



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

Comunicação Aplicada

Ano letivo 2023-24
28/01/2025

| | |
|--|----|
| Identificação | 3 |
| Estrutura Curricular | 3 |
| Plano de Estudos | 3 |
| Ligações Externas no Apoio à Docência | 7 |
| Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço | 8 |
| Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes | 8 |
| Informações adicionais | 10 |
| Corpo Docente | 10 |
| Índice de envelhecimento do corpo docente | 13 |
| Estudantes | 13 |
| Informação Adicional Sobre os Estudantes | 14 |
| Procura | 14 |
| Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura | 15 |
| Sucesso Académico | 16 |
| Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso | 17 |
| Abandono Escolar | 18 |
| Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono | 19 |
| Internacionalização dos Estudantes | 20 |
| Internacionalização dos Docentes | 20 |
| Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização | 21 |
| Empregabilidade | 21 |
| Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso | 24 |
| Satisfação | 25 |
| Apreciação Global dos Resultados da Satisfação | 26 |
| Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares | 27 |
| Análise Crítica do Funcionamento do Curso | 28 |
| Melhoria | 28 |
| Observações | 30 |

Identificação

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

Estrutura Curricular

| ÁREA CIENTÍFICA/ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO | ECTS | |
|--|--------------|-----------|
| | Obrigatórios | Opcionais |
| Área de Especialização Comunicação Estratégica | | |
| Ciências da Comunicação | 120 | 0 |
| Ciências da Comunicação | 120 | 0 |
| Área de Especialização Multimédia Interativo | | |
| Ciências da Comunicação | 120 | 0 |
| Área de Especialização Audiovisual e Multimédia | | |
| Ciências da Comunicação | 120 | 0 |
| Área de Especialização Comunicação Audiovisual | | |
| 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 |
| Estratégia e Marketing 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 |
| Inovação e Empreendedorismo | 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 |

| | | | | | | | |
|--|----------------------|-------------------------|-----------|---------|---------|----|---|
| Branding & Social Media | 1º Ano / 2º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Comunicação Estratégica |
| Comunicação e Espaço Público | 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 |
| Laboratório de Eventos | 1º Ano / 2º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Comunicação Estratégica |
| Pensamento Criativo e Storytelling | 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 |
| Área de Especialização Audiovisual e Multimédia | | | | | | | |
| Comunicação e Multimédia | 1º Ano / 1º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| Cultura Digital | 1º Ano / 1º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| 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 |
| Área de Especialização Audiovisual e Multimédia | | | | | | | |
| Inovação e Empreendedorismo | 1º Ano / 1º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| 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 |
| Área de Especialização Audiovisual e Multimédia | | | | | | | |
| Métodos Avançados em Estudos de Comunicação | 1º Ano / 1º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| 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 |
| Área de Especialização Audiovisual e Multimédia | | | | | | | |
| Produção Audiovisual | 1º Ano / 1º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| Comunicação e Espaço Público | 1º Ano / 2º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| 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 |
| Área de Especialização Audiovisual e Multimédia | | | | | | | |
| Laboratório de Conteúdos Online | 1º Ano / 2º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| Laboratório de Eventos | 1º Ano / 2º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| Narrativas Interativas | 1º Ano / 2º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| 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 |
| Área de Especialização Audiovisual e Multimédia | | | | | | | |
| Pós-Produção e Efeitos Especiais | 1º Ano / 2º Semestre | Ciências da Comunicação | Semestral | 0162:00 | 0030:00 | 6 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| Projeto/Estágio | 2º Ano / Anual | Ciências da Comunicação | Anual | 1215:00 | 0240:00 | 45 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| Área de Especialização Multimédia Interativo | | | | | | | |
| Projeto/Estágio | 2º Ano / Anual | Ciências da Comunicação | Anual | 1215:00 | 0240:00 | 45 | Área de Especialização Multimédia Interativo |
| Área de Especialização Audiovisual e Multimédia | | | | | | | |
| Seminário | 2º Ano / Anual | Ciências da Comunicação | Anual | 0405:00 | 0080:00 | 15 | Área de Especialização Audiovisual e Multimédia |
| 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 dos estudantes no concurso "Brief Aberto", iniciativa do Clube da Criatividade de Portugal, e na realização de trabalhos práticos (em grupo) de criação de campanhas publicitárias para empresas (em contexto real) no âmbito da UC Comunicação Publicitária no Meio Digital.

Realização de uma visita de estudo à produtora audiovisual *Lightbox - Film and Advertising*, no dia 23 de janeiro de 2024, no âmbito d UC Produção Audiovisual.

Realização de três visitas de estudo às empresas Piranha, 2Play e InfiniteBook, no âmbito da UC Laboratório de Conteúdos Online.

Organização das Jornadas da Comunicação Aplicada - Pelos Caminhos da Transformação Digital, nos dias 13 e 14 de junho de 2024 [<https://indico.esev.ipv.pt/event/10/>].

