



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

Comunicação Aplicada

Ano letivo 2022-23
12/12/2023

Identificação	3
Estrutura Curricular	3
Plano de Estudos	3
Ligações Externas no Apoio à Docência	6
Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço	7
Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes	8
Informações adicionais	9
Corpo Docente	9
Índice de envelhecimento do corpo docente	10
Estudantes	11
Informação Adicional Sobre os Estudantes	11
Procura	12
Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura	13
Sucesso Académico	14
Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso	15
Abandono Escolar	16
Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono	17
Internacionalização dos Estudantes	17
Internacionalização dos Docentes	18
Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização	18
Empregabilidade	18
Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso	21
Satisfação	22
Apreciação Global dos Resultados da Satisfação	23
Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares	23
Análise Crítica do Funcionamento do Curso	24
Melhoria	24
Observações	26

Identificação

diretor de curso:	[2296] Sónia De Almeida Ferreira
regime de funcionamento:	Misto
grau/diploma:	Mestre
departamento:	-
unidade orgânica:	[3181] Escola Superior de Educação de Viseu

Estrutura Curricular

ÁREA CIENTÍFICA/ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO	ECTS	
Área de Especialização Comunicação Estratégica	Obrigatórios	Opcionais
Ciências da Comunicação	120	0
Área de Especialização Multimédia Interativo	Obrigatórios	Opcionais
Ciências da Comunicação	120	0
Área de Especialização Comunicação Audiovisual	Obrigatórios	Opcionais
Ciências da Comunicação	120	0
Total	120	

Plano de Estudos

NOME DA UNIDADE CURRICULAR:	ANO / SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	HORAS DE TRABALHO	HORAS DE CONTACTO	ECTS	OBSERVAÇÕES
Cenários Emergentes em Comunicação	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Comunicação e Espaço Público	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Cultura Digital	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Inovação e Criatividade em Eventos	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Métodos Avançados em Estudos de Comunicação	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Agências e Produção Publicitária	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Comunicação Publicitária no Meio Digital	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Ética e Deontologia	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Gestão de Conteúdos Online	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Inovação e Empreendedorismo	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Estratégica

Projeto/Estágio	2º Ano / Anual	Ciências da Comunicação	Anual	1215:00	0240:00	45	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Seminário	2º Ano / Anual	Ciências da Comunicação	Anual	0405:00	0080:00	15	Área de Especialização Comunicação Estratégica
Área de Especialização Multimédia Interativo							
Comunicação e Espaço Público	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Cultura Digital	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Design de Interação para Novos Media	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Laboratório de Media Digitais Interativos	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Métodos Avançados em Estudos de Comunicação	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Comunicação e Multimedia	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Ética e Deontologia	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Inovação e Empreendedorismo	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Laboratório de Aplicações Web e Mobile	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Narrativas Transmedia	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Multimédia Interativo
Projeto/Estágio	2º Ano / Anual	Ciências da Comunicação	Anual	1215:00	0240:00	45	Área de Especialização Multimédia Interativo
Seminário	2º Ano / Anual	Ciências da Comunicação	Anual	0405:00	0080:00	15	Área de Especialização Multimédia Interativo
Área de Especialização Comunicação Audiovisual							
Comunicação e Espaço Público	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Cultura Digital	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Estudos Cinematográficos	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Métodos Avançados em Estudos de Comunicação	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Som para o Audiovisual	1º Ano / 1º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Audiovisual para os Novos Media	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Comunicação Audiovisual Aplicada	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual

Documentário Interativo	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Ética e Deontologia	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Inovação e Empreendedorismo	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Comunicação	Semestral	0162:00	0030:00	6	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Projeto/Estágio	2º Ano / Anual	Ciências da Comunicação	Anual	1215:00	0240:00	45	Área de Especialização Comunicação Audiovisual
Seminário	2º Ano / Anual	Ciências da Comunicação	Anual	0405:00	0080:00	15	Área de Especialização Comunicação Audiovisual

Ligações Externas no Apoio à Docência

Participação no GOMAC - Global Online Marketing Academic Challenge, com uma equipa a alcançar a fase final do concurso internacional.

