



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

Publicidade e Relações Públicas

Ano letivo 2020-21
07/01/2022

Nota: Ligações Externas no Apoio à Docência	3
Nota: Trabalhos de Investigação Envolvendo Estudantes	3
Identificação	3
Estrutura Curricular	3
Plano de Estudos	3
Ligações Externas no Apoio à Docência	5
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	12
Informação Adicional Sobre os Estudantes	12
Procura	13
Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura	13
Sucesso Académico	14
Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso	15
Abandono Escolar	16
Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono	16
Internacionalização	16
Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização	17
Empregabilidade	17
Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso	19
Satisfação	20
Apreciação Global dos Resultados da Satisfação	20
Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares	21
Análise Crítica do Funcionamento do Curso	22
Melhoria	22
Observações	24

Nota: Ligações Externas no Apoio à Docência

Nota: Trabalhos de Investigação Envolvendo Estudantes

Identificação

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

Estrutura Curricular

ÁREA CIENTÍFICA/ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO	ECTS	
	Obrigatórios	Opcionais
Ciências Sociais	15	0
Artes	8	0
Psicologia	4	0
Marketing e publicidade	43	0
Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	17	0
Ciências Exatas e da Natureza	5	0
Comunicação Corporativa	66	0
Ciências da Linguagem e da Comunicação	18	0
CCORP/CS/CLC/A/CTIC/MP	0	4
Subtotal	176	4
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	
Francês	1º Ano / 2º Semestre	Ciências da Linguagem e da Comunicação	Semestral	0081:00	0045:00	3	Optativa: Língua Estrangeira II (Inglês ou Francês);
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	

Ligações Externas no Apoio à Docência

Foram estabelecidas várias ligações externas no âmbito de várias UC, sendo de salientar as seguintes: no âmbito do projeto PRP2.C, nas UC Comunicação e gestão da reputação Institucional, Relações Públicas em Ambiente Digital e Laboratório de Publicidade, os alunos desenvolveram e criaram o plano de comunicação e gestão da reputação institucional, plano de gestão de conteúdos em ambiente digital e canais e suportes para as entidades: Transagri, Coelho & Dias, S2L Software, AvisPT21 e projeto VLab.

Na UC Comunicação e Gestão da Reputação Institucional, foram organizados e realizados 4 seminários temáticos, a saber:

Seminário 1 - Dr. Luís Miguel Costa (HUF Portuguesa) | Gestão da reputação institucional, comunicação interna e comunicação de crise.

Seminário 2 - Doutora Mafalda Eiró-Gomes (IPL-ESCS) | Comunicação e gestão da reputação à escala nacional e internacional.

Seminário 3- Doutor Jorge Remondes (ISVOUGA) | Gestão da reputação institucional e comunicação digital

Seminário 4 - Dr. José Arimateia (Grupo Visabeira) | Gestão da reputação institucional

Na UC Princípios de gestão foi organizado e realizado um seminário com João Olival, gestor da Officelan, que falou sobre o impacto da COVID-19 na gestão.

Na UC de Sistemas e Modelos de Comunicação foi realizado um Webinar com 3 convidados: Talk "Que vida é esta de jornalista e consultor?!" - António Pedro (RTP) - Anabela Dantas (Notícias ao Minuto) - Francisco Lima (LLYC).

Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço

4BUZZ Performance Digital e Serviços de Publicidade, LTDA; A Marinha; Académico de Viseu Futebol Clube; ADIV - Associação para o Desenvolvimento e Investigação de Viseu; Agência Grande; Agostinhos - Oficina de Projetos Industriais, Lda; Andreia Pereira Amaro Soc Uni, Lda; Associação de Futebol de Viseu; Be-Wide Online Solutions; Caetsu Publicidade; Câmara Municipal de Castro Daire ; Câmara Municipal de Resende; Câmara Municipal de Viseu; Câmara Municipal do Sátão; Celeuma; Conclusão; Creative Fox, Lda.; ENB - Escola de Negócios; Escola de Dança Lugar Presente; Essência Completa - Marketing, Comunicação e Media, Lda; Exemplo Criativo Unipessoal, Lda; Finepaper - Atelier de Produção Gráfica, Lda; Fundação Centro Cultural de Belém; Guerilla Design Agency Unip, Lda ; Gula Viseual, Lda; Havas Worldwide Portugal, Lda ; Insidevanity, Unipessoal, Lda ; Instituto Português do Desporto e da Juventude ; Irmãos Leite; João Pericão Faria Concept, Lda ; Jornal O Centro; Lift Consulting - Consultores de Comunicação, S.A ; Linear Digital Agency; Media 1881 - Produção e Comercialização de Anúncios Publicitários, Lda ; Mestre Design - Publicidade e Comunicação, Lda ; Mixlife, Lda., Município de Coruche; O Vidrinho, Comércio de Vidros, Lda ; Plenimagem; Reduce Light 2 Unip Lda ; Psico&Soma ; Regimento de Infantaria nº 14; Salvor, Sociedade de Investimento Hoteleiro, SA ; Ser & Parecer; SP Business Group; Trevo - Associação para a Cidadania Ambiental e Participação Social ; TwoPlay, Lda.; UDACA U.C.R.L. - União Demarcada das Adegas Cooperativas do Dão ; União das Freguesias de Mangualde, Mesquitela e Cunha Alta ; Visalentejo, Mediação Imobiliária, Lda ; Viseu MArca; Viseventos; Way2Start - Design & Digital Agency .

Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes

Nos relatórios das diferentes UC, os docentes salientaram os trabalhos que têm sido desenvolvidos nas UC, a saber:

Em Audiovisuais na Publicidade foi referido que os trabalhos de avaliação propostos, prosupõem sempre o recurso à investigação por parte dos alunos.

Na UC Comunicação e Gestão de Reputação Institucional, foi salientado que os alunos desenvolveram os trabalhos de pesquisa no âmbito da Unidade curricular em colaboração com entidades externas: Projeto VLAB, Transagri, AvisPT21, Coelho & Dias, S2L.

Na UC de Comunicação Falada e Processamento da Informação Verbal, foi referido o seguinte: as pesquisas orientadas para os temas do programa, em estreita ligação com os objectivos do Curso e os interesses dos estudantes. Realização de trabalhos escritos e apresentações orais focalizadas sobre os aspetos práticos no domínio das PRP.

Em Design os estudantes realizam investigação correlacionada com as atividades projetuais desenvolvidas tendo sido fornecidos recursos de pesquisa como vídeos e exemplos de projetos de design acompanhados de textos sobre os quais os estudantes efetuam análise que registam e discutem na aula.

Em Ética e Responsabilidade Social Corporativa os trabalhos de grupo foram em temas inovadores e atuais, exigindo trabalho de campo e pesquisa, tais como: Informação, emancipação e cidadania na Geração Z; Dados, Inteligência Artificial e a Ética; os limites da Ética na Publicidade Moderna; Greenwashing empresarial; A Ética e os limites das Redes Sociais; Gestão de Crise nas organizações: Como Comunicar de forma ética em épocas de crises.

Em Francês foi referido: Pesquisas orientadas para os temas do programa, em estreita ligação com os objectivos do Curso e os interesses dos estudantes. Realização de trabalhos escritos e apresentações orais focalizadas sobre os aspetos práticos no domínio das PRP.

Em Inglês, foi salientado que são feitas investigações inerentes aos temas desenvolvidos na UC e respetivas apresentações (escritas e orais)

Em Marketing Digital, foram desenvolvidos os seguintes trabalhos: Criação de um site institucional em wordpress; Criação de perfil de LinkedIn Profissional

Trabalhos sobre como criar campanhas de Marketing, Viseu, IPV, Melhor Cidade para Viseu; Criação de Landing Pages.

