



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

Publicidade e Relações Públicas

Ano letivo 2023-24
28/01/2025

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	6
Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes	8
Informações adicionais	8
Corpo Docente	8
Índice de envelhecimento do corpo docente	11
Estudantes	11
Informação Adicional Sobre os Estudantes	11
Procura	12
Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura	12
Sucesso Académico	13
Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso	14
Abandono Escolar	15
Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono	16
Internacionalização dos Estudantes	16
Internacionalização dos Docentes	17
Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização	17
Empregabilidade	17
Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso	20
Satisfação	21
Apreciação Global dos Resultados da Satisfação	21
Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares	22
Análise Crítica do Funcionamento do Curso	23
Melhoria	23
Observações	26

Identificação

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

Estrutura Curricular

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

Plano de Estudos

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

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

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

Op. Relações Públicas em Ambiente Digital	3º Ano / 2º Semestre	Comunicação Corporativa	Semestral	0108:00	0045:00	4	Optativa: Opção;
---	----------------------	-------------------------	-----------	---------	---------	---	------------------

Ligações Externas no Apoio à Docência

De acordo com os relatórios das unidades curriculares (UC) no ano letivo 2023/2024 foram promovidas várias iniciativas que possibilitaram ligações externas de apoio à docência em várias unidades curriculares do curso, tendo proporcionado momentos de apresentações, partilha e discussão de temas e assuntos de interesse, relacionados com os conteúdos lecionados nas UC, gerando boas aprendizagens para os e as estudantes. São de referir as ligações externas/atividades no âmbito das seguintes UC:

Na UC Campanhas Publicitárias e Planeamento de Meios, é de referir a participação na iniciativa "Brief Aberto" do CCP - Clube da Criatividade de Portugal que envolveu o desenvolvimento de campanhas de publicidade pelos alunos, a partir de um briefing fornecido.

Na UC de Comunicação e Gestão de Reputação Institucional foram organizados seminários temáticos: Envolvimento dos públicos internos e ações de *team building*, com André Teixeira, da Value Concept, no dia 26 de março; Comunicação digital na gestão da reputação, com Sónia Borges, da RedOcean, no dia 22 de abril; Gestão de Crise e Gestão da Reputação, com Miguel Vaz Duarte, Digital Marketing & Consumer Behaviour | Communication Consultant: 13 de maio e Tendências na Gestão da Reputação, com Miguel Couto, Assistente de Direção Montebelo Hotels & Resorts, no dia 21 de maio.

Nas UC de Relações Públicas, de Comunicação e Gestão da Reputação Institucional, de Gestão de Marcas e Laboratório de Publicidade foram desenvolvidos trabalhos de grupo em parceria com três entidades externas: Clínica Vale Besteiros, Clínica Baccari, Associação Grão Vasco, tendo em vista o desenvolvimento de trabalhos no âmbito dos conteúdos das UC.

Na UC Relações Públicas foi realizada uma visita de estudo à Clínica Vale Besteiros.

No âmbito da UC de Comunicação e Gestão da Reputação Institucional foi realizada uma visita de estudo à agência LOBA, Business to Experience (Oliveira de Frades) no 20 de maio.

Nas UC de Teoria da Publicidade e Laboratório de Publicidade os alunos realizaram trabalhos práticos (em grupo) de criação de campanhas publicitárias para diversas organizações, em contexto real de mercado.

Na UC Programação e Gestão de Eventos foi organizado o evento "PRP Summit" em que foram convidados a participar profissionais e especialistas do Clube da Criatividade de Portugal e da empresa Essência Completa.

Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço

No ano letivo 2023/2024 os estudantes estagiaram em diferentes entidades:

ADIV-Associação para o Desenvolvimento e Investigação de Viseu

Alta Comunicação, Lda

AMDSFE- Associação de Municípios do Douro Superior de Fins Específicos

Apronet, Unipessoal, Lda

Artefícios, Lda

Associação de Futebol de Viseu

Associação Portuguesa de Árbitros de Futebol
BrandTellers
Bydas
Caetsu
Câmara Municipal de Sever do Vouga
Câmara Municipal de Viseu
Câmara Municipal Felgueiras
Câmara Municipal Mangualde
Câmara Municipal Marco de Canaveses
Câmara Municipal Moimenta da Beira
Câmara Municipal Oliveira de Frades
Câmara Municipal Penedono
Câmara Municipal Vouzela
Celeuma
Coelho & Dias, Lda
Comissão Vitivinícola Regional do Dão
Diligentshield, LDA - Full House Partners
DynamikFloat - Tecnologias & Comunicação, Lda
Escola de Condução Conduir
Euroamenos (Arsénio Miranda, Unipessoal, Lda.)
Feito Num Oito
Formiginquieta (Callima Design)
Freguesia de Viseu
Gomes & Canoso, Lda
Instituto dos Vinhos do Douro e Porto
Instituto Politécnico de Viseu
Marinha Portuguesa
Marketing Lovers (Amiúde Soc.Unipessoal, Lda)
Meio Trevo (Penguin Ballon, Lda.)
Mojobrand's Lifestyle, Lda.
Mpix, Lda

Onne - Consultoria e Comunicação

Permedia

Plenimagem

ProViseu - Associação para a Promoção de Viseu e Região

Rádio RCI

Red Ocean

Ser & Parecer

StudioBox

TERA Studio

TwoPlay+

Vale Besteiros Saúde

Viseu Marca

Yunik

Zenki - Comunicação Integrada Lda.

Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes

No âmbito da atividade Mostra PRP, enquadrada na realização do PRP Summit?24, os alunos desenvolveram posters científicos com apoio dos docentes relativos aos trabalhos desenvolvidos em várias Unidades curriculares. Os Posters estiveram expostos no dia do PRP Summit?24.

Informações adicionais

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	-	250h
Ana Maria Marques Costa Pereira Lopes	Professor Coordenador	Doutoramento	Letras - Estudos Americanos (História, Literatura e Cultura)	-	135h
André Samuel Oliveira Gama Nunes Barbosa	Professor Adjunto Convocado	Mestrado	Áudio-visuais e produção dos media (213)	Audiovisuais e Produção dos Media	132h

Andrea Couceiro dos Santos	Professor Adjunto Convitado	Licenciatura	Design	Audiovisuais e Produção dos Media	60h
Carlos Alberto Carvalho Lopes	Assistente Convitado	Mestrado	Marketing e Comunicação	-	105h
Cátia Clara Ávila Magalhães	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências Sociais	-	90h
CLOTILDE MARIA PAULINO PASSOS	Assistente Convitado	Doutoramento	Gestão e Administração	-	240h
David Manuel Duarte Oliveira	Professor Adjunto Convitado	Doutoramento	Multimédia em Educação	-	112.5h
Dulce Helena Morgado Raimundo Melão	Professor Adjunto	Doutoramento	Educação	-	90h
Edmilson Forte Miranda Júnior	Assistente Convitado	Mestrado	Ciências da Comunicação	-	120h
Eduardo Filipe Lourenço Guerreiro	Assistente Convitado	Mestrado	Tecnologias de Informação e Comunicação	-	195h
Filipa Rodrigues Ramos Pereira	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Informação e Comunicação	-	90h
Helena Margarida dos Santos Vasconcelos Gomes	Professor Adjunto	Doutoramento	Matemática	-	120h
Ivan José d'Almeida Terra	Professor Adjunto Convitado	Mestrado	Multimédia	Audiovisuais e Produção dos Media	58.9h
Juliana Campos Lobo	Professor Adjunto Convitado	Doutoramento	Jornalismo e Comunicação	-	150h
Julien Diogo	Professor Adjunto Convitado	Mestrado	Ciências Sociais	Marketing	281h
Leandro Ricardo Nogueira Cavadas	Professor Adjunto	Doutoramento	Educação	-	135h
Liliana Andrade de Matos Castilho	Professor Adjunto	Doutoramento	História de Arte	-	180h
Luís Nuno Figueiredo e Sousa	Professor Coordenador	Doutoramento	Sociologia	-	150h
Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Relações Públicas	260h
Maria Teresa Morais de Gouveia Osório Antas de Barros	Professor Coordenador	Doutoramento	Biblioteconomia Y Documentación	-	110h
Nídia Salomé Nina de Morais	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação	-	2h
Paulo Alexandre Moutinho Barroso	Professor Adjunto	Doutoramento	Filosofia da Linguagem	-	270h
Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Marketing e publicidade	301.5h
Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação - Estudos de Jornalismo	-	120h
Raquel Grilo de Oliveira Fernandes	Assistente Convitado	Mestrado	Línguas e Literaturas Modernas / Estudos Portugueses	-	45h
Sara Cristiana Figueiredo Martins	Assistente Convitado	Mestrado	Design	-	87.5h

