

diretor de curso	<i>Lúsa Paula Lopes Fernandes Augusto</i>
regime de funcionamento	<i>Diurno</i>
grau/diploma	<i>Licenciado</i>
Departamento	<i>Comunicação e Arte</i>
unidade orgânica	<i>Escola Superior de Educação de Viseu</i>

ESTRUTURA CURRICULAR

A estrutura curricular e plano de estudos a seguir apresentados referem-se ao novo plano de estudos do curso - plano de estudos 3, que, no ano letivo 2019/2020, passou a funcionar no 1º ano do curso, estando assinaladas a negrito as unidades curriculares que funcionaram no 1º ano do curso:

ÁREA CIENTÍFICA/ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO	ECTS	
	obrigatórios	Opcionais
Ciências Sociais	15	
Comunicação Corporativa	66	
Marketing e Publicidade	43	
Arte	8	
Ciências Exatas e Naturais	5	
Ciências da Linguagem e da Comunicação	18	
Ciências e Tecnologias da Informação e Comunicação	17	
Psicologia	4	
SUBTOTAL	176	4
TOTAL		180

PLANO DE ESTUDOS

UNIDADE CURRICULAR	ANO SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	HORAS DE TRABALHO	HORAS DE CONTACTO	ECTS	OBSERVAÇÕES
			<i>anual, semestral, trimestral</i>	<i>número total de horas de trabalho</i>	<i>horas totais (T, TP, P/L, TC, seminário, estágio, OT, outra)</i>		<i>assinalar quando unidade curricular for optativa</i>
Sociologia da Comunicação	1º ano 1º semestre	CCORP	semestral	108	45 TP	4	
Gestão de Recursos Humanos	1º ano 1º semestre	CS	semestral	135	60 TP	5	
Língua Estrangeira I (Inglês)	1º ano 1º semestre	CLC	semestral	81	45 TP	3	
Marketing Estratégico	1º ano 1º semestre	MP	semestral	135	60 TP	5	
Princípios de Gestão	1º ano 1º semestre	CS	semestral	135	60 TP	5	
Teorias da Comunicação	1º ano 1º semestre	CCORP	semestral	135	60 TP	5	
Performance Criativa	1º ano 1º semestre	A	semestral	81	45 TP	3	
Teoria das Organizações	1º ano 2º semestre	CS	semestral	135	60 TP	5	
Língua Estrangeira II (Inglês ou Francês)	1º ano 2º semestre	CLC	semestral	81	45 TP	3	
Marketing Operacional	1º ano 2º semestre	MP	semestral	108	45 TP	4	
Semiótica e Semiologia da Publicidade	1º ano 2º semestre	CCORP	semestral	135	60 TP	5	
Oficina das Tecnologias da Informação e Comunicação	1º ano 2º semestre	CTIC	semestral	108	45 TP	4	

UNIDADE CURRICULAR	ANO SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	HORAS DE TRABALHO	HORAS DE CONTACTO	ECTS	OBSERVAÇÕES
<i>Sistemas e Modelos da Comunicação</i>	<i>1º ano 2º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Técnicas de Expressão da Publicidade e Relações Públicas</i>	<i>1º ano 2º semestre</i>	<i>CLC</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Metodologia da Investigação em Comunicação</i>	<i>2º ano 1º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Marketing Digital</i>	<i>2º ano 1º semestre</i>	<i>MP</i>	<i>semestral</i>	<i>81</i>	<i>45 TP</i>	<i>3</i>	
<i>Gestão de Marcas</i>	<i>2º ano 1º semestre</i>	<i>MP</i>	<i>semestral</i>	<i>81</i>	<i>45 TP</i>	<i>3</i>	
<i>Audiovisuais na Publicidade</i>	<i>2º ano 1º semestre</i>	<i>CTIC</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Design</i>	<i>2º ano 1º semestre</i>	<i>A</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Relações Públicas</i>	<i>2º ano 1º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Teoria da Publicidade</i>	<i>2º ano 1º semestre</i>	<i>MP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Comunicação falada e processamento da informação verbal</i>	<i>2º ano 2º semestre</i>	<i>CLC</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Laboratório de Publicidade</i>	<i>2º ano 2º semestre</i>	<i>MP</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Ética e Responsabilidade Social Corporativa</i>	<i>2º ano 2º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>81</i>	<i>45 TP</i>	<i>3</i>	
<i>Atelier Multimédia</i>	<i>2º ano 2º semestre</i>	<i>CTIC</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Psicologia da Comunicação</i>	<i>2º ano 2º semestre</i>	<i>PSI</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Comunicação e Gestão da Reputação Institucional</i>	<i>2º ano 2º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>30 TP 15 S</i>	<i>5</i>	
<i>Estatística Aplicada</i>	<i>2º ano 2º semestre</i>	<i>CEN</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Publicidade e Relações Públicas em Ambiente Digital</i>	<i>3º ano 1º semestre</i>	<i>MP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Comunicação Estratégica</i>	<i>3º ano 1º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Empreendedorismo</i>	<i>3º ano 1º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Infografia</i>	<i>3º ano 1º semestre</i>	<i>CTIC</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Pragmática da Comunicação</i>	<i>3º ano 1º semestre</i>	<i>CLC</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	
<i>Programação e Gestão de Eventos</i>	<i>3º ano 1º semestre</i>	<i>MP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Análise de Mercados e Comportamento do Consumidor</i>	<i>3º ano 1º semestre</i>	<i>MP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Estágio</i>	<i>3º ano 2º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>486</i>	<i>360 OT</i>	<i>18</i>	
<i>Oficina das Relações Públicas</i>	<i>3º ano 2º semestre</i>	<i>CCORP</i>	<i>semestral</i>	<i>81</i>	<i>45 TP</i>	<i>3</i>	
<i>Campanhas Publicitárias e Planeamento de Meios</i>	<i>3º ano 2º semestre</i>	<i>MP</i>	<i>semestral</i>	<i>135</i>	<i>60 TP</i>	<i>5</i>	
<i>Opção 1</i>	<i>3º ano 2º semestre</i>	<i>CCORP/CS/CTIC/CLC/AMP</i>	<i>semestral</i>	<i>108</i>	<i>45 TP</i>	<i>4</i>	<i>Opcional</i>