Visita aos acervos dos PhotoEspana2024, Museo NOMAD, Museo Reina Sophia e Museu de Prado, museu e galerias, no âmbito da UC Pós-Produção e Efeitos Especiais.

Dinamização de webinar e aulas abertas:

- A Comunicação nos Museus: um mundo a explorar, apresentada pela convidada Sandra Alves, técnica superior de Museologia, do Museu Nacional Grão Vasco (Viseu).
- A batalha pelas emoções. Uma visão sobre a comunicação autárquica, com Ricardo Pereira, responsável pelo gabinete de comunicação da Câmara Municipal de Lamego e Santa Casa da Misericórdia de Lamego.
- A assessoria de imprensa como instrumento de equilíbrio no processo comunicacional, com Rui Bondoso, responsável pelo gabinete de comunicação da Câmara Municipal de Moimenta da Beira.
- Revisão da Literatura no contexto do processo de investigação, com Rui Raposo, docente da Universidade de Aveiro - Departamento de Comunicação e Arte, DigiMedia - Digital Media and Interaction Research Centre.
- Comunicação ativista: lutas progressistas em terras conservadoras, com Carlos Couto, ativista da "Plataforma Já Marchavas", membro da Mesa Nacional do Bloco de Esquerda e das Comissões Distrital e Concelhia de Viseu do Bloco de Esquerda (BE).
- Gestor de referências bibliográficas MENDELEY, com Francisco Regalado da Universidade de Aveiro - Departamento de Comunicação e Arte, DigiMedia - Digital Media and Interaction Research Centre.
- O Esquerda.net, com Mariana Carneiro, ativista social, investigadora em Ciências Sociais, jornalista responsável pelo [Esquerda.net](https://www.esquerda.net)
- Características digitais e smartificação dos territórios, com Paulo Alves, professor da ESEV/IPV.
- Conversas à volta da ciência, com Vítor Martinho do Instituto Politécnico de Viseu e Investigador no CERNAS-IPV
- A importância da monitorização na gestão de destinos turísticos - o caso da Turismo Centro de Portugal, com Adriana Rodrigues, Chefe do Núcleo Comunicação, Imagem e Relações-Públicas na Turismo Centro de Portugal e Presidente da Direção da Centro de Portugal Film Commission.
- Criatividade e Eficácia: Companheiros ou inimigos?, com Beatriz Santos, SUPER BOCK GROUP/Head of Media&Digital; MCDONALDS/Digital MKT Manager; MICROSOFT /Brand Mkt Manager.
- O futuro dos eventos: Tendências, Inovação e Sustentabilidade, com Hugo Almeida da Best Emotions.

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
Jornal o Centro
Young Social Innovators - Irlanda (Programa Erasmus+)

Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes

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 bolsreira de investigação e co-autora de artigos científicos. GRANT NUMBER: PCIF/AGT/0087/2019 | CienciaVitae: 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 bolsreira de investigação e co-autora de artigos científicos. GRANT NUMBER: PIDI/CISeD/002/2022 | CienciaID: B81A-7946-D225

Participação dos estudantes no 2nd IPViseu Study, Research & Innovation Summit, no dia 20 de abril de 2024, com póster e publicação dos resumos em ebook [<https://ipv.pt/vri24/> e DOI: <https://doi.org/10.34633/978-8765-45-3>]:

- The Influence of User-Generated Content on Tourism Organizations - The Case of Portuguese Center Region - Maria Vasconcelos
- O impacto da Comunicação Digital nas Empresas - Estudo de Caso: Deta - Michaela Costa
- O Papel da Responsabilidade Social no Envolvimento nas Redes Sociais e Brand Attachment das Marcas de Moda - Estudo de Caso da Geração Z - Margarida Lopes
- O papel do Marketing Territorial na promoção de um destino turístico - Estudo de Caso: Termas de São Pedro do Sul - Cláudia Teixeira
- A Comunicação Digital na Divulgação de Eventos: O Caso da Feira de São Mateus - Beatriz Cunha
- A Comunicação Digital nas empresas de distribuição e comércio online: O caso da Felping - Ana Cardoso
- A tendência emergente da economia da experiência motivada pela comunicação interna, em Portugal - Ana Tiago
- Big Data: Oportunidades e Desafios para o Storytelling - Daniel Cardoso

Participação de estudantes (1.º e 2.º ano) e ex-estudantes nas Jornadas da Comunicação Aplicada - Pelos Caminhos da Transformação Digital, com comunicação, nos dias 13 e 14 de junho de 2024:

- Estudo de caso na Irlanda: o TikTok e a estratégia de comunicação da Young Social Innovators - Cristina Ferreira
- Comunicação e responsabilidade social corporativa na Delta Cafés: um estudo de caso - Amarylis Cardeal e Mafalda Assunção
- Interseção entre sustentabilidade e comunicação organizacional: o caso da Feira de São Mateus - Luiza Castro e Maria Monteiro
- O consumo e a comunicação das marcas portuguesas slow fashion no Instagram - Alexandra Ferreira
- O papel da linguagem informal na comunicação da igreja: de 30 D.C ao tempo do 5g - Luís Rafael
- Promoção do território e comunicação de produtos endógenos: o caso do queijo - Mónica Cardoso
- O impacto do Big Data na conceção de estratégias de storytelling - Daniel Cardoso

