

# ACEF/1112/24347 — Guião para a auto-avaliação

---

## Caracterização do ciclo de estudos.

### A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

*Codepa – Centro De Orientação E Documentação De Ensino Particular, S.A.*

### A1.a. Descrição da instituição de ensino superior / Entidade instituidora (proposta em associação):

*Codepa – Centro De Orientação E Documentação De Ensino Particular, S.A.*

### A2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

*Instituto Superior De Novas Profissões*

### A2.a. Descrição da unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):

*Instituto Superior De Novas Profissões*

### A3. Ciclo de estudos:

*Relações Públicas e Publicidade*

### A3. Study cycle:

*Public Relations and Advertisin*

### A4. Grau:

*Licenciado*

### A5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (nº e data):

*DR, 2ª.Série, Nº.84 de 30 Abril de 2009 (Aviso nº.8928/2009)*

### A6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

*Ciências da Comunicação*

### A6. Main scientific area of the study cycle:

*Communication Sciences*

### A7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF).

*3*

### A7.2. Classificação da área secundária, do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

*34*

### A7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos de acordo com a Portaria nº 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

*349*

### A8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

*180*

### A9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006):

*6 Semestres*

### A9. Duration of the study cycle (art.º 3 DL-74/2006):

*6 Semesters*

**A10. Número de vagas aprovado no último ano lectivo:**

80

**A11. Condições de acesso e ingresso:**

*As condições de acesso à Licenciatura em Relações Públicas e Publicidade estão subordinadas às normas legalmente estabelecidas e possíveis de consultar no sítio da Direcção Geral de Ensino Superior.*

*([http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/Estudantes/Acesso/FormasdeAcesso/?wbc\\_purpose=Basic&WBCMODE=PresentationUnpublished](http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/Estudantes/Acesso/FormasdeAcesso/?wbc_purpose=Basic&WBCMODE=PresentationUnpublished))*

*Considera-se assim o acesso via:*

- 1) Concursos Institucionais (Provas de Ingresso: 11História; 13Inglês; 18Português)*
- 2) Reingresso, mudança de curso e transferência*
- 3) Concursos especiais (ex. Maiores de 23 anos)*
- 4) Regimes Especiais*

**A11. Entry Requirements:**

*The conditions of access to the Degree in Public Relations and Advertising are subject of the standards legally established and possible to consult on the website of DGES*

*([http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/Estudantes/Acesso/FormasdeAcesso/?wbc\\_purpose=Basic&WBCMODE=PresentationUnpublished](http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/Estudantes/Acesso/FormasdeAcesso/?wbc_purpose=Basic&WBCMODE=PresentationUnpublished)) .*

*It is therefore considered access via:*

- 1) Institutional Contests (Entry Examinations: 11History; 13English; 18Portuguese)*
- 2) Re-entry, transfer and change of course*
- 3) Special Competitions (eg Over 23 years)*
- 4) Special Regimes*

**A12. Ramos, opções, perfis...****Pergunta A12**

**A12. Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):**

Não

**A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ... (se aplicável)**

**A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation of alternative paths compatible with the structure of the study cycle (if applicable)**

Opções/Ramos/... (se aplicável):

Options/Branches/... (if applicable):

&lt;sem resposta&gt;

**A13. Estrutura curricular****Mapa I -****A13.1. Ciclo de Estudos:***Relações Públicas e Publicidade***A13.1. Study Cycle:**

**Public Relations and Advertisin****A13.2. Grau:***Licenciado***A13.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

&lt;sem resposta&gt;

**A13.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

&lt;no answer&gt;

**A13.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded**

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
Ciências da Comunicação	CC	103	0
Economia e Gestão	EG	28	0
Sociologia	S	20	0
Psicologia	P	12	0
Matemática	M	6	0
História e Património	HP	6	0
Ciências Jurídicas	CJ	5	0
<b>(7 Items)</b>		<b>180</b>	<b>0</b>

**A14. Plano de estudos****Mapa II - - I Semestre****A14.1. Ciclo de Estudos:***Relações Públicas e Publicidade***A14.1. Study Cycle:***Public Relations and Advertisin***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

&lt;sem resposta&gt;

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

&lt;no answer&gt;

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***I Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***I Semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Fundamentos de Publicidade	CC	Semestral	150	45	6	NA

Fundamentos de Relações Públicas	CC	Semestral	150	45	6	NA
Psicologia	P	Semestral	150	45	6	NA
Fundamentos de Gestão	EG	Semestral	125	22.5	5	NA
Teorias e Modelos da Comunicação	CC	Semestral	125	45	5	NA
Metodologias de Investigação Científica	S	Semestral	50	22.5	2	NA
<b>(6 Items)</b>						

## Mapa II - - II Semestre

### A14.1. Ciclo de Estudos:

*Relações Públicas e Publicidade*

### A14.1. Study Cycle:

*Public Relations and Advertisin*

### A14.2. Grau:

*Licenciado*

### A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

*<sem resposta>*

### A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

*<no answer>*

### A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

*II Semestre*

### A14.4. Curricular year/semester/trimester:

*II Semester*

### A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estratégias de Publicidade	CC	Semestral	150	45	6	NA
Estratégias de Relações Públicas	CC	Semestral	150	45	6	NA
História e Cultura Contemporânea	HP	Semestral	150	45	6	NA
Sociologia	S	Semestral	150	45	6	NA
História e Tecnologia dos Media	CC	Semestral	150	45	6	NA
<b>(5 Items)</b>						

## Mapa II - - III Semestre

### A14.1. Ciclo de Estudos:

*Relações Públicas e Publicidade*

### A14.1. Study Cycle:

*Public Relations and Advertisin*

**A14.2. Grau:**  
*Licenciado*

**A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**  
*<sem resposta>*

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**  
*<no answer>*

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**  
*III Semestre*

**A14.4. Curricular year/semester/trimester:**  
*III Semester*

#### **A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Sociologia da Comunicação	S	Semestral	150	45	6	NA
Semiologia	CC	Semestral	150	45	6	NA
Marketing	EG	Semestral	150	45	6	NA
Criatividade e Processos de Criação Publicitária	CC	Semestral	150	45	6	NA
Métodos Quantitativos	M	Semestral	150	45	6	NA
<b>(5 Items)</b>						

#### **Mapa II - - IV Semestre**

**A14.1. Ciclo de Estudos:**  
*Relações Públicas e Publicidade*

**A14.1. Study Cycle:**  
*Public Relations and Advertisin*

**A14.2. Grau:**  
*Licenciado*

**A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**  
*<sem resposta>*

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**  
*<no answer>*

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**  
*IV Semestre*

**A14.4. Curricular year/semester/trimester:**  
*IV Semester*

#### **A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares	Área Científica /	Duração /	Horas Trabalho /	Horas Contacto /	Observações /
-----------------------	-------------------	-----------	------------------	------------------	---------------

/ Curricular Units	Scientific Area (1)	Duration (2)	Working Hours (3)	Contact Hours (4)	ECTS	Observations (5)
Estudos de Mercado	EG	Semestral	150	45	6	NA
Técnicas de Comunicação de Marketing	EG	Semestral	150	45	6	NA
Relação com os Media	CC	Semestral	150	45	6	NA
Especialidades de RP I	CC	Semestral	175	67.5	7	NA
Direito da Comunicação	CJ	Semestral	125	22.5	5	NA
(5 Items)						

## Mapa II - - V Semestre

### A14.1. Ciclo de Estudos:

*Relações Públicas e Publicidade*

### A14.1. Study Cycle:

*Public Relations and Advertisin*

### A14.2. Grau:

*Licenciado*

### A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

*<sem resposta>*

### A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

*<no answer>*

### A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

*V Semestre*

### A14.4. Curricular year/semester/trimester:

*V Semester*

### A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Relações Públicas e Sistema Político	CC	Semestral	150	45	6	NA
Planeamento de Media	CC	Semestral	150	45	6	NA
Comportamento do Consumidor	P	Semestral	150	45	6	NA
Especialidades de RP II	CC	Semestral	175	67.5	7	NA
Protocolo	CC	Semestral	125	22.5	5	NA
(5 Items)						

## Mapa II - - VI Semestre

### A14.1. Ciclo de Estudos:

*Relações Públicas e Publicidade*

### A14.1. Study Cycle:

*Public Relations and Advertisin*

**A14.2. Grau:**  
*Licenciado*

**A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**  
*<sem resposta>*

**A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**  
*<no answer>*

**A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**  
*VI Semestre*

**A14.4. Curricular year/semester/trimester:**  
*VI Semester*

**A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Gestão de Marcas	EG	Semestral	125	22.5	5	NA
Atelier de RP e Publicidade	CC	Semestral	175	67.5	7	NA
Reputação e Responsabilidade Social	CC	Semestral	125	22.5	5	NA
Redes Sociais	S	Semestral	150	45	6	NA
Estágio/ Projecto	CC	Semestral	175	67.5	7	NA
<b>(5 Items)</b>						

## Perguntas A15 a A16

**A15. Regime de funcionamento:**  
*Outros*

**A15.1. Se outro, especifique:**  
*Este Curso funciona em horário diurno e pós-laboral*

**A15.1. If other, specify:**  
*This course works in daytime and after working hours*

**A16. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos (a(s) respectiva(s) Ficha(s) Curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa VIII)**  
*Susana Maria de Carvalho Carreira Fernandes de Spínola e Nuno Manuel Goulart Brandão*

## A17. Estágios e Períodos de Formação em Serviço

### A17.1. Indicação dos locais de estágio e/ou formação em serviço

**Mapa III - Protocolos de Cooperação**

**Mapa III - CM\_Faro**

**A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**  
*CM\_Faro*

**A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_cmfaro.pdf](#)**Mapa III - Grupo Media Capital****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Grupo Media Capital***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_media capital.pdf](#)**Mapa III - CM\_Alcochete****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***CM\_Alcochete***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_cmalcochete\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Zenki****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Zenki***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_grupozenki\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Incentivos e eventos****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Incentivos e eventos***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_incentivoseeventos\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Eurovida****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Eurovida***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_PC001 eurovida\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Geopoint****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Geopoint***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_PC002 geopoint\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Lusotemp****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Lusotemp***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_PC003 lusotemp\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Miaki**



**A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Miaki***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_PC004 miakihumantechnologies\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Primesoft****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Primesoft***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_PC005 primesoft\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Tecladominio****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Tecladominio***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_PC006 tecladominio\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Workshop****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Workshop***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_PC007 workshop\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Sociedadeturistica****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Sociedadeturistica***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_a\\_s\\_sociedadeecplturistica\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Besttravel****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Besttravel***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_besttravelprropinheiro\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Elasticrights****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Elasticrights***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_elasticrightsportugal\\_codepa001.pdf](#)**Mapa III - Manchete****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Manchete***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_manchete\\_codepa001.pdf](#)

**Mapa III - Mundovip****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Mundovip***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2.\\_mundovip\\_codepa001.pdf](#)**Mapa IV. Mapas de distribuição de estudantes****A17.2. Mapa IV. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.(PDF, máx. 100kB)**

Documento com o planeamento da distribuição dos estudantes pelos locais de formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.

&lt;sem resposta&gt;

**A17.3. Recursos próprios da instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes no período de estágio e/ou formação em serviço.****A17.3. Indicação dos recursos próprios da instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e períodos de formação em serviço.**

*Não havendo a obrigatoriedade de realizar estágio para conclusão da formação o INP dispõe de um Departamento de Estágios que faz o apoio aos discentes que pretendam realizar estágios, bem como no último semestre na u.c. de "Estágio / Projecto" os alunos podem optar por realizar uma monografia final de curso, um projecto ou relatório de estágio. Assim, no âmbito desta u.c. também os discentes dispõem de apoio por parte dos docentes responsáveis pela u.c. (67,5 horas / contacto).*

**A17.3. Indication of the institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods.**

*The internship it is not compulsive but the INP have a Internship department who makes the support to those student who wish to undertake internships, and on last semester on the course of "Internship / Project" students can choose to make the final project of the BA a monograph , project or an internship report. Thus, under this course students also have support from the teachers responsible (67.5 hours / contact).*

**A17.4. Orientadores cooperantes****A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB).****A17.4.1. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB)**

Documento com os mecanismos de avaliação e selecção dos monitores de estágio e formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino e as instituições de formação em serviço.