Em Marketing Estratégico os alunos fizeram trabalhos de simulação em Marketing, envolvendo pesquisa prévia para efeitos de planeamento das decisões a tomar, para efeitos de avaliação à UC.

Em Marketing Operacional foi referido que foi feita a preparação de Plano de Comunicação passível de colocação em prática.

Em Metodologia de Investigação em Comunicação foram referidos trabalhos de investigação desenvolvidos no âmbito da Metodologia de Investigação.

Em Psicologia da Comunicação os alunos elaboraram um trabalho devidamente fundamentado e que requer pesquisa adicional sobre um dos conteúdos programáticas (seguido de um momento de apresentação e discussão) - elemento de avaliação da UC.

Em Sistemas e Modelos de Comunicação os trabalhos de grupo foram trabalhos de pesquisa em torno dos conceitos basilares da UC.

Informações adicionais

Corpo Docente

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

Publicidade e Relações Públicas

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU ACADÉMICO	ESPECIALISTA	CARGA LETIVA NO CURSO
Ana Cristina Frias Augusto Tomás da Costa	Assistente Convidado	Licenciatura	Design Comunicação / 1995	-	120h
Ana Isabel Pereira Pinheiro da Silva	Professor Adjunto	Doutoramento	Línguas e Literaturas Modernas - Linguística e Ensino de Línguas / 2012	-	90h
Ana Mafalda Santos Portas Matias	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação / 2013	-	275.2h
Ana Maria Marques Costa Pereira Lopes	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Letras - Estudos Americanos (História, Literatura e Cultura) / 2009	-	105.2h
André Samuel Oliveira Gama Nunes Barbosa	Assistente Convidado	Mestrado	Artes Digitais / 2006	-	114h
Carlos Alberto Carvalho Lopes	Assistente Convidado	Mestrado	Marketing e Comunicação / 2014	-	33h
David Manuel Duarte Oliveira	Assistente Convidado	Doutoramento	Multimédia em Educação / 2021	-	180.1h
Dulce Helena Morgado Raimundo Melão	Professor Adjunto	Doutoramento	Educação / 2016	-	90h
Eduardo Filipe Lourenço Guerreiro	Assistente Convidado	Mestrado	Tecnologias de Informação e Comunicação / 2016	-	133h
Filipa Rodrigues Ramos Pereira	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Informação e Comunicação / 2016	-	53.2h
Filomena Antunes Sobral	Professor Adjunto	Doutoramento	Cinema e Audiovisual / 2011	-	5.2h
Helena Margarida dos Santos Vasconcelos Gomes	Professor Adjunto	Doutoramento	Matemática / 2018	-	180h
Ivan José d'Almeida Terra	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Multimédia / 2012	Audiovisuais e Produção dos Media	30h
Ivone Pinto Ribeiro	Assistente Convidado	Mestrado	Desconhecido ou não especificado / 2013	-	45.2h
Joana Margarida Rodrigues Lopes Martins Mota	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação / 2017	Jornalismo e Reportagem	40h
João Augusto Guerra Rocha Nunes	Professor Adjunto	Doutoramento	História / 2011	-	0h
Juliana Campos Lobo	Assistente Convidado	Doutoramento	Comunicação / 2018	-	70h
Julien Diogo	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Comunicação / 2012	Marketing	350h
Leandra Margarida Prata Cordeiro	Assistente Convidado	Mestrado	Psicologia / 2007	-	135.2h
Leandro Ricardo Nogueira Cavadas	Professor Adjunto	Doutoramento	Educação / 2019	-	135h
Liliana Andrade de Matos Castilho	Professor Adjunto	Doutoramento	História de Arte / 2013	-	65.2h
Liliana Assunção de Paulo Carona	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Comunicação e Jornalismo / -	-	116h
Luís Nuno Figueiredo e Sousa	Professor Adjunto	Doutoramento	Sociologia / 2011	-	160h
Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação / 2015	Relações Públicas	308h