Com publicação de resumos alargados em ebook [DOI: <https://doi.org/10.34633/978-989-35783-0-8>]

Os trabalhos desenvolvidos pelos estudantes em projeto/Estágio encontram-se disponíveis em <http://bibliotecas.esev.ipv.pt/index.php/dissertacoes/> e <https://renates2.dgeec.mec.pt/>

Publicações externas à Instituição com envolvimento de estudantes:

- Santana, F., Lobo, J., Gouveia, T. & Veríssimo, M. (2024). Empowerment in Cinematic Realms: A Critical Examination of Communication Strategies Employed in the Production of the Portuguese Feminist Film Festival, Symposium Women and Leadership in The Creative Industries, Bournemouth, 12 and 13 September, 2024.
- Lopes, M. & Ferreira, S. (2024). Chapter V - Cinema Communication: A Success Story: The Case of Jornal do Centro's Audiovisual Production. In Valente, A. (Eds.) AVANCA | CINEMA 2024 International Conference Cinema - Art, Technology, Communication. Edições Cine-Clube de Avanca.
- Augusto, L., Santos, S., Ferreira, S., Santo, P.M.E., & Vasconcelos, M. (2024). Which Factors Influence Word-of-Mouth for Tourism Video Ads?. In: Reis, J.L., Zelený, J., Gavurová, B., Santos, J. (eds) Marketing and Smart Technologies. ICMaTech 2023. Smart Innovation, Systems and Technologies, vol 386. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-97-1552-7_55
- Ferreira, S., Santos, S., Augusto, L., Santo, P. E., & Vasconcelos, M. (2024). Promotional Tourism videos: Examining the role of familiarity, attitude, and word-of-mouth towards the region. IJAEDU- International E-journal of Advances in Education, 10(27 & 28 Joint Issue), 26?34. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1100220>
- Santos, S., Leitão, J., & Rego, B. (2024). The Role of Engagement, Brand Equity, and Trust. *International Journal of Business Innovation*, 3(1), e35971. <https://doi.org/10.34624/ijbi.v3i1.35971>
- Ferreira, S., Santos, S., Augusto, L., Santo, P. E., & Vasconcelos, M. (2024). Examining the role of familiarity in the destination word-of-mouth. Proceedings of INTCESS 2024 - 11th International Conference on Education & Social Sciences, 275?284. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10593272>
- Santos, S., Vasconcelos, M., Ferreira, S., Augusto, L., & Espírito Santo, P. (2024). The Role of Social Media in Sustainable Branding: A Systemic Literature Review. In P. Rodrigues, A. Borges, E. Vieira, & V. Tavares (Eds.), *Compelling Storytelling Narratives for Sustainable Branding* (pp. 62-78). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3326-6.ch004>
- Santos, S., Ferreira, S. & Vasconcelos, M. (2024). User-Generated Content in Tourism: Could it impact Brand Equity and Intention to Visit?. Proceedings of the 11th European Conference on Social Media - ECSM 2024, 11(1). DOI: <https://doi.org/10.34190/ecsm.11.1.2271>
- Santos, S., Vasconcelos, M. & Ferreira, S. (2023). Tourists' Engagement on Tourism Organizations' Facebook Pages: The Role of User-Generated Content. Proceedings of the 6th International Conference on Tourism Research - ICTR 2023, 6. <https://doi.org/10.34190/ictr.6.1.1164>
- Pestana, T., Morais N. & Raposo, R. (2023). Internet use during periods of confinement in Portugal: the case of students of a Higher Education Institution, *2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, Aveiro, Portugal, 2023, pp. 1-7, doi: 10.23919/CISTI58278.2023.10211539.
- Morais, N.S. & Pestana, T. (2023). Students and the internet: Uses, Problems and Benefits during the COVID-19 Pandemic in Portugal, EDULEARN23 Proceedings, pp. 6222-6229.
- Santos, S., Augusto, L., Ferreira, S., Espírito S. P., & Vasconcelos M. (2023). Recommendations for Internal Communication to Strengthen the Employer Brand: A Systematic Literature Review. *Administrative Sciences*. 13(10):223. <https://doi.org/10.3390/admsci13100223>
- Santos, S., Ferreira, S. & Vasconcelos, M. (2024). User-Generated Content in Tourism: Could it impact Brand Equity and Intention to Visit?. Proceedings of the 11th European Conference on Social Media - ECSM 2024, 11(1). DOI: <https://doi.org/10.34190/ecsm.11.1.2271>

Informações adicionais

Nada a acrescentar.