Participação do aluno André Afonso no ADCE HIGH POTENTIALS - The Unique European Young Talent event.

Organização do evento "The Future T: Talk and Think about trends - II Edição", em parceria com a AIRV - Associação Industrial da Região de Viseu no âmbito da UC Cenários Emergentes em Comunicação. Contou com a presença de Bruno Batista, do Grupo de Comunicação GCI, Luís Rasquilha, da Inova Business School do Brasil, e Margarida Silva, diretora de Marketing da FNAC Portugal. Os alunos também participaram da organização e apresentaram as suas investigações sobre tendências ao público.

Webinar com Luís Martins "Novas Realidades da Comunicação: Realidade Virtual e Aumentada como tecnologias imersivas - Comportamento Digital no Ambiente Digital", e Sónia Araújo, da Smart Selection, com a apresentação "Smart Homes", no âmbito da UC Cenários Emergentes em Comunicação.

Webinar com o Eng. Alberto Varela, co-fundador e managing director da empresa Triple Watt, no âmbito da UC Inovação e Empreendedorismo.

Webinar com o Professor António Mário da Silva Rodrigues, da Escola Superior de Tecnologia de Viseu, no âmbito da UC Inovação e Empreendedorismo.

Aula de campo, no âmbito da UC Cenários Emergentes em Comunicação, realizada no Fórum Viseu para aplicar o Coolhunting, com base na recolha de dados e análise de implementação de tendências no ambiente retalho. Registo fotográfico, de projeção e recolha de dados sobre a comunicação.

Criação de uma parceria com a Clínica Vale Besteiros, para o desenvolvimento do planeamento estratégico de comunicação digital, no âmbito da UC Gestão de Conteúdos Online.

Aula com professora Miglè Eleonora Cernikovaite (programa Erasmus+ formação docente), Professora Associada da Faculty of Communication, Lituânia, sobre o tema Digital Culture, no âmbito da UC Gestão de Conteúdos Online.

Participação dos alunos em aula aberta com orador convidado, Cila Correia, sobre o tema "Marketing digital, importante ou determinante", no âmbito da UC Gestão de Conteúdos Online.

Outras ligações externas funcionais utilizadas:

Agência Nacional de Inovação (<http://ani.pt>)
Empreendedorismo.pt | Portal do empreendedor (<http://empreendedorismo.pt/>)
Fundação Francisco Manuel dos Santos (<http://www.ffms.pt/>)
Instituto Nacional de Estatística (<http://ine.pt>)
Portugal Empreendedor (<http://www.portugalempreendedor.com/>)

Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço

DST Center, SA Critec, Lda

Fnac Portugal

Grupo Impresa

Red Ocean

Trigo Limpo

Teatro ACERT

Celeuma - Creative Agency

Câmara Municipal de Vouzela

Câmara Municipal de Sátão

Felping Tecnologia e Sistemas, Lda.

Associação de Futebol de Viseu

MixLife

Continental Advanced

Antenna Portugal

Deta - Agência de Comunicação

Rádio Renascença

Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes

Os trabalhos finais estão disponíveis em <http://bibliotecas.esev.ipv.pt/index.php/dissertacoes>

Desenvolvimento do projeto de investigação "ForestFM - Youth engagement in wildfire preparedness through participatory radio", pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, com participação da aluna do mestrado Raquel Torres Guerra enquanto bolseira de investigação e co-autora de artigos científicos. GRANT NUMBER: PCIF/AGT/0087/2019 | CienciaVítae: 0F19-38EC-CEEO

Desenvolvimento do projeto de Investigação "STORYTur - O uso do storytelling em vídeos promocionais turísticos", pelo Centro de Investigação em Serviços Digitais do Instituto Politécnico de Viseu, com integração de uma aluna do mestrado, Maria de Almeida Vasconcelos, enquanto bolseira de investigação e co-autora de artigos científicos. GRANT NUMBER: PIDI/CISeD/002/2022 | CiencialD: B81A-7946-D225

Desenvolvimento de white papers e papers no âmbito das UC Cenários Emergentes em Comunicação e Cultura Digital.