preencher o quadro as vezes necessárias para descrever os diferentes percursos/períodos do ciclo de estudos

A estrutura curricular e plano de estudos a seguir apresentados referem-se ao plano de estudos anterior - plano de estudos 2, que, no ano letivo 2019/2020, ainda funciona no 2º e 3º ano do curso, estando assinaladas a negrito as unidades curriculares que funcionaram no 2º e 3º ano do curso:

ÁREA CIENTÍFICA, ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO	ECTS	
	OBRIGATÓRIOS	OPCIONAIS
CIÊNCIAS SOCIAIS	120	4
ARTES	12	4
CIÊNCIAS EXATAS E NATURAIS	5	0
CIÊNCIAS A LINGUAGEM E DA COMUNICAÇÃO	18	4
CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO	17	4
PSICOLOGIA	4	4
SUBTOTAL	176	4
TOTAL	180	

PLANO DE ESTUDOS

UNIDADE CURRICULAR	ANO SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO*	HORAS DE TRABALHO**	HORAS DE CONTACTO***	ECTS	OBSERVAÇÕES****
Estatística Alicada	1º ANO/1º SEMESTRE	CEN	Semestral	135	TP-60	5	
Gestão de Recursos Humanos I	1º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP-60	5	
Língua Estrangeira I (Inglês)	1º ANO/1º SEMESTRE	CLC	Semestral	81	TP-45	3	
Marketing	1º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP-60	5	
Princípios de Gestão	1º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	108	TP-45	4	
Semiótica da Comunicação	1º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP-60	5	
Temas da História Contemporânea	1º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	81	TP-45	3	
Gestão de Recursos Humanos II	1º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	108	TP 45	4	
Língua Estrangeira II (Inglês ou Francês)	1º ANO/2º SEMESTRE	CLC	Semestral	81	TP 45	3	
Marketing II	1º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP 60	5	
Metodologia de Pesquisa	1º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP 60	5	
Oficina das Tecnologias da Informação e Comunicação	1º ANO/2º SEMESTRE	CTIC	Semestral	108	TP 45	4	
Sistemas e Modelos de Comunicação	1º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP 60	5	
Técnicas de Expressão em Publicidade e Relações Públicas	1º ANO/2º SEMESTRE	CLC	Semestral	108	TP 45	4	
Análise de Mercados e Comportamento do Consumidor	2º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	108	TP-45	4	
Audiovisuais na Publicidade	2º ANO/1º SEMESTRE	CTIC	Semestral	108	TP-45	4	
Design I	2º ANO/1º SEMESTRE	A	Semestral	108	TP-45	4	
Performance Criativa	2º ANO/1º SEMESTRE	A	Semestral	108	TP-45	4	
Relações Públicas I	2º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP-60	5	
Sociologia da Comunicação	2º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	108	TP-45	4	
Teoria da Publicidade I	2º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	235	TP-60	5	
Comunicação Falada e Processamento da Informação Verbal	2º ANO/2º SEMESTRE	CLC	Semestral	108	TP45	4	

