2019. 1 ano

8.2.2. Priority (High, Medium, Low) and implementation timeline.

AM1: Average priority, expected to be implemented in the second semester of present school year. 2 years

AM2: Average priority, expected to be implemented in the second semester of present school year. 1 year

AM3: High priority, with implementation planned in the second semester of present school year. 1 year

AM4: High priority, with implementation planned in the second semester, of present school year. 2 years

AM5: Average priority, with expected implementation in the second semester, of the 2018/2019 school year. 3 years

AM6: Average priority, with implementation expected at the beginning of the 2018/2019 school year. 2 years

AM7: Medium priority, with implementation expected at the beginning of the 2018/2019 school year. 1 year

AM8: Medium priority, with implementation expected at the beginning of the 2018/2019 school year. 1 year

9.1.3. Indicadores de implementação

AM1: Percent. trabalhos elaborados cumprindo requisitos definidos. $IndAM1 = (x/y) * 100$. X = nº trabalhos elaborados cumprindo req. definidos. Y = nº UC's definidas.

AM2: Percentagem parcerias estabelecidas. $IndAM2 = (x/y) * 100$. X = nº parcerias estabelecidas. Y = nº oportunidades parcerias previstas.

AM3: Percent. artigos publicados. $IndAM3 = (x/y) * 100$. X = nº artigos publicados. Y = nº oportunidades public. previstas.

AM4: Taxa eficácia melhorias implem. $IndAM4 = (x/y) * 100$. X = nº melhorias implem. forma eficaz. Y = nº melhorias definidas.

AM5: Percent. artigos científicos elaborados cumprindo requisitos definidos. $IndAM5 = (x/y) * 100$. X = nº artigos cien. cumprindo req. def. Y = nº oportunidades elaboração artigos cient. previstos.

AM6: Taxa eficácia trabalhos public. $IndAM6 = (x/y) * 100$. X = nº trabalhos public. forma eficaz. Y = nº trabalhos desenvolvidos.

AM7 e AM8: Taxa eficácia melhorias implem. $IndAM7 e 8 = (x/y) * 100$. X = nº melhorias implem. forma eficaz. Y = nº melhorias definidas.

9.1.3. Implementation indicators

AM1: Percent. of work done fulfilling the defined requirements. $IndAM1 = (x/y) * 100$. X = number works elaborated fulfilling the defined requirements. Y = number defined UC.

AM2: Percent. of partnerships established. $IndAM2 = (x/y) * 100$. X = number partnerships established. Y = number planned partnership opportunities.

AM3: Percent. of published papers. $IndAM3 = (x/y) * 100$. X = number papers published. Y = number of planned publication opportunities.

AM4: Effectiv. rate of implemented measures. $IndAM4 = (x/y) * 100$. X = number of measures implemented effectively. Y = number of defined measures.

AM5: Percent. of papers prepared fulfilling defined requirements. $IndAM5 = (x/y) * 100$. X = number of papers fulfilling the defined requir. Y = number of opportunities to prepare papers.

AM6: Effectiv. rate of published works. $IndAM6 = (x/y) * 100$. X = number of works publis. effectively. Y = number of works developed.

AM7 e AM8: Effectiv. rate of improvement measures implemented. $IndAM7 e 8 = (x/y) * 100$. X = numb. measures implemented effectively. Y = numb. defined measures.

9. Proposta de reestruturação curricular (facultativo)

9.1. Alterações à estrutura curricular

9.1. Síntese das alterações pretendidas e respectiva fundamentação

A proposta de alteração do plano de estudos de Publicidade e Relações Públicas sustenta-se nos seguintes pressupostos:

Os benchmarks realizados, o impacto digital e as necessidades de formação diagnosticadas pelos alunos durante o