[A17.4.1.\\_A17.4.1. Normas para avaliação \(estágios\).pdf](#)**Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclos de estudos de formação de professores).****A17.4.2. Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclo de estudos de formação de professores) / Map V. External supervisors responsible for following the students' activities (only for teacher training study cycles)**

Nome / Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional / Professional Qualifications	Nº de anos de serviço / No of working years
--	---	--	---

&lt;sem resposta&gt;

**Pergunta A18 e A19**

**A18. Observações:**

*A licenciatura em Relações Públicas e Publicidade do INP faz parte da oferta educativa deste instituto desde a sua fundação em 1964. Deste modo, ela foi sofrendo ao longo dos tempos actualizações no seu plano de estudos. A última actualização proposta é a que agora é alvo de avaliação e deu-se em 2009. Após a adaptação ao Processo de Bolonha houve necessidade de integrar os resultados obtidos nessa adaptação, em termos de horas de trabalho, ECTS e metodologias, bem como introduzir novas áreas de aquisição de competências que quer a academia, quer o mercado de trabalho e seus profissionais anotavam. Foi o caso particular da u.c. de "Redes Sociais". É notória a tendência da crescente importância de aquisição de competências nas áreas da comunicação digital, tal como o estudo "European Communication Monitor" indica (<http://www.communicationmonitor.eu>). De acordo com o U.S. News & World Report's na recém lançada lista "Best Jobs of 2012" a profissão de relações públicas é referida como a número um na área de funções criativas, particularmente pela popularidade explosiva do uso dos media sociais e atribuição a estes profissionais nessas competências.*

*Tendo em consideração as recomendações feitas pelo "The Professional Bond" (2006), relatório produzido pela "Commission on Public Relations Education" ([www.commpred.org](http://www.commpred.org)), pelo estudo "EduProject" (Carvalho, Susana, Cotton, Anne-Marie, Tench, Ralph e outros, 2009) e ainda pelo estudo conduzido pelas professoras Elizabeth Toth e Linda Aldoory (A First Look: an in-depth analysis of global public relations education: PR curriculum and instructors from 20 countries", 2010) percebe-se como o Plano de estudos proposto para este ciclo de estudos respeita os eixos fundamentais do que se considera um ensino de excelência nesta área. Note-se ainda que se tratou de uma actualização resultante também de inquéritos feitos aos discentes e docentes, reuniões de trabalho com profissionais e especialistas da área, estudos e pesquisas científicas realizadas por investigadores nacionais e internacionais, bem como uma análise cuidada à oferta internacional nesta área, sem assim se poder entender que houve uma alteração dos objectivos, por quanto o espírito da Lei foi respeitado no que concerne ao entendimento de se tratar de meras alterações: mantém-se a mesma designação, mantém-se uma predominância da área científica e mantém-se o número total de ECTS do ciclo.*

**A18. Observations:**

*The BA in Public Relations and Advertising of INP is part of the educational provision of this institute since its founding in 1964. Thus, it has undergone over time updates in the study plan. The proposal is the latest update which is now subject to evaluation and gave up in 2009. After adaptation to the Bologna Process was necessary to integrate the results obtained in this adaptation, in terms of working hours, ECTS and methodologies, as well as introduce new areas of skills that academia, labor market and its professionals appointed. This was particularly the case in the course of "Social Media". A noticeable trend is the increasing importance of skills in the areas of digital communication, such as the study "European Communication Monitor" indicates (<http://www.communicationmonitor.eu>). According to U.S. News & World Report's in the newly released list of "Best Jobs of 2012" the public relations profession is listed as number one in the area of creative features, particularly the explosive popularity of the use of social media and award this professional these skills. Taking into account the recommendations made by "The Professional Bond" (2006), report produced by the "Commission on Public Relations Education" ([www.commpred.org](http://www.commpred.org)), the study "EduProject" (Carvalho, Susana, Cotton, Anne-Marie, Tench, Ralph and others, 2009) and also by the study conducted by Professors Elizabeth Toth and Linda Aldoory (A First Look: an in-depth analysis of global public relations education: PR curriculum and instructors from 20 countries ", 2010) perceives that this study plan respect what it is the essential elements of what is considered excellence in this area.*

*It should be noted that this was also an update resulting from inquiries made to students and teachers, meetings with professionals and experts, studies and scientific research carried out by national and international researchers as well as careful consideration to the international offer in this area, so no one can understand that there was a change in objectives, how the spirit of the law was complied with in relation to the understanding of whether they are mere changes, remains the same name, remains a predominant area of scientific and remains the total number of ECTS cycle.*

**A19. Participação de um estudante na comissão de avaliação externa**

**A Instituição põe objecções à participação de um estudante na comissão de avaliação externa?**

Não

**1. Objectivos gerais do ciclo de estudos****1.1. Objectivos gerais definidos para o ciclo de estudos.**

*São objectivos gerais deste ciclo de estudos:*

- 1) Proporcionar um currículo em Relações Públicas e Publicidade inovador e motivador para os discentes e que vá de encontro às necessidades identificadas pela comunidade académica e pelos profissionais da área como relevantes no exercício da profissão;*
- 2) Estimular a curiosidade intelectual, bem como o pensamento conceptual;*

- 3) *Levar os discentes a desenvolver uma atitude positiva e capacidade de análise crítica;*
- 4) *Promover o desenvolvimento de competências pessoais e intelectuais, bem como competências de gestão necessárias ao desenvolvimento das áreas de relações públicas e publicidade*
- 5) *Formar diplomados capazes de alcançar posições de liderança em departamentos de relações públicas e/ou publicidade quer em empresas privadas, públicas, ONG's, agências de publicidade ou de comunicação;*
- 6) *Desenvolver capacidades dos estudantes para que sejam autónomos na sua aprendizagem e profissionais reflexivos e íntegros.*

### 1.1. Study cycle's generic objectives.

*Are aims in this course:*

- 1) *Provide an innovative curriculum in Public Relations and Advertising and motivating for the students and that meets the needs identified by the academic community and by professionals as relevant in the profession;*
- 2) *To stimulate intellectual curiosity, as well as conceptual thinking;*
- 3) *Take the students to develop a positive attitude and ability of critical analysis;*
- 4) *Promote the development of intellectual and personal skills and management skills needed to develop the areas of public relations and advertising*
- 5) *To train graduates able to achieve leadership positions in public relations departments and / or advertising in private, public, NGOs, advertising agencies or communication agencies;*
- 6) *Develop capacities of students to be autonomous in their learning and reflective practitioners and integrity.*

### 1.2. Coerência dos objectivos definidos com a missão e a estratégia da instituição.

*O INP sempre se pautou por uma atitude de inovação, rigor e exigência ao longo dos seus quase 50 anos de existência, de resto, a sua designação é demonstrativa dessa filosofia e missão: "novas profissões". Naturalmente que hoje em dia "novas profissões" prende-se muito mais com o modo como é estruturada cada uma das ofertas do INP quer de 1º. ou 2º. ciclo. No caso da licenciatura em Relações Públicas e Publicidade, nenhuma destas áreas poderá já ser considerada como nova, mas o modo como o INP acompanha e participa em fóruns nacionais, europeus e internacionais permite-lhe ir fazendo actualizações na estrutura curricular desta licenciatura tornando-a sempre nova. É exemplo disso a integração das u.c. "Redes sociais" e "Protocolo" ou a actualização de programas, metodologias pedagógicas e de avaliação de outras u.c., estimulando o uso dos novos media, bem como um acentuar nas questões da ética organizacional e sustentabilidade (aqui entendida nos seus três pilares: económico, ambiental e social). Esta actualização inspira-se em estudos realizados quer em termos europeus e nos quais o próprio INP participou quer com investigadores, quer assumindo-se como seu principal patrocinador - "EduProject", 2009 (Carvalho, Susana, Cotton, A-M, Tench, Ralph et al.), em estudos como o "European Communication Monitor" (<http://www.communicationmonitor.eu>), "The Professional Bond" (2006), relatório produzido pela "Commission on Public Relations Education" ([www.commpred.org](http://www.commpred.org)) e ainda pelo estudo conduzido pelas professoras Elizabeth Toth e Linda Aldoory (A First Look: an in-depth analysis of global public relations education: PR curriculum and instructors from 20 countries", 2010).*

*Note-se ainda, quanto à questão de "novas profissões" e de acordo com o U.S. News & World Report's na recém lançada lista "Best Jobs of 2012" a profissão de relações públicas é referida como a número um na área de funções criativas, logo como profissão de forte aposta de futuro.*

*Assim, quando se afirmam como objectivos deste ciclo de estudos "apresentar um curriculum inovador e motivador para os discentes e que vá de encontro às necessidades identificadas pela comunidade académica e pelos profissionais da área como relevantes no exercício da profissão" percebe-se que a missão e estratégia do INP são aqui concretizadas de modo efectivo.*

*Mais, se atendermos à orientação do INP quanto a um ensino politécnico que privilegia o "saber fazer" percebe-se que a orientação em termos de metodologias de ensino evolui de u.c. teóricas, para teórico-práticas e finalmente práticas ao longo dos 6 semestres de duração deste ciclo de estudos e assim os objectivos 4 e 5 atrás enunciados se concretizam.*

*Os 50 anos de existência do INP formando profissionais de excelência reconhecidos nas suas áreas como competentes, rigorosos e íntegros faz com que o objectivo (nº. 6) de formar diplomados "que sejam autónomos na sua aprendizagem e profissionais reflexivos e íntegros" seja uma missão sempre assumida.*

### 1.2. Coherence of the study cycle's objectives and the institution's mission and strategy.

*The INP is always guided by an attitude of innovation, rigor and demands over its nearly 50 years of existence, moreover, its description is demonstrative of this philosophy and mission: "new professions". Naturally, today's "new professions" has to do more with how it is structured each of the INP offers either 1. or 2. cycle. In the case of degree in Public Relations and Advertising, none of these areas may already be considered as new, but how the INP monitors and participates in national forums, European and International lets go about doing updates on this degree curriculum structure making it always new. One example is the integration of u.c. "Social Networks" and "Protocol" or updating programs, teaching methods and evaluation of other uc, encouraging the use of new media, as well as an accent on issues of organizational ethics and sustainability (understood here in its three pillars: economic environmental and social). This update is based on studies conducted both in European terms and in which the actual INP participated either with researchers, and taking as its main sponsor - "EduProject", 2009 (Carvalho, Susana, Cotton, AM, Tench, Ralph et al.), in studies such as the "European Communication Monitor" (<http://www.communicationmonitor.eu>), "The Professional Bond" (2006), report produced by the "Commission on Public Relations Education" ([www.commpred.org](http://www.commpred.org)) and also by the study conducted by*

*Professors Elizabeth Toth and Linda Aldoory (A First Look: an in-depth analysis of global public relations education: PR curriculum and instructors from 20 countries ", 2010).*

*It should be noted, on the question of "new professions" and according to U.S. News & World Report's in the newly released list of "Best Jobs of 2012" the public relations profession is listed as number one in the area of creative features, soon as a profession with a strong bet for the future.*

*So when you say aims of this course of study "provide an innovative curriculum and motivating for the students and that meets the needs identified by the academic community and by professionals as relevant in the profession" it is clear that the mission INP and strategy here are implemented effectively.*

*More, considering the orientation of the INP as a polytechnic education that focuses on "knowing how" it is clear that the guidance in terms of teaching methodologies evolved from uc theoretical to practical and theoretical-practical over the last six semesters duration of this course of study and the objectives set out above 4:05 materialize.*

*The 50-year history of INP training professionals of excellence recognized in their fields as competent, rigorous and righteous causes the objective (nr. 6.) Of forming graduates "who are autonomous in their learning and reflective practitioners and integrity" is a mission always assumed.*

### 1.3. Meios de divulgação dos objectivos aos docentes e aos estudantes envolvidos no ciclo de estudos.

*Docentes: Reunião geral no início de cada ano lectivo; reuniões parcelares semestrais com a Direcção e reuniões com os Departamentos - neste caso em apreço, com o Departamento Técnico-Científico de Comunicação. São ainda promovidas reuniões entre o Departamento e os docentes por áreas específicas, nomeadamente nas áreas de Relações Públicas e de Publicidade. Nestas reuniões procura-se não só dar a conhecer a missão do INP, seus objectivos e estratégias como aferir da coordenação de objectivos, programas, metodologias pedagógicas e de avaliação bem como actualização de bibliografia entre os diferentes docentes das diferentes u.c.*

*Discentes: Sessão de boas vindas aos novos estudantes onde se lhe é dado a conhecer a missão e filosofia do INP, bem como os objectivos do ciclo de estudo. Paralelamente é feita divulgação nas plataformas digitais (moodle), no site (<http://www.inp.pt/index.php/licenciaturas-1ociclo/167-rppalt>), bem como em cada uma das u.c. de per se.*

### 1.3. Means by which the students and teachers involved in the study cycle are informed of its objectives.

*Teachers: General meeting at the beginning of each school year, six-month partial meetings and meetings with the Board and Departments - in this case, the Department of Technical and Scientific Communication. They are also promoted meetings between the Department and teachers for this specific areas, including areas of Public Relations and Advertising. These meetings not only seeks to inform the mission of INP, its objectives and strategies as a measure of coordination of objectives, programs, teaching methodologies and evaluation and update of literature between the different teachers of different u.c.*

*Students: Welcome session for new students where it is given to know the mission and philosophy of the INP, and the objectives of the study cycle. Parallel disclosure is made on digital platforms (Moodle) site (<http://www.inp.pt/index.php/licenciaturas-1ociclo/167-rppalt>) as well as in each of the uc per se.*

## 2. Organização Interna e Mecanismos de Garantia da Qualidade

### 2.1 Organização Interna

#### 2.1.1. Descrição da estrutura organizacional responsável pelo ciclo de estudo, incluindo a sua aprovação, a revisão e actualização dos conteúdos programáticos e a distribuição do serviço docente.