UNIDADE CURRICULAR	ANO SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO*	HORAS DE TRABALHO**	HORAS DE CONTACTO***	ECTS	OBSERVAÇÕES****
Teoria da Publicidade II	2º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP60	5	
Design II	2º ANO/2º SEMESTRE	A	Semestral	108	TP45	4	
Gestão de Marcas	2º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	81	TP45	3	
Psicologia da Comunicação	2º ANO/2º SEMESTRE	PSI	Semestral	108	TP45	4	
Relações Públicas II	2º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP60	5	
Semótica e Semiologia da Publicidade	2º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP60	5	
Atelier Multimédia	3º ANO/1º SEMESTRE	CTIC	Semestral	135	TP60	5	
Comunicação Estratégica	3º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	108	TP45	4	
Empreendedorismo	3º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	108	TP45	4	
Opção	3º ANO/1º SEMESTRE	CS/A/CTIC /CLC	Semestral	108	TP45	4	*
Pragmática da Comunicação	3º ANO/1º SEMESTRE	CLC	Semestral	108	TP45	4	
Programação e Gestão de Eventos	3º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP60	5	
Recuperação e Avaliação da Informação	3º ANO/1º SEMESTRE	CS	Semestral	108	TP45	4	
Cultura Visual	3º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	108	TP45	4	
Estágio	3º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	378	OT280	14	
Infografia	3º ANO/2º SEMESTRE	CTIC	Semestral	108	TP45	4	
Oficina de Relações Públicas	3º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	81	TP45	3	
Projetos e Campanhas Publicitárias	3º ANO/2º SEMESTRE	CS	Semestral	135	TP60	5	

preencher o quadro as vezes necessárias para descrever os diferentes percursos/períodos do ciclo de estudos

*anual, semestral, trimestral; **número total de horas de trabalho; ***horas totais (t, tp, p/l, tc, seminário, estágio, ot, outra); ****assinalar quando unidade curricular for optativa

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

LIGAÇÕES EXTERNAS NO APOIO À DOCÊNCIA	No âmbito da UC Relações Públicas II e Teoria da Publicidade II, o desenvolvimento do projeto PRP2.C promove o envolvimento e participação ativa dos alunos com o meio empresarial, promovendo práticas de relacionamento da UC com as seguintes entidades externas: Gelados de Portugal, Grumapa e o Colégio Imaculada Nossa Senhora da Conceição. No âmbito da UC de Empreendedorismo e Princípios de Gestão foi organizada a aula aberta “Empreender com valor(es)”, que contou com os seguintes convidados: João Olival da Officelan, Pedro Lopes da Infinite Book, SakProjet e o Rodrigo Salomão da Rádio Ibiza. Foi realizada a visita de estudo ao NeuroLab ICN Agency - Laboratório de Neuromarketing em Viseu, enquadrada na UC de Comunicação Estratégica. Para as aulas da UC Análise de Mercados e Comportamento do Consumidor, foram convidados Cila Correia, da Câmara Municipal de Viseu e Pedro Dias, da Piranha Tattoo.
LOCAIS DE ESTÁGIO E/OU DE FORMAÇÃO EM SERVIÇO	Escola de Negócios das Beiras, Companhia Paulo Ribeiro, Escola de Dança Lugar Presente, Plenimagem, We Boost, Instituto Vinhos do Douro e Porto,

Viseventos, Alto Relevo/Bastarda, CMYKarte, Lusovini, Mixlife, RedOcean, Psicosoma, Celeuma, Descla, Vogue, Standarte, Feito Num Oito, Câmara Municipal de Pinhel, Polícia de Segurança Pública, Conclusão, Regimento de Infantaria 14, Instituto Português do Desporto e Juventude Viseu e Aveiro, S2L, Câmara Municipal de Porto, Câmara Municipal de Oliveira de Frades, Guarda Nacional Republicana, Câmara Municipal de Ponte de Lima, Crucial Answer, Redundante Alegria, Obliquo, Savoy Palace Hotel, ADIV, Aveirotel, Coelho & Dias, Termovis, Essência Completa, Câmara Municipal de São Pedro do Sul, High Creative Studio, Remax, Young & Rubicam Brands, Modern Brands, Câmara Municipal de São João de Pesqueira, Agência Grande, Viseu Marca, Académico de Viseu, MAERA.

