



ÁREA NUCLEAR ENSINO E APRENDIZAGEM RELATÓRIO DE CURSO

Publicidade e Relações Públicas

Ano letivo 2024-25
22/01/2026

Identificação	3
Estrutura Curricular	3
Plano de Estudos	3
Ligações Externas no Apoio à Docência	6
Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço	7
Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes	8
Informações adicionais	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	17
Internacionalização dos Docentes	18
Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização	18
Empregabilidade	18
Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso	21
Satisfação	22
Apreciação Global dos Resultados da Satisfação	22
Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares	23
Análise Crítica do Funcionamento do Curso	24
Melhoria	24
Observações	27

Identificação

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

Estrutura Curricular

ÁREA CIENTÍFICA/ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO	ECTS	
Tronco comum	Obrigatórios	Opcionais
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. 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. 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;

Ligações Externas no Apoio à Docência

Com base nos relatórios das unidades curriculares (UC) referentes ao ano letivo de 2024/2025, foram dinamizadas diversas iniciativas que promoveram ligações externas de apoio à docência em várias UC do curso. Estas ações proporcionaram momentos de apresentação, partilha e debate de temas relevantes, diretamente relacionados com os conteúdos lecionados, contribuindo para aprendizagens significativas por parte dos estudantes. Destacam-se, em particular, as atividades e ligações externas realizadas no âmbito das seguintes UC:

Na UC Análise de Mercados e Comportamento do Consumidor, realizou-se, via online, o III Seminário Conhecer Mercados e Consumidores: Métodos e Desafios com Susana Fontes da Equação Lógica. Na UC Campanhas Publicitárias e Planeamento de Meios, é de salientar 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.

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 entidades externas: CCTIC, Meivcore, Dietmed e Academia STEM, tendo em vista o desenvolvimento de trabalhos no âmbito dos conteúdos das UC.

Na UC Comunicação e Gestão de Reputação Institucional, foram organizados seminários temáticos com oradores externos convidados: Comunicação interna e gestão da reputação, com André Teixeira (Value Concept); Comunicação digital na gestão da reputação, com Sónia Borges (RedOcean); Gestão da reputação, com Joana de Sousa (Metrosonic). Foram realizadas as visitas de estudo às agências Caetsu Two e Essência Completa (Porto).

Na UC Teoria da Publicidade os alunos utilizaram os recursos disponibilizados pelo Clube da Criatividade de Portugal no âmbito da iniciativa Brief Aberto, nomeadamente briefing, manual de normas e documentação de apoio à realização de campanhas publicitárias.

Na UC Teoria das Organizações foram organizadas 2 palestras sobre Literacia Financeira.

Na UC Programação e Gestão de Eventos foi organizado o evento "PRP Summit" em que foram convidados a participar profissionais e especialistas externos.

Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço

No ano letivo 2024/2025 os estudantes estagiaram nas seguintes entidades/empresas:

1. 2Play+ Creative Lab
2. ADIV - Ass. Investigação e Desenvolvimento de Viseu
3. Aeva - Associação Para a Educação e Valorização da Região de Aveiro
4. AIM Group International
5. Ascend Marketing Solutions
6. Associação de Futebol de Lisboa
7. Associação de Futebol de Viseu
8. Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira
9. BalletTeatro Porto
10. CAETSU - Agência de Publicidade
11. Câmara Municipal da Guarda - APAL-SIM
12. Câmara Municipal de Cinfães
13. Câmara Municipal de Moimenta da Beira
14. Câmara Municipal do Sátão
15. Campo Pequeno (Plateia Colossal)
16. Celeuma Creative Agency
17. COEPTUM Sistemas de Energia
18. Comissão Vitivinícola Regional do Dão
19. Companhia Turística do Douro
20. Coviran - Supermercados Porfírios
21. DietMed, SA
22. Forbes Portugal
23. Gescrilar II Consultores, Lda
24. Grupo Martifer
25. Grupo Solar do Burguês
26. Instituto Politécnico de Viseu
27. Legendary People+Ideas
28. Marketing Lovers - Aveiro / AMIUDE Soc. Unipessoal, Lda
29. Município de Anadia
30. Museu Nacional Grão Vasco
31. OTBox Creative Design, Lda / Outside the Box
32. Parador Casa da Ínsua
33. Partido Socialista - Concelhia de Oliveira de Frades
34. Pedra Aguda Spa
35. Permedia - Marketing e Comunicação
36. Pousada de Viseu
37. Rede Regional de Radiodifusão, RCI Lda / Rubrica Tendências
38. Ritmo Obrigatório, Lda / Eventuais
39. Salazar Concept - Agência de Comunicação, Lda
40. Silver Morning Creative Agency - Vila Real
41. Up We Go - Entertainment, Consultoria e Produção de Eventos, Lda
42. Uzina - Publicidade, Lda
43. Vale Besteiros Saúde
44. Viseu Marca
45. Vossa - Laboratório Criativo (Aveiro / Sangalhos)
46. Watermelon Monkey, Lda / Bazooka
47. Younity (AK - Aktive Kompanies)
48. Yunik - Agência criativa
49. Zenki / Bus Creative Agency

Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes

No âmbito da iniciativa Mostra PRP, atividade que integrou o programa do PRP Summit 25, 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 25.

Em alguns Relatórios das Unidades curriculares (RUC) foram referidos alguns trabalhos e metodologias de investigação, sendo de salientar o seguinte:

Na UC Língua Estrangeira I (Inglês) os alunos desenvolveram investigações inerentes aos temas desenvolvidos na UC e respetivas apresentações (escritas e orais).

Na UC Marketing Operacional foram desenvolvidos trabalhos de investigação - Plano de Marketing para negócio pré-designado pela docente.

Na UC Metodologia de Investigação em Comunicação foram desenvolvidos vários artigos científicos pelos alunos.

Na UC Sistemas e Modelos de Comunicação foram desenvolvidos trabalhos de investigação em grupo disponibilizados no Moodle da UC.

Na UC Análise de Mercados e Comportamento do Consumidor, os alunos foram desafiados a realizar uma investigação qualitativa ou quantitativa sobre um dos temas apresentados pelo docente, recorrendo à recolha de dados primários tendo como base a aplicação de questionários, entrevistas ou *focus group*.

Informações adicionais

Corpo Docente

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU ACADÉMICO	ESPECIALISTA	CARGA LETIVA NO CURSO
ALEXANDRA CRISTINA NÉDIO PEREIRA BICA	Assistente Convocado	Mestrado	Estatística	-	90h
Aline Grupillo Chagas	Assistente Convocado	Doutoramento	Jornalismo e Reportagem (321)	-	72h
Ana Mafalda Santos Portas Matias	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	-	249h
Ana Maria Marques Costa Pereira Lopes	Professor Coordenador	Doutoramento	Letras - Estudos Americanos (História, Literatura e Cultura)	-	90h
André Samuel Oliveira Gama Nunes Barbosa	Professor Adjunto Convocado	Mestrado	Áudio-visuais e produção dos media (213)	Audiovisuais e Produção dos Media	129h
Andrea Couceiro dos Santos	Professor Adjunto Convocado	Licenciatura	Design	Audiovisuais e Produção dos Media	50h
CLOTILDE MARIA PAULINO PASSOS	Professor Adjunto Convocado	Doutoramento	Gestão e Administração	-	240h
Dulce Helena Morgado Raimundo Melão	Professor Adjunto	Doutoramento	Educação	-	90h
Eduardo Filipe Lourenço Guerreiro	Assistente Convocado	Mestrado	Tecnologias de Informação e Comunicação	-	135h