período de estágio, permitiram perceber a relevância da inserção de uma unidade curricular que trabalhe os conteúdos e ferramentas digitais, “Publicidade e Relações Públicas em ambiente digital”, tornando a U.C. “Temas da História Contemporânea” opcional no plano de estudos. O impacto digital criou a necessidade de recursos humanos na área da publicidade e relações públicas com novas competências, capacidades e o domínio das ferramentas digitais. Assim, a unidade curricular de “Publicidade e Relações Públicas em ambiente digital” surge para dar resposta a este desafio do mundo empresarial. Mas como esta unidade curricular depende de conhecimentos prévios de edição de imagem, vídeo e som, conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares de “Design” e “Audiovisuais na Publicidade”, é recomendada a sua lecionação no 2º semestre, do 2º ano do curso. A unidade curricular de “Estatística Aplicada” tem como objetivo dar a conhecer as principais técnicas de análise estatística, assim como utilizar de uma forma adequada software estatístico especializado para responder a problemas de investigação no âmbito da publicidade e relações públicas. Desta forma, sugere-se que a unidade curricular “Estatística aplicada”, seja lecionada no 2º ano, no 1º semestre, a seguir à UC “Metodologia de Pesquisa”, alteração sustentada em reunião de docentes, na análise dos relatórios das docentes da UC e no reconhecimento da necessidade de os alunos conhecerem os principais métodos de investigação. Na mesma perspetiva, a unidade de “Recuperação e Avaliação da Informação”, cujo objetivo é analisar e interpretar práticas de pesquisa e desenvolver uma cultura da informação, assim como analisar criticamente a literatura científica no campo e identificar áreas onde possam vir a desenvolver investigação, é fundamental que os alunos já tenham adquirido anteriormente conhecimentos de “Metodologia de Pesquisa”, pelo que se sugere que esta unidade curricular seja lecionada no 1º semestre do 2º ano. É de referir igualmente que, em reunião de comissão de curso, os alunos reconheceram, que os conteúdos abordados na referida UC são úteis numa fase mais inicial do curso e não no 3º ano do curso. Por sua vez, no que se refere à unidade curricular de “Sociologia da Comunicação”, em consequência das alterações propostas, a colocação da UC no 1º ano, 1º semestre, enquadra-se numa lógica de consolidar, no 1º ano, um corpus teórico base, suportado em UC’s de carácter mais geral, que permita maior eficiência no ensino progressivamente prático/especializado proposto nos anos curriculares posteriores, enquadrando-se no que se pretende de um 1º ciclo no ensino superior politécnico.

9.1. Synthesis of the intended changes and their reasons.

The proposal to change the study plan for Advertising and Public Relations is based on the following assumptions: The benchmarks, the digital impact and the training needs diagnosed by the students during the internship period allowed us to perceive the relevance of the insertion of a curricular unit that works the digital content and tools, “Publicity and Public Relations in a digital environment”, making U.C. “Themes of Contemporary History” optional in the syllabus. The digital impact has created the need for human resources in the field of advertising and public relations with new skills, capabilities and mastery of digital tools. Thus, the curricular unit of “Advertising and Public Relations in a digital environment” emerges to meet this challenge of the business world. But since this curricular unit depends on previous knowledge of image, video and sound editing, knowledge acquired in the curricular units of “Design” and “Audiovisuals in Advertising”, it is recommended to teach in the 2nd semester of the 2nd year of the study. The curricular unit of “Applied Statistics” has the objective to present the main techniques of statistical analysis, as well as to use in an appropriate way specialized statistical software to respond to research problems in the field of publicity and public relations. Therefore, it is suggested that the curricular unit “Applied Statistics” be taught in the 2nd year, in 1st semester, after UC “Research Methodology”, that change is supported by a teachers’ meeting, in the analysis of the reports of U.C. and recognition of the need for students to know the main research methods. In the same perspective, the “Information Recovery and Evaluation” curricular unit, whose objective is to analyze and interpret research practices and develop an information culture, as well as to critically analyze the scientific literature in the field and identify areas where they may develop research, it is essential that students have previously acquired knowledge of “Research Methodology”, so it is suggested that this curricular unit be taught in the 1st semester of the 2nd year. It should also be noted that, in a study committee meeting, the students acknowledged that the contents covered in this UC are useful in a more initial phase of the study and not in the 3rd year of the study. On the other hand, as regards the curricular unit of “Sociology of Communication”, as a consequence of the proposed changes, the placement of the UC in the 1st year, 1st semester, is part of a logic of consolidating, in the first year, a theoretical corpus base, supported in more general UC’s, that allows greater efficiency in the progressively practical / specialized teaching proposed in the later curricular years, fitting in what is wanted of a 1st cycle in the polytechnic higher education.

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

9.2.

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

<sem resposta>

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

<no answer>

9.2.2. Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
Artes	A	12	0
Ciências Sociais	CS	120	0
Ciências da Educação	CE	0	0

Ciências Exatas e da Natureza	CEN	5	0
Ciências da Linguagem e da Comunicação	CLC	18	0
Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	CTIC	17	0
Psicologia	PSI	4	0
Nota: dos 20 ECTS optativos que podem ser oferecidos pelas áreas A ou CS ou CE ou CLC ou CTIC, o aluno tem de reunir 4 ECTS	A,CS,CE,CLC,CTIC	0	4
(8 Items)		176	4