*Funções da coord. da licenciatura:*

- a) Acompanhamento pedagógico e científico de proximidade - 1ª. estrutura de auscultação às necessidades e preocupações dos docentes e alunos;*
- b) Articulação com o Provedor do aluno;*
- b) Actualização de inf. académica, científica e bibliográfica em termos nacionais e internacionais;*
- c) Estimulo à participação em congressos ou simpósios científicos;*
- d) Actualização em termos de metodologias pedagógicas e de avaliação;*
- e) Detecção de necessidades ao nível do corpo docente, i.e. na sugestão de novas contratações;*
- f) Elaboração da proposta de distribuição de serviço docente e horários;*
- g) Participação em projectos europeus (ERASMUS) ou redes de investigação.*

*A coord. deste ciclo de estudos reporta ao Dep. da área científica predominante nesta, que conjuntamente com o Conselho Pedagógico, Científico, dep. de qualidade, secretário-geral e direcção articulam vias estratégicas e científicas de afirmação do ciclo quer em termos nacionais, quer internacionais.*

#### 2.1.1. Description of the organisational structure responsible for the study cycle, including its approval, the syllabus revision and updating, and the allocation of academic service.

*Functions of the coord. degree:*

*a) Monitor educational and scientific outreach - 1st. structure listening to the needs and concerns of teachers and students;*  
*b) Relationship with the Ombudsman of the student;*  
*b) Update inf. academic, scientific literature and at national and international;*  
*c) Encouragement to participate in scientific conferences and symposia;*  
*d) Update in terms of teaching methods and evaluation;*  
*e) detecting the level of needs of the faculty, ie the suggestion of new hires;*  
*f) Development of the proposed distribution of teaching and schedules;*  
*g) Participation in European projects (ERASMUS) or research networks.*  
*The coord. this course of study reports to the Department of prevailing in this scientific area, which together with the Pedagogical, Scientific, dep. quality, the Secretary-General and direction articulated strategic and scientific way of affirming the cycle either at national or international.*

### **2.1.2. Forma de assegurar a participação activa de docentes e estudantes nos processos de tomada de decisão que afectam o processo de ensino/aprendizagem e a sua qualidade.**

*A participação activa de docentes e estudantes nos processos de tomada de decisão é garantida através do seu assento nos órgãos estatutariamente definidos, nomeadamente Conselho pedagógico, bem como através da realização de inquéritos e ainda de uma relação de proximidade com o Provedor do estudante, bem como com outras estruturas de relacionamento directo com os alunos (ex. secretaria académica) recolhendo os seus feedbacks.*

*Complementarmente, procede-se semestralmente à concretização de reuniões gerais de docentes e reuniões parcelares com os discentes de cada ano do ciclo de estudos de modo a avaliar o seu grau de conhecimento e apreciação das transformações em curso e eventuais sugestões de melhoria.*

### **2.1.2. Means to ensure the active participation of academic staff and students in decision-making processes that have an influence on the teaching/learning process, including its quality.**

*The active participation of teachers and students in the processes of decision making is guaranteed through its seat in the bodies statutorily defined, namely Pedagogical Council, as well as through surveys and has a close relationship with the provider of the student as well as with other structures in direct relationship with students (eg academic department) collecting their feedback.*

*In addition, there shall be six months to the achievement of general meetings and meetings of teachers parcel with the students each year of the course in order to assess their knowledge and appreciation of the ongoing changes and suggestions for improvement.*

## **2.2. Garantia da Qualidade**

---

### **2.2.1. Estruturas e mecanismos de garantia da qualidade para o ciclo de estudos.**

*Com o objectivo de implementar um sistema interno de garantia de qualidade ao Gabinete da Qualidade, cabe contribuir para a elaboração e aplicação de um Plano Integrado de Qualidade, do qual, nomeadamente, constarão, nomeadamente a estratégia institucional de qualidade do Instituto, em que se identificará a participação e atribuições dos diferentes órgãos da comunidade académica e parcerias externas ao INP, bem como modelo de monitorização da implementação e revisão do próprio Plano e todos os procedimentos inerentes à verificação de procedimentos correspondentes.*

### **2.2.1. Quality assurance structures and mechanisms for the study cycle.**

*In order to implement an internal system of quality assurance to the Office of Quality, it is contributing to the development and implementation of an Integrated Quality Plan, which, in particular, contain, including the Strategy Institute's institutional quality, which identify the involvement of different organs and functions of the academic community and external partnerships to INP as well as a model for monitoring the implementation and review of the Plan itself, and all procedures relating to the verification procedures corresponding.*

### **2.2.2. Indicação do responsável pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade e sua função na instituição.**

*Alexandre Safont Tavares, Secretário - Geral*

### **2.2.2. Responsible person for the quality assurance mechanisms and position in the institution.**

*Alexandre Safont Tavares, General Secretary*

### **2.2.3. Procedimentos para a recolha de informação, acompanhamento e avaliação periódica do ciclo de estudos.**

*Monitorização do processo de ensino /aprendizagem, com vista à sua melhoria, com base na avaliação dos objectivos de aprendizagem, através de inquéritos à comunidade discente e docente, com concretização por unidade curricular e acompanhamento e "medição", com análise do êxito obtido na integração no mercado de emprego ou mudança de organização, sempre no confronto com os objectivos antes enunciados.*

**2.2.3. Procedures for the collection of information, monitoring and periodic assessment of the study cycle.**

*Monitoring of teaching / learning, with a view to its improvement, based on the assessment of learning objectives through community surveys students and teachers with curriculum implementation and monitoring unit and "measurement", analysing the success in integration into the labour market or change in organization, always in conflict with the objectives outlined above.*

**2.2.4. Ligação facultativa para o Manual da Qualidade**

<http://docs.ensinus.pt/inp.zip>

**2.2.5. Discussão e utilização dos resultados das avaliações do ciclo de estudos na definição de acções de melhoria.**

*Os resultados são analisados no âmbito do Conselho Científico, Conselho Pedagógico e das estruturas de coordenação do ciclo de estudos, na perspectiva de seguir as recomendações efectuadas , com vista à melhoria e cumprimento em pleno dos objectivos do ciclo de estudos.*

**2.2.5. Discussion and use of study cycle's evaluation results to define improvement actions.**

*The results are analysed within the Council of Scientific and coordination structures of the course, with a view to follow the recommendations made, to improve and in full compliance with the objectives of the course.*

**2.2.6. Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.**

*Este ciclo de estudos em Relações Públicas e Publicidade teve o seu primeiro reconhecimento como Diploma público de licenciatura em 1986 com a Portaria nº.126/86 de 28 de Junho. De então até hoje foi submetido a 6 processos de avaliação pela DGES, processos esses que resultaram na publicação de renovados Planos de estudos. No momento vigora o Aviso nº.8928/2009 tendo ainda sido apreciado pela A3ES em 2010 com decisão favorável. (CEF/0910/24347).*

**2.2.6. Other forms of assessment/accreditation in the last 5 years.**

*This BA in Public Relations and Advertising had its first public recognition as a Public Diploma degree in 1986 with Portaria No. .126/86 of June 28. From then until today was subjected to six evaluation processes by DGES, these processes that resulted in the publication of renewed plans of study. In this moment the Aviso No .8928/2009 is in effect and this study plan has been appreciated by A3ES in 2010 with a favorable decision. (CEF/0910/24347).*

**3. Recursos Materiais e Parcerias****3.1 Recursos materiais****3.1.1 Instalações físicas afectas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços lectivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.).****Mapa VI - Instalações físicas / Map VI - Spaces**

Tipo de Espaço / Type of space	Área / Area (m2)
Sala 1	77
Sala 2	72
Sala 3	81
Sala 4	77
Sala 5	39
Sala 6	42
Sala 7	39
Sala 8	46
Sala 9	49
Sala 10	49
Sala 11	49
Sala 12	49
Sala 13	47
Sala 14	28
Sala 15	49
Sala 16	49

Sala 17	47
Sala 18	28
Sala 19	39
Auditório 1	362
Auditório 2	118
Auditório 3	118
Laboratório 1	49
Laboratório 2	49
Laboratório 3	49
Laboratório 4	49
Centro de Trabalho Tecnológico	49
Sala de Estudo 1	133
Sala de Estudo 2	29
Sala de Estudo 3	27
Sala de Estudo 4	11

### 3.1.2 Principais equipamentos e materiais afectos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didácticos e científicos, materiais e TICs).

#### Mapa VII - Equipamentos e materiais / Map VII - Equipments and materials

Equipamentos e materiais / Equipment and materials	Número / Number
CPU Dell OptiPlex 745 SF Dual Core 1.86 Ghz	101
Microsoft Windows	1
Microsoft Office	1
Monitor TFT HP L1709	12
Projektor Epson - EB-X8	3
Projektor Epson EMP-S5	2
Projektor Epson - S62	2
Projector Hitachi ED-X22 XGA	2
Projektor Hitachi ED-X24ZEP	6
Projektor Hitachi ED-X26EP	2
Projektor Sanyo Pro xtrax Multiverse Projector	1
Projektor Sony VPL-ES 2	1
Portátil Asus Eee Pc 1005HA	3
Portátil Toshiba NB500-10Z	2
Impressora - Epson Stylus Color 1440 Photo	1
Impressora HP - LaserJet 4000	1
Impressora HP LaserJet P2015n	2
Impressora Minolta PagePro 9100	2
Impressora Zebra - LP 2844PS	1
Impressora Toshiba e-studio 255	1
Microsoft Expression (Web, Design e Encoder)	1
Symantec Endpoint Protection	1
Firewall IPBrick	1
Proxy IPFire	1
Proxy Squid	1
Statistica 10	1
SPSS 20	1
Manifold 8 (para SIG)	1
Paint-net	1
Gretl	1
Galileo – Sistema de Reservas para Agências de Viagens	1
Amadeus – Sistema de Reservas	1

### 3.2 Parcerias



### 3.2.1 Eventuais parcerias internacionais estabelecidas no âmbito do ciclo de estudos.

*CERP - Confederação Europeia de RP - membro desde anos 60*

*EUPRERA - European PR Educations and Research Association - membro fundador*

*MARPE - Consórcio de 11 universidades que organizam o Master Europeu em RP desenvolvendo projectos de investigação - membro fundador nos anos 80. Membros : INP, Arteveldehogeschool University College; Stirling University; Lund University; Universidad Cardenal Herrera CEU; Université Nancy 2; University of Bucarest; University of Tallin; Ural State University; Université de Bordeaux 3; Hogeschool van Utrecht.*

*ERASMUS/IP - Programa intensivo com primeira edição aprovada e realizada - "Public Relations: Government Relations and Lobbying in a European Perspective", 16 dias na Bélgica, 57 alunos, 16 nacionalidades, 3 professores do INP envolvidos. Consórcio: Université Catholique de Louvain, Arteveldehogeschool, Université Nancy2, University of Bucharest, Universidad Cardenal Herrera CEU, INP; University Greenwich.*

*Acordos Interinstitucionais ERASMUS.*

### 3.2.1 International partnerships within the study cycle.

*CERP - European PR - member from the '60s*

*EUPRERA - European PR Educations and Research Association - Founding Member*

*Marpe - A consortium of 11 universities that organize the European Master in PR developing research projects - a founding member in the '80s. Members: INP, Arteveldehogeschool University College, Stirling University, Lund University, Universidad CEU Cardenal Herrera, Université Nancy 2, University of Bucharest, University of Tallinn, Ural State University, Université de Bordeaux 3, Hogeschool van Utrecht.*

*ERASMUS / IP - Intensive Program approved and carried out the first edition - "Public Relations, Government Relations and Lobbying in the European Perspective", 16 days in Belgium, 57 students, 16 nationalities, three teachers involved from the INP. Consortium: Université Catholique de Louvain, Arteveldehogeschool, Nancy2 University, University of Bucharest, Universidad CEU Cardenal Herrera, INP, Greenwich University.*

*ERASMUS interinstitutional agreements.*

### 3.2.2 Colaborações com outros ciclos de estudos, bem como com outras instituições de ensino superior nacionais.

*Existe uma política de colaboração e troca de sinergias entre os diferentes ciclos de estudos do INP, nomeadamente de 2º. ciclo, como seja o MARPE - Master Universitário Europeu em Relações Públicas, Diploma conjunto com a Universidade Cardenal Herrera - CEU, Espanha e Mestrado em Comunicação Integrada.*

*Desenvolvimento de acções conjuntas, como palestras ou seminários com temáticas transversais aos diferentes ciclo de estudos (ex. "4ªs. de Cidadania" ciclo de 4 conferências).*

*Existe uma proximidade de colaborações entre responsáveis por outros ciclos de estudos similares de outras instituições nacionais (ex. Universidade da Beira Interior, Universidade do Minho ou ESCS-IPL) através da participação conjunta em apresentação de comunicações, projectos de investigação e presença na Direcção científica da IBER (revista científica do INP).*

*Colaborações protocolizadas com professores deste ciclo de estudos oriundos de outras universidades (ex. FCT-UNL).*

### 3.2.2 Collaboration with other study cycles of the same or other institutions of the national higher education system.