Sara Cristina Valente dos Santos	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão e Administração	Marketing e publicidade	310h
Sónia de Almeida Ferreira	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação	-	92h
Teresa Sofia de Almeida Gouveia	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação	-	8h
Véronique Delplancq	Professor Coordenador	Doutoramento	Linguas e Literaturas Romanicas	-	135h

	2021/22	2022/23	2023/24
número total de docentes	37	36	31
número total de docentes ETI	31.6	31.7	27
número de docentes em tempo integral	20	20	19
número de docentes doutorados em tempo integral	19	19	19
número de professores de carreira	20	20	18
número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	15	19	18
número total de docentes doutorados ETI	25.6	25	21.3
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (não doutorados)	0	0	0
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (incluindo doutorados)	7.6	7.9	6.3
número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
número total de estudantes	228	222	219

	2021/22	2022/23	2023/24
percentagem de docentes em tempo integral	63.29%	63.09%	70.37%
percentagem de docentes doutorados em tempo integral	60.13%	59.94%	70.37%
percentagem de professores de carreira	54.05%	55.56%	58.06%
percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	47.47%	59.94%	66.67%
percentagem de docentes doutorados	81.01%	78.86%	78.89%
percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional	24.05%	24.92%	23.33%
percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes	3.5	3.6	3.5
rácio estudantes/docentes ETI	7.2	7.0	8.1

Índice de envelhecimento do corpo docente

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	IE	NÚMERO	IE	NÚMERO	IE
Índice de envelhecimento do corpo docente	<30	0	1.000	0	0.900	0	1.143
	>=30 A <40	9		10		7	
	>=40 A <50	19		17		16	
	>=50 A <60	8		7		6	
	>=60	1		2		2	

Estudantes

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por ano curricular	1º Ano	88	38.60%	85	38.29%	79	36.07%
	2º Ano	70	30.70%	73	32.88%	71	32.42%
	3º Ano	70	30.70%	64	28.83%	69	31.51%
	Total	228		222		219	

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por género	Feminino	148	64.91%	146	65.77%	137	62.56%
	Masculino	80	35.09%	76	34.23%	82	37.44%
	Total	228		222		219	

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por idade	<20	98	42.98%	98	44.14%	111	50.68%
	>=20 A <24	110	48.25%	108	48.65%	92	42.01%
	>=24 A <28	11	4.82%	10	4.50%	9	4.11%
	>=28	9	3.95%	6	2.70%	7	3.20%
	Total	228		222		219	

Informação Adicional Sobre os Estudantes

Procura

	2021/22	2022/23	2023/24
número de vagas	83	81	70
número de candidatos	285	461	409
número de colocados	74	98	88
número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez	63	76	67
nota mínima de entrada (CNA)	115,6	130,20	132
nota média de entrada (CNA)	125,5	131,4	134,4

Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura

No ano letivo 2023/2024, o curso registou uma elevada procura, o que se refletiu no aumento da média de entrada. A divulgação do curso de Publicidade e Relações Públicas passou pela disseminação de informação no website da ESEV e do IPV e em outros meios de divulgação da oferta formativa do Instituto Politécnico de Viseu, nomeadamente nas publicações nas redes sociais, no material impresso e na participação em feiras vocacionais e sessões de divulgação, quer nacionais, quer regionais e locais, organizadas em escolas secundárias e profissionais, entre outras entidades. É de referir também a apresentação da oferta formativa aos alunos das escolas secundárias e profissionais que visitam o IPV no âmbito dos Dias Abertos. As atividades dinamizadas no âmbito do curso, como a organização dos Dias do Curso, o PRP Summit'24, com um programa diversificado direcionado para os alunos do curso e a respetiva divulgação nas redes sociais também contribuiu para o aumento da disseminação de informação sobre o curso. É de referir o convite feito aos agrupamentos e escolas secundárias e profissionais locais para a participação de professores e alunos de cursos relacionadas com a área científica de PRP.

As várias iniciativas desenvolvidas no âmbito das UC do curso com forte ligação externa, à comunidade e ao mundo empresarial, bem como as metodologias de ensino diversificadas nas diferentes UC, referidas nos outros pontos permitem uma aprendizagem diversificada, aumentando o envolvimento e a motivação dos atuais alunos, podendo ser uma fonte de recomendação para potenciais alunos.

Sucesso Académico

	2021/22	2022/23	2023/24
número de diplomados	57	50	56
diplomados em n anos**	52	43	48
diplomados em n+1 anos	4	6	7
diplomados em n+2 anos	0	1	1
diplomados em mais do que n+2 anos	1	0	0

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
média de estudantes aprovados às unidades curriculares	estudantes aprovados	2295		2280		2188	
	estudantes inscritos	2884	0.796	2911	0.783	2823	0.775
	estudantes avaliados	2821	0.814	2749	0.829	2582	0.847

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
razão entre estudantes avaliados e estudantes não avaliados nas unidades curriculares	estudantes avaliados	2821	44.78	2749	16.97	2582	10.71
	estudantes não avaliados	63		162		241	

		2021/22		2022/23		2023/24	
		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	41		41		41	

NOTA:

- Número de estudantes avaliados, independentemente de terem realizado a respetiva avaliação em uma, ou mais, das épocas estabelecidas pela Escola, incluindo a de avaliação contínua e periódica.
- Os estudantes a aguardar entrega de dissertação estão incluídos nos alunos não avaliados e só é feito o levantamento no ano letivo atual.
- No item «unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30%», a taxa de aprovação é o número de estudantes aprovados sobre os avaliados

Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso

No âmbito das UC são de referir as diversas estratégias de combate ao insucesso: atualizações de conteúdos e bibliografia inerentes à leção das UC; utilização de metodologias pedagógico-didáticas que privilegiam a interação frequente e estimulam o trabalho individual e em grupo; atribuição de mais componente de trabalho autónomo e prático por parte dos alunos; elaboração de enunciados de exercícios que contemplam temas ajustados ao domínio científico do curso; acompanhamento pedagógico personalizado, com tutoria ativa em sala de aula, respondendo às solicitações dos alunos; aumento do número de trabalhos e exercícios práticos em contexto de aula; apoio permanente das propostas de atividades realizadas; aprendizagem baseada em problemas, estudo de casos reais, trabalhos de simulação empresarial em contexto de aula; promoção de momentos de discussão, questionamento e reflexão com os pares e docentes; uso do Moodle e ferramentas interativas, recorrendo à gamificação; avaliação contínua com vários elementos de avaliação ao longo do semestre; entrega dos trabalhos faseada ao longo do semestre, promovendo o envolvimento dos alunos durante todo o semestre; vários momentos/ elementos de avaliação e disponibilização de tempo na aula para o desenvolvimento dos trabalhos. Incentivo à participação nas horas de apoio dos docentes, de forma presencial e/ou online.