Maria Cristina Coelho Carvalho Azevedo Gomes Santos e Silva	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Engenharia Informática / 2001	-	10h
Maria Teresa Morais de Gouveia Osório Antas de Barros	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Biblioteconomia Y Documentación / 2009	-	165.2h
Maribel dos Santos Miranda Pinto	Professor Adjunto	Doutoramento	Estudos da Criança - Tecnologias da Informação e Comunicação / 2009	-	224.9h
Nídia Salomé Nina de Morais	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação / 2012	-	35.2h
Paula Alexandra Lobo Martins Ramalhão	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Ciências da Comunicação / 2011	-	140h
Paula Maria de Azevedo Ferreira Rodrigues	Professor Adjunto	Doutoramento	Design / 2016	-	60h
Paulo Alexandre Moutinho Barroso	Professor Adjunto	Doutoramento	Filosofia da Linguagem / 2007	-	290h
Paulo Alexandre Pires Pinto da Silva	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Ciências da Comunicação / 2016	Marketing e Publicidade	179.2h
Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação - Estudos de Jornalismo / 2016	-	110h
Pedro Miguel Lopes Mota Veiga	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão / 2016	-	280h
Rosa Maria Silva Rebelo	Assistente Convidado	Doutoramento	Ciências da Comunicação / 2017	-	210h
Sara Cristina Valente dos Santos	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão e Administração / 2019	Marketing e Publicidade	170h
Sónia de Almeida Ferreira	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências e Tecnologias da Comunicação / 2013	-	21h
Susana Soares da Silva Rocha Relvas	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Letras - Estudos Americanos (História, Literatura e Cultura) / 2010	-	30h
Teresa Sofia de Almeida Gouveia	Professor Adjunto	Doutoramento	Tecnologias de Informação e Comunicação / 2015	-	5.2h
Véronique Delplancq	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Linguas e Literaturas Romanicas / 1996	-	90h

	2018/19	2019/20	2020/21
número total de docentes	0	0	40
número total de docentes ETI	0	0	33.9
número de docentes em tempo integral	0	0	29
número de docentes doutorados em tempo integral	0	0	29
número de professores de carreira	0	0	26
número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	0	0	29
número total de docentes doutorados ETI	0	0	29
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI	0	0	29
número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
número total de estudantes	0	0	231

	2018/19	2019/20	2020/21
percentagem de docentes em tempo integral	0.00%	0.00%	60.42%
percentagem de docentes doutorados em tempo integral	0.00%	0.00%	60.42%
percentagem de professores de carreira	0.00%	0.00%	100%
percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	0.00%	0.00%	60.42%
percentagem de docentes doutorados	0.00%	0.00%	79.17%
percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional	0.00%	0.00%	4.17%
percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes	0.0	0.0	3.8
rácio estudantes/docentes ETI	0.0	0.0	6.8

Índice de envelhecimento do corpo docente

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	IE	NÚMERO	IE	NÚMERO	IE
Índice de envelhecimento do corpo docente	<30	0	0.000	0	0.000	0	1.200
	>=30 A <40	0		0		10	
	>=40 A <50	0		0		18	
	>=50 A <60	0		0		10	
	>=60	0		0		2	

Estudantes

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por ano curricular	1º Ano	0	0.00%	0	0.00%	82	35.50%
	2º Ano	0	0.00%	0	0.00%	67	29.00%
	3º Ano	0	0.00%	0	0.00%	82	35.50%

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por género	Feminino	0	0.00%	0	0.00%	149	64.50%
	Masculino	0	0.00%	0	0.00%	82	35.50%

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por idade	<20	0	0.00%	0	0.00%	28	12.12%
	>=20 A <24	0	0.00%	0	0.00%	174	75.32%
	>=24 A <28	0	0.00%	0	0.00%	21	9.09%
	>=28	0	0.00%	0	0.00%	8	3.46%

Informação Adicional Sobre os Estudantes

No ano letivo 2020/2021, o rácio de estudantes/docentes passou para 17,5.