*There is a policy of collaboration and exchange of synergies between different courses of study of the INP, namely 2. cycle, such as the MARPE - European University Master in Public Relations, joint degree with the University Cardenal Herrera - CEU, Spain and Masters in Integrated Communications. Development of joint activities such as lectures or seminars with themes across the different course of study (eg "4th s. Citizenship" Conference Cycle 4).*

*There is a close collaborations between cycles responsible for other similar studies of other national institutions (eg University of Beira Interior, University of Minho or ESCS-IPL) through the joint participation in presenting papers, research projects and scientific presence in the Scientific Board of the IBER (journal of the INP).*

*Protocolled collaboration with teachers in this cycle of studies from other universities (eg FCT-UNL).*

### 3.2.3 Procedimentos definidos para promover a cooperação interinstitucional no ciclo de estudos.

*A Direcção do INP tem sempre apoiado e incentivado a participação em reuniões ou congressos de associações da área em que o INP é membro. Esta presença orienta-se não só em termos de apresentação de comunicações como pelo desenvolvimento de contactos que se venham a revelar em participações em redes de investigação (ex. EduProject) e estabelecimento de Acordos Interinstitucionais no âmbito do Programa Erasmus. Estes contactos são canalizados para o DRI o qual concretiza a assinatura desses AI (ver questão 3.2.1).*

*O INP estimula co-financiando a presença de professores seus em Congressos nacionais e internacionais através da apresentação de conferências, existindo o cuidado da parte da coordenação do curso, de preparar esses professores como embaixadores do INP.*

*A presença de 40 professores doutores de outras universidades (27 universidades nacionais e internacionais) no Cientific Board da IBER é exemplo ainda da forma como se promove essa cooperação interinstitucional.*

### 3.2.3 Procedures to promote inter-institutional cooperation within the study cycle.

*The Board of INP has always supported and encouraged to participate in meetings or conferences of associations of the area in which the INP is a member. This presence is oriented not only in terms of*

*presentations by the development of contacts that would prove to participation in research networks (eg EduProject) and establishment of interinstitutional agreements under Erasmus. These contacts are channeled into the DRI which embodies the signature of AI (see Question 3.2.1).*

*The INP encourages co-financing the presence of teachers in their Congresses national and international conferences by presenting, there is caution on the part of the course coordinator, to prepare such teachers as ambassadors of the INP.*

*The presence of 40 teachers (PhD) from other universities (27 universities) in the IBER Cientific Board is further example of how this is promoted inter-institutional cooperation.*

### 3.2.4 Práticas de relacionamento do ciclo de estudos com o tecido empresarial e o sector público.

*A licenciatura de Relações Públicas e Publicidade dentro das limitações impostas pelos rácios legais, conta com profissionais destacados como seus professores / especialistas: seniores ou CEO de empresas de comunicação nas áreas de planeamento de media, estratégias e fundamentos de publicidade, criatividade ou protocolo.*

*Além disto, é rotina o convite a profissionais como convidados em determinadas aulas (ex. u.c. Criatividade- "Shots de Criatividade" com Salvador da Cunha (CEO Lift), Susana Albuquerque (Dir. Criativa Lowe) ou Rodrigo Moita de Deus (DG NextPower); u.c. Especialidades de RPII com convidados como Miguel Lemos (CEO Vestigo Consulting), João Reis (Ass. Com. APEP) ou José Luís Cavalheiro (CEO News Ability Comunicação); u.c.*

*Planeamento de media: <http://www.ligateamedia.pt/simulators1.aspx>*

*O INP dispõe ainda de um conjunto de protocolos de colaboração com diferentes agências de publicidade, comunicação, câmaras municipais e empresas (ex. CMVila Franca de Xira, Fisher&Bus).*

### 3.2.4 Relationship of the study cycle with business network and the public sector.

*The degree in Public Relations and Advertising within the limitations imposed by the legal ratios, has outstanding professionals as their teachers / experts: senior or chief executive of media companies in the areas of media planning, strategies and fundamentals of advertising, creativity, or protocol.*

*Moreover, the invitation to professionals as guests in certain classes is routine (eg uc-Creativity "Creativity Shots" with Salvador da Cunha (CEO Lift), Susana Albuquerque (Creative Dir Lowe) or Rodrigo Moita of God (DG NextPower) uc Specialties RPII with guests such as Miguel Lemos (CEO Vestigo Consulting), João Reis (Ass Com APEP) or Jose Luis Cavalheiro (CEO News Communication Ability); uc Planning media:*

*<http://www.ligateamedia.pt/simulators1.aspx>*

## 4. Pessoal Docente e Não Docente

### 4.1. Pessoal Docente

#### 4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Alberto José Lança de Sá e Melo

##### 4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

*Alberto José Lança de Sá e Melo*

##### 4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

*Instituto Superior de Novas Profissões*

##### 4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

*<sem resposta>*

##### 4.1.1.4. Categoria:

*Professor Adjunto ou equivalente*

##### 4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

*50*

##### 4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Ana Isabel Inácio Gomes da Silva Lopes Vaz****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Ana Isabel Inácio Gomes da Silva Lopes Vaz***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - António Francisco da Silva Pires****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***António Francisco da Silva Pires***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Celma Selemene Padamo****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Celma Selemene Padamo***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Henrique Manuel Andrade Areias****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Henrique Manuel Andrade Areias***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - João José de Carvalho Correia de Freitas****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***João José de Carvalho Correia de Freitas***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - José Manuel Rodrigues Ferreira Sobral****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Manuel Rodrigues Ferreira Sobral***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Coordenador ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*Instituto Superior de Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Coordenador ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*50*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Maria Alexandra Valderrabano Quadros**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Maria Alexandra Valderrabano Quadros*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*Instituto Superior de Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*50*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Dulce Maria Juncal Ferreira Mendes**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Dulce Maria Juncal Ferreira Mendes*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*Instituto Superior das Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmento Ferreira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Coordenador ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - José António Dias****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José António Dias***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - José António Murta Rosa****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José António Murta Rosa*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*Instituto Superior de Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Jorge Filipe de Albuquerque Matos de Almeida**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Jorge Filipe de Albuquerque Matos de Almeida*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*Instituto Superior de Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Coordenador ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - José Joaquim de Leão Pinto da Silva e Guerreiro**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*José Joaquim de Leão Pinto da Silva e Guerreiro*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

*Instituto Superior de Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Coordenador ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - José Eduardo da Câmara Correia de Lemos Quintela****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Eduardo da Câmara Correia de Lemos Quintela***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - José Rui Azedo Reis****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Rui Azedo Reis***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Maria João de Sousa Baptista****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Maria João de Sousa Baptista***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100*



**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Miguel Nuno Vieira de Carvalho d'Abreu Varela****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Miguel Nuno Vieira de Carvalho d'Abreu Varela***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Professor Catedrático ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Nuno Manuel Coelho de Goulart Brandão****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Nuno Manuel Coelho de Goulart Brandão***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:***Professor Coordenador ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Pedro Manuel Sarmiento e Silva Martins Franco****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Pedro Manuel Sarmiento e Silva Martins Franco***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

&lt;sem resposta&gt;

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Pedro Manuel Alves Trindade****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Pedro Manuel Alves Trindade***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Pedro Miguel Morais Diogo Vaz****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Pedro Miguel Morais Diogo Vaz***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Assistente ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa VIII - Rute Sofia Ribeiro Brites Lopes Dias****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Rute Sofia Ribeiro Brites Lopes Dias***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):***Instituto Superior de Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**  
*50*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Custódia do Sacramento Ferro Costa**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Custódia do Sacramento Ferro Costa*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**  
*Instituto Superior de Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**  
*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Susana Maria de Carvalho Carreira Fernandes de Spínola**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Susana Maria de Carvalho Carreira Fernandes de Spínola*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**  
*Instituto Superior de Novas Profissões*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**  
*<sem resposta>*

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Assistente ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**  
*100*

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa VIII - Rui Carlos de Lemos Correia Estrela**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Rui Carlos de Lemos Correia Estrela*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):**

<sem resposta>

**4.1.1.4. Categoria:**

*Professor Coordenador ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):**

50

**4.1.1.6. Ficha curricular de docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático após submissão do guião)**

**4.1.2. Equipa docente do ciclo de estudos / Study cycle's academic staff**

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Alberto José Lança de Sá e Melo	Doutor	Direito	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Ana Isabel Inácio Gomes da Silva Lopes Vaz	Doutor	Geografia e Planeamento Regional e Urbano	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
António Francisco da Silva Pires	Licenciado	Ciências Sociais	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Celma Selemene Padamo	Mestre	Comunicação Integrada	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Henrique Manuel Andrade Areias	Mestre	Ciências da Comunicação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
João José de Carvalho Correia de Freitas	Doutor	Ciências da Educação	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
José Manuel Rodrigues Ferreira Sobral	Doutor	Antropologia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Álvaro de Borba Cruz Lopes Dias	Doutor	Marketing	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria Alexandra Valderrabano Quadros	Licenciado	Ciências Psicológicas	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Dulce Maria Juncal Ferreira Mendes	Doutor	Gestão Estratégica	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Eduardo Manuel Machado de Moraes Sarmiento Ferreira	Doutor	Economia	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
José António Dias	Mestre	Marketing	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
José António Murta Rosa	Mestre	Sociologia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Jorge Filipe de Albuquerque Matos de Almeida	Doutor	Ciências da Computação e Estatística	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
José Joaquim de Leão Pinto da Silva e Guerreiro	Doutor	Relações Internacionais	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
José Eduardo da Câmara Correia de Lemos Quintela	Mestre	Comunicação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
José Rui Azedo Reis	Licenciado	Relações Públicas e Publicidade	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria João de Sousa Baptista	Mestre	Jornalismo	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Miguel Nuno Vieira de Carvalho d'Abreu Varela	Doutor	Economia da Empresa/Marketing	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Nuno Manuel Coelho de Goulart Brandão	Doutor	Sociologia da Comunicação, Cultura e Educação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Pedro Manuel Sarmiento e Silva Martins Franco	Licenciado	Relações Públicas e Publicidade	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Pedro Manuel Alves Trindade	Mestre	Comunicação Integrada	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Pedro Miguel Morais Diogo Vaz	Licenciado	Comunicação Empresarial	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Rute Sofia Ribeiro Brites Lopes Dias	Doutor	Psicologia	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Custódia do Sacramento Ferro Costa	Doutor	Economia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Susana Maria de Carvalho Carreira Fernandes de Spínola	Mestre	Comunicação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Rui Carlos de Lemos Correia Estrela	Doutor	Comunicação	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
			<b>2150</b>	

<sem resposta>

#### 4.1.3. Dados da equipa docente do ciclo de estudos

##### 4.1.3.1.a Número de docentes em tempo integral na instituição

16

##### 4.1.3.1.b Percentagem dos docentes em tempo integral na instituição (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

74,4

##### 4.1.3.2.a Número de docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos

16

##### 4.1.3.2.b Percentagem dos docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

74,4

##### 4.1.3.3.a Número de docentes em tempo integral com grau de doutor

7

##### 4.1.3.3.b Percentagem de docentes em tempo integral com grau de doutor (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

32,6

##### 4.1.3.4.a Número de docentes em tempo integral com o título de especialista

10

##### 4.1.3.4.b Percentagem de docentes em tempo integral com o título de especialista (campo de preenchimento automático, calculado após a submissão do formulário)

46,5

##### 4.1.3.5.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano

3,5

##### 4.1.3.5.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

16,3

##### 4.1.3.6.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha)

1

##### 4.1.3.6.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha) (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

4,7

#### Perguntas 4.1.4. e 4.1.5

##### 4.1.4. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente actualização

*O INP tem como política institucionalizada o apoio quer em tempo e espaços para a investigação dos seus docentes, bem como em termos financeiros estimulando-os a participarem em conferências nacionais e internacionais, quer como palestrantes, quer como assistentes. De referir ainda o acompanhamento anual dos progressos individuais nos respectivos projectos de investigação para mestrado e doutoramento.*

*Em termos de recursos bibliográficos, a biblioteca do INP em cooperação com a Biblioteca do Grupo Lusófona (no qual o INP se insere) dispõe de um vasto conjunto de títulos, quer em obras, quer em revistas científicas das várias áreas dos diferentes ciclos de estudos existentes, quer ainda em bases de dados on-line (ex. Trial da Base de Dados de Ciências da Comunicação, da EBSCO, Communication & Mass Media Complete). Neste*

*sentido, é solicitado aos docentes que apresentem sugestões necessárias à sua evolução académica, bem como às u.c. que leccionam, para se proceder à sua aquisição.*

*Pode-se ainda incluir nas medidas de permanente actualização dos docentes a organização indoor de palestras, seminários e workshops (ex.: Ciclo de Conferências - 4<sup>as</sup>. de Cidadania; I Jornadas de Comunicação INP).*

*Os objectivos da avaliação são os seguintes:*

- *Verificar o preenchimento das condições e requisitos necessários ao exercício das funções docentes, designadamente a posse dos conhecimentos científicos e das qualidades pedagógicas indispensáveis;*
- *Avaliar o modo como os docentes exercem as suas funções e verificar se esse exercício corresponde aos objectivos do Instituto.*

*Cada docente está sujeito a processo de avaliação do seu desempenho em cada ano lectivo, tendo em vista a renovação do contrato ou a progressão nas diferentes categorias académicas. esta avaliação é feita por uma Comissão de Avaliação, constituída no âmbito do Conselho Científico e com base na informação disponível sobre o modo do exercício ora em causa, nomeadamente ( mas não em exclusivo, naturalmente) tendo em conta os inquéritos à docência.*