Abandono Escolar

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Total	número de abandonos	30	12.93%	30	12.93%	30	13.39%
	número de inscritos	232		232		224	
1º Ano	número de abandonos	21	23.08%	20	21.51%	20	24.10%
	número de inscritos	91		93		83	
2º Ano	número de abandonos	6	8.45%	7	9.33%	7	9.72%
	número de inscritos	71		75		72	
3º Ano	número de abandonos	3	4.29%	3	4.69%	3	4.35%
	número de inscritos	70		64		69	
4º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	número de inscritos	0		0		0	

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Motivo Apontado para o Abandono	Doença	0	0.00%	1	3.33%	0	0.00%
	Fatores Económicos	1	3.33%	0	0.00%	0	0.00%
	Incompatibilidade com Horários de Trabalho	0	0.00%	1	3.33%	1	3.33%
	Mudança para um Curso de Outra Instituição de Ensino Superior	1	3.33%	3	10.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso de Outra Unidade Orgânica do IPV	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso na Mesma Unidade Orgânica	0	0.00%	0	0.00%	1	3.33%
	Não Identificação com o Curso	5	16.67%	1	3.33%	2	6.67%
	Outro Motivo	23	6.67%	24	73.33%	26	80.00%

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

Participação dos alunos e docentes do CE nas iniciativas de integração dos estudantes, promovidas pelo Conselho Pedagógico e pela Presidência da ESEV, em articulação com o Programa Mentoria e Associação de Estudantes da ESEV (p. ex., acolhimento dos estudantes do 1.º ano ? 04/10/2023).

Participação do coordenador do CE na monitorização das ?Medidas de prevenção do abandono académico?, no âmbito do Conselho Pedagógico, nas reuniões plenárias.

A coordenação de curso, juntamente com os elementos da comissão de curso (discentes e docentes) e os docentes do curso demonstram uma preocupação com o acompanhamento dos estudantes e promovem um acompanhamento atento e uma comunicação próxima. Sempre que são identificados eventuais problemas e dificuldades que os alunos possam sentir, privilegia-se um acompanhamento individualizado de cada aluno(a). São desenvolvidas iniciativas em várias unidades curriculares (ligação ao contexto empresarial, aulas abertas, visitas de estudo, convite de oradores,...) e no âmbito da realização dos Dias do curso PRP, PRP Summit que permitem uma maior interação e envolvimento dos alunos na vida do curso, contribuindo para uma melhor integração dos estudantes.

Internacionalização dos Estudantes

ESTUDANTES	2021/22		2022/23		2023/24	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Estudantes estrangeiros matriculados	6	2,6	8	3,6	12	5,5
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Recebidos)	5	2,2	3	1,3	2	0,9
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	3	1,3	0	0	4	1,8
Número total de estudantes	228		222		219	

Internacionalização dos Docentes

DOCENTES	2021/22		2022/23		2023/24	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Docentes estrangeiros incluindo em mobilidade	0	0	2	5,5	0	0
Docentes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	2	5,4	1	2,7	2	6,4
Número total de docentes	37		36		31	

Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização

Divulgação do programa Erasmus junto dos alunos, incentivando à frequência de um semestre letivo em instituições de ensino superior estrangeiras com quem temos acordo, bem como à realização de estágio curricular em empresas/organizações estrangeiras.