Corpo Docente

| NOME | CATEGORIA | GRAU ACADÉMICO | ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU ACADÉMICO | ESPECIALISTA | CARGA LETIVA NO CURSO |
|------|-----------|----------------|-----------------------------------|--------------|-----------------------|
| | | | | | |

| | | | | | |
|---|-----------------------------|--------------|---|-----------------------------------|-------|
| Ana Claudia Loureiro | Assistente Convidado | Doutoramento | - | - | 15h |
| Ana Mafalda Santos Portas Matias | Professor Adjunto | Doutoramento | Ciências da Comunicação | - | 30h |
| Ana Sofia Lopes Figueiredo | Professor Adjunto | Doutoramento | Arte Contemporânea | - | 10h |
| André Samuel Oliveira Gama Nunes Barbosa | Professor Adjunto Convidado | Mestrado | Áudio-visuais e produção dos media (213) | Audiovisuais e Produção dos Media | 20h |
| Belmiro Tavares da Silva Rego | Professor Coordenador | Doutoramento | Ciências da Educação - Tecnologia Educativa | - | 1.76h |
| Cláudia Maria Vale Oliveira | Assistente Convidado | Mestrado | Audio-visuais e produção dos média | - | 30h |
| Filipa Rodrigues Ramos Pereira | Professor Adjunto | Doutoramento | Ciências da Informação e Comunicação | - | 60h |
| Ivan José d'Almeida Terra | Professor Adjunto Convidado | Mestrado | Multimédia | Audiovisuais e Produção dos Media | 54h |
| Jorge Adolfo de Meneses Marques | Professor Adjunto | Mestrado | Arqueologia | História e Arqueologia | 20h |
| José Manuel de Almeida Pereira | Professor Adjunto | Doutoramento | Artes/ Belas-Artes, especialidade Arte Multimédia | - | 10h |
| Juliana Campos Lobo | Professor Adjunto Convidado | Doutoramento | Jornalismo e Comunicação | - | 40h |
| Julien Diogo | Professor Adjunto Convidado | Mestrado | Ciências Sociais | Marketing | 90h |
| Liliana Assunção de Paulo Carona | Professor Adjunto Convidado | Doutoramento | Jornalismo e Reportagem (321) | Jornalismo e reportagem | 9h |
| Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto | Professor Adjunto | Doutoramento | Ciências da Comunicação | Relações Públicas | 20h |
| Maria Cristina Coelho Carvalho Azevedo Gomes Santos e Silva | Professor Coordenador | Doutoramento | Engenharia Informática | - | 3.53h |
| Maria Teresa Morais de Gouveia Osório Antas de Barros | Professor Coordenador | Doutoramento | Biblioteconomia Y Documentación | - | 35h |
| Miguel Ângelo Rodrigues Midões | Professor Adjunto | Doutoramento | Jornalismo e Reportagem (321) | Jornalismo e reportagem | 6.88h |
| Nídia Salomé Nina de Morais | Professor Adjunto | Doutoramento | Ciências e Tecnologias da Comunicação | - | 6.53h |
| Paulo Alexandre Moutinho Barroso | Professor Adjunto | Doutoramento | Filosofia da Linguagem | - | 0h |
| Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva | Professor Adjunto | Doutoramento | Ciências da Comunicação | Marketing e publicidade | 65h |
| Paulo Bruno Pereira Paiva Alves | Professor Adjunto Convidado | Doutoramento | Letras | - | 6.76h |
| Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões | Professor Adjunto | Doutoramento | Ciências da Comunicação - Estudos de Jornalismo | - | 65h |
| Sara Cristina Valente dos Santos | Professor Adjunto Convidado | Doutoramento | Gestão e Administração | Marketing e publicidade | 50h |

| | | | | | |
|---------------------------------|-------------------|--------------|---------------------------------------|---|--------|
| Sónia de Almeida Ferreira | Professor Adjunto | Doutoramento | Ciências e Tecnologias da Comunicação | - | 13h |
| Teresa Sofia de Almeida Gouveia | Professor Adjunto | Doutoramento | Ciências e Tecnologias da Comunicação | - | 18.53h |

| | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 |
|---|---------|---------|---------|
| número total de docentes | 12 | 14 | 25 |
| número total de docentes ETI | 11.8 | 13.7 | 22.3 |
| número de docentes em tempo integral | 9 | 11 | 16 |
| número de docentes doutorados em tempo integral | 8 | 10 | 15 |
| número de professores de carreira | 9 | 10 | 15 |
| número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos | 6 | 9 | 15 |
| número total de docentes doutorados ETI | 9.8 | 11.8 | 17.9 |
| 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) | 4.8 | 5.8 | 7.3 |
| número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano | - | - | - |
| número total de estudantes | 59 | 46 | 56 |

| | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 |
|---|---------|---------|---------|
| percentagem de docentes em tempo integral | 76.27% | 80.29% | 71.75% |
| percentagem de docentes doutorados em tempo integral | 67.80% | 72.99% | 67.26% |
| percentagem de professores de carreira | 75.00% | 71.43% | 60.00% |
| percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos | 50.85% | 65.69% | 67.26% |
| percentagem de docentes doutorados | 83.05% | 86.13% | 80.27% |
| percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional | 40.68% | 42.34% | 32.74% |
| percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano | - | - | - |
| docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes | 6.5 | 10.3 | 11.9 |
| rácio estudantes/docentes ETI | 5.0 | 3.4 | 2.5 |