TRABALHOS DE INVESTIGAÇÃO ENVOLVENDO ESTUDANTES

CORPO DOCENTE

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU ACADÉMICO	ESPECIALISTA	CARGA LETIVA NO CURSO
<i>nome do docente</i>	<i>professor coordenador com agregação, professor coordenador, professor adjunto, professor convidado, assistente convidado, equiparado a assistente</i>	<i>doutor, mestre ou licenciado</i>	<i>área científica/ano</i>	<i>área/data</i>	<i>Horas</i>
Alberto Cartagena da Gama Pereira	PROFESSOR ADJUNTO	MESTRE	CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO, 1995	--	120
Ana Cristina Frias	PROFESSORA ASSISTENTE CONVINDADA	LICENCIADA	DESIGN, 1995	--	170
Ana Isabel Silva	PROFESSORA ADJUNTA	DOUTORAMENTO	LINGUÍSTICA E ENSINO DE LÍNGUAS, 2012	--	135
Ana Mafalda Portas Matias	PROFESSORA ADJUNTA	DOUTORAMENTO	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2013	--	120
Ana Maria Lopes	PROFESSORA ADJUNTA	DOUTORAMENTO	LETRAS, ESPECIALIDADE DE ESTUDOS AMERICANOS (CULTURA E LITERATURA), 2009	--	90
Ana Rita Silva	PROFESSORA ADJUNTA CONVINDADA	LICENCIATURA	PSICOLOGIA, 2004	-	69
Isabel Melo	ASSISTENTE CONVINDADA	DOUTORAMENTO	EDUCAÇÃO, 2012		45
André Samuel Barbosa	PROFESSOR ASSISTENTE CONVINDADO	MESTRADO	Artes Digitais, 2010	--	90
Constança Amador	PROFESSORA ASSISTENTE CONVINDADA	MESTRADO	Ilustração e Animação, 2014	--	35
David Oliveira	PROFESSOR ASSISTENTE CONVINDADO	MESTRADO	Comunicação Multimédia, 2013		24
Filipa Pereira	PROFESSORA ADJUNTA	DOUTORAMENTO	TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO, 2016	--	45
Frederico Tavares	PROFESSOR ASSISTENTE CONVINDADO	MESTRADO	INFORMÁTICA - RAMO DE CIÊNCIAS DOS COMPUTADORES, 2009	--	45

Inês Oliveira	PROFESSORA ASSISTENTE CONVIDADA	MESTRADO	DESENHO E TÉCNICAS DE IMPRESSÃO, 2018		35
Ivan José de Almeida Terra	PROFESSOR ASSISTENTE CONVIDADO	MESTRADO	COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA INTERATIVO, 2012	COMUNICAÇÃO, MULTIMÉDIA INTERATIVO, 2012	157,50
Ivone Ribeiro	ASSISTENTE CONVIDADO	MESTRADO	ENSINO INGLÊS E ESPANHOL, 2013	--	45
Julien Diogo	PROFESSOR ASSISTENTE CONVIDADO	MESTRADO	COMUNICAÇÃO E MARKETING	MARKETING, 2019	152,5
Liliana Castilho	PROFESSORA ADJUNTA CONVIDADA	DOUTORAMENTO	HISTÓRIA DE ARTE	--	60
Luís Sousa	PROFESSOR ADJUNTO	DOUTORAMENTO	SOCIOLOGIA, 2012	--	90
Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto	PROFESSORA ADJUNTA	DOUTORAMENTO	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2015	MARKETING E PUBLICIDADE-RELAÇÕES PÚBLICAS, 2011	270
Maribel Pinto	PROFESSOR ADJUNTO	DOUTOR	TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO, 2009	--	67,6
Paula Alexandra Lobo Martins Magalhães	PROFESSORA ADJUNTA CONVIDADA	DOUTORAMENTO	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2011	--	90
Paulo Barroso	PROFESSOR ADJUNTO CONVIDADO	DOUTORAMENTO	FILOSOFIA DA LINGUAGEM, 2007	--	180
Pedro Mota Veiga	PROFESSOR ADJUNTO CONVIDADO	DOUTORAMENTO	GESTÃO, 2016	--	330
Paulo Silva	PROFESSOR ADJUNTO CONVIDADO	DOUTORAMENTO	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2016	MARKETING E PUBLICIDADE, 2013	300
Pedro Jorge Coutinho dos Santos Simões	PROFESSOR ADJUNTO	DOUTORAMENTO	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2016	--	97,5
Ricardo Cavadas	PROFESSOR ADJUNTO	DOUTORAMENTO	EDUCAÇÃO, ESPECIALIDADE DE EDUCAÇÃO E INTERCULTURALIDADE, 2019	--	45
Sara Santos	PROFESSORA ASSISTENTE CONVIDADA	DOUTORAMENTO	GESTÃO, 2019	MARKETING E PUBLICIDADE, 2019	290
Sónia de Almeida Ferreira	PROFESSORA ADJUNTA	DOUTORAMENTO	INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM PLATAFORMAS DIGITAIS, 2013	--	90
Susana Soares Relvas	PROFESSORA ADJUNTA CONVIDADA	DOUTORAMENTO	EDUCAÇÃO, 2012	--	45
Tatiana Gonçalves	PROFESSORA ADJUNTA CONVIDADA	DOUTORAMENTO	TECNOLOGIA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO, 2017	--	21
Teresa Antas de Barros	PROFESSORA ADJUNTA	DOUTORAMENTO	BIBLIOTECNOMIA E DOCUMENTAÇÃO, RAMO DOCUMENTAÇÃO E INFORMAÇÃO CIENTÍFICA, 2009	--	90
Véronique Delplanq	PROFESSORA COORDENADORA	DOUTORAMENTO	LINGUÍSTICA ROMÂNICA, 1998	--	45