Empregabilidade

	2021/22		2022/23		2023/24	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso	-	-	1	1.67%	3	2.83%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade não relacionado com o curso	-	-	0	0.00%	1	0.94%
Diplomados que responderam ao questionário à satisfação	-	-	1	1.67%	4	3.77%
Diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	-	-	60	-	106	-

	2021/22		2022/23		2023/24	
	Média		Média		Média	
Entidades empregadoras que responderam ao questionário à satisfação	-		-		-	
Entidades empregadoras a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	-	%	-	%	-	-

	2021/22	2022/23	2023/24
	MÉDIA	MÉDIA	MÉDIA
Grau de satisfação das entidades empregadoras com os diplomados do curso	-	-	-

Justificação principal para o grau de satisfação atribuído	2021/22	2022/23	2023/24
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

São desenvolvidas algumas práticas que permitem dar a conhecer o curso e as competências adquiridas pelos alunos durante o percurso académico à comunidade e a entidades públicas e privadas, podendo contribuir para uma melhor empregabilidade dos estudantes do curso. São de salientar: a realização de trabalhos de pesquisa em várias unidades curriculares em articulação com empresas reais, assim como de trabalhos com aplicabilidade prática em empresas; o incentivo e promoção da colaboração e envolvimento dos alunos em iniciativas e eventos organizados por várias entidades da comunidade; o desenvolvimento de iniciativas em conjunto com entidades externas; a realização de visitas de estudo a empresas, aulas abertas com profissionais de empresas e a realização dos dias do curso, em que são sempre convidados profissionais da área da comunicação, publicidade e relações públicas. A realização dos estágios curriculares facilita o ingresso no mercado de trabalho.

Satisfação

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	378		376		258	
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	2822	13.39%	2853	13.18%	2760	9.35%
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	-		15		13	
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NO CURSO	-	-	222	6.76%	219	5.94%

		2021/22	2022/23	2023/24
UNIDADES CURRICULARES	NATUREZA	4.33	4.24	4.14
	IMPLEMENTAÇÃO	4.4	4.23	4.04
	AUTOAVALIAÇÃO	4.42	4.32	4.09

		2021/22	2022/23	2023/24
CURSO	PERCEÇÃO GLOBAL	-	3.91	4.33
	AMBIENTE	-	4.17	4.52

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

Os resultados permitem perceber que a taxa de resposta aos questionários à satisfação dos estudantes, de uma forma geral, é bastante reduzida, pois apenas 9,35% dos estudantes responderam ao questionário de satisfação das UC e 5,94% responderam ao questionário de satisfação do curso. Os dados indicam que há uma satisfação com a natureza, implementação e autoavaliação no que se refere às unidades curriculares, pois as respostas são de 4,14 (natureza), 4,04 (implementação) e 4,09 (autoavaliação) sendo considerados muito adequados estes parâmetros. No que diz respeito à perceção global e ao ambiente do curso, os dados permitem perceber que os estudantes também consideram estes indicadores muito adequados, pois as respostas estão entre 4,33 (perceção global) e 4,52 (ambiente do curso).

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

		2021/22		2022/23		2023/24	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Taxa de cumprimento do prazo para elaboração dos relatórios de unidade curricular	Relatórios elaborados dentro do prazo	40	98.00%	39	95.00%	36	88.00%
	Número de unidades curriculares	41		41		41	
Taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular	Relatórios validados dentro do prazo	40	100.00%	39	100.00%	21	58.00%
	Relatórios elaborados dentro do prazo	40		39		36	

Análise Crítica do Funcionamento do Curso

No que diz respeito à análise crítica do funcionamento do curso, são de salientar os aspetos positivos e menos positivos. Como aspetos positivos são de referir: a elevada procura, com 409 candidatos para 70 vagas, levando a um aumento da nota mínima para 132 e da nota média de entrada para 134,4; as ligações externas e estreita colaboração do curso com entidades externas, sendo de referir o desenvolvimento do projeto PRP2.C que promove o envolvimento e participação ativa dos alunos com o meio empresarial, promovendo práticas de relacionamento de algumas UC com diferentes entidades externas; a realização de aulas abertas, seminários, *webinars*, contando com académicos e especialistas convidados, bem como a realização de visitas de estudo, que assumem uma grande importância no processo de ensino-aprendizagem.