Criação de um podcast sobre tendências analisadas no âmbito da UC Cenários Emergentes em Comunicação, publicados no Spotify em <https://open.spotify.com/show/5hXNX18S5eksntx7QqD577?si=d1c791a82e5240c7>

Os seguintes alunos participaram no evento "Dias de Comunicação Aplicada", decorrido nos dias 31 de maio e 1 de junho de 2023, com a exposição e apresentação de pósteres científicos:

- Ana Fernandes - orientada por Miguel Midões - A estratégia da informação na rádio em Portugal: um estudo de caso comparativo entre a emissora de serviço público Antena 1 e a Rádio Renascença
- Ana Rodrigues - orientada por Paulo Silva - Portuguese Born-on-the-Net brand's strategy on Instagram
- Beatriz Saraiva - orientada por Paulo Silva - O papel da comunicação sustentável no distanciamento da reputação fast fashion por parte de uma marca: estudo de caso Zara
- Maria Vasconcelos - orientada por Sara Santos e Sónia Ferreira - The influence of User-Generated content on tourism organizations: the case of Portuguese Center Region
- Margarida Lopes - orientada por Sara Santos e Paulo Silva - O papel da responsabilidade social no envolvimento nas redes sociais e brand attachment das marcas de moda - Estudo de caso da geração Z
- Joana Leitão - orientada por Sara Santos e Belmiro Rego - A confiança e valor da marca no envolvimento do consumidor com as marcas de telecomunicações no Facebook
- Sara Pais - orientada por Sara Santos e Belmiro Rego - Instagram's influence on eating habits
- Michaela Costa - orientada por Sónia Ferreira e Belmiro Rego - O impacto da comunicação digital nas empresas: estudo de caso da empresa DETA
- Raquel Guerra - orientada por Miguel Midões e Filipa Pereira - O papel da educação para os media nas escolas como estratégia para fomentar a literacia mediática
- Daniel Cardoso - orientada por Teresa Gouveia - *BIG DATA*: oportunidades e desafios para o storytelling
- Ana Filipa Costa - orientada por Teresa Gouveia - Comunicação no Instagram em tempos de pandemia: análise do perfil de uma influenciadora digital portuguesa
- Tiago Pestana - orientado por Salomé Morais - Estudo sobre o acesso e o consumo de conteúdos online durante os períodos de confinamento em Portugal: o caso dos estudantes de uma instituição portuguesa de ensino superior
- Daniela Esteves - orientada por Salomé Morais - Social media e digital influencers on Instagram: a case study
- Telma Pereira - orientada por Salomé Morais - O uso do instagram enquanto ferramenta de aprovação e validação social: um estudo com estudantes do ensino superior
- Jaqueline Santana - orientada por Juliana Lobo e Filipa Pereira - Teologia coaching e teologia da prosperidade no Tik Tok
- Ana Lopes - orientada por Ana Mafalda Matias - Comunicar saúde em tempo de pandemia: a estratégia da DGS nas redes sociais Facebook e Instagram
- Cláudia Teixeira - orientada por Ana Mafalda Matias e Julien Diogo - O papel do marketing territorial na promoção de um destino turístico: o caso das Termas de S. Pedro do Sul
- Vasco Miguel - orientado por Pedro Veiga - A intenção empreendedora em estudantes do ensino superior na área das ciências da comunicação

Informações adicionais

Nada a acrescentar.