9.3. Novo plano de estudos

9.3. Novo Plano de estudos - NA - 1º ano/1º semestre

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

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

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:
1º ano/1º semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:
1st year/1st semester

9.3.3 Novo plano de estudos / New 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)
Sociologia da Comunicação / Sociology of Communication	CS	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Gestão de Recursos Humanos I / Human Resources Management I	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	
Língua Estrangeira I (Inglês) / Foreign Language I (English)	CLC	Semestral / Semester	81	TP - 45	3	
Marketing I / Marketing I	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	
Princípios de Gestão / Principles of Management	CS	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Semiótica da Comunicação / Semiotics of Communication	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	
Performance Criativa / Creative Performance	A	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
(7 Items)						

9.3. Novo Plano de estudos - NA - 1º ano / 2º semestre

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

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

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:
1º ano / 2º semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:
1st year / 2nd semester

9.3.3 Novo plano de estudos / New 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)
Gestão de Recursos Humanos II / Human Resources Management II	CS	Semestral / semester	108	TP - 45	4	
Língua Estrangeira II (Inglês ou Francês) / Foreign Language II (English or French)	CLC	Semestral / semester	81	TP - 45	3	
Marketing II / Marketing II	CS	Semestral / semester	135	TP - 60	5	
Metodologia de Pesquisa / Research Methodology	CS	Semestral / semester	135	TP - 60	5	
Oficina das Tecnologias da Informação e Comunicação / Information and Communication Technologies Office	CTIC	Semestral / semester	108	TP - 45	4	
Sistemas e Modelos de Comunicação / Systems and Communication Models	CS	Semestral / semester	135	TP - 60	5	
Técnicas de Expressão em Publicidade e Relações Públicas / Techniques of Expression in Advertising and Public Relations	CLC	Semestral / semester	108	TP - 45	4	

(7 Items)

9.3. Novo Plano de estudos - NA - 2º ano / 1º semestre

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

NA

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

NA

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º ano / 1º semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:

2nd year / 1st semester

9.3.3 Novo plano de estudos / New 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)
Estatística Aplicada / Applied statistics	CEN	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	
Recuperação e Avaliação da Informação / Information Recovery and Evaluation	CS	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Gestão de Marcas / Brand Management	CS	Semestral / Semester	81	TP - 45	3	
Audiovisuais na Publicidade / Advertising Audiovisual	CTIC	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Design I / Design I	A	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Relações Públicas I / Public Relations I	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	
Teoria da Publicidade I / advertising Theory I	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	

(7 Items)

9.3. Novo Plano de estudos - NA - 2º ano / 2º semestre

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

NA

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

NA

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

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:
2nd year / 2nd semester

9.3.3 Novo plano de estudos / New 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 Falada e Processamento da Informação Verbal / Speech Communication and Processing of Verbal Information	CLC	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Teoria da Publicidade II / Advertising Theory II	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	
Design II / Design II	A	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Publicidade e Relações Públicas em Ambiente Digital / Advertising and Public Relations in Digital Environment	CS	Semestral / Semester	81	TP - 45	3	
Psicologia da Comunicação / Psychology of Communication	PSI	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Relações Públicas II / Public Relations II	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	
Semiótica e Semiologia da Publicidade / Semiotics and Semiology of Advertising	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	

(7 Items)

9.3. Novo Plano de estudos - NA - 3º ano / 1º semestre

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

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

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:
3º ano / 1º semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:
3rd year / 1st semester

9.3.3 Novo plano de estudos / New 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)
Atelier Multimédia / Multimedia Atelier	CTIC	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	
Comunicação Estratégica / Strategic Communication	CS	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Empreendedorismo / Entrepreneurship	CS	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Opção / Option	A,CS,CE,CLC,CTIC	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	Optativa/Optional
Pragmática da Comunicação / Pragmatic Communication	CLC	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Programação e Gestão de Eventos / Event Planning and Management	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	

Análise de Mercados e Comportamento do Consumidor / Market Analysis and Consumer Behavior
(7 Items)

CS

Semestral 108
/ Semester

TP - 45

4

9.3. Novo Plano de estudos - NA - 3º ano / 2º semestre

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

NA

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

NA

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

3º ano / 2º semestre

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:

3rd year / 2nd semester

9.3.3 Novo plano de estudos / New 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)
Cultura Visual / Visual Culture	CS	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Estágio / Internship	CS	Semestral / Semester	378	E - 280	14	
Infografia / Infographics	CTIC	Semestral / Semester	108	TP - 45	4	
Oficina de Relações Públicas	CS	Semestral / Semester	81	TP - 45	3	
Projetos e Campanhas Publicitárias	CS	Semestral / Semester	135	TP - 60	5	