É de salientar o envolvimento e participação ativa dos alunos na organização do PRP Summit'24. Foi, igualmente, incentivada a participação dos alunos em diversas conferências e atividades ligadas à área científica do curso, assim como a colaboração dos alunos em diversas iniciativas organizadas pela comunidade, designadamente: a sessão distrital do Parlamento Jovem (IPDJ), na FEJI - Feira de Empregabilidade Jovem do Interior, no evento Os Melhores Anos, organizado pelo Grupo Visabeira, entre outras iniciativas que despertam o interesse e geram envolvimento dos alunos. O envolvimento dos estudantes nestas iniciativas são geradoras de boas aprendizagens e constituem fontes de motivação para a frequência do curso, combate ao abandono e contribui fortemente para a atratividade do curso. No âmbito das UC foram elencadas as diversas estratégias de combate ao insucesso. Relativamente à UC Estágio, é de referir que todos os alunos foram colocados em várias entidades públicas e privadas, tendo sido estabelecidos novos protocolos com entidades externas. Importa referir que duas docentes participaram em programas de mobilidade Erasmus, bem como três estudantes saíram em modalidade de estudos e uma estudante em modalidade de estágio. Recebemos duas estudantes da Universidade de Vigo durante todo o ano letivo.

Como principais dificuldades, são de salientar: a baixa taxa de resposta aos questionários, a taxa de abandono escolar que tem vindo a aumentar com 13,39%, de 219 alunos 30 alunos abandonaram o curso, sendo a taxa de abandono maior nos alunos do 1º ano (20 alunos). 26 destes alunos não referem o principal motivo que os levou a abandonar o curso. Após análise de todos os relatórios dos docentes, verifica-se que deverá ser intensificado o desenvolvimento de trabalhos de investigação que envolvam os alunos.

Relativamente à produção científica dos docentes, verifica-se um aumento, na medida em que se nota uma contínua investigação por parte dos docentes e o envolvimento de docentes em projetos de investigação.

O curso de PRP tem por base uma metodologia teórico/prática de ensino-aprendizagem, privilegiando o uso de metodologias e dinâmicas diversificadas, que visam preparar os estudantes para o seu futuro profissional, de forma a que consigam dar resposta aos desafios do mercado de trabalho atual.

Melhoria

ANO	DESCRIÇÃO	META	INDICADORES	RESULTADOS	
				INDICADORES	VERIFICAÇÃO DA EFICÁCIA

<p>Proposta 2022/2023</p> <p>Monitorização em 2023/2024</p>	<p>Convites a profissionais/académicos externos para realização de aulas abertas, seminários, workshops</p>	<p>Aumentar em 10% do número de convidados externos/entidades para realização de aulas abertas, seminários, workshops</p>	<p>Número de eventos organizados</p> <p>Número de oradores convidados</p>	<p>Na UC de Comunicação e Gestão de Reputação Institucional foram organizados seminários temáticos, convidando profissionais/académicos:</p> <p>André Teixeira (Value Concept) - 26 de março</p> <p>Sónia Borges (RedOcean) - 22 de abril</p> <p>Miguel Vaz Duarte (Digital Marketing & Consumer Behaviour Communication Consultant) - 13 de maio</p> <p>Miguel Couto (Assistente de Direção Montebelo Hotels & Resorts) - 21 de maio</p> <p>No âmbito da organização do PRP Summit?24 que decorreu no dia 08 de janeiro de 2024, foram convidados a participar profissionais e especialistas:</p> <p>Susana Nascimento e Mafalda Teles (Clube da Criatividade de Portugal)</p> <p>Sofia Monteiro e Inês Costa (Essência Completa)</p>	<p>Meta não alcançada, pois o número de eventos em 2023/2024 foi inferior ao ano letivo 2022/2023 (6 em 2022/2023 e 5 em 2023/2024) e o número de oradores convidados manteve-se em relação ao ano letivo 2022/2023 (12).</p>
<p>Proposta 2022/2023</p> <p>Monitorização em 2023/2024</p>	<p>Organização de visitas de estudo</p>	<p>Aumentar em 10%</p>	<p>Número de visitas a empresas organizadas</p>	<p>Na UC Relações Públicas foi realizada uma visita de estudo à Clínica Vale Besteiros.</p> <p>No âmbito da UC de Comunicação e Gestão da Reputação Institucional foi realizada uma visita de estudo à agência LOBA, Business to Experience (Oliveira de Frades) no 20 de maio.</p>	<p>Meta não alcançada pois houve menos uma visita de estudo em relação a 2022/2023.</p>
<p>Proposta 2022/2023</p> <p>Monitorização até 2023/2024</p>	<p>Incentivo à participação no preenchimento dos inquéritos</p>	<p>Aumento de 60% das respostas</p>	<p>Número de questionários respondido</p>	<p>Respostas aos questionários das UC: 9,35%</p> <p>Respostas aos questionários do CE: 5,94%</p>	<p>Meta não atingida, pois houve um decréscimo de respostas aos questionários das Unidades Curriculares e do Ciclo de Estudos:</p> <p>2022/2023 - UC: 13,06% CE: 6,76%</p> <p>2023/2024 - UC: 9,35% CE: 5,94%</p>