Corpo Docente

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU ACADÉMICO	ESPECIALISTA	CARGA LETIVA NO CURSO
Ana Mafalda Santos Portas Matias	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	-	5h
Filipa Rodrigues Ramos Pereira	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Informação e Comunicação	-	2h
Jorge Adolfo de Meneses Marques	Professor Adjunto	Mestrado	Arqueologia	História e Arqueologia	100h
Juliana Campos Lobo	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Jornalismo e Comunicação	-	90h
Julien Diogo	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Ciências Sociais	Marketing	30h
Lúisa Paula Lopes Fernandes Augusto	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Relações Públicas	135h
Maria Teresa Morais de Gouveia Osório Antas de Barros	Professor Coordenador	Doutoramento	Biblioteconomia Y Documentación	-	105h
Miguel Ângelo Rodrigues Midões	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Jornalismo e Reportagem (321)	Jornalismo e Reportagem	2h
Nídia Salomé Nina de Morais	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação	-	15h
Paulo Alexandre Moutinho Barroso	Professor Adjunto	Doutoramento	Filosofia da Linguagem	-	90h
Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Marketing e Publicidade	65h
Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação - Estudos de Jornalismo	-	5h
Sara Cristina Valente dos Santos	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão e Administração	Marketing e Publicidade	30h
Teresa Sofia de Almeida Gouveia	Professor Adjunto	Doutoramento	Tecnologias de Informação e Comunicação	-	21h

	2020/21	2021/22	2022/23
número total de docentes	14	12	14
número total de docentes ETI	10.8	11.8	13.7
número de docentes em tempo integral	8	8	10
número de docentes doutorados em tempo integral	8	8	10
número de professores de carreira	9	8	9
número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	5	5	8
número total de docentes doutorados ETI	9.8	9.8	11.8
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (não doutorados)	0	0.9	0.9
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (incluindo doutorados)	2	3.8	4.8
número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
número total de estudantes	45	59	46

	2020/21	2021/22	2022/23
percentagem de docentes em tempo integral	74.07%	67.80%	72.99%
percentagem de docentes doutorados em tempo integral	74.07%	67.80%	72.99%
percentagem de professores de carreira	64.29%	66.67%	64.29%
percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	46.30%	42.37%	58.39%
percentagem de docentes doutorados	90.74%	83.05%	86.13%
percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional	18.52%	32.20%	35.04%
percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes	6.7	6.0	9.7
rácio estudantes/docentes ETI	4.2	5.0	3.4

Índice de envelhecimento do corpo docente

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	IE	NÚMERO	IE	NÚMERO	IE
Índice de envelhecimento do corpo docente	<30	0	1.500	0	2.000	0	1.250
	>=30 A <40	2		2		4	
	>=40 A <50	9		6		5	
	>=50 A <60	1		4		4	
	>=60	2		0		1	

Estudantes

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por ano curricular	1º Ano	31	68.89%	32	54.24%	19	41.30%
	2º Ano	14	31.11%	27	45.76%	27	58.70%
	3º Ano	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Total	45		59		46	

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por género	Feminino	31	68.89%	38	64.41%	33	71.74%
	Masculino	14	31.11%	21	35.59%	13	28.26%
	Total	45		59		46	

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por idade	<20	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	>=20 A <24	33	73.33%	37	62.71%	26	56.52%
	>=24 A <28	6	13.33%	13	22.03%	12	26.09%
	>=28	6	13.33%	9	15.25%	8	17.39%
	Total	45		59		46	

Informação Adicional Sobre os Estudantes

Nada a acrescentar.

Procura

	2020/21	2021/22	2022/23
número de vagas	30	30	30
número de candidatos	31	38	30
número de colocados	30	30	25
número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez	30	30	23
nota mínima de entrada (CNA)	-	-	-
nota média de entrada (CNA)	-	-	-

Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura

Divulgação do mestrado junto dos alunos dos cursos de licenciatura em Comunicação Social, Publicidade e Relações Públicas e Artes Plásticas e Multimédia da ESEV;

Divulgação do mestrado no site da ESEV (<https://www.esev.ipv.pt/Cursos/apresentacao.aspx?value=36>);

Dinamização de aulas abertas à comunidade;

Dinamização de atividades no âmbito dos Dias do Curso, abertas a toda a comunidade académica;

Participação no evento VRI23 - 1st IPViseu Research & Innovation Summit: <https://ipv.pt/vri23-ipviseu-research-innovation-summit/>;

Apoio à divulgação do curso no âmbito de Feiras Vocacionais;

Divulgação do mestrado nas redes sociais
(<https://www.facebook.com/Mestrado-em-Comunica%C3%A7%C3%A3o-Aplicada-1789377034406093> e
<https://www.instagram.com/mestradocomunicacaoaplicada/>).