(5 Items)

9.4. Fichas de Unidade Curricular

Anexo II - Publicidade e Relações Públicas em Ambiente Digital

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Publicidade e Relações Públicas em Ambiente Digital

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

Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto - 0 horas

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

Sara Cristina dos Santos - 45 horas

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

A unidade curricular visa capacitar os alunos para uma atuação em publicidade e relações públicas em ambiente digital, assim como também produzir estratégias e projetos neste domínio tão importante na atualidade. Esta unidade tem como principais objetivos: (1) permitir que os alunos compreendam a distinção entre meios de comunicação offline e online assim como o comportamento do novo consumidor social e a evolução das gerações; (2) dotar os alunos de conhecimentos e competências para a utilização eficaz das redes sociais enquanto estratégia das empresas/marcas; (3) facultar conhecimentos teóricos e práticos de criação de campanhas online, gestão e planeamento de meios, criação e análise de relatórios. (4) permitir que os alunos sejam capazes de construir um plano de comunicação digital, identificando as melhores práticas de otimização de motores de busca (seo) e desenvolvendo conteúdos textuais e visuais de acordo com os diversos formatos (sites, newsletters).

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The curricular unit aims to enable students to perform in advertising and public relations in a digital environment, as well as to produce strategies and projects in this field so important today. The main objectives of this unit are: (1) to

enable students to understand the distinction between offline and online media as well as the behavior of the new social consumer and the evolution of the generations; (2) to equip students with knowledge and skills for effective use of social networks as a business / brand strategy; (3) to provide theoretical and practical knowledge of online campaign creation, media management and planning, report creation and analysis. (4) to enable students to be able to build a digital communication plan, identifying the best search engine optimization (SEO) practices and developing textual and visual content according to different formats (websites, newsletters).

9.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução às Relações Públicas e Publicidade online

Meios de Comunicação Offline vs Online

Os conceitos de Relações Públicas Digitais e Publicidade Online

Tipos de negócios online

Evolução das Gerações

O consumidor online

2. Relações Públicas e Estratégia nas Redes Sociais

Redes sociais: conceito e utilização

Diferenças entre Redes Sociais

Planeamento estratégico nas diferentes redes sociais: Facebook, LinkedIn, Instagram e Youtube.

Anúncios no Facebook e no Instagram: segmentação, criação de audiências personalizadas, retargeting, criação de anúncios, localização e otimização de campanhas.

3. Publicidade Online

Criação de conta no Google Adwords

Classificação de anúncios e índice de qualidade

Segmentação e palavras-chave

Otimização de campanhas

4. RP e Meios Digitais

Criação de conteúdos em plataformas digitais – Copywriting

Search Engine Optimization (SEO)

Campanhas de E-mail Marketing e Newsletters

Plano de Comunicação digital

9.4.5. Syllabus:

1. Introduction to Public Relations and Online Advertising

Offline vs. Online Media

The concepts of Digital Public Relations and Online Advertising

Types of online businesses

Evolution of Generations

The online consumer

2. Public Relations and Strategy in Social Networks

Social networks: concept and use

Differences Between Social Networks

Strategic planning in different social networks: Facebook, LinkedIn, Instagram and Youtube.

Ads on Facebook and Instagram: targeting, creating custom audiences, retargeting, creating ads, locating, and optimizing campaigns.

3. Online Advertising

Account creation in Google Adwords

Ad Rank and Quality Score

Targeting and keywords

Campaign Optimization

4. PR and Digital Media

Content Creation on Digital Platforms - Copywriting

Search Engine Optimization (SEO)

E-mail Marketing Campaigns and Newsletters

Digital Communication Plan

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

Os conteúdos programáticos são elaborados numa lógica de articulação permanente e atual entre os conceitos de Publicidade e Relações Públicas e a sua aplicabilidade num mundo cada vez mais digital. Os futuros profissionais de publicidade e relações públicas ao entrar no mercado de trabalho irão assumir variadas vertentes de atuação exploradas nesta unidade curricular: planeamento, estratégia, gestão de campanhas online, gestão e planeamento de meios online, gestão de comunidades e de redes sociais, entre outros.

Valoriza-se a capacidade para consolidar conhecimentos práticos que permitam a cada aluno adquirir conhecimentos suportado num percurso sobre a evolução da estratégia de relações públicas e publicidade para a sua componente digital, complementando com conhecimento adquiridos noutras unidades curriculares como “Design”, “Audiovisuais na Publicidade” e “Comunicação Estratégica”.