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 | 2.000 | 0 | 1.250 | 0 | 1.286 |
| | >=30 A <40 | 2 | | 4 | | 7 | |
| | >=40 A <50 | 6 | | 5 | | 9 | |
| | >=50 A <60 | 4 | | 4 | | 6 | |
| | >=60 | 0 | | 1 | | 3 | |

Estudantes

| | | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|--------------------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Por ano curricular | 1º Ano | 32 | 54.24% | 19 | 41.30% | 30 | 53.57% |
| | 2º Ano | 27 | 45.76% | 27 | 58.70% | 26 | 46.43% |
| | 3º Ano | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| | Total | 59 | | 46 | | 56 | |

| | | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|------------|-----------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Por género | Feminino | 38 | 64.41% | 33 | 71.74% | 39 | 69.64% |
| | Masculino | 21 | 35.59% | 13 | 28.26% | 17 | 30.36% |
| | Total | 59 | | 46 | | 56 | |

| | | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|-----------|------------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Por idade | <20 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| | >=20 A <24 | 37 | 62.71% | 26 | 56.52% | 30 | 53.57% |
| | >=24 A <28 | 13 | 22.03% | 12 | 26.09% | 15 | 26.79% |
| | >=28 | 9 | 15.25% | 8 | 17.39% | 11 | 19.64% |
| | Total | 59 | | 46 | | 56 | |

Informação Adicional Sobre os Estudantes

Ao longo dos anos letivos de 2021-2022 a 2023-2024, o mestrado em Comunicação Aplicada sofreu alterações na sua estrutura e na composição sociodemográfica dos estudantes, mantendo, no entanto, algumas constantes. Nos primeiros dois anos letivos (2021-2022 e 2022-2023), o mestrado foi disponibilizado apenas na Área de Especialização Comunicação Estratégica. Em 2021- 2022, foram admitidos 30 alunos, com idade média de 24 anos, com predominância do género feminino (64%) e forte origem no distrito de Viseu, seguido por Aveiro. Já em 2022-2023, com 25 alunos admitidos, a idade média aumentou para 25 anos, com uma maior proporção do género feminino (72%), e 87% de nacionalidade portuguesa. O distrito de Viseu manteve-se como a principal origem dos estudantes, seguido pelo Porto. Em ambos os anos, os pais apresentavam o ensino secundário completo como habilitação predominante, com a maioria das mães e pais a trabalhar por conta de outrem ou em "outras situações". Em 2023-2024, o mestrado passou por uma reestruturação curricular, dividindo-se em dois ramos: "Audiovisual e Multimédia" e "Comunicação Estratégica". Nesta fase, foram admitidos 7 alunos no ramo "Audiovisual e Multimédia" e 28 no ramo "Comunicação Estratégica". Esta mudança trouxe outra diversidade de perfis entre os estudantes. No ramo "Audiovisual e Multimédia", a idade média foi de 28 anos, com 83% dos estudantes do género masculino e origem nos distritos de Bragança, Viseu e outros. Já no ramo "Comunicação Estratégica", a idade média foi de 26 anos, com 76% do género feminino e predominância de estudantes dos distritos de Viseu, Aveiro e Porto. A maioria dos pais continuou a apresentar o ensino básico ou secundário completo, e as mães frequentemente trabalhavam por conta de outrem. Embora recentemente tenha havido mudanças na estrutura do mestrado e nos perfis sociodemográficos dos estudantes, a ligação ao distrito de Viseu e o perfil educativo e profissional dos pais permaneceram constantes, refletindo o papel regional do mestrado e a sua evolução para atender a uma outra diversidade de estudantes.

Procura

| | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 |
|--|---------|---------|---------|
| número de vagas | 30 | 30 | 30 |
| número de candidatos | 38 | 30 | 40 |
| número de colocados | 30 | 25 | 34 |
| número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez | 30 | 23 | 30 |
| nota mínima de entrada (CNA) | - | - | - |
| nota média de entrada (CNA) | - | - | - |

Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura

Organização do evento científico Jornadas da Comunicação Aplicada - pelos caminhos da transformação digital, nos dias 23 e 24 de junho de 2024: <https://indico.esev.ipv.pt/event/10/>;

Participação no evento VRI24 - 2nd IPViseu Research & Innovation Summit, no dia 20 de abril de 2024: <https://ipv.pt/vri24/>;

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

Dinamização de aulas abertas à comunidade;

Apoio à divulgação do curso no âmbito de Feiras Vocacionais;

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

O curso é divulgado nos websites da ESEV e do IPV, bem como através de outros meios de divulgação da oferta formativa do 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.