Sucesso Académico

	2020/21	2021/22	2022/23
número de diplomados	10	19	2
diplomados em n anos**	10	17	2
diplomados em n+1 anos	0	2	0
diplomados em n+2 anos	0	0	0
diplomados em mais do que n+2 anos	0	0	0

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA
média de estudantes aprovados às unidades curriculares	estudantes inscritos	332		319		229	
	estudantes aprovados	300	0.904	249	0.781	151	0.659
	estudantes avaliados	330	0.909	311	0.801	210	0.719

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
razão entre estudantes avaliados e estudantes não avaliados nas unidades curriculares	estudantes avaliados	330	165	311	38.88	210	11.05
	estudantes não avaliados	2		8		19	

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
percentagem de unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30,00%	unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30,00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	unidades curriculares	12		12		24	

Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso

Incentivo à utilização do horário de atendimento/apoio, quer de forma presencial, quer através do uso de ferramentas de comunicação online;

Promoção, por parte do corpo docente, de feedback construtivo e fomentação da capacidade de pesquisa dos alunos;

Sensibilização para a execução atempada das etapas inerentes ao projeto/estágio e para a assiduidade nas reuniões com os orientadores;

Dinamização do evento "Dias de Comunicação Aplicada" como estratégia de motivação e aplicação de conhecimentos para serem expostos e apresentados publicamente;

Promoção da participação ativa dos estudantes na exploração dos conteúdos programáticos abordados em documentos fornecidos em suporte digital;

Fortalecimento da colaboração com especialistas nacionais e internacionais nos domínios fundamentais do curso como estratégia de partilha de conhecimentos e incremento do sucesso académico, no âmbito da UC Seminário:

- Adriana Oliveira, Professora no ISCAP do Instituto Politécnico do Porto. Tema: O plano de investigação.
- Ricardo Pereira, responsável pelo gabinete de comunicação da Câmara Municipal de Lamego. Tema: Informar em tempos de cólera.
- Pedro Alves, presidente da Viseu Marca e coordenador nacional autárquico do Partido Social Democrata. Tema: Marketing e Comunicação Política: onde pára o eleitor?
- Luís Nuno Martinho, Secretário Executivo da Comunidade Intermunicipal Viseu Dão Lafões.
- Tiago Almeida Nogueira, Co-coordenador do Programa Executivo em Marketing Digital e E-business da Universidade do Minho. Tema: 4 Erros Fundamentais na internacionalização de um projeto de E-commerce.
- Pankaj Parshotam, Chief Marketing Officer da InnoWave, e Gabriel Freitas, Chief Technology Officer da InnoWave. Tema: Os Impactos da Inteligência artificial: o ChatGPT e o Marketing Digital.
- Francisco Regalado, doutorando e investigador da Universidade de Aveiro, dinamizou o seminário "Gestão de Referências Bibliográficas com Mendeley", que se realizou no dia 12 de janeiro de 2023.
- Cláudia Ortet, doutoranda e investigadora da Universidade de Aveiro, dinamizou o seminário "Desafios e problemas na investigação qualitativa e na recolha de dados", que se realizou no dia 05 de janeiro de 2023.
- Maria João Lopes Antunes, docente e investigadora do Departamento de Investigação e Arte da Universidade de Aveiro, dinamizou o seminário "Exploração dos benefícios da Investigação Qualitativa: Desafios e Oportunidades", que se realizou no dia 02 de março de 2023.
- Pedro Espírito Santo, docente e investigador da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Leiria e da Universidade de Aveiro - Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda, dinamizou o seminário "Introdução à metodologia quantitativa com o SPSS", que se realizou no dia 09 de março de 2023.