*Os docentes são incentivados à sua requalificação, por intermédio de frequências de formações pós - graduadas de curta, média ou mesmo longa duração, dispondo de condições vantajosas financeiramente quando as realizam em estabelecimento do Grupo Ensinus ou Grupo Lusófona.*

#### **4.1.4. Assessment of academic staff performance and measures for its permanent updating**

*The INP has a policy of institutionalized support both in time and space for their research teachers, as well as financially encouraging them to participate in national conferences and international, either as speakers or as assistants. Note also the annual monitoring of progress in their individual research projects for Masters and PhD. In terms of library resources, the library of the INP in cooperation with the Library of Lusófona Group (Which is part of the INP) has a wide range of securities, whether in deed or in scientific journals the various areas of the different cycles of existing studies, as well as date bases on-line (eg Trial Base of Communication Sciences, EBSCO, Communication & Mass Media Complete). In this sense, it is requested that the teachers make suggestions for its academic progress, as well as uc teach that in order to proceed with its acquisition. You can also include the measures of permanent updating of teachers to organize indoor lectures, seminars and workshops (eg Lectures - 4th s. Citizenship; I Communication Days INP).*

*The evaluation objectives are:*

- *Check that the conditions and requirements for the performance of teaching duties, including the possession of scientific knowledge and pedagogical qualities indispensable;*
- *Assess how teachers carry out their functions and verify that this year n corresponds to the objectives of the Institute.*

*Each teacher is subject to the process of assessing their performance in each academic year in order to renew the contract or the progress in different academic categories. This assessment is made by an Evaluation Committee, constituted in the framework of the Scientific Council on the basis of information available on how the year at issue, including (but not exclusively, of course) taking into account the investigations to teaching. Teachers are encouraged to their rehabilitation through training frequency of post - graduate of short, medium or even long term, offering favorable terms when they do financially in the establishment of the Ensinus or Lusófona Group.*

#### **4.1.5. Ligação para o Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente**

<http://docs.ensinus.pt/inp.zip>

### **4.2. Pessoal Não Docente**

#### **4.2.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afecto à leccionação do ciclo de estudos.**

*5 colaboradores, com vínculo efectivo à instituição.*

#### **4.2.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study cycle.**

*5 employees.*

#### **4.2.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à leccionação do ciclo de estudos.**

*2 licenciados, 2 com 12º ano e 1 com o 9º ano de escolaridade.*

#### **4.2.2. Qualification of the non academic staff supporting the study cycle.**

*2 graduates, 2 with 12nd grade and 1 in the 9th grade.*

#### **4.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal não docente.**

*O pessoal não docente é avaliado no seu desempenho anualmente, com vista à renovação de contrato ou progressão na carreira.*

**4.2.3. Procedures for assessing the non academic staff performance.**

*The staff is assessing annually for the renewal of contract or career.*

**4.2.4. Cursos de formação avançada ou contínua para melhorar as qualificações do pessoal não docente.**

*A instituição promove com carácter obrigatório ou facultativo, consoante os casos, formação avançada ou contínua adaptada aos respectivos postos de trabalho, incentivando inclusive a obtenção de graus académicos formais, nomeadamente cursos de 1º ciclo, com o desenvolvimento de políticas de apoio financeiro aos interessados.*

*A título de exemplo identificam - se acções de formação na área comportamental, informática e de bibliotecnia, arquivo e documentação.*

**4.2.4. Advanced or continuing training courses to improve the qualifications of the non academic staff.**

*The institution promotes a mandatory or optional, depending on the circumstances, advanced training or further adapted to their jobs, encouraging even obtaining degrees formal, including courses in one cycle, with the development of policies of financial support to those interested.*

*For example identify - from training in the behaviour area, computer and bibliotecnia, archiving and documentation.*

## 5. Estudantes e Ambientes de Ensino/Aprendizagem

### 5.1. Caracterização dos estudantes

**5.1.1. Caracterização dos estudantes inscritos no ciclo de estudos, incluindo o seu género, idade, região de proveniência e origem socioeconómica (escolaridade e situação profissional dos pais).**

#### 5.1.1.1. Por Género

##### 5.1.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	35
Feminino / Female	65

#### 5.1.1.2. Por Idade

##### 5.1.1.2. Caracterização por idade / Characterisation by age

Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	2.8
20-23 anos / 20-23 years	44.4
24-27 anos / 24-27 years	16
28 e mais anos / 28 years and more	36.8

#### 5.1.1.3. Por Região de Proveniência

##### 5.1.1.3. Caracterização por região de proveniência / Characterisation by region of origin

Região de proveniência / Region of origin	%
Norte / North	0
Centro / Centre	4.8
Lisboa / Lisbon	93.4
Alentejo / Alentejo	0
Algarve / Algarve	0.9

#### 5.1.1.4. Por Origem Socioeconómica - Escolaridade dos pais

##### 5.1.1.4. Caracterização por origem socioeconómica - Escolaridade dos pais / By Socio-economic origin – parents' education

Escolaridade dos pais / Parents	%
Superior / Higher	50.4
Secundário / Secondary	28.8
Básico 3 / Basic 3	20.8
Básico 2 / Basic 2	0
Básico 1 / Basic 1	0

#### 5.1.1.5. Por Origem Socioeconómica - Situação profissional dos pais

##### 5.1.1.5. Caracterização por origem socioeconómica - Situação profissional dos pais / By socio-economic origin – parents' professional situation

Situação profissional dos pais / Parents	%
Empregados / Employed	60
Desempregados / Unemployed	16
Reformados / Retired	20.7
Outros / Others	3.3

#### 5.1.2. Número de estudantes por ano curricular

##### 5.1.2. Número de estudantes por ano curricular / Number of students per curricular year

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
1º ano curricular	26
2º ano curricular	30
3º ano curricular	50
	<b>106</b>

#### 5.1.3. Procura do ciclo de estudos por parte dos potenciais estudantes nos últimos 3 anos.

##### 5.1.3. Procura do ciclo de estudos / Study cycle demand

	2009/10	2010/11	2011/12
N.º de vagas / No. of vacancies	130	90	80
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	71	57	45
N.º colocados / No. enrolled students	44	37	26
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	44	37	26
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	96	116	109
Nota média de entrada / Average entrance mark	129	130	114

## 5.2. Ambiente de Ensino/Aprendizagem

### 5.2.1. Estruturas e medidas de apoio pedagógico e de aconselhamento sobre o percurso académico dos



**estudantes.**

*As medidas de apoio pedagógico e de aconselhamento aos estudantes têm por base a criação de valor para os estudantes e inserem-se no âmbito da política de implementação do ciclo de estudo. Neste sentido, a abordagem pedagógica é facultada de acordo com os objectivos do ciclo de estudo, materializadas em função da necessidade específica de cada unidade curricular. Deste modo, na sequência da aprovação do regulamento do Conselho Pedagógico da Escola, o horário dos docentes contempla 2,5h / semana de atendimento aos estudantes, que visa, para além de esclarecimento de dúvidas, acompanhar os estudantes nas actividades escolares, bem como o aconselhamento relativo ao seu percurso, nomeadamente os critérios pelos quais se pautam as suas opções. Esta função de aconselhamento dos professores encontra-se articulada com o Departamento Técnico-Científico de Comunicação e demais estruturas pedagógicas, científicas e de direcção, conforme estipulado no regulamento supracitado.*

**5.2.1. Structures and measures of pedagogic support and counseling on the students' academic path.**

*Measures of educational support and student counseling are based on creating value for students and fall under the policy implementation cycle study. In this sense, the pedagogical approach is provided in accordance with the objectives of the study cycle, materialized due to the specific needs of each course. Thus, following the approval of the Council Regulation Pedagogical School, the time of teachers includes 2.5 h / week of service to students, which aims, in addition to answering questions, monitoring students in school activities, as well as the advice on your route, including the criteria by which to take their options. This advisory role of teachers is coordinated with the Department of Technical and Scientific Communication structures and other educational, scientific and management, as stipulated in the Regulation.*

**5.2.2. Medidas para promover a integração dos estudantes na comunidade académica.**

*A integração dos estudantes na comunidade académica do INP tem por objectivo, para além da sua inclusão no espaço físico da escola, a valorização das suas competências sociais. Neste sentido, a Direcção da Escola conta com o apoio das Associações de Estudantes e Antigos Alunos do INP, para a promoção de actividades que concretizem aqueles objectivos. A Associação de Estudantes do INP mantém as suas habituais iniciativas, de que se destacam: Semana da Recepção ao Caloiro, Feira de Emprego (Jobshop), Jornadas e Workshops. A continuidade das relações estabelecidas entre estudantes, docentes e funcionários da Escola é mantida, também, pela Associação dos Antigos Alunos. Esta Associação manteve um contacto assíduo com os Antigos Alunos, promovendo simultaneamente a reintegração destes em actividades diversas da Escola, concretizada muitas vezes, na adesão destes a programas de 2.º ciclo, oferecidos pelo INP, bem como informação de oferta de emprego vinda da rede da AAAINP (Antigos alunos).*

**5.2.2. Measures to promote the students' integration into the academic community.**

*The integration of students in the academic community of the INP aims, in addition to their inclusion in the school's physical space, the appreciation of their social skills. In this sense, the School Board has the support of the Associations of Students and Alumni of the INP, to promote activities which implement those objectives. The Alumni Association of INP maintains its usual initiatives that stand out: the Freshman Week Reception, Job Fair (Jobshop) Conference and Workshops. The continuity of relations between students, faculty and staff of the School is also maintained by the Alumni Association. This Association has maintained frequent contact with alumni, while promoting the reintegration of these in various activities of the School, often achieved in the accession of these two programs. Cycle, offered by NPOs as well as information coming from job AAAINP network (Alumni).*

**5.2.3. Estruturas e medidas de aconselhamento sobre as possibilidades de financiamento e emprego.**

*O GRIE – Gabinete de Relações Internacionais, Estágios, Emprego e Empreendedorismo do INP, mantém uma política de assinatura de protocolos de cooperação, que contemplam a possibilidade de estágios curriculares, extra-curriculares e profissionais, remunerados, com diversas entidades públicas e privadas, das quais se destacam autarquias na Região de Lisboa e Vale do Tejo, Inframoura (Algarve), Holos (Tecnologias de Informação e Comunicação), Apple, Grupo Media Capital, Grupo Zenki, Incentivent — Incentivos e Eventos Lda, Geopoint, Eurovida – Companhia de Seguros, SA, Luso Temp, Miaki – Human Technologies, Consultadoria, Lda., Primsoft, Work Shop, Câmara Municipal de Faro, Câmara Municipal de Alcochete, entre outras.*

**5.2.3. Structures and measures for providing advice on financing and employment possibilities.**

*The GRIE - Office of International Relations, Internships, Employment and Entrepreneurship of the INP, has a policy of signing of cooperation protocols, which include the possibility of curricular, extra-curricular and professional, paid, with several public and private, of municipalities which are highlighted in the Region of Lisbon, Inframoura (Algarve), Holos (Information Technology and Communication), Apple, Grupo Media Capital, Group Zenki, Incentivent - Incentives and Events Ltd, GeoPoint, Eurovida - Insurance SA, Luso Temp, Miaki - Human Technologies, Consulting, Ltd., Primsoft, Work Shop, Faro Municipality, Alcochete Municipality, among others.*

**5.2.4. Utilização dos resultados de inquéritos de satisfação dos estudantes na melhoria do processo ensino/aprendizagem.**

*Os resultados obtidos traduzem medidas correctivas que devem continuar a potenciar a melhoria dos Ciclos de*

**Estudos.**

*Por outro lado, as oportunidades detectadas espelham o valor acrescentado para o INP e para a sociedade. Na continuidade destas acções, no que concerne à avaliação de unidades curriculares, encontra-se em curso a revisão dos questionários relativos às percepções dos estudantes e docentes sobre o funcionamento da Escola, unidades curriculares, desempenho dos docentes. Estes questionários são uma prática assídua do INP e são particularmente relevantes na adequação das solicitações do MCTES, como foram, a adequação ao Processo de Bolonha, revisão dos cursos de 1º. Ciclo em curso sobre o impacto pós-Bolonha e mais recentemente a primeira acreditação pela A3ES.*

**5.2.4. Use of the students' satisfaction inquiries on the improvement of the teaching/learning process.**

*The results reflect the corrective measures that should continue enhance the improvement for the Study Cycles.*

*On the other hand, the opportunities reflect the detected value for the INP and for society. In continuation of these actions, regarding the evaluation of courses, is an ongoing review of questionnaires related to perceptions of students and teachers on the operation of the school curriculum units, performance of teachers. These questionnaires are an assiduous practice of the INP and are particularly relevant to the appropriateness of requests DGES, as were the adequacy of the Bologna Process, review of the current cycle of the impact post-Bologna and more recently the first accreditation by A3ES.*

**5.2.5. Estruturas e medidas para promover a mobilidade, incluindo o reconhecimento mútuo de créditos.**

*A coordenação deste ciclo de estudos mantém um trabalho rotineiro de contacto e presença em redes de investigação e congressos europeus e internacionais o que lhe permite desenvolver contactos traduzindo-se estes em Acordos Interinstitucionais, no âmbito nomeadamente do programa ERASMUS e viabilizando deste modo a mobilidade de estudantes e docentes.*