Sucesso Académico

| | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 |
|------------------------------------|---------|---------|---------|
| número de diplomados | 19 | 11 | 5 |
| diplomados em n anos** | 17 | 9 | 3 |
| diplomados em n+1 anos | 2 | 2 | 2 |
| diplomados em n+2 anos | 0 | 0 | 0 |
| diplomados em mais do que n+2 anos | 0 | 0 | 0 |

| | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|
| a aguardar entrega da dissertação | - | - | 12 |

| | | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|--|----------------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | | NÚMERO | RAZÃO | NÚMERO | RAZÃO | NÚMERO | RAZÃO |
| média de estudantes aprovados às unidades curriculares | estudantes aprovados | 249 | | 160 | | 279 | |
| | estudantes inscritos | 319 | 0.781 | 229 | 0.699 | 344 | 0.811 |
| | estudantes avaliados | 311 | 0.801 | 219 | 0.731 | 323 | 0.864 |

| | | 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 | 311 | 38.88 | 219 | 21.9 | 323 | 15.38 |
| | estudantes não avaliados | 8 | | 10 | | 21 | |

| | | 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 | 29 | | 29 | | 29 | |

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

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 "Jornadas da Comunicação Aplicada - Pelos Caminhos da Transformação Digital" 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.

Abandono Escolar

| | | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|--------|---------------------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Total | número de abandonos | 15 | 24.59% | 11 | 22.45% | 9 | 16.07% |
| | número de inscritos | 61 | | 49 | | 56 | |
| 1º Ano | número de abandonos | 11 | 32.35% | 8 | 36.36% | 4 | 13.33% |
| | número de inscritos | 34 | | 22 | | 30 | |
| 2º Ano | número de abandonos | 4 | 14.81% | 3 | 11.11% | 5 | 19.23% |
| | número de inscritos | 27 | | 27 | | 26 | |
| 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 | |

| | | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|---------------------------------|---|---------|--------|---------|-------|---------|--------|
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Motivo Apontado para o Abandono | Doença | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| | Fatores Económicos | 1 | 6.67% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| | Incompatibilidade com Horários de Trabalho | 0 | 0.00% | 1 | 9.09% | 1 | 11.11% |
| | 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 | 1 | 6.67% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| | Mudança para um Curso na Mesma Unidade Orgânica | 1 | 6.67% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| | Não Identificação com o Curso | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| | Outro Motivo | 12 | 66.67% | 12 | 9.09% | 8 | 88.89% |

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 1.^a e 2.^a 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 de um evento científico anual como forma de integração e desenvolvimento do sentimento de pertença ao curso, assim como como promoção das ligações entre estudantes do 1.^o e 2.^o ano;

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

Execução de tutoria entre os estudantes do 1.^o e 2.^o ano - iniciativa do Conselho Pedagógico da ESEV;

Realização de reuniões frequentes entre a coordenação do curso e os alunos representantes do curso;

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;

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 (a destacar o acolhimento dos estudantes do 1.^o ano no dia 04 de outubro 10 de 2023;

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

Nota:

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

Internacionalização dos Estudantes

| ESTUDANTES | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|--|---------|------|---------|-------|---------|-------|
| | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Estudantes estrangeiros matriculados | 3 | 5.08 | 5 | 13.04 | 5 | 8.93 |
| Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Recebidos) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Enviados) | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1.79 |
| Número total de estudantes | 3 | 5.08 | 5 | 13.04 | 6 | 10.72 |

Internacionalização dos Docentes

| DOCENTES | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|---|---------|-------|---------|-------|---------|------|
| | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Docentes estrangeiros incluindo em mobilidade | 0 | 0 | 2 | 14.29 | 0 | 0 |
| Docentes em programas internacionais de mobilidade (Enviados) | 3 | 21.43 | 4 | 17.39 | 2 | 8.70 |
| Número total de docentes | 3 | 21.43 | 6 | 31.68 | 2 | 8.70 |

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 mobilidade através da disciplina da coordenação do curso no moodle.
Incentivo à participação dos estudantes nas sessões de esclarecimento de dúvidas sobre o programa Erasmus +, promovidas pelo Gabinete de Mobilidade do IPV, e divulgação atempada no espaço do curso no moodle.
Atualização dos conteúdos de apresentação do curso na página institucional da ESEV em inglês e em espanhol.
Dinamização das redes sociais do curso.

Empregabilidade

| | 2021/22 | | 2022/23 | | 2023/24 | |
|---|---------|---|---------|-------|---------|-------|
| | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso | - | - | 1 | 8.33% | 0 | 0.00% |
| Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade não relacionado com o curso | - | - | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| Diplomados que responderam ao questionário à satisfação | - | - | 1 | 8.33% | 0 | 0.00% |
| Diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação | - | - | 12 | - | 15 | - |

| | 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

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.

As estatísticas mais recentes da DGEEC (2022) revelam que, no período de 2019 a 2021, existiam 18 diplomados, dos quais 1 encontrava-se registado no Instituto do Emprego e Formação Profissional como desempregado.
Em novembro de 2024, foram recolhidos dados através de um inquérito por questionário enviado por email aos diplomados em 2022, 23 e 24. Responderam 14 ex-estudantes: três diplomados em 2024, nove em 2023 e um em 2022. Três dos respondentes não desempenham nenhuma atividade profissional remunerada. Dos onze que estão profissionalmente ativos, um está a frequentar um programa doutoral da área dos New Media com bolsa FCT, um trabalha por conta própria na área do Social Media & Digital Design, 3 têm ocupação fora da área de formação, e 6 desempenham atividades em publicidade, marketing, gestão de redes sociais e comunicação.