Proposta 2022/2023 Monitorização em 2023/2024	Maior integração em atividades científicas com publicação de posters	Aumento de 30%	Número de posters	Participação dos estudantes do curso no PRP Summit?24 com 14 posters científicos, estando envolvidos 46 alunos (21%).	Meta parcialmente atingida (21%).
Proposta 2022/2023 Monitorização em 2025/2026	Incrementar a interdisciplinaridade de UC	Aumento de 15%	Número de UC envolvidas	No âmbito do projeto PRP2.C, foi incrementada a interdisciplinaridade das unidades curriculares do curso, tendo sido envolvidas quatro unidades curriculares: Relações Públicas (2º ano, 1º semestre), Gestão de Marcas (1º ano, 2º semestre), Comunicação e Gestão da Reputação (2º ano, 2º semestre) e Laboratório de Publicidade (2º ano, 2º semestre).	Meta parcialmente atingida. Monitorização ainda a decorrer
Proposta 2023/2024 Monitorização em 2025/2026	Parcerias com entidades de ensino superior estrangeiras com cursos relacionadas com o ciclo de estudos	Aumento de 10% de parcerias com entidades de ensino superior estrangeiras	Número de parcerias estabelecidas		Meta intermédia ainda não atingida. Monitorização ainda a decorrer
Proposta 2023/2024 Monitorização em 2025/2026	Maior integração dos estudantes em atividades de investigação científica	Aumento de 10%	Número de estudantes envolvidos em atividades de investigação científica		
Proposta 2023/2024 Monitorização em 2025/2026	Maior envolvimento dos docentes do curso em projetos de investigação	Aumento de 10%	Número de docentes do curso envolvidos Número de projetos de investigação		
Proposta 2023/2024 Monitorização em 2025/2026	Incentivo à participação no preenchimento dos inquéritos	Aumento de 50%	Percentagem de respostas aos questionários		

Proposta 2023/2024 Monitorização em 2025/2026	Convites a profissionais/académicos externos para realização de aulas abertas, seminários, workshops	Aumento de 10%	Número de iniciativas organizadas Número de oradores convidados		
Proposta 2023/2024 Monitorização em 2025/2026	Aumento do número de visitas a empresas	Aumento para 4 empresas visitadas por ano	Número de empresas visitadas		

Observações

Na tabela de melhorias apenas estão referidas as propostas de melhorias respeitantes ao ciclo de estudos. Não estão aqui incluídas as propostas de melhorias sugeridas em cada Unidade Curricular.