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
número total de docentes	38	37	32
número total de docentes ETI	21	19	25,042
número de docentes em tempo integral	21	19	13
número de docentes doutorados em tempo integral	17	18	12
número de docentes professores de carreira	21	19	13
número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	21	19	13
número total de docentes doutorados ETI	17	19	18,586
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI	1	1	4,024
número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	2	0	0
número total de estudantes	232	232	234

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/_/___

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
percentagem de docentes em tempo integral	55%	51%	41%
percentagem de docentes doutorados em tempo integral	45%	49%	38%
percentagem de docentes professores de carreira	55%	51%	41%
percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	55%	51%	41%
percentagem de docentes com grau de doutor ETI	45%	51%	58%
percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional	3%	3%	13%
percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	5%	0	0
docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes	2,33	2,59	2,90
rácio estudantes/docentes ETI	11,05	12,21	9,34

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	IE	NÚMERO	IE	NÚMERO	IE
índice de envelhecimento do corpo docente	< 30 anos	0	0,9	0	0,89	0	0,36
	≥ 30 e < 40 anos	11		9		11	
	≥ 40 e < 50 anos	18		20		17	
	≥ 50 e < 60 anos	8		6		3	
	≥ 60 anos	1		2		1	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

ESTUDANTES

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
por ano curricular	1º ano	92	40%	74	32%	72	31%
	2º ano	82	35%	76	33%	71	30%
	3º ano	58	25%	82	35%	91	39%
	4º ano	0	0	0		0	0
		232		232		234	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
por género	feminino	144	62%	139	60%	140	60%
	masculino	88	38%	93	40%	94	40%
		232		232		234	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
por idade	< 20 anos	3	1%	34	15%	30	13%
	≥ 20 e < 24 anos	164	71%	164	71%	161	69%
	≥ 24 e < 28 anos	49	21%	27	12%	35	15%
	≥ 28 anos	16	7%	7	3%	8	3%
		232		232		234	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

INFORMAÇÃO ADICIONAL SOBRE OS ESTUDANTES*

discriminar informação por ramos (q/a)

N.A.

PROCURA

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
número de vagas	68	68	68
número de candidatos	67	56	326
número de colocados	89	90	85

número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez	68	71	74
nota mínima de entrada (CNA)	115,2	102,9	124,8
nota média de entrada (CNA)	118,97	118,83	119,23

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

ESTRATÉGIAS ADOTADAS PARA AUMENTAR A PROCURA

No ano letivo 2019/2020, devido à pandemia, houve alterações e adaptações nas formas de divulgação do curso, tendo sido divulgado nas Feiras vocacionais da Escola Secundária de Anadia, da Escola Secundária Emídio Navarro e da Escola Secundária Alves Martins. São de salientar igualmente ações como o envolvimento dos alunos do curso em diversas atividades organizadas por entidades da comunidade, a organização de sessões de partilha da experiência e testemunho de ex-alunos do curso que se encontram a trabalhar, que se tomam numa importante fonte de recomendação.

SUCESSO ACADÉMICO

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
número de diplomados	48	58	70
diplomados em n anos**	38	44	48
diplomados em n+1 anos	4	11	14
diplomados em n+2 anos	1	1	4
diplomados em mais do que n+2 anos	5	2	4

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

** número de graduados que concluíram nos n anos do ciclo de estudos

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA
média de estudantes aprovados às unidades curriculares	estudantes aprovados	2547		2768		2786	
	estudantes inscritos	3156	81%	3294	84%	3320	84%
	estudantes avaliados	3122	81%	3206	86%	3167	88%

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
razão entre estudantes avaliados e estudantes não avaliados	estudantes avaliados	3122	91,82	3206	36,43	3167	20,70
	estudantes não avaliados	34		88		153	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
percentagem de unidades curriculares com taxa de aprovação ≤ 30,00%	unidades curriculares com taxa de aprovação ≤ 30,00%						
	unidades curriculares						

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

ESTRATÉGIAS ADOTADAS PARA COMBATE AO INSUCESSO

De uma forma geral, nos relatórios das várias UC, foram salientadas as seguintes estratégias:

Incentivo ao uso das horas de apoio dos docentes.

Realização de trabalhos práticos diversificados, com uma avaliação contínua.