*O GRIE - Gabinete de Relações Internacionais e Estágios desenvolve acções de divulgação dos diferentes programas de ensino superior, nomeadamente o ERASMUS. Em articulação com o GRIE está nomeado pelos órgãos competentes um professor que dá apoio e orientação em termos de "learning agreements", reconhecimento de ECTS e conversão de notas que são posteriormente validados pelos órgãos competentes. Note-se que o INP converteu todos os seus cursos no sistema ECTS nos anos 90 (em que este foi lançado Portugal) e iniciou a promoção da mobilidade de estudantes e docentes através de programas anteriores ao ERASMUS, os designados então PIC'S.*

**5.2.5. Structures and measures for promoting mobility, including the mutual recognition of credits.**

*The coordination of this cycle in a routine work of maintaining contact and presence in research networks and international conferences in Europe and allowing you to develop contacts to translating these into interinstitutional agreements, particularly in the context of the ERASMUS program and thereby enabling the mobility of students and teachers.*

*The GRIE - International Office and Internship develop activities to disseminate the different higher education programs, particularly ERASMUS. In conjunction with GRIE is appointed by the competent bodies a teacher who provides support and guidance in terms of "learning agreements", ECTS recognition and conversion of notes which are then validated by the competent bodies.*

*Note that the INP converted all their courses in the ECTS system in the 90's (when it was launched in Portugal) and started promoting mobility of students and teachers through programs prior to ERASMUS, so-called PIC'S.*

## **6. Processos**

### **6.1. Objectivos de ensino, estrutura curricular e plano de estudos**

#### **6.1.1. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, operacionalização dos objectivos e medição do seu grau de cumprimento.**

*Considerando genericamente os Artigo 5º., Capítulo II, do Decreto-Lei nº. 107/2008 de 25 de Junho, bem como os Descritores de Dublin para 1º. Ciclo, estão definidos como objectivos de aprendizagem para este ciclo de estudos:*

- 1) Demonstrar uma aproximação crítica, ética e reflexiva na sua capacidade de recolher, seleccionar e interpretar informação relevante na área das relações públicas e da publicidade, bem como a integrar em contextos sociais, culturais, económicos e éticos;*
- 2) Avaliar criticamente, sintetizar e aplicar os conhecimentos adquiridos em contextos empresariais;*
- 3) Demonstrar competências analíticas, de síntese conceptual e metodológicas na aplicação das teorias e técnicas de relações públicas e publicidade para produzir resultados rigorosos e válidos quer do ponto de vista de investigação aplicada, quer empresarial;*
- 4) Demonstrem competência na comunicação escrita e oral;*
- 5) Usar competências de reflexão convertendo-se em pessoas que aprendem por si próprias ao longo da vida e capazes de resolver problemas;*

6) Realizar uma contribuição através da resolução de problemas que amplie as fronteiras do conhecimento, assumindo-se como vectores de inovação no tecido empresarial e profissionais íntegros.

#### 6.1.1. Learning outcomes to be developed by the students, their translation into the study cycle, and measurement of its degree of fulfillment.

Considering generally the Article 5., Chapter II of decreto-Lei no. 107/2008 of 25 June, as well as the Dublin Descriptors for 1. Cycle, are defined as learning objectives for this course of study:

- 1) Demonstrate a critical approach, ethical and reflective in their ability to collect, select and interpret relevant information in the field of public relations and advertising, as well as to integrate in social, cultural, economic and ethical issues;
- 2) critically evaluate, synthesize and apply knowledge acquired in business contexts;
- 3) Demonstrate analytical skills, conceptual and methodological synthesis in the application of theories and techniques of public relations and advertising to produce results accurate and valid from the point of view of applied research and corporate;
- 4) Demonstrate competence in written and oral communication;
- 5) Use skills of reflection turning into people who learn on their own lifelong learning and problem-solving;
- 6) Make a contribution by solving problems that expand the frontiers of knowledge, assuming as vectors of innovation in the business and professional integrity.

#### 6.1.2. Demonstração de que a estrutura curricular corresponde aos princípios do Processo de Bolonha.

Tendo em consideração que os Princípios que o processo de Bolonha visa promover são os seguintes: comparabilidade, transparência e legibilidade dos sistemas de ensino superior e que os seus objectivos gerais são: o aumento da competitividade do sistema europeu de ensino superior e a promoção da mobilidade e empregabilidade dos diplomados do ensino superior no espaço europeu, então poderemos afirmar que este ciclo de estudos faz corresponder a sua estrutura curricular a esses princípios e objectivos porque:

1. Este ciclo de estudos há muito que integrou o sistema ECTS ;
2. Existe capacidade acrescida de realizar mobilidade de discentes e docentes já que a estrutura curricular apresentada foi alvo de comparação e adaptação, entre outros factores, de apurado conhecimento de estruturas curriculares de ciclos de estudos análogos de outros países, bem como de estudos europeus e internacionais que reflectem sobre linhas fundamentais do ensino das relações públicas e publicidade (ver questão A18)
3. É uma estrutura curricular que apresenta objectivos e competências que concretizam lógicas de formação de diplomados capazes de aprender de forma autónoma ao longo da vida, resolver problemas, aplicar conhecimentos em contextos empresariais, entre outros (ver ponto 1.1. – Objectivos gerais e ponto 6.1.1. – Objectivos de aprendizagem).

Atente-se ainda ao que o Relatório de Concretização do Processo de Bolonha 2010/2011 produzido pelo INP refere: “Devido ao equilibrado peso entre académicos de carreira e de docentes com experiência efectiva no mercado de trabalho (especialistas), é uma prioridade do INP, a inserção na vida activa dos nossos diplomados. A experiência de Bolonha visa igualmente a promoção do sucesso escolar, o que levou à redefinição do modelo de ensino e avaliação do INP, discutido e aprovado em Conselho Científico, após diversas comparações nacionais e internacionais. Este novo regime de avaliação, que acompanhou a reformulação dos cursos de 1º e 2º ciclos visou maximizar a participação dos estudantes nas aulas e o aumento do trabalho individual e de grupo fora das horas de contacto.”

Assim, são visíveis os Princípios de Bolonha quer quanto a objectivos e competências a adquirir, bem como quanto a metodologias pedagógicas e de avaliação neste ciclo de estudos.

#### 6.1.2. Demonstration that the curricular structure corresponds to the principles of the Bologna process.

Considering that the principles that the Bologna process aims to promote are: comparability, transparency and readability of higher education systems and that its overall objectives are: to increase the competitiveness of the European system of higher education and the promotion of mobility and employability of graduates of higher education in Europe, then we can say that this course of study matches your curriculum structure to these principles and objectives because:

1. This course of study has long joined the ECTS;
2. There is increased capacity to perform mobility of students and teachers as the curriculum structure presented was the target of comparison and adaptation, among other factors, accurate knowledge of the curriculum structures of cycles of similar studies in other countries as well as European and international studies reflect on fundamental aspects of teaching public relations and advertising (see question A18)
3. It is a curriculum structure that presents objectives and competencies that embody logical training of graduates able to learn independently throughout their lives, solve problems, apply knowledge in business contexts, among others (see section 1.1. - Aims and 6.1. a. - learning objectives).

Attention is also what the report Implementation of the Bologna Process 2010/2011 produced by INP states: "Due to the weight balance between academics and career teachers with practical experience in the labor market (experts), is a priority of the INP the integration into working life of our graduates. The experience of Bologna is also intended to promote school success, which led to the redefinition of the teaching model and evaluation of the INP, discussed and approved by the Scientific Council, after several national and international comparisons. This new system of assessment which accompanied the redesign of courses 1 and 2 cycles aimed to maximize the participation of students in class and increased individual and group work outside of

*contact hours. "*

*Thus, the Principles are visible both in terms of the Bologna objectives and competencies to be acquired, as well as teaching methodologies and evaluation in this course.*

#### **6.1.3. Periodicidade da revisão curricular e forma de assegurar a actualização científica e de métodos de trabalho.**

*Embora o curso de Relações Públicas e Publicidade tenha tido o seu início em 1964, é com a Portaria nº. 126/86 de 28 de Junho que lhe é reconhecido o grau público de licenciatura. Desde então já este curso sofreu diversas revisões e actualizações (Portaria nº. 767/89; Portaria nº. 771/92; Portaria nº. 1345/95; Portaria nº. 813/97; Regulamento nº. 194/2006 e Aviso nº. 8928/2009). Assim podemos verificar que de 1986 até aos dias de hoje foram 6 as revisões e actualizações curriculares, o que corresponde em média a uma actualização a cada 4 anos.*

*Estas actualizações são acompanhadas quer a priori, quer a posteriori de estudos e auscultações dos principais players envolvidos: alunos, docentes, conselho científico, conselho pedagógico, direcção, secretário-geral, provedor do estudante, associação de antigos alunos, profissionais da área, académicos da área de outras instituições de ensino superior nacional e internacional garantindo assim a actualização científica e de métodos de trabalho.*

#### **6.1.3. Frequency of curricular review and measures to ensure both scientific and work methodologies updating.**

*Although the course in Public Relations and Advertising has had its inception in 1964, with Portaria No. 126/86 of 28 June which is publicly recognized undergraduate degree. I have since this course has undergone several revisions and updates (Portaria no. 767/89, Portaria no. 771/92, Portaria no. 1345/95, Portaria no. 813/97; Regulamento 194/2006 and Aviso no. 8928 / 2009). So we can see that from 1986 to the present day were 6 revisions and updates curriculum, which on average corresponds to an update every four years.*

*These updates are accompanied by either a priori or a posteriori studies and hearings of the main players involved: students, teachers, scientific council, pedagogical council, directors, secretary-general, provider of the student association of former students, professionals, academics area institutions of higher education nationally and internationally ensuring the updating and scientific methods of work.*

#### **6.1.4. Modo como o plano de estudos garante a integração dos estudantes na investigação científica.**

*Atendendo a que este ciclo de estudos está inserido numa lógica de ensino politécnico, "valoriza-se especialmente a formação que visa o exercício de uma actividade de carácter profissional, assegurando aos estudantes uma componente de aplicação de conhecimentos e saberes adquiridos às actividades concretas" de relações públicas e publicidade (Artigo 8º, Capítulo II, do Decreto-Lei nº. 107/2008). No entanto, não se descarta as componentes de metodologias científicas, nomeadamente metodologias de investigação aplicada. A confluência destes dois fatores concretiza-se através de u.c. como "Metodologias de Investigação Científica", "Atelier de relações públicas e publicidade" ou "Estágio / Projecto". Paralelamente os alunos produzem trabalhos com aplicação de metodologias científicas em diferentes u.c.. Ao nível de VI semestre os alunos são motivados para concorrerem a apresentação de comunicações em congressos, simpósios ou revistas científicas.*

#### **6.1.4. Description of how the study plan ensures the integration of students in scientific research.**

*Given that this course of study is inserted in a logic of polytechnic education, "is valued especially the training which aims to pursue a professional nature, providing students with a component application of knowledge and understanding to concrete activities" of public relations and advertising (Article 8, Chapter II of Decreto-Lei no. 107/2008). However, not neglect the components of scientific methods, including methods of applied research. The confluence of these two factors is realized by u.c. as "Methodologies for Scientific Research", "Atelier public relations and advertising" or "Internship / Project." Alongside the students produce work with the application of scientific methods in different u.c. At the level of VI semester students are motivated to compete for presentation of papers at conferences, symposia or scientific journals.*

## **6.2. Organização das Unidades Curriculares**

---

### **6.2.1. Ficha das unidades curriculares**

#### **Mapa IX - Direito da Comunicação**

##### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Direito da Comunicação*

##### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Alberto Sá e Mello, 1,5H*

##### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

N/A

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

N/A

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Dotar os alunos de noções fundamentais sobre a ciência do Direito, em especial do Direito Civil e em particular do Direito da Comunicação e do Direito da Publicidade. Colocar ainda os alunos em contacto com alguma legislação vigente sobre a comunicação social e a publicidade, permitindo-lhes a aptidão necessária para, em contexto laboral saberem identificar com competências de âmbito jurídico, as matérias lecionadas.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Provide the students with fundamental notions about the science of law, particularly of civil law and in particular the Law of Communication and Advertising Law. Put students into further contact with any legislation on the media and advertising, allowing them the ability required to in workplace know identify with the legal skills, the materials taught*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*Introdução - Conceitos base de direito*

*1.Noção de direito*

*2.Os ramos de direito*

*3.Noção de direito*

*4.As normas jurídicas*

*5.Interpretação e aplicação do direito*

*Direito da Comunicação*

*1.Seu carácter de Direito Público e de Direito Privado*

*2.Autonomia do Direito da Comunicação*

*3.As fontes de Direito da Comunicação*

*4.Comunicação social e direitos fundamentais*

*5.Liberdade de imprensa, de expressão e de informação e seus limites constitucionais*

*Direito da Publicidade*

*1.Fontes do Direito da publicidade*

*2.O Código da publicidade*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*Introduction - Basic concepts of law*

*1. Notion of Law*

*2.The branches of law*

*3. Notion of law*

*4. The legal standards*

*5. Interpretation and application of law*

*Right of Communication*

*1. His character of Public Law and Private Law*

*2. Autonomy Law of Communication*

*3. Sources of Law of Communication*

*4. Media and rights*

*5. Freedom of press, of expression and information and its constitutional limits*