Procura

		2018/19	2019/20	2020/21
número de vagas		68	68	83
número de candidatos		56	326	348
número de colocados		90	85	93
número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez		71	74	69
nota mínima de entrada (CNA)		102,9	124,8	122
nota média de entrada (CNA)		118,83	119,23	122,7

Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura

No ano letivo 2020/2021, devido à pandemia, não houve as habituais ações de divulgação nas feiras vocacionais nas Escolas Secundárias e Dias Abertos. No entanto, são de salientar ações realizadas em modo online, como o convite de especialistas no âmbito das UC Princípios de Gestão, Gestão de Marcas, Empreendedorismo, Comunicação e Gestão da Reputação Institucional e no âmbito da organização do Dia de PRP, onde foram convidados especialistas das áreas científicas do curso e onde foi promovido um momento de partilha da experiência e testemunho de ex-alunos do curso que se encontram a trabalhar. Por outro lado, é de referir as iniciativas desenvolvidas no âmbito do projeto PRP2.C, com forte ligação externa do curso, onde os alunos no âmbito das UC Laboratório de Publicidade, Comunicação e Gestão da Reputação Institucional e Relações Públicas em Ambiente digital trabalharam desafios e problemas comunicacionais para as entidades Transagri, Coelho & Dias, S2L Software e projeto VLab. Estas iniciativas funcionam como uma importante fonte de motivação dos atuais alunos e fonte de recomendação para potenciais alunos.

Sucesso Académico

	2018/19	2019/20	2020/21
número de diplomados	0	0	73
diplomados em n anos**	0	0	59
diplomados em n+1 anos	0	0	11
diplomados em n+2 anos	0	0	1
diplomados em mais do que n+2 anos	0	0	2

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA
média de estudantes aprovados às unidades curriculares	estudantes inscritos	0		0		2943	
	estudantes aprovados	0	0.000	0	0.000	2585	0.878
	estudantes avaliados	0	0.000	0	0.000	2925	0.882

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
razão entre estudantes avaliados e estudantes não avaliados	estudantes avaliados	0		0		2925	
	estudantes não avaliados	0	0	0	0	18	162.5

		2018/19		2019/20		2020/21	
		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	0		0		0	

Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso

Nos relatórios das várias UC, os docentes referiram as diversas estratégias de combate ao insucesso que promovem no âmbito das UC que lecionam, sendo de salientar:

Incentivo à participação nas horas de apoio dos docentes;

Reflexão sobre as horas de trabalho autónomo previstas no programa da uc;

Sugestão de auto e heteroavaliação dos estudantes relativamente ao projeto de grupo;

Incentivo à melhoria dos projetos durante a sua realização e na defesa (com entrega final posterior para contemplar sugestões dadas);

Entrega de tarefas realizadas ao longo de diversas aulas (finais das respetivas aulas), para envolver e responsabilizar os estudantes pelo trabalho desenvolvido durante as horas de contacto;

Utilização de metodologias pedagógico-didáticas que privilegiam a interação frequente e estimulam o trabalho individual e em grupo;

Acompanhamento pedagógico personalizado, respondendo às solicitações dos alunos, nomeadamente em espaço de aula, mas, sobretudo, privilegiando e incentivando a utilização dos horários de atendimento;

Aumento do número de trabalhos e exercícios práticos em contexto de aula;

A preocupação e proximidade dos professores é da maior importância para ajudar a colmatar dificuldades pontuais e contribuir para a perceção das corretas metodologias de trabalho;

Apoio permanente das propostas de atividades realizadas e experimentação na prática das propostas de atividades. Reforço do conceito do trabalho cooperativo e de entreatajuda. Apoio técnico nos trabalhos;