Entrega faseada dos trabalhos ao longo do semestre.

Realização de trabalhos de grupo sobre casos reais, tendo em vista fomentar a motivação para a realização dos trabalhos.

Dinamização de iniciativas, designadamente visitas de estudo, aulas abertas com convidados externos, no âmbito das unidades curriculares.

Promoção da participação ativa do aluno; disponibilidade para o acompanhamento e apoio aos estudantes; disponibilidade para refletir sobre a avaliação.

Mais exercícios práticos semanais a realizar na sala de aula.

Acompanhamento individualizados dos estudantes.

Vários momentos/ elementos de avaliação;

Recurso a temas de caráter prático, bem como resumos dos conhecimentos em cada sessão.

Em algumas UC, o percurso e os progressos dos alunos são regularmente avaliados.

A situação pandémica vivida no 2º semestre levou à necessidade de ajustamentos e a adaptações nas várias UC's, no que diz respeito a metodologias e procedimentos das aulas, sendo fortemente valorizada a interação com os alunos de forma síncrona e assíncrona, sendo de salientar que, de uma forma geral, houve um acompanhamento permanente por parte dos docentes.

ABANDONO ESCOLAR

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TOTAL	número de abandonos	26	11%	11	5%	17	7%
	número de inscritos	232		232		234	
1º ANO	número de abandonos	11	12%	6	8%	8	11%
	número de inscritos	92		74		72	
2º ANO	número de abandonos	9	11%	1	1%	2	3%
	número de inscritos	82		76		71	
3º ANO	número de abandonos	6	10%	6	7%	7	8%
	número de inscritos	58		82		91	
4º ANO	número de abandonos	-	-	-	-	-	-
	número de inscritos	-		-		-	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
motivo apontado para o abandono	número de abandonos por mudança para um curso na mesma unidade orgânica	-	-	-	-	0	0
	número de abandonos por mudança para um curso noutra unidade orgânica do IPV	-	-	-	-	0	0
	número de abandonos por mudança para um curso de outra instituição de ensino superior	-	-	-	-	0	0
	número de abandonos por não identificação com o curso	-	-	-	-	2	0,9
	número de abandonos por fatores económicos	-	-	-	-	1	0,4
	número de abandonos por doença	-	-	-	-	0	0
	número de abandonos por Incompatibilidade com horários de trabalho	-	-	-	-	0	0
	número de abandonos por outro motivo	-	-	-	-	0	0
	número total de abandonos					3	1,3

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

ESTRATÉGIAS ADOTADAS PARA COMBATE AO ABANDONO

Análise do caso de cada aluno e incentivo para a conclusão da licenciatura.

INTERNACIONALIZAÇÃO

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
estudantes estrangeiros matriculados	1	0,4	5	2,2	8	3,4
estudantes em programas internacionais de mobilidade	recebidos	0	1	0,4	1	0,4
	enviados	6	3	1,3	2	0,9
docentes estrangeiros incluindo em mobilidade	2	5,2	3	8,1	0	0
docentes em programas internacionais de mobilidade	2	5,2	1	2,7	0	0
número total de estudantes	232		232		234	
número total de docentes	38		37		32	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

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 parceria, bem como à realização de estágio curricular em empresas/organizações estrangeiras.

EMPREGABILIDADE

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
% recém-diplomados do curso registados no IEFP como desempregados**	Sem dados	9,8 a)	9,4 a)

a) Dados obtidos no link: <http://infocursos.mec.pt/dges.asp?code=3181&codc=9930#.XeDxEui7Q2w>

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

** dados IEFP

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso	--		9		--	
diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade diferente do do curso	--		3		--	
diplomados que responderam ao questionário à satisfação	--		26		--	
diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	--		--		--	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

Observações: Os dados dizem respeito aos disponíveis no link referido.

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
entidades empregadoras que responderam ao questionário à satisfação	Sem dados obtidos por parte das empresas		Sem dados obtidos por parte das empresas	--	Sem dados obtidos por parte das empresas	--

entidades empregadoras a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	--		--		--	
--	----	--	----	--	----	--

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
	MÉDIA	MÉDIA	MÉDIA
grau de satisfação das entidades empregadoras com os diplomados do curso	--	--	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
justificação principal para o grau de satisfação atribuído			
competências técnicas face às necessidades da organização	<i>Sem dados obtidos por parte das empresas</i>	<i>Sem dados obtidos por parte das empresas</i>	<i>Sem dados obtidos por parte das empresas</i>
conhecimentos face às necessidades da organização			
capacidade de integração no espírito e objetivos da organização			
Outro			

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

ESTRATÉGIAS ADOTADAS PARA MELHORAR A EMPREGABILIDADE DO CURSO

Envolvimento dos alunos em atividades e iniciativas desenvolvidas por entidades e organizações públicas e privadas da comunidade. 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