*Advertising Law*

*1. Sources of the Right of publicity*

*2.The code of advertising 4.Comunicação social and fundamental rights*

*5.Liberdade press, expression and information and its constitutional limits*

*Advertising Law*

*1.Fontes advertising law*

*2.The code of advertising*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Os conteúdos desta unidade curricular privilegiam numa primeira abordagem os conceitos designados pela investigação científica.*

*Os conteúdos são abordados numa dinâmica baseada na consulta, interpretação e análise de leis e de jurisprudência, sempre com suporte doutrinal que abordem as mais diversas temáticas metodologias na área das ciências jurídicas em geral e em particular do Direito da Comunicação.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The contents of this course focus on the first approach the concepts designated by scientific research.*

*The contents are discussed based on a dynamic query, analysis and interpretation of laws and jurisprudence, doctrine has always supported that address the diverse issues in the methodology of legal sciences in general and in particular the Law of Communication.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Avaliação distribuída em três momentos: Dois trabalhos de grupo, um apenas com apresentação escrita e outro com apresentação escrita e oral em sala de aula; Uma prova de frequência escrita individual. Esta metodologia de avaliação está subordinada ao Regulamento Geral de Avaliação do INP em vigor. Sendo que no caso particular desta unidade curricular, a avaliação contínua dos conhecimentos consistirá na realização em grupo e apresentação escrita de um caso prático subordinado à matéria introdutória dos princípios gerais do direito, e na realização em grupo de um tema proposto pela docente com apresentação oral em sala de aula e um teste escrito individual. Os alunos obterão aprovação desde que obtenham resultado final ponderado de 10 valores. Os casos práticos serão elaborados em grupo não composto por número inferior a 3 nem superior a 4 alunos. Ponderação: teste escrito: 45%; caso prático: 20%; tema apresentado em aula: 35%.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Distributed evaluation in three stages: Two working groups, with only a written submission and the other with written and oral presentation in the classroom; An individual written proof of attendance. This evaluation methodology is subject to the General Regulations Assessment of the INP in force. Being in the particular case of this course, the continuous assessment of knowledge consists in performing group and written presentation of a case study to the subject matter of introductory general principles of law, and conducting group a theme proposed by the teacher with oral presentation classroom and an individual written test. Students will gain approval provided they obtain the final result of 10 weighted values. The case studies will be elaborated in a group composed of not fewer than three nor more than four students. Weighting: written test: 45%; case study: 20%; topic presented in class: 35%.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Privilegiar-se-ão as metodologias interactivas, envolvendo os discentes no processo de ensino aprendizagem, centrado na procura, no estudo e na análise qualitativa e quantitativa das matérias jurídicas por via da aplicação do Direito ao caso concreto quer pela via jurisprudencial quer na formulação de hipóteses e casos práticos, construindo o Direito e em particular o Direito Civil, na sua vertente comunicacional. Tudo isto, assume-se como garante da consecução dos objectivos da unidade curricular, permitindo estabelecer a ponte entre os aspectos teóricos e a prática da investigação científica.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Emphasis will be interactive methodologies, involving students in teaching and learning process, driven by demand, the study and the qualitative and quantitative analysis of legal matters through the application of law to the case either through case law or in the formulation of hypotheses and case studies, building law and in particular the civil law approach of communication. All this is assumed as a guarantee of achieving the objectives of the course, establishing a bridge between the theory and practice of scientific research.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Alberto Arons de Carvalho, António Monteiro Cardoso e João Pedro Figueiredo; Direito da Comunicação Social, Casa das Letras, 2ª edição, 2005*

*Luís Brito Correia, Direito da Comunicação Social, Vol. II, Direito de Autor e da Publicidade, Almedina, 2005*

*Legislação*

• *Constituição da Republica Portuguesa*

• *Lei da imprensa*

• *Lei da rádio*

• *Lei da televisão*

• *Código da Publicidade*

### **Mapa IX - Sociologia**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Sociologia*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Ana Inácio / Celma Padamo, 3H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

N/A

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

N/A

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Esta unidade curricular tem por objectivo estimular a participação crítica e analítica dos discentes para a importância da sua formação pessoal, científica e técnica, tendo por base a reflexão sobre os processos e normas comportamentais dos indivíduos, grupos e organizações. Paralelamente tem como objectivo fomentar o debate em torno das sociedades contemporâneas, perspectivando as organizações como parte de sistema social no qual as ideias e a tomada de decisões requerem a compreensão das sociedades modernas e dos seus principais problemas.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*This course is designed to stimulate analytical and critical participation of students to the importance of their personal development, science and technology, based on the reflection on the processes and behavioral norms of individuals, groups and organizations. At the same time aims to stimulate debate around contemporary societies, viewing organizations as part of the social system in which ideas and decisions require an understanding of modern societies and its main problems.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

- *A Sociologia e os problemas do conhecimento da realidade social: Emergência da Sociologia; Relação com as outras ciências sociais; Obstáculos ao conhecimento sociológico;*
- *As Teorias Sociológicas Clássicas e a análise dos Processos Sociais Globais; Marx, Durkheim, Weber.*
- *O comportamento social: Fenómenos sociais; Valores, normas, comportamentos e padrões de cultura*
- *Papel e estatuto social; Socialização; Classes sociais e estratificação social; Ideologia e cultura; Formas de sociabilidade*
- *Mudança Social: Factores de mudança (demográficos, técnicos e económicos), Agentes de Mudança (elites, mov. sociais, revoluções)*
- *As Sociologias Especializadas: Soc. da Família, Soc. Política, Soc.do Trabalho, Soc.Urbana, Soc. do Lazer. Soc.Urbana, Soc. do Lazer*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*PortuguêsEslovacoInglêsAlpha*

- *Sociology of knowledge and problems of social reality: The Emergence of Sociology; Relationship with other social sciences; Barriers to sociological knowledge;*
- *Classical Sociological Theories and Analysis of Global Social Processes, Marx, Durkheim, Weber.*
- *The social behavior: social phenomena, values, norms, behaviors and patterns of culture*
- *Role and status, Socialization, Social classes and social stratification, ideology and culture, forms of sociability*
- *Social Change: change factors (demographic, economic and technical), Agents of Change (elites, mov. Social revolutions)*
- *The Specialized Sociologies: Family Soc, Soc Policy, Soc.do Work Soc.Urbana, Soc of Leisure. Soc.Urbana, Soc of Leisure.*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Para a consecução dos objectivos desta unidade curricular, considera-se pertinente que o conteúdo programático focalize matérias que, permitam a problematização e a crítica da sociedade que nos rodeia, contextualizando a Sociologia no conjunto das Ciências Sociais. Assim, face a questões práticas que derivam da complexidade dos problemas que caracterizam o mundo de hoje, com os quais as organizações e os indivíduos são forçados a lidar, pretende-se a abordagem de conceitos básicos que proporcionem a compreensão do funcionamento das sociedades contemporâneas, conduzindo os alunos para uma perspectiva crítica acerca das condicionantes e implicações da globalização. Por outro lado, na escolha dos prevaleceu a sua relevância científica, promovendo a utilização de instrumentos de pesquisa, recorrendo também às novas tecnologias de informação e comunicação.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*To achieve the objectives of this course, it is considered appropriate that the program content focuses on materials that allow the questioning and criticism of the society around us, contextualizing the whole sociology of Social Sciences. Thus, given the practical issues arising from the complexity of the problems that characterize today's world, with which organizations and individuals are forced to deal with, we intend to approach the basic concepts that provide an understanding of the functioning of contemporary societies, leading students to a critical perspective about the conditions and implications of globalization. On the other hand, prevailed in the choice of their scientific relevance, promoting the use of survey instruments, relying on*

*existing information technologies and communication.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Três momentos de acordo com Regulamento do Regime de Avaliação do INP*

*Teste individual: (60%)*

*Trabalho de Grupo: relatório escrito (30%) apresentação oral (10%)*

*O trabalho de grupo consiste em preparar uma aula sobre uma parte da matéria e depois apresentar. O trabalho é constituído pela elaboração de uma sinopse escrita, apresentação de um relatório relativo ao tema escolhido e apresentação oral na turma. A apresentação tem a duração de 20 minutos a que se segue discussão (análise crítica) do trabalho apresentado.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Three times in accordance with Regulation of the Legal Assessment of the INP*

*Individual test (60%)*

*Working Group: Report writing (30%) oral presentation (10%)*

*The working group is to prepare a lecture on a part of the field and then submit. The work consists of preparing a synopsis written a report on the chosen theme and oral presentation in class. The presentation lasts for 20 minutes following discussion (critical analysis) of the work presented.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Privilegiar-se-ão as metodologias interactivas, procurando deste modo estimular os discentes para um processo reflexivo resultante de, para além de aulas expositivas nas quais se privilegiarão a análise qualitativa e quantitativa de artigos científicos, de opinião (imprensa) e estudos sobre as mais diversas matérias cujas análises se inserem no domínio da Sociologia. Por outro lado, procura-se que a sistematização dos conteúdos programáticos articule os conceitos e terminologias sociológicas que lhes são associadas com os contextos reais, passíveis de se constituírem uma determinada realidade social para os estudantes. Em articulação com outras unidades curriculares, procura-se que os alunos construam os seus saberes com rigor e, simultaneamente, se familiarizem com as metodologias de trabalho próprias da Sociologia concretizando planos de trabalho, definindo metodologias e avaliando os recursos disponíveis para a sua concretização.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Emphasis will be interactive methodologies, thus trying to encourage the students to a reflexive process resulting from, in addition to lectures in which they will favor qualitative and quantitative analysis of scientific articles, opinion (press) and studies on the most several matters which fall within the analysis area of Sociology. On the other hand, demand that the systematization of the syllabus articulates the sociological concepts and terminology that they are associated with real contexts, is liable to constitute a particular social reality for students. In conjunction with other courses, the aim is that students construct their knowledge accurately and simultaneously become familiar with the working methods of sociology realizing own work plans, defining methodologies and assessing the resources available to achieve them.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*ALMEIDA, J. F. de (coord.) (1995). Introdução à Sociologia. Lisboa: Universidade Aberta*

*COSTA, A. F. da (1992). Sociologia. Lisboa: Difusão Cultural*

*FERREIRA, J. C. et al. (1995). Sociologia. Lisboa: McGraw-Hill*

*FORTUNA, C. (org.) (1997). Cidade, Cultura e Globalização. Oeiras: Celta Editora*

*GIDDENS, A. (1998). Sociologia. Lisboa: Fundação Gulbenkian (trad. 3ª ed.)*

*GIDDENS, A. (2000). O mundo na era da globalização. Lisboa: Editorial Presença*

*JAVEAU, C. (1998). Lições de Sociologia. Oeiras: Celta Editora*

*LYON, D. (1992). A Sociedade da Informação. Oeiras: Celta Editora*

*SEGALEN, M. (1999). Sociologia da Família. Lisboa: Terramar*

*SENNETT, R. (2001). A Corrosão do Carácter. Lisboa: Terramar*

### **Mapa IX - Planeamento de Media**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Planeamento de Media*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Miguel Varela / António Francisco da Silva Pires, 3H*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**



N/A

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

N/A

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- a) Conhecer o ambiente dos media e do investimento em media em Portugal;*
- b) Capacidade de estabelecer objectivos de comunicação e de media no desenvolvimento da estratégia de comunicação;*
- c) Fornecer os conhecimentos para a selecção de meios e suportes na comunicação publicitária;*
- d) Desenvolver a capacidade de avaliação e análise crítica no planeamento dos media;*
- e) Desenvolver a capacidade de expressão escrita e apresentação oral na exposição de casos*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

- a) Meet the media environment and investment in media in Portugal;*
- b) Ability to establish objectives for communication and media in the development of communication strategy;*
- c) Provide the knowledge for the selection of media and communication media advertising;*
- d) Develop the capacity to assess and review the media planning;*
- e) Develop the capacity of written expression and oral presentation in the exhibition cases.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

- a) Processo de media na comunicação publicitária:*
  - perspectiva histórica,*
  - agências de publicidade e agências de meios,*
  - briefing,*
  - objectivos de comunicação e objectivos de media,*
  - grupo alvo de media,*
  - controlo de performance e gestão do orçamento.*
- b) Utilização estratégica de cada meio em função de objectivos:*
  - vantagens e inconvenientes em Televisão, Jornais, Revistas, Rádio, Exterior, Cinema, Internet;*
  - novos media na era do digital e da comunicação em rede;*
  - media-mix*
  - caracterização dos principais suportes de cada meio.*
- c) Conceitos de avaliação de resultados no planeamento de media:*
  - audiência e audiência probabilizada,*
  - rating e grp's,*
  - cobertura e cobertura eficaz,*
  - frequência e distribuição de frequência,*
  - rentabilidade: custo por rating e custo por mil contactos*

**6.2.1.5. Syllabus:**

- a) Process of media in advertising communication:*
  - historical perspective,*
  - advertising agencies and media agencies,*
  - briefing,*
  - communication goals and objectives of media,*
  - target group, media,*
  - control performance and budget management.*
- b) the use of strategic each means as a function of goals:*
  - advantages and disadvantages-TV, Newspapers, Magazines, Radio, Outdoor, Cinema, Internet;*
  - in the era of new media and digital communication network;*
  - Media-mix*
  - characterizing each of the main support means.*
- c) Concepts of assessment results in planning media:*
  - probabilizada-hearing and hearing,*
  - rating-and grp's,*
  - cover and effective cover,*
  - frequency and the frequency distribution,*
  - profitability: cost per rating and cost per thousand contacts*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