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

The programmatic contents are elaborated in a logic of permanent and current articulation between the concepts of Advertising and Public Relations and its applicability in an increasingly digital world. The future of professionals of advertising and public relations, when entering the labor market, will assume diverse aspects of action explored in this curricular unit: planning, strategy, management of online campaigns, management and planning of online means, management of communities and of social networks, between others.

The ability to consolidate practical knowledge that allows each student to acquire knowledge supported in a course on the evolution of public relations and publicity strategy for its digital component, complementing with knowledge acquired in other curricular units such as "Design", "Audiovisuals in Advertising "and" Strategic Communication ".

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino assenta na lecionação de aulas teórico-práticas. Serão utilizados métodos e técnicas diversificados tendo em vista conseguir uma correta apreensão dos conteúdos programáticos por parte dos alunos. Procura-se o equilíbrio entre a informação teórica, a componente prática e a participação crítica.

A avaliação será baseada na realização de:

a) Trabalho de grupo sobre temática a definir pela Docente (ponderação: 30%), e respetiva apresentação e defesa oral em grupo (ponderação: 20%).

b) Prova escrita individual (ponderação: 50%).

Em época de exame normal, de melhoria e de recurso, a metodologia de avaliação consistirá na realização de uma prova escrita (100%).

Esta metodologia de avaliação é igualmente válida para os alunos com estatuto de trabalhador-estudante.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodology of teaching is based on lecturing theoretical-practical classes. Diverse methods and techniques will be used in order to obtain a correct apprehension of the programmatic contents by the students. The balance between theoretical information, the practical component and critical participation is sought.

The evaluation will be based on the realization of:

a) Group work on the subject to be defined by the teacher (weighting: 30%), and respective presentation and oral defense in group (weighting: 20%).

b) Individual written test (weighting: 50%).

At the time of normal examination, improvement and recourse, the evaluation methodology will consist of a written test (100%).

This assessment methodology is equally 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.

Os métodos a utilizar para uma correta apreensão dos conteúdos programáticos são coerentes com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. A metodologia assentará na lecionação de aulas teórico-práticas, sendo utilizados métodos diversificados. Serão utilizados casos

práticos relativos à Publicidade e Relações Públicas nos ambientes online, implicando o profundo envolvimento dos alunos. Esta metodologia permite relacionar

os conteúdos teóricos com as práticas, possibilitando aos alunos a aquisição de um pensamento estratégico, crítico, criativo, proativo e inovador. A metodologia de avaliação consiste na realização de vários trabalhos complementares de índole prática, e na

realização de uma prova escrita. Pretende-se com esta metodologia dotar o aluno de competências para poder planear, definir uma estratégia, gerir campanhas online, gerir e planear meios online, gerir comunidades e redes sociais.

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

The methods to be used for a correct apprehension of the programmatic contents are coherent with the curricular unit learning objectives. The methodology will be based on the lecturing of theoretical-practical classes, using diverse methods. Practical cases will be used in the online environments, implying the deep involvement of the students. This methodology allows a relationship between

the theoretical contents with the practices, enabling students to acquire strategic, critical, creative, proactive and innovative thinking. The evaluation methodology consists in the accomplishment of several complementary works of a practical nature, and in the

written test. The goal of this methodology is to provide students with the skills to plan, define a strategy, manage online campaigns, manage and plan online media, manage communities and social networks.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Afonso, C., Monteiro, D., Amaral, I., Neto, J., Remondes, J. (2016). Marketing Digital & E-commerce. Viseu: Psicossoma

Ascensão, C. (2011). Google Marketing. Lisboa: Edições Sílabo.

Carames, P. (2013). Como ter sucesso no LinkedIn. Lisboa: Pactor

Carrera, F. (2012). Comunicar 2.0. Lisboa: Edições Sílabo

Coutinho, V. (2014). The social Book. Lisboa: Actual Editora

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. (2015). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Nova Jersey: Pearson

George, D (2005). The ABC of SEO: Search Engine Optimization Strategies. Carolina do Norte: Lulu Press

Gun, M., Queiroz, B. (2008). Estratégias de E-mail Marketing. Rio de Janeiro: Brasport.

Larossa, L. (2018). Facebook para Negócios. Lisboa: Chiado Editora

Marques, V. (2016). Redes Sociais 360 – Como comunicar online. Lisboa: Actual Editora
Padamo, C., Oliveira, E., Gonçalves, G., Caetano, J., Andrade, J. G., Quintela, J., Reis, J. R., Soares, J. V., Ferrari, M. A.,

9.5. Fichas curriculares de docente

Anexo III

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

<sem resposta>

9.5.2. Ficha curricular de docente:

<sem resposta>