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
taxa de resposta ao questionário à satisfação dos estudantes com a unidade curricular	número de respostas ao questionário	472		300		506	
	soma de todos os estudantes inscritos em todas as unidades curriculares	3092	15,27	3223	9,31	3192	15,85
taxa de resposta ao questionário à satisfação dos estudantes com o estágio, dissertação ou projeto	número de respostas ao questionário	0		0		0	
	soma de todos os estudantes inscritos em estágio, dissertação ou projeto	0	0	0	0	0	0
taxa de resposta ao questionário à satisfação dos estudantes com o curso	número de respostas ao questionário	5		0		0	
	soma de todos os estudantes inscritos no curso	223	2,24	234	0	242	0

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
unidades curriculares			
Natureza	4,08	3,84	3,99 * (4,13 **)
Implementação	4,21	4,03	4,09 * (4,18 **)
Autoavaliação	4,23	4,03	4,17 * (4,02 **)

= Dados referentes ao plano de estudos 2 (antigo), unidades curriculares do 2º e 3º ano do curso.

== Dados referentes ao plano de estudos 3 (plano novo), unidades curriculares do 1º ano do curso.

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
estágio, dissertação ou projeto			
Natureza	0	0	0

aspetos científico-pedagógicos e organizacionais	0	0	0
avaliação e promoção do sucesso	0	0	0
autoavaliação do estudante	0	0	0
relações interpessoais	0	0	0

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
Curso			
cursos - perceção global	3,6	0	0
Ambiente	4,07	0	0

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

APRECIÇÃO 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, ou nula em alguns casos. 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, na medida em que as respostas rondam os 4 (de 1 a 5).

MONITORIZAÇÃO DO CUMPRIMENTO DOS MECANISMOS DE GARANTIA DA QUALIDADE PARA AS UNIDADES CURRICULARES

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
taxa de cumprimento do prazo para elaboração dos relatórios de unidade curricular	relatórios elaborados dentro do prazo	42	100%	42	100%	42	100%
	número de unidades curriculares	42		42		42	
taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular	relatórios validados dentro do prazo	42	100%	42	100%	42	100%
	relatórios elaborados dentro do prazo	42		42		42	

* substituir pelo ano letivo correspondente no formato 20__/20__

ANÁLISE CRÍTICA DO FUNCIONAMENTO DO CURSO

ANÁLISE CRÍTICA DO FUNCIONAMENTO DO CURSO

O ano letivo 2019/2020 foi um ano atípico, devido à pandemia COVID-19, que levou a ajustamentos e adaptações diversas ao funcionamento do curso no 2º semestre do ano letivo 2019/2020. No 1º semestre e início do 2º semestre, as aulas e atividades do curso decorreram bem, foram promovidas diversas atividades não formais do processo de ensino-aprendizagem, nomeadamente aulas abertas, colóquios e conferências, contando com académicos e especialistas convidados. Estas atividades suscitaram o interesse dos alunos e contaram a participação e envolvimento ativos destes na sua organização. É de notar o envolvimento e participação ativa dos alunos em várias atividades científicas, sociais e culturais organizadas na ESEV e no IPV, bem como por outras entidades externas, a saber: Jantar Dançante “Os Melhores Anos 2019”, organizado pelo Grupo Visabeira, que contou com a colaboração dos alunos do curso nos dias 26, 27 e 28 de setembro, no VII Encontro Nacional de Formadores, que aconteceu no dia 18 de Novembro (Dia Nacional do Formador), na Aula Magna do IPV, organizado pela Forma-te, IPV e PsicoSoma, no evento Vinhos de Inverno e Festival Literário Tinto no Branco, organizado pela Câmara Municipal de Viseu, que teve lugar nos dias 06, 07 e 08 de dezembro de 2019, na peça de Teatro no The Day After “Insónia” de Fernando Mendes, realizada no dia 02 de dezembro, no evento “Xmas on the Dancefloor”, uma noite de festa “com alguns dos melhores artistas do país”, na discoteca The Day After, no dia 14 de dezembro, no Seminário Novos & Velhos, realizado no dia 19 de fevereiro de 2020, no IPV, na Sessão Distrital de Viseu do Parlamento dos Jovens – Secundário, realizada no dia 3 de março no auditório da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, organizada pelo IPDJ.

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 e colaboração na organização da table 44- Empreendedores à mesa Feminino, que teve lugar no dia 05 de março e contou com a presença de Mariana Duarte Silva, do “Projeto Village Underground”, Raquel Pelicano, “Coordenadora do projeto Mulheres à Obra”, Margarida Ferreira dos Santos, do “Projeto Hotel Grão Vasco e Viseu Garden” e Estrela Matilde, da “Fundação Príncipe Trust” (via Skype).