Abandono Escolar

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Total	número de abandonos	5	10.87%	16	26.23%	22	44.90%
	número de inscritos	46		61		49	
1º Ano	número de abandonos	2	6.25%	12	35.29%	8	36.36%
	número de inscritos	32		34		22	
2º Ano	número de abandonos	3	21.43%	4	14.81%	14	51.85%
	número de inscritos	14		27		27	
3º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	número de inscritos	0		0		0	
4º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	número de inscritos	0		0		0	

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Motivo Apontado para o Abandono	Doença	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Fatores Económicos	0	0.00%	1	6.25%	0	0.00%
	Incompatibilidade com Horários de Trabalho	0	0.00%	0	0.00%	1	4.55%
	Mudança para um Curso de Outra Instituição de Ensino Superior	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso de Outra Unidade Orgânica do IPV	0	0.00%	1	6.25%	0	0.00%
	Mudança para um Curso na Mesma Unidade Orgânica	0	0.00%	1	6.25%	0	0.00%
	Não Identificação com o Curso	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Outro Motivo	5	80.00%	13	62.50%	21	54.55%

NOTA:

- NÚMERO DE INSCRITOS - Os valores apresentados correspondem ao número de alunos que efetuaram inscrição no início do respetivo ano letivo.
- NÚMERO DE ABANDONOS - Os valores apresentados correspondem ao resultado obtido pela diferença entre o número de alunos que efetuaram inscrição no início do respetivo ano letivo e o número de estudantes que não renovaram a inscrição no ano subsequente, excluindo os diplomados, mais o número de estudantes que formalizaram o processo de abandono no ano letivo em causa.

Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono

Aquando da fase de matrículas da 1ª e da 2ª fases, é enviado um email de boas-vindas com informação sobre calendário escolar, horários, plataformas, procedimento e convite para a sessão de abertura do ano letivo.

Dinamização pela primeira vez os Dias de Comunicação, como forma de integração e desenvolvimento do sentimento de pertença ao curso, assim como como promoção das ligações entre alunos do 1º e 2ºs anos;

Divulgação do apoio prestado pelos Serviços de Ação Social do Instituto Politécnico de Viseu.

Promoção de entregas faseadas de trabalhos das UC ao longo dos respetivos semestres, promovendo o envolvimento e a motivação dos alunos durante a frequência do mestrado e flexibilizando a gestão do tempo aos estudantes com estatuto trabalhador-estudante

Notas:

Os números não refletem os alunos que se encontram a gozar do período de prorrogação de entrega dos projetos final.

Há alunos a optar pela pós-graduação no ramo de especialização (frequência do 1º ano curricular).

Internacionalização dos Estudantes

ESTUDANTES	2020/21		2021/22		2022/23	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Estudantes estrangeiros matriculados	2	4,22	3	5,08	6	13,04
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Recebidos)	0	0	0	0	0	0
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	0	0	0	0	0	0
Número total de estudantes	2	4,44	3	5,08	6	13,04

Internacionalização dos Docentes

DOCENTES	2020/21		2021/22		2022/23	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Docentes estrangeiros incluindo em mobilidade	0	0	0	0	2	14,29
Docentes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	0	0	0	0	3	21,43
Número total de docentes	0	0	0	0	5	35,72

Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização

Incentivo à participação dos docentes e dos alunos em programas de mobilidade.

Divulgação dos períodos de candidatura dos programas de mobilidades através da disciplina da coordenação do curso no moodle.

Atualização dos conteúdos de apresentação do curso na página institucional da ESEV em inglês e em espanhol.