Aprendizagem baseada em problemas, estudo de casos reais, trabalhos de simulação empresarial em contexto de aula;

Incentivos à participação dos alunos na sala de aula e à realização de mais trabalhos práticos e de grupo na sala, com tutoria e apresentação oral;

Uso do Moodle, fórum do moodle e ferramentas interativas, como jogos online;

Apoio individualizado para desenvolvimento dos projetos permitindo aos discentes ultrapassar dificuldades e obstáculos;

Entrega dos trabalhos faseada ao longo do semestre, promovendo o envolvimento dos alunos durante todo o semestre;

Vários momentos/ elementos de avaliação; temas de caráter prático, intimamente ligados ao futuro profissional;

Foi assegurado um acompanhamento permanente, por mail ou via moodle;

Negociação da metodologia de trabalho (aulas síncronas e assíncronas) com os alunos, a partir de várias propostas feitas pela docente;

Disponibilização de tempo na aula para o desenvolvimento dos trabalhos;

Abandono Escolar

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Total	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	18	7.79%
	número de inscritos	0		0		231	
1º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	14	17.07%
2º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
3º Ano	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	4	4.88%

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Motivo Apontado para o Abandono	Fatores Económicos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso de Outra Instituição de Ensino Superior	0	0.00%	0	0.00%	2	11.11%
	Não Identificação com o Curso	0	0.00%	0	0.00%	3	16.67%
	Não se matriculou no ano letivo seguinte (abandonou)	0	0.00%	0	0.00%	13	72.22%

Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono

A Coodenação de curso e os elementos da comissão de curso promovem uma comunicação próxima tendo em vista a identificação de eventuais problemas e dificuldades que os alunos possam sentir, havendo, sempre que se justifique o acompanhamento individualizado de cada aluno. É também de salientar a preocupação e atenção do corpo docente na identificação de eventuais problemas e dificuldades de alunos.

Internacionalização

ESTUDANTES	2018/19		2019/20		2020/21	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Estudantes em Programas Internacionais de Mobilidade	3	1,3	2	0,9	0	0

DOCENTES	2018/19		2019/20		2020/21	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
docentes estrangeiros incluindo em mobilidade	3	8,1	0	0	2	5,2
docentes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	1	2,7	0	0	0	0
número total de docentes	37		32		40	

Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização

Divulgação do programa Erasmus junto dos alunos, incentivando à frequência de um semestre letivo em instituições de ensino superior estrangeiras com quem temos acordo, bem como à realização de estágio curricular em empresas/organizações estrangeiras. São promovidos momentos de partilha com os alunos que já frequentaram o programa Erasmus. No entanto, a situação pandémica que estamos a viver veio limitar e condicionar os processos de mobilidade quer de estudantes, quer de docentes do curso.

Empregabilidade

	2018/19	2019/20	2020/21
% recém-diplomados do curso registados no IEFP como desempregados*	22,5		

* dados IEFP

	2018/19		2019/20		2020/21	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso						
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade diferente do do curso						
Diplomados que responderam ao questionário à satisfação						
Diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação						

	2018/19		2019/20		2020/21	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Entidades empregadoras que responderam ao questionário à satisfação						
Entidades empregadoras a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação						

	2018/19	2019/20	2020/21
	MÉDIA	MÉDIA	MÉDIA
Grau de satisfação das entidades empregadoras com os diplomados do curso	<i>média calculada para o penúltimo ano sendo atribuído valor 0 a respostas "totalmente insatisfeito" e valor 6 a respostas "totalmente satisfeito"</i>	<i>média calculada para o último ano sendo atribuído valor 0 a respostas "totalmente insatisfeito" e valor 6 a respostas "totalmente satisfeito"</i>	<i>média calculada para o corrente ano sendo atribuído valor 0 a respostas "totalmente insatisfeito" e valor 6 a respostas "totalmente satisfeito"</i>