A partir de meados de março, de uma forma geral, nas aulas das diferentes unidades curriculares do curso, as metodologias de ensino passaram por aulas online através da plataforma zoom, gravação de aulas em vídeo, inserção de documentos no moodle, pedido para realização de trabalhos, assim como foram adaptados os modelos de avaliação a este contexto. Alguns alunos manifestaram alguma dificuldade em aceder à internet, bem como a posse de dispositivos informáticos que permitissem aceder a essas metodologias, mas os docentes manifestaram disponibilidade para encontrar soluções adaptadas. Apesar de todas as dificuldades de adaptação e dos desafios que esta situação trouxe, o feedback geral dos docentes e alunos face às medidas tomadas foi positivo. Todos os docentes do curso se esforçaram bastante para, rapidamente, dar resposta ao modo de funcionamento do curso sem aulas presenciais, adotando as várias metodologias de ensino. De uma forma geral, as unidades curriculares mantiveram a realização de trabalhos individuais e de grupo, com uma componente de investigação. É de sublinhar, igualmente, a existência de práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público, entre as quais se contam a colaboração com a Gelados de Portugal, Grumapa e Colégio Imaculada Conceição.

No que se refere às atividades previstas no âmbito de algumas unidades curriculares, designadamente as visitas de estudo previstas às empresas Young & Rubicam Brands e Lift Consulting, bem como a aula aberta com Luís Miguel Costa, Diretor de comunicação e Relações Públicas da Huf Portuguesa foram suspensas. A realização do Dia do Curso ficou também suspensa.

A maior dificuldade encontrada foi relativa à UC Estágio, pois os estágios tinham início em maio e algumas das entidades manifestaram indisponibilidade para receber os alunos. Mas depois de um grande trabalho por parte de todos os orientadores e da disponibilidade das várias entidades com que a esev e o curso já trabalham, mas também por parte de entidades novas, assim como também a possibilidade de alargar o período em que o estágio poderia decorrer, conseguimos ultrapassar esta questão e todos os alunos foram colocados, ficando concluídos todos os estágios curriculares em setembro.

No que se refere aos programas de mobilidade e internacionalização ao nível dos docentes, a Professora Ana Mafalda tinha sido selecionada, para o 2º semestre na Yanka Kupala State University of Grodno/BIELORRÚSSIA, mas desistiu devido à pandemia COVID19. Relativamente aos programas de mobilidade de alunos, foram selecionadas também as alunas Ana Margarida Neves de Jesus e Albertina Soares, no âmbito do programa Erasmus, para frequentar a Universidade Rey Juan Carlos de Madrid (ES), mas desistiram.

MELHORIA

ANO	DESCRIÇÃO	META	INDICADORES	RESULTADOS	VERIFICAÇÃO DA EFICÁCIA
<i>ano em que foi definida</i>	<i>descrição da melhoria</i>	<i>meta estabelecida</i>	<i>indicadores identificados</i>	<i>resultados obtidos para os indicadores</i>	<i>observações sobre a eficácia da melhoria</i>
2019	Diversificação dos meios de comunicação digitais para divulgação dos objetivos do curso: website do curso	<i>Criação do website do curso</i>	NÚMERO DE VISUALIZAÇÕES, PARTILHAS, COMENTÁRIOS, GOSTOS.	<i>Criação de um site do curso no wordpress, com conteúdos relevantes</i>	<i>Necessidade de mais visualizações do website.</i>
2019	PROGRAMA DE ESTÁGIO 1 DIA NA EMPRESA	<i>Realização do estágio</i>	NÚMERO DE ESTAGIÁRIOS A COLOCAR. ÍNDICE DE MOTIVAÇÃO DOS ESTUDANTES QUE VÃO ESTAGIAR	<i>A implementar</i>	<i>Ação a desenvolver</i>
2020	Produção científica dos docentes	<i>Aumento da produção científica dos docentes</i>	<i>Número de comunicações em eventos científicos da área científica do curso. Número de publicações</i>	<i>Desenvolvimento de um projeto de investigação envolvendo vários docentes do curso "Comunicação e sustentabilidade ambiental: práticas dos municípios e comportamentos dos públicos"</i>	<i>Projeto em curso (termina em janeiro 2022).</i>
2020	Maior taxa de resposta aos questionários	<i>Aumento de respostas aos questionários</i>	<i>Número de respostas aos questionários</i>	<i>Obtiveram-se mais respostas aos questionários.</i>	<i>Deve manter-se o esforço de conseguir uma maior taxa de resposta aos questionários.</i>

OBSERVAÇÕES

Alguma informação omissa deve-se ao facto de não ter acesso aos dados.