Empregabilidade

	2020/21		2021/22		2022/23	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso	-	-	-	-	1	8.33%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade não relacionado com o curso	-	-	-	-	0	0.00%
Diplomados que responderam ao questionário à satisfação	-	-	-	-	1	8.33%
Diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	-	-	-	-	12	

	2020/21		2021/22		2022/23	
	Média		Média		Média	
Entidades empregadoras que responderam ao questionário à satisfação	-	%	-	%	-	-
Entidades empregadoras a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	-		-		-	

	2020/21	2021/22	2022/23
	MÉDIA	MÉDIA	MÉDIA
Grau de satisfação das entidades empregadoras com os diplomados do curso	-	-	-

Justificação principal para o grau de satisfação atribuído	2020/21	2021/22	2022/23
Competências técnicas face às necessidades da entidade empregadora	-	-	-
Conhecimentos face às necessidades da entidade empregadora	-	-	-
Capacidade de integração no espírito e objetivos da entidade empregadora	-	-	-
Outro	-	-	-

Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso

Partilha, via disciplina de coordenação no moodle, de ofertas de emprego relacionadas com a área.

Mantém-se o incentivo à realização de Estágio no 2.º ano do mestrado, como via para a integração direta no mercado de trabalho.

Satisfação

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	15		27		23	
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	317	4.73%	285	9.47%	202	11.39%
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O ESTÁGIO, DISSERTAÇÃO OU PROJETO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	-		1		2	
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	-	-	34	2.94%	27	7.41%
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	7		-		3	
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NO CURSO	45	15.56%	-	-	46	6.52%

		2020/21	2021/22	2022/23
UNIDADES CURRICULARES	NATUREZA	4.3	4.35	4.59
	IMPLEMENTAÇÃO	4.41	4.27	4.57
	AUTOAVALIAÇÃO	4.27	4.56	4.55

		2020/21	2021/22	2022/23
ESTÁGIO, DISSERTAÇÃO OU PROJETO	NATUREZA	-	0	4
	ASPETOS CIENTÍFICO-PEDAGÓGICOS E ORGANIZACIONAIS	-	0	1
	AVALIAÇÃO E PROMOÇÃO DO SUCESSO	-	0	0
	AUTOAVALIAÇÃO DO ESTUDANTE	-	0	0
	RELAÇÕES INTERPESSOAIS	-	0	0

		2020/21	2021/22	2022/23
CURSO	PERCEÇÃO GLOBAL	3.65	-	5
	AMBIENTE	3.47	-	5

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

Apreciação Global dos Resultados da Satisfação

Embora o número de respondentes seja baixo face ao número total de estudantes inscritos, o que não permite generalizações, a avaliação dos mesmos em relação à natureza, implementação e autoavaliação das UC é muito positiva, assim como a perceção global e o ambiente do curso.

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

		2020/21		2021/22		2022/23	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Taxa de cumprimento do prazo para elaboração dos relatórios de unidade curricular	Relatórios elaborados dentro do prazo	12	100.00%	12	100.00%	11	92.00%
	Número de unidades curriculares	12		12		12	
Taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular	Relatórios validados dentro do prazo	12	100.00%	12	100.00%	11	100.00%
	Relatórios elaborados dentro do prazo	12		12		11	

Análise Crítica do Funcionamento do Curso

O curso de 2.º ciclo em Comunicação Aplicada permanece com uma oferta formativa direcionada para atender às demandas do mercado de trabalho. O objetivo é formar profissionais qualificados na área das ciências da comunicação, cuja abrangência tem integrado três vias de especialização: Comunicação Estratégica, Multimédia Interativo e Comunicação Audiovisual. Apesar da procura limitada pelos ramos de Multimédia Interativo e Comunicação Audiovisual, não suficiente pela abertura individual dos mesmos, o ramo de Comunicação Estratégica mantém o interesse.

O desempenho académico evidencia uma taxa de aprovação elevada nas várias unidades curriculares do 1.º ano, não se traduzindo no número de alunos que concluem o curso no ano de realização do relatório. Esta diferença pode ser explicada pelo uso do período de prorrogação de entrega dos trabalhos finais, sendo que apenas duas alunas entregaram e defenderam em período normal, e pela opção pela pós-graduação na área de especialização.