ÁREA NUCLEAR ENSINO E APRENDIZAGEM RELATÓRIO DE CURSO

Publicidade e Relações Públicas

Filipa Rodrigues Ramos Pereira	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Informação e Comunicação	-	204h
Helena Margarida dos Santos Vasconcelos Gomes	Professor Adjunto	Doutoramento	Matemática	-	90h
Ivan José d'Almeida Terra	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Multimédia	Audiovisuais e Produção dos Media	5.2h
Juliana Campos Lobo	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Jornalismo e Comunicação	-	80h
Julien Diogo	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Ciências Sociais	Marketing	255h
Leandra Margarida Prata Cordeiro	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Psicologia	Intervenção Psicossocial com Crianças e Jovens em Risco	22h
Leandro Ricardo Nogueira Cavadas	Professor Adjunto	Doutoramento	Educação	-	135h
Liliana Andrade de Matos Castilho	Professor Adjunto	Doutoramento	História de Arte	-	181h
Luís Nuno Figueiredo e Sousa	Professor Coordenador	Doutoramento	Sociologia	-	204.4h
Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto	Professor Coordenador	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Relações Públicas	249h
Manuel Nicolau de Abreu Tudela Almeida Dias	Professor Adjunto Convidado	Licenciatura	Artes Plásticas / Pintura	Design Gráfico	120h
Maria de Lurdes Gomes Neves	Assistente Convidado	Doutoramento	Psicologia - Especialidade Psicologia da Educação	-	68h
Maria João Alves Moura de Almeida Rocha Lages	Assistente Convidado	Licenciatura	Línguas e literaturas estrangeiras (222)	-	45h
Maria Teresa Morais de Gouveia Osório Antas de Barros	Professor Coordenador	Doutoramento	Biblioteconomia Y Documentación	-	132h
Nídia Salomé Nina de Morais	Professor Coordenador	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação	-	15.2h
Paula Maria de Azevedo Ferreira Rodrigues	Professor Coordenador	Doutoramento	Design	-	15h
Paulo Alexandre Moutinho Barroso	Professor Adjunto	Doutoramento	Filosofia da Linguagem	-	255h
Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Marketing e publicidade	255h
Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação - Estudos de Jornalismo	-	164h
Raquel Grilo de Oliveira Fernandes	Assistente Convidado	Mestrado	Línguas e Literaturas Modernas / Estudos Portugueses	-	45h
Sandra Gracinda da Cunha Barbosa da Costa	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Ciências da Comunicação	-	69h
Sara Cristina Valente dos Santos	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão e Administração	Marketing e publicidade	60h

Sara Lúcia Tavares dos Santos	Assistente Convidado	Mestrado	Línguas e Literaturas Estrangeiras	-	45h
Sónia de Almeida Ferreira	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação	-	137h
Teresa Sofia de Almeida Gouveia	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação	-	6h
Véronique Delplancq	Professor Coordenador	Doutoramento	Línguas e Literaturas Romanicas	-	135h

	2022/23	2023/24	2024/25
número total de docentes	36	31	35
número total de docentes ETI	31.7	27	28.8
número de docentes em tempo integral	19	17	18
número de docentes doutorados em tempo integral	18	17	18
número de professores de carreira	19	16	18
número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	18	16	18
número total de docentes doutorados ETI	23.4	18.7	21
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)	6.3	4.8	7.7
número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
número total de estudantes	222	219	206

	2022/23	2023/24	2024/25
percentagem de docentes em tempo integral	59.94%	62.96%	62.50%
percentagem de docentes doutorados em tempo integral	56.78%	62.96%	62.50%
percentagem de professores de carreira	52.78%	51.61%	51.43%
percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	56.78%	59.26%	62.50%
percentagem de docentes doutorados	73.82%	69.26%	72.92%
percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional	19.87%	17.78%	26.74%
percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes	3.3	3.0	3.7
rácio estudantes/docentes ETI	7.0	8.1	7.2

Índice de envelhecimento do corpo docente

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	IE	NÚMERO	IE	NÚMERO	IE
Índice de envelhecimento do corpo docente	<30	0	0.900	0	1.143	2	1.500
	>=30 A <40	10		7		6	
	>=40 A <50	17		16		15	
	>=50 A <60	7		6		9	
	>=60	2		2		3	

Estudantes

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por ano curricular	1º Ano	85	38.29%	79	36.07%	80	38.83%
	2º Ano	73	32.88%	71	32.42%	57	27.67%
	3º Ano	64	28.83%	69	31.51%	69	33.50%
	Total	222		219		206	

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por género	Feminino	146	65.77%	137	62.56%	137	66.50%
	Masculino	76	34.23%	82	37.44%	69	33.50%
	Total	222		219		206	

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por idade	<20	98	44.14%	111	50.68%	99	48.06%
	>=20 A <24	108	48.65%	92	42.01%	100	48.54%
	>=24 A <28	10	4.50%	9	4.11%	5	2.43%
	>=28	6	2.70%	7	3.20%	2	0.97%
	Total	222		219		206	

Informação Adicional Sobre os Estudantes

Procura

	2022/23	2023/24	2024/25
número de vagas	81	70	70
número de candidatos	461	409	362
número de colocados	98	88	90
número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez	76	67	84
nota mínima de entrada (CNA)	130,2	132	126,7
nota média de entrada (CNA)	131,4	134,4	130,53

Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura

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 Politécnico de Viseu: canais online, material impresso e através da participação em feiras vocacionais e de divulgação, quer nacionais, quer regionais e locais, assim como nos Dias Abertos IPV. É de referir também a proposta de workshops temáticos para dinamização nas sessões de divulgação da oferta formativa e feiras vocacionais das escolas secundárias e profissionais. As atividades dinamizadas no âmbito do curso, como a organização do Dia do Curso, o PRP Summit'25, com um programa diversificado direcionado para os alunos do curso e a respetiva divulgação do evento nas redes sociais também contribuiu para o aumento da disseminação de informação sobre o curso. É de referir a participação de professores e alunos de escolas secundárias e profissionais locais no PRP Summit'25 que foram convidados para promover um maior conhecimento do curso. A iniciativa organizada no âmbito do PRP Summit'25, Mostra PRP, possibilitou a divulgação, em formato de poster científico, dos melhores trabalhos realizados pelos estudantes do curso de PRP no âmbito das várias UC.

Sucesso Académico

	2022/23	2023/24	2024/25
número de diplomados	50	56	52
diplomados em n anos**	43	48	49
diplomados em n+1 anos	6	7	2
diplomados em n+2 anos	1	1	0
diplomados em mais do que n+2 anos	0	0	1

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
média de estudantes aprovados às unidades curriculares	estudantes aprovados	2282		2188		2027	
	estudantes inscritos	2923	0.780	2828	0.772	2691	0.753
	estudantes avaliados	2760	0.827	2584	0.847	2464	0.823

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
razão entre estudantes avaliados e estudantes não avaliados nas unidades curriculares	estudantes avaliados	2760	16.93	2584	10.59	2464	10.85
	estudantes não avaliados	163		244		227	

		2022/23		2023/24		2024/25	
		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

São de referir as diversas estratégias de combate ao insucesso usadas pelos docentes do curso nas diferentes UC: atualizações de conteúdos e bibliografias inerentes à lecionação das UC; utilização de metodologias pedagógico-didáticas que privilegiam a interação frequente e estimulam por um lado o trabalho individual e, por outro lado o trabalho em grupo; acompanhamento pedagógico personalizado em sala de aula, respondendo às solicitações dos alunos; aumento do número de trabalhos e exercícios práticos em contexto de aula; aprendizagem baseada em problemas, estudo de casos reais, trabalhos de simulação empresarial em contexto de aula; promoção de momentos de discussão 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; 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.

A promoção de 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 assumem uma grande importância no processo de ensino-aprendizagem e no sucesso académico dos estudantes.

Abandono Escolar

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Total	número de abandonos	29	12.50%	30	13.39%	36	17.06%
	número de inscritos	232		224		211	
1º Ano	número de abandonos	20	21.51%	20	24.10%	25	29.41%
	número de inscritos	93		83		85	
2º Ano	número de abandonos	6	8.00%	7	9.72%	1	1.75%
	número de inscritos	75		72		57	
3º Ano	número de abandonos	3	4.69%	3	4.35%	10	14.49%
	número de inscritos	64		69		69	
4º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	número de inscritos	0		0		0	

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Motivo Apontado para o Abandono	Doença	1	3.33%	0	0.00%	0	0.00%
	Fatores Económicos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Incompatibilidade com Horários de Trabalho	1	3.33%	1	3.33%	1	2.78%
	Mudança para um Curso de Outra Instituição de Ensino Superior	3	10.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso de Outra Unidade Orgânica do IPV	2	6.67%	0	0.00%	1	2.78%
	Mudança para um Curso na Mesma Unidade Orgânica	1	3.33%	2	6.67%	0	0.00%
	Não Identificação com o Curso	1	3.33%	2	6.67%	2	5.56%
	Outro Motivo	0	0.00%	2	6.67%	0	0.00%
	Não renovação da inscrição	21	70.00%	23	76.67%	32	88.89%

NOTA:

- Motivo "Não renovação da inscrição" - Alunos que não renovaram a inscrição no curso no ano letivo subsequente e não estão incluídos nos casos anteriores.
- Motivo "Outro motivo" - Alunos que anularam a matrícula, indicando um motivo diferente dos assinalados nas linhas anteriores.
- 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. Caso seja aplicável, estão excluídos os alunos que aguardam data e classificação do estágio/dissertação/projeto no ano letivo em causa.

Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono

Participação dos alunos e docentes do Ciclo de estudos 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, designadamente na sessão de acolhimento dos estudantes do 1.º ano.

Participação do coordenador do Ciclo de estudos na monitorização das medidas de prevenção do abandono académico, no âmbito do Conselho Pedagógico, nas reuniões plenárias.

A coordenação do curso, em articulação com a comissão de curso (docentes e discentes) e com os professores das diferentes unidades curriculares, evidencia uma preocupação constante com o acompanhamento dos estudantes, promovendo uma comunicação próxima e um acompanhamento atento. Sempre que surgem dificuldades ou problemas, é privilegiado um apoio individualizado, ajustado às necessidades de cada estudante.

Ao longo do ano, são dinamizadas diversas iniciativas em várias unidades curriculares, designadamente aulas abertas, visitas de estudo e convites a oradores, bem como atividades integradas no Dia do Curso PRP, no PRP Summit. Estas ações favorecem a interação e o envolvimento dos estudantes na vida académica, contribuindo para uma integração mais sólida. Paralelamente, incentiva-se a participação, colaboração e envolvimento dos estudantes em conferências e eventos científicos da área, assim como em iniciativas promovidas pela comunidade. Estas experiências despertam o interesse, reforçam o envolvimento e constituem oportunidades de aprendizagem significativa, funcionando também como fatores de motivação para a continuidade no curso e para a prevenção do abandono escolar.

Internacionalização dos Estudantes

ESTUDANTES	2022/23		2023/24		2024/25	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Evolução dos estudantes inscritos ao abrigo do Estatuto do Estudante Internacional	0	0.00%	0	0.00%	1	0.49%
Evolução dos estudantes estrangeiros inscritos sem estatuto do estudante internacional	13	5.86%	12	5.48%	6	2.91%
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Recebidos)	3	1.35%	2	0.91%	4	1.94%
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	0	0.00%	3	1.37%	2	0.97%
Número total de estudantes	222	100%	219	100%	206	100%

NOTA:

- Incluir Cursos on-line (in e out); outras mobilidades virtuais (in e out); mobilidades físicas de longa duração (in e out); mobilidades físicas de curta duração (in e out); mobilidades física e virtual (in e out); estágios (in e out).

Internacionalização dos Docentes

DOCENTES	2022/23		2023/24		2024/25	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Docentes estrangeiros incluindo em mobilidade	2	5,5	0	0	1	2,8
Docentes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	1	2,7	2	6,4	2	5,7
Número total de docentes	36		31		35	

NOTA:

- Incluir Cursos on-line (in e out); outras mobilidades virtuais (in e out); mobilidades físicas (in e out); mobilidades física e virtual (in e out).

Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização

No âmbito do programa do PRP Summit'25 foi dinamizada uma sessão intitulada "Erasmus+: Experiências PRP", que contou com a apresentação do programa Erasmus+, pela coordenadora do programa na ESEV e com o testemunho de 3 alunas que relataram a sua experiência de mobilidade na Universidade de Istambul (Turquia) e Universidade Rey Juan Carlos (Madrid, Espanha). Esta iniciativa visa divulgar o programa de mobilidade junto dos alunos. É feita a divulgação do programa Erasmus junto dos alunos do curso, 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

	2022/23		2023/24		2024/25	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso	-	-	3	2.83%	5	8.62%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade não relacionado com o curso	-	-	1	0.94%	1	1.72%
Diplomados que responderam ao questionário à satisfação	-	-	4	3.77%	6	10.34%
Diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	-	-	106		58	

	2022/23		2023/24		2024/25	
	Média		Média		Média	
Entidades empregadoras que responderam ao questionário à satisfação	-	%	-	%	-	-
Entidades empregadoras a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	-		-		-	

	2022/23	2023/24	2024/25
	MÉDIA	MÉDIA	MÉDIA
Grau de satisfação das entidades empregadoras com os diplomados do curso	-	-	-

NOTA:

- Escala (1 - Totalmente Insatisfeito; 7 - Totalmente Satisfeito)