	2018/19	2019/20	2020/21
justificação principal para o grau de satisfação atribuído			
Competências técnicas face às necessidades da organização	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>
Conhecimentos face às necessidades da organização	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>
Capacidade de integração no espírito e objetivos da organização	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>
Outro	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>	<i>assinalar com X se for a justificação mais assinalada</i>

Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso

Realização de trabalhos em várias unidades curriculares com implementação real nas empresas, assim como trabalhos de aplicabilidade prática em empresas. Desenvolvimento de iniciativas em conjunto com a comunidade, dando a conhecer o curso e as competências adquiridas pelos alunos do curso.

Satisfação

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	-		-		274	9.31%
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	-	-	-	-	2943	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	-		-		24	10.39%
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NO CURSO	-	-	-	-	231	
		2018/19		2019/20		2020/21	
UNIDADES CURRICULARES	NATUREZA	-		-		4.3	
	IMPLEMENTAÇÃO	-		-		4.33	
	AUTOAVALIAÇÃO	-		-		4.41	
		2018/19		2019/20		2020/21	
CURSO	PERCEÇÃO GLOBAL	-		-		4.45	
	AMBIENTE	-		-		4.27	

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

Percebe-se que a taxa de resposta aos questionários à satisfação dos estudantes, de uma forma geral, é bastante reduzida, pois em 239 estudantes, apenas 24 responderam ao questionário de satisfação. No entanto, pela análise dos resultados, percebe-se que há uma satisfação com a natureza, implementação e autoavaliação no que se refere às unidades curriculares, assim como no que se refere à percepção global e ao ambiente do curso, na medida em que as respostas são acima dos 4 valores (de 1 a 5).

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

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Taxa de cumprimento do prazo para elaboração dos relatórios de unidade curricular	Relatórios elaborados dentro do prazo	-	-	-	-	50	67.00%
	Número de unidades curriculares	-	-	-	-	75	
Taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular	Relatórios validados dentro do prazo	-	-	-	-	44	88.00%
	Relatórios elaborados dentro do prazo	-	-	-	-	50	

Análise Crítica do Funcionamento do Curso

No ano letivo 2020/2021, considerando o contexto pandémico provocado pelo COVID19, houve alguns ajustamentos e adaptações ao normal funcionamento do curso de Publicidade e Relações Públicas. Apesar da situação vivida, podemos dizer que, de uma forma geral, quer no 1º semestre, quer no 2º semestre, as aulas e atividades do curso decorreram com a normalidade possível. Foram promovidas diversas atividades importantes para o processo de ensino-aprendizagem, nomeadamente aulas abertas, seminários, webinars, contando com académicos e especialistas convidados, que decorreram em modo online. Estas atividades suscitaram o interesse dos alunos e contaram com a sua participação e envolvimento. É de notar o envolvimento e participação ativa dos alunos na organização do Dia do curso de Publicidade e Relações Públicas, que teve lugar no dia 26 de abril de 2021, em modo online, que contou com a tertúlia de ex-alunos: Diogo Sousa (Caetsu), Sónia Borges (RedOcean), Miguel Mendes (Transagri) e Nádía Paiva (Creative Minds); Tiago Nogueira, Ecommerce Growth & Marketing @ Loja da Farmácia, Co-Coordenador do Programa Executivo em Marketing Digital @ UMinho, Invited Lecturer MBA @ ISAG; Maria Rúbio, Co-Funder e Marketing Manager da “Agência Grande” e Pedro Ferreira, Executive Creative Director na VMLY&R Lisboa. Foi igualmente incentivada a participação dos alunos em diversas conferências e atividades temáticas ligadas à área do curso, designadamente no que se refere ao empreendedorismo, como a participação na table 44- Empreendedores à mesa Jovem, que teve lugar no dia 17 de dezembro, em modo online, e contou com a presença de Fernando Rodrigues, da “PsicoSoma”, Manuel Lima da “Visual Complexity”, Filipa Cardoso, da “FindUp” e Mário Mouraz da “Climber”. Salienta-se também a participação dos alunos no curso nas diferentes Oficinas de Empreendedorismo realizadas nas cinco Escolas do Instituto Politécnico de Viseu, bem como no concurso Poliempreeunde. Dois alunos do curso forma vencedores do 3º prémio do concurso Regional Poliempreeunde PV 2021.