A atração de alunos internacionais apresenta dados mais positivos face aos períodos anteriores.

As variações nos índices de abandono escolar continuam a ser uma preocupação da coordenação do curso e exigem uma análise cuidadosa e a implementação de estratégias mais eficazes.

É importante enfatizar a diversidade de formação dos alunos que ingressam no mestrado. Acredita-se que as diferentes áreas de formação e experiência profissional dos estudantes proporcionam uma troca enriquecedora e promovem uma aprendizagem abrangente. Além disso, destaca-se a qualidade do corpo docente, composto quase exclusivamente por professores doutorados, bem como por especialistas com sólida experiência no meio empresarial, abrangendo domínios como Comunicação, Publicidade, Neuromarketing, Relações Públicas e Marketing. A simbiose entre estes dois atores, alunos-docentes, permite criar dinâmicas de atuação em contexto curricular e extra-curricular potenciadoras de capital humano.

Por fim, salienta-se que o curso apresenta uma nova estrutura curricular, com especialização em Comunicação Estratégica ou Audiovisual e Multimédia, a entrar em funcionamento no próximo ano letivo. Além disso, está aprovado em regime de Blended-Learning, o que se espera ser uma mais-valia na captação de novos estudantes.

Melhoria

ANO	DESCRIÇÃO	META	INDICADORES	RESULTADOS	
				INDICADORES	VERIFICAÇÃO DA EFICÁCIA
Proposta em 2020-21 Monitorização até 2024-25	Implementação de práticas pedagógicas que permitam a melhoria dos resultados académicos	Melhorar os resultados académicos em 20%	Média de estudantes aprovados às unidades curriculares	No ano letivo 22-23 a média de alunos aprovados às unidades curriculares foi de 15%	Meta parcialmente atingida, com prazo ainda a decorrer

Proposta em 2020-21 Monitorização até 2026-27	Aumentar as parcerias com entidades nacionais e internacionais para Estágios	Aumentar o número de protocolos de Estágio	Envolver pelo menos 1 aluno por ano letivo em Estágio	Número de parcerias estabelecidas aumentou: Realização do protocolo com a DETA Empresa de Comunicação em 21-22 Realização do protocolo com a Antena 1 - RTP Rádio Porto em 21-22 Realização do protocolo com a Rádio Ranancença em 22-23	Meta atingida, prazo ainda a decorrer
2021-22 Monitorização até 2024-25	Fortalecimento da colaboração com especialistas nacionais e internacionais nos domínios fundamentais do curso	Aumentar o número de colaborações com especialistas	Concretização de, no mínimo, de seis colaborações com especialistas nacionais e internacionais	Número de especialistas convidados aumentou: Participação de 15 especialistas, no mínimo, no âmbito da UC Seminário Participação de 5 especialistas no âmbito de unidades curriculares	Meta atingida, prazo ainda a decorrer
2021-22 Monitorização até 2024-25	Melhoria da comunicação com o exterior	Melhorar a comunicação com o exterior em 20%, no mínimo	Destques na página da ESEV, nas redes sociais, nos canais do IPV	Aumento em 20% do número de publicações de conteúdos na página de Facebook e do Instagram do curso	Meta parcialmente atingida, prazo ainda a decorrer
Novas propostas					
2022-23 Monitorização até 2024-25	Incentivar ao preenchimento dos questionários de satisfação.	Integrar a resposta aos inquéritos nas últimas aulas	Aumentar a participação nos questionários de satisfação em 30%.	-----	-----

2022-23 Monitorização até 2027-28	Preparar o curso para a implementação da modalidade B-Learning	Aumentar o número de unidades curriculares a funcionar em regime B-Learning	Aumentar o número de unidades curriculares a funcionar em regime B-Learning para 50%.	-----	-----
---	--	---	--	-------	-------

Observações

Para além dos 2 diplomados em 2022-23, nove alunos entregaram os projetos finais durante o período de prorrogação e encontram-se a aguardar a marcação das provas públicas.