Justificação principal para o grau de satisfação atribuído	2022/23	2023/24	2024/25
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 promovidas diversas práticas que permitem divulgar o curso e evidenciar as competências adquiridas pelos estudantes ao longo do percurso académico, junto da comunidade e de entidades públicas e privadas, contribuindo para reforçar a sua empregabilidade. Entre estas práticas destacam-se: a realização de trabalhos de pesquisa em várias unidades curriculares em articulação com empresas reais, bem como projetos com aplicabilidade prática em contexto empresarial; o incentivo à colaboração e ao envolvimento dos alunos em iniciativas e eventos organizados por diferentes entidades da comunidade; o desenvolvimento de atividades em parceria com entidades externas; a realização de visitas de estudo a empresas e aulas abertas com profissionais da área; e a organização do Dia do Curso, PRP Summit, que conta sempre com a participação de especialistas em comunicação, publicidade e relações públicas. É de salientar que a realização dos estágios curriculares constitui um importante facilitador para o ingresso dos estudantes no mercado de trabalho.

Satisfação

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	376		258		237	
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	2865	13.12%	2765	9.33%	2630	9.01%
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	15		13		11	
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NO CURSO	222	6.76%	219	5.94%	206	5.34%

		2022/23	2023/24	2024/25
UNIDADES CURRICULARES	NATUREZA	4.24	4.14	3.94
	IMPLEMENTAÇÃO	4.23	4.04	3.99
	AUTOAVALIAÇÃO	4.32	4.09	3.98

		2022/23	2023/24	2024/25
CURSO	PERCEÇÃO GLOBAL	3.91	4.33	3.85
	AMBIENTE	4.17	4.52	3.73

NOTA:

- Escala: 0- Não sabe/não aplicável; 1- Completamente desadequado; 2- Desadequado; 3- Adequado; 4- Muito adequado; 5- totalmente adequado.
- Soma de todos os estudantes inscritos todas as unidades curriculares - corresponde às inscrições em todas as UCs, excluindo das UCs cujo inquérito é do tipo estágio.
- Soma de todos os estudantes inscritos em estágio, dissertação ou projeto - corresponde às inscrições em UCs consideradas como estágio, dissertação ou projeto.

Apreciação Global dos Resultados da Satisfação

Os resultados evidenciam que a taxa de participação nos questionários de satisfação dos estudantes é, de forma geral, bastante baixa, uma vez que apenas 9,01% responderam ao inquérito relativo às unidades curriculares e 5,34% ao questionário sobre o curso. Apesar da reduzida taxa de respostas, os dados revelam níveis altos de satisfação relativamente à natureza, implementação e autoavaliação das unidades curriculares, com valores médios de 3,94 (natureza), 3,99 (implementação) e 3,98 (autoavaliação), considerados bastante adequados.

No que se refere à perceção global e ao ambiente do curso, os resultados apontam igualmente para uma avaliação bastante positiva, com classificações que variam entre 3,85 (perceção global) e 3,73 (ambiente do curso), confirmando o reconhecimento dos estudantes quanto à qualidade destes indicadores.

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

		2022/23		2023/24		2024/25	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Taxa de cumprimento do prazo para elaboração dos relatórios de unidade curricular	Relatórios elaborados dentro do prazo	39	95.00%	39	95.00%	40	98.00%
	Número de unidades curriculares	41		41		41	
Taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular	Relatórios validados dentro do prazo	39	100.00%	22	56.00%	40	100.00%
	Relatórios elaborados dentro do prazo	39		39		40	

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 362 candidatos para 70 vagas; 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 25. 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, que despertam o interesse e geram envolvimento dos alunos. 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 dois docentes participaram em programas de mobilidade Erasmus. Relativamente à produção científica dos docentes e ao envolvimento de docentes em projetos de investigação, verifica-se um aumento.

O curso de PRP assenta numa abordagem de ensino-aprendizagem que combina teoria e prática, recorrendo a metodologias e dinâmicas variadas. O objetivo é preparar os estudantes para o exercício da sua futura profissão, dotando-os de competências que lhes permitam responder de forma eficaz às exigências e desafios do mercado de trabalho contemporâneo.

Como principais dificuldades, são de salientar: a baixa taxa de resposta aos questionários, a taxa de abandono escolar que tem vindo a aumentar (17,06%), sendo a taxa de abandono maior nos alunos do 1º ano (25 alunos), sendo a não renovação da inscrição a principal causa identificada.

Melhoria

ANO	DESCRIÇÃO	META	INDICADORES	RESULTADOS	
				INDICADORES	VERIFICAÇÃO DA EFICÁCIA

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

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 Summit24 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 ` ; 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

Há propostas de melhoria que serão monitorizadas em 2025/2026.