Apesar de todas as dificuldades sentidas ao longo do ano e da necessidade de adaptação e dos desafios que a situação pandémica trouxe, é de salientar a disponibilidade e flexibilidade do corpo docente do curso para dar resposta a diferentes situações. Pode dizer-se também que reconhecendo todas as condicionantes e limitações, o feedback dos alunos foi positivo. É de sublinhar, igualmente, a existência de práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público, referidas no ponto das ligações externas de apoio à docência. No que se refere à UC Estágio, é de referir que todos os alunos foram colocados, ficando concluídos todos os estágios curriculares.

É de salientar a intervenção de dois professores da Universidade de Vigo, Professora Sara Torres e Professor David Formoso, em duas aulas do curso de Publicidade e Relações Públicas, nos dias 16 e 17 de dezembro, no âmbito do programa de mobilidade e internacionalização ao nível dos docentes (missão ensino). No que se refere aos programas de mobilidade e internacionalização ao nível dos alunos, as alunas selecionadas no âmbito do programa Erasmus, desistiram devido à situação pandémica.

Melhoria

ANO	DESCRIÇÃO	META	INDICADORES	RESULTADOS	
				INDICADORES	VERIFICAÇÃO DA EFICÁCIA
20-21	Contribuir para a integração em atividades científicas (CFPIV) (Francês)	Aumentar a motivação e melhorar as performances escolares	Resultados na Avaliação	Resultados na avaliação	

2021	Adequação do software as necessidades (Design)	Disponibilizar software adequado em todos os computadores das salas onde decorrerão lecionação de Design	Verificar existência de software	Verificar existência de software	
2021	Atualização do programa	Manter o programa atualizado no que respeita à ligação com a evolução da prática profissional do Design mas também à bibliografia indicada	Aprovação de novo programa em Setembro 2021	Aprovação de novo programa em Setembro 2021	
21-22	Melhorar a aproximação com a atualidade do mercado de trabalho (Inglês)	Aumentar o interesse dos estudantes para as LE	Participação mais ativa na UC	Participação mais ativa na UC	
2021	Carga horária, para criação efetiva de campanhas no mundo digital (Marketing digital)	Duplicar	Melhoria da aprendizagem	Melhoria da aprendizagem	

21-22	<p>Concretizar ação de formação sobre o Portal Pordata, com o objetivo de dar a conhecer os seus conteúdos de teor qualitativo e quantitativo, bem como as formas de exploração e exportação dos dados, e consulta da metainformação.</p> <p>Esta ação surge em contexto de apoio à componente letiva sobre Análise de Mercados.</p> <p>(Mark.Estratégico)</p>	1 ação por turma	1 formação concretizada por turma		
2021	<p>Produção científica dos docentes (Curso)</p>	Aumento da produção científica dos docentes	Número de comunicações em eventos científicos da área científica do curso. Número de publicações	<p>Desenvolvimento de um projeto de investigação envolvendo vários docentes do curso - Comunicação e sustentabilidade ambiental: práticas dos municípios e comportamentos dos públicos.</p> <p>Organização de conferência internacional com call for papers aberto</p> <p>Edição de livro sobre da área científica do curso: Comunicação e sustentabilidade.</p>	<p>Projeto em curso (termina em janeiro de 2022):</p> <p>Número de publicações</p> <p>Número de comunicações</p>

Observações

É de referir que há alguns erros que são o resultado do processo de migração de bases de dados.