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 | 27 | 9.47% | 23 | 11.39% | 35 | 10.97% |
| | NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR | 285 | | 202 | | 319 | |
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O ESTÁGIO, DISSERTAÇÃO OU PROJETO | NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO | 1 | 2.94% | 2 | 7.41% | - | - |
| | NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR | 34 | | 27 | | - | |
| | | NÚMERO | % | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO | NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO | - | - | 3 | 6.52% | 2 | 3.57% |
| | NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NO CURSO | - | | 46 | | 56 | |

| | | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 |
|-----------------------|---------------|---------|---------|---------|
| UNIDADES CURRICULARES | NATUREZA | 4.35 | 4.59 | 4.06 |
| | IMPLEMENTAÇÃO | 4.27 | 4.57 | 4.27 |
| | AUTOAVALIAÇÃO | 4.56 | 4.55 | 4.4 |

| | | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 |
|---------------------------------|--|---------|---------|---------|
| 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 | - |

| | | 2021/22 | 2022/23 | 2023/24 |
|-------|-----------------|---------|---------|---------|
| CURSO | PERCEÇÃO GLOBAL | - | 5 | 4.44 |
| | AMBIENTE | - | 5 | 3 |

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

O número de respostas é baixo face ao número total de estudantes inscritos, o que não permite generalizações ou apreciações creíveis.

Contudo, para além das regulares reuniões com os estudantes representantes do curso, a coordenação do curso realizou, no dia 24 de julho de 2024, um *focus group* com quatro estudantes do mestrado: três do ramo de comunicação estratégica e uma do ramo de audiovisual e multimédia (incluiu-se o representante do 1.º ano do curso e outros três colegas selecionados pelo representante). Relativamente aos objetivos da aprendizagem, todos os participantes revelaram sentir-se satisfeitos. Todos indicaram que os objetivos, os momentos de avaliação e o cronograma foram apresentados na primeira aula em todas as UC, o que permitiu uma clarificação logo desde o início. Sobre os conteúdos programáticos (compreensão, interesse, atualidade, sequência pedagógica e correspondência entre objetivos e curso) avaliaram como completamente cumpridos. Um dos participantes salientou que a dinâmica de visitas de estudo a empresas permitiu adquirir conhecimentos em contextos reais, o que se revelou muito útil e confirmou a atualidade das UC perante o mercado de trabalho. Todos os participantes destacaram que o dinamismo de alguns docentes fomenta, de especial forma, a aquisição e interesse pelos conteúdos. Sobre o apoio formativo, todos os participantes salientaram como bastante positivo o canal de comunicação aberto criado com os docentes, com respostas céleres e resolução objetiva de problemas. Relativamente aos recursos tecnológicos relevam sentir-se satisfeitos. Citaram o facto de a plataforma moodle ter estado indisponível durante um fim-de-semana e prejudicar na realização de atividades com entregas obrigatórias. Situação compreendida pelos docentes. Um participante salientou ter necessitado do apoio dos serviços de informática da ESEV, que prontamente resolveram a sua situação. Todos são da opinião de que gostariam de ter uma plataforma moodle, de forma geral, mais apelativa. Sobre as estratégias de avaliação, todas manifestaram sentir que são adequadas. Um dos participantes manifestou que sentiu, devido à sua formação inicial, muita dificuldade na escrita científica. Considerando a experiência das UC em modalidade de b-learning, a tipologia de 10 horas presenciais + 10 horas assíncronas + 10 horas síncronas adotada no 2.º semestre, todas consideram mais adequada face à do 1.º semestre (6 horas presenciais + 16 horas assíncronas + 8 horas síncronas). Um participante partilhou que se sentia um pouco constrangida em colocar dúvidas no fórum, por considerar que pode não se expressar da melhor forma. Relativamente ao funcionamento do 2.º ano, a coordenação reuniu no final do semestre com os estudantes. Referiram que a abordagem implementada funcionou muito bem, sugerindo apenas que os oradores convidados relacionados com temáticas dedicadas às abordagens metodológicas marquem presença logo no 1.º semestre.

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 | 12 | 100.00% | 11 | 92.00% | 29 | 100.00% |
| | Número de unidades curriculares | 12 | | 12 | | 29 | |
| Taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular | Relatórios validados dentro do prazo | 12 | 100.00% | 11 | 100.00% | 15 | 52.00% |
| | Relatórios elaborados dentro do prazo | 12 | | 11 | | 29 | |

Análise Crítica do Funcionamento do Curso

O curso de 2.º ciclo em Comunicação Aplicada apresenta uma oferta formativa direcionada para atender às demandas do mercado de trabalho, com dois ramos de especialização: Comunicação Estratégica e Audiovisual e Multimédia, em funcionamento pela primeira vez em 2023/2024. Embora todas as vagas do curso tenham sido preenchidas, os dados relativos às entradas revelam-se baixos na especialização em Audiovisual e Multimédia. Cumpre-se a necessidade de reforçar a divulgação interna e externamente na instituição. O curso possui parcerias com empresas relevantes no âmbito de protocolos de estágio, estabelece uma excelente articulação com especialistas convidados para contexto de aulas, promove visitas de estudo e organiza eventos técnico-científicos que enriquecem a formação e ampliam o *networking* dos estudantes.

Outro ponto positivo prende-se com a mobilidade internacional de docentes e a participação em programas como o Erasmus+, que demonstram um esforço por aumentar a visibilidade e a qualidade do curso no cenário global, considerando que o número tem vindo a crescer. Pela primeira vez, uma estudante realizou um programa Erasmus+, na empresa Young Social Innovators - Irlanda. Contudo, estes pontos merecem atenção contínua. As estratégias para melhorar a empregabilidade, como a divulgação de vagas por meio da plataforma Moodle e o incentivo à realização de estágios, também são ações relevantes que aproximam os estudantes do mercado de trabalho.

Apesar dessas qualidades, o curso enfrenta desafios importantes. Os dados sobre o sucesso académico mostram-se mais positivos em comparação com o RAC anterior; no entanto, continuam a ser motivo de preocupação, uma vez que oito estudantes já não poderão inscrever-se na UC Dissertação/Projeto/Estágio sem se recandidatarem ao curso. Além disso, a baixa taxa de resposta aos questionários de satisfação limita a avaliação da percepção dos estudantes. O envolvimento com a comunidade, embora presente por meio da organização das Jornadas da Comunicação Aplicada, pela participação de estudantes em competições de prestígio internacional, como o Global Online Marketing Academic Challenge e no concurso nacional Brief Aberto, do Clube de Criatividade de Portugal, a dinamização das MCA Talks - sessões abertas à comunidade onde se reúnem convidados nacionais e internacionais e a promoção da participação dos estudantes bolseiros em projetos de investigação, como STORYTur e o ForestFM, pode ainda ser ampliado com atividades mais regulares. Considerando que os dados de inserção no mercado de trabalho não são específicos, verifica-se a necessidade de um sistema de acompanhamento mais eficaz e de promoção de eventos com ex-estudantes para partilha de experiências.

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 Realização do protocolo com o Jornal do Centro em 23-24 Realização do protocolo com a Young Social Innovators - Irlanda em 23-24 (Erasmus+) | Meta parcialmente atingida, com prazo ainda a decorrer |
| Proposta em 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, seis colaborações com especialistas nacionais e internacionais | Número de especialistas convidados aumentou: Participação de 23 especialistas no âmbito da UC Seminário Participação de 5 especialistas no âmbito de unidades curriculares | Meta atingida, prazo ainda a decorrer. |
| Proposta em 2021-22 Monitorização até 2024-25 | Melhoria da comunicação com o exterior | Melhorar a comunicação com o exterior em 20%, no mínimo | Destaques 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 atingida, com prazo ainda a decorrer |
| Proposta em 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%. | A percentagem de respostas diminuiu. | Prazo ainda a decorrer |

| | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|
| Proposta em 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%. | Estão em funcionamento em regime B-Learning 5 de 16 unidades curriculares - 31,25% | Meta parcialmente atingida, com prazo a decorrer |
| NOVAS PROPOSTAS | | | | | |
| Proposta em 2023-24 Monitorização até 2027-28 | Aumentar a ligação com os cursos de licenciatura para atrair potenciais estudantes (ciências da comunicação e afins) | Dinamização de mostras de trabalhos de ambos os ramos de especialização | 1 evento / mostra / exposição por ano | ----- | Prazo a decorrer |
| Proposta em 2023-24 Monitorização até 2027-28 | Aumentar a produção científica dos estudantes | Organização de eventos técnico científico | Número de participações dos estudantes com aumento de 15% por ano | ----- | Prazo a decorrer |

Observações

A Estrutura Curricular e o Plano de Estudos apresentam os ramos de especialização e a listagem das UC, respetivamente, sem fazer a distinção entre os planos curriculares antigo e atual. Estes podem ser consultados em:

Plano antigo: https://esev.ipv.pt/wp-content/uploads/sites/9/2024/07/Despacho8531_2016_Comunicacao_Aplicada.pdf

Novo plano: https://esev.ipv.pt/wp-content/uploads/sites/9/2024/07/Diario_da_Republica_119.pdf

Face aos dados de monitorização do cumprimento dos mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares, salienta-se que os Relatórios das Unidades Curriculares foram todos validados em sede de reunião da Comissão Científica dentro do prazo estipulado. Contudo, no que se refere à validação na plataforma detetaram-se problemas técnicos e informáticos que impediram que o processo ficasse concluído atempadamente.