- Objectivos expressos em 3a): conteúdos em 4a),*
- Objectivos expressos em 3b): conteúdos em 4a) e b),*
- Objectivos expressos em 3c): conteúdos em 4b)*
- Objectivos expressos em 3d): conteúdos em 4c)*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Objectives expressed in the third) content in the fourth),  
 Objectives expressed in 3b) content in the fourth) and b)  
 Objectives expressed in 3c) content in 4b)  
 Objectives expressed in 3D) content in 4c).*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*a)Exposição oral com suporte em projecção “power point” (teórico-prática);  
 b)Utilização de ferramentas básicas de avaliação de planos de meios (disponíveis on-line) na resolução de casos (prática);  
 c)Avaliação contínua em classe, pelas presenças e dinâmica de participação.  
 d)Três momentos formais de avaliação:  
 -individual: trabalho escrito sobre um tema curricular,  
 -grupo: elaboração de um plano de meios com apresentação escrita e oral,  
 -individual: teste final escrito.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*a) Lectures supported in projection “power point” (theory and practice);  
 b) Use of basic tools for evaluating media plans (available online) in solving cases (practice);  
 c) Continuous assessment in class, the attendance and participation dynamic.  
 d) Three times formal assessment:  
 -Individual: written work on a subject curriculum,  
 group: development of a media plan with written and oral presentation,  
 -Individual: final written test.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Objectivos expressos em 3a): todos os procedimentos referidos em 6.  
 Objectivos expressos em 3b): id.  
 Objectivos expressos em 3c): id.  
 Objectivos expressos em 3d): id.  
 Objectivos expressos em 3e): procedimento em 6c) e d).*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Objectives expressed in the third): all the procedures referred to in 6.  
 Objectives expressed in 3b): id.  
 Objectives expressed in 3c): id.  
 Objectives expressed in 3d): id.  
 Objectives expressed in 3e): A procedure in 6c) and d).*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*“Publicitor”  
 “Advertising Media Planning”, Jack Z. Sissors  
 “The Media Handbook”, Helen Katz  
 “Advertising and Promotion”, George E. Belch e Michael A. Belch  
 “Introduction to Advertising Media”, Jim Surmanek*

**Mapa IX - Especialidades das Relações Públicas I****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Especialidades das Relações Públicas I*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Celma Padamo, 4,5H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*N/A*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Esta unidade curricular visa problematizar os discentes para a importância e estudo da Gestão da Comunicação Organizacional, estimulando a sua participação crítica e analítica face aos fundamentos e objectivos estratégicos, enquadrando as Relações Públicas numa perspectiva operacional, com particular enfoque para o estudo da Comunicação Interna. Deve ser privilegiada a aquisição de conhecimentos básicos sobre os fundamentos que sustentam os níveis de análise e intervenção (individual, grupal e organizacional) da comunicação, o estudo da Identidade Institucional expressa pela Comunicação Interna, dependendo da forma como as organizações são percebidas e ainda a sua tipologia (sem fins lucrativos, publicas e privadas).*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*This course aims to question the students about the importance of study and Organizational Communication Management, encouraging their participation in relation to critical and analytical foundations and strategic objectives, framing the PR operational perspective, with particular focus on the study of Internal Communication. It should be privileged to acquire basic knowledge about the fundamentals that underpin the levels of analysis and intervention (individual, group and organizational) communication, the study of identity expressed by the Institutional Internal Communication, depending on how organizations are perceived and also their type (nonprofit, public and private).*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:****1. A Sistémica****1.1. A abordagem sistémica****1.2. Tipologias de sistemas****1.3. A informação e a comunicação****1.4. A organização****2. Comunicação Interna****2.1. Cultura Organizacional****2.2. Níveis de Intervenção da Comunicação****2.3. Conteúdos e Suportes****2.4. Eficácia da comunicação nas organizações****2.5. Auditoria de Comunicação Interna****3. Relações Públicas nas organizações sem fins lucrativos****3.1. Definição e papel das organizações sem fins lucrativos****3.2. Finalidades e objectivos comunicativos das organizações sem fins lucrativos****3.3. Gestão da comunicação das ONG's****3.4. Abordagem a casos de organizações sem fins lucrativos****4. Relações Públicas na Administração Pública Central e Local****4.1. Noções da Administração Pública Central e local****4.2. Os grupos de pressão****4.3. A comunicação da administração pública central****4.4. A comunicação da administração pública local****6.2.1.5. Syllabus:****1. The Systemic****1.1. The systemic approach****1.2. Types of systems****1.3. Information and communication****1.4. The organization****2. Internal Communication****2.1. Organizational Culture****2.2. Levels of Intervention of Communication****2.3. Contents and Media****2.4. Effectiveness of communication in organizations****2.5. Audit Internal Communications****3. Public Affairs in nonprofit organizations****3.1. Definition and role of nonprofit organizations****3.2. Communicative purposes and objectives of nonprofit organizations****3.3. Communication management of NGOs****3.4. Approach to cases of non-profit organizations****4. Public Relations in Central Public Administration and Local****4.1. Understanding the Central Government and local**

#### 4.2. The pressure groups

#### 4.3. The communication from the central government

#### 4.4. The communication from the local public administration

##### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Para a consecução dos objectivos desta unidade curricular, considera-se pertinente que o conteúdo programático focalize matérias que, permitam a compreensão e entendimento do conceito de Organização adoptado pela perspectiva sistémica. A perspectiva das organizações enquanto sistemas abertos tornou-se fundamental para o desenvolvimento das relações públicas. Assumindo esta perspectiva, a organização é constituída por um conjunto de elementos (indivíduos, actividades, grupos, ambiente, etc.) estruturados e coordenados na perspectiva de alcançar um dado fim. Neste sentido, os discentes serão conduzidos a compreender o papel das Relações Públicas ao nível da Comunicação Interna, no sentido de conduzir a tomada de decisões assente do domínio de duas vertentes: conhecimento do público e natureza (tipologia) da organização, como bases que sustentam o nível de intervenção de comunicação, conteúdos e suportes comunicacionais mais adequados.*

##### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*To achieve the objectives of this course, it is considered appropriate that the program content focuses on materials that enable comprehension and understanding of the concept of organization adopted by the systemic perspective. The perspective of organizations as open systems has become critical to the development of public relations. Assuming this perspective, the organ is constituted by a set of elements (individuals activities groups, environment, etc..) Structured and coordinated with a view to achieve a particular purpose. In this sense, the students will be conducted to understand the role of public relations at the level of internal communication in order to lead to decisions based on the domain of two strands: public knowledge and nature (type) of the organization, such as foundations that support the intervention level of communication, media communication and content most appropriate.*

##### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Para esta unidade curricular existem duas épocas de avaliação: a avaliação contínua e o exame.*

*No âmbito da avaliação contínua existem dois momentos de avaliação: um trabalho de grupo e um teste de avaliação de conhecimentos (individual).*

*A avaliação inclui a componente de teste (60%), e apresentação, entrega e defesa de trabalho de grupo (40%).*

##### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*For this course there are two periods of evaluation: continuous assessment and examination.*

*As part of continuous assessment there are two stages of evaluation: group work and a knowledge assessment test (individual).*

*The evaluation includes a test component (60%), and presentation, delivery and defense working group (40%).*

##### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Privilegiar-se-ão as metodologias interactivas, procurando deste modo estimular os discentes para um processo reflexivo resultante de, para além de aulas expositivas e práticas nas quais se privilegiarão a análise qualitativa e quantitativa de artigos científicos, relatórios de actividade, casos de estudo e suportes comunicacionais que permitam a avaliação sobre as estratégias comunicacionais e modelos de gestão adoptados.*

##### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*Emphasis will be interactive methodologies, thus trying to encourage students resulting in a reflective process, in addition to lectures and practices in which they will favor qualitative and quantitative analysis of scientific papers, activity reports, case studies and communication media that allow the assessment of the communication strategies and management models adopted.*

##### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*ALMEIDA, Vítor: A Comunicação Interna na Empresa, Áreas Editora, 2003.*

*ALOY, Jaume Almenara (Coord.), DELGADO, Marina Romeo e PÉREZ, Xavier Roca: Comunicación Interna en la Empresa, Editorial UOC, 2005.*

*Durand, Daniel: A Sistémica, Dinalivro, 1992.*

*HEWITT, P.: Electronic mail and internal communication: a three-factor model, International Journal Corporate Communications, 2006.*

*LEWIS, D. The Management of Non-Governmental Development Organizations, Routledge, 2001.*

*MATÍAS R., RUBIO-LOPÉZ, E. e RUEDA-MANZANARES, A.: Human resource management in relation to CEOs in nonprofit organizations, Journal Corporate Communications, 2009.*

*SANTOS, João Moreira dos: Imprensa Empresarial - da Informação à Comunicação, Edições ASA, 1995.*

*SCOTT, W.R.: Organizations: Racional, Natural and Open Systems, Prentice-Hall, 1987.*

TENCH, R. e YEOMANS, L.: *Exploring Public Relations*, Pearson Education, 2006.  
 YVES, P.M.S.: *L'analyse des politiques publiques*, (Clefs. Politique) Montchrestien, 1998.

## Mapa IX - Semiologia

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Semiologia*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Henrique Areias, 3H*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*O objectivo base passa pelo desenvolvimento de uma atenção reflexiva capaz de lidar com as particularidades da linguagem e suas dinâmicas criativas.*

*Pretende-se que o acto habitual de formulação de perspectivas e interpretações se torne mais consciente e reflexivo, no sentido de uma gestão apropriada das subtilidades da articulação linguística.*

*Pelo treino de uma metodologia de análise, coerente com a teoria da linguagem, adquirir a competência técnica de análise semiótica de publicidade e de comunicação pública e autárquica que possibilite um potencial caminho na consultadoria ou na investigação.*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*The basic objective is the development of reflexive attention can deal with the particularities of language and its creative dynamics.*

*It is intended that the act usual formulation of perspectives and interpretations become more conscious and reflective in the sense of a proper management of the subtleties of linguistic articulation.*

*At a training analysis methodology, consistent with the theory of language, acquire the technical competence of semiotic analysis of advertising and public communication and local government that allows a potential path in consulting or research.*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*A Semiologia e a Semiótica.*

*Problemática da Semiologia e sua importância para o desenvolvimento de uma postura relacional apropriada à reflexão.*

*Viragem Linguística no séc. XX e evolução da definição de Linguagem.*

*A definição enquanto processo de valorização.*

*A Viragem Cultural e a evolução da sociedade de consumo.*

*Definição de publicidade (crítica e manipulativa) enquanto objecto cultural.*

*A problemática relacional levantada pela publicidade e o marketing em geral.*

*Teoria da significação enquanto contágio sémico.*

*Metodologia de análise semiótica.*

*Análise de mensagens nos campos discursivos da publicidade e da comunicação pública e autárquica.*

### 6.2.1.5. Syllabus:

*Semiology and Semiotics.*

*Problems of Semiology and its importance for the development of a proper relational approach to reflection.*

*Turning the century linguistics. XX of the definition and evolution of language.*

*The definition as a process of recovery.*

*The Turning Cultural and evolution of consumer society.*

*Definition of advertising (critical and manipulative) as a cultural object.*

*The relational problems raised by advertising and marketing in general.*

*Contagion theory of meaning as Semico.*

*Methodology of semiotic analysis.*

*Analysis of messages in the discursive fields of advertising and public communication and local government.*

### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*O conceito chave desta cadeira passa pelo sentido de relatividade de qualquer perspectiva que se realiza*

*quando nos damos conta da sua especificidade face a outras possíveis, abrindo-nos a um momento reflexivo/criativo que fomenta ainda outras perspectivas enquanto resolução das anteriores. A dinâmica epistémica do conhecimento em transformação.*

*Este conceito/dinâmica é apresentado teoricamente com o tópico da problemática da Semiologia e é ilustrado com a perspectiva abrangente sobre a evolução do pensamento moderno e da transformação cultural na sociedade de consumo.*

*O conceito/dinâmica torna-se cada vez mais operacional e experiencial, conforme o entendemos enquanto a linguagem ou o processo de valorização e entramos nas especificidades da teoria da significação e da metodologia, transportando-o para as análises técnicas e todos os momentos de diálogo na sala de aula.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The key concept of this course is the sense of relativity of any perspective that takes place when we become aware of their specificity against other possible, opening us to a moment reflective / creative that promotes other perspectives while still addressing the past. The dynamics of knowledge in epistemic transformation.*

*This concept / theory dynamics is presented with the topic of Semiotics and the problem is illustrated with a comprehensive perspective on the evolution of modern thought and cultural change in consumer society.*

*The concept / dynamics becomes increasingly operational and experiential, as we understand it as the language or the process of recovery and into the specifics of the theory of meaning and methodology, transporting you to the technical analysis and all the moments of dialogue in the classroom.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A avaliação baseia-se genericamente no acompanhamento da capacidade dos alunos irem integrando, no espaço da aula, os conceitos e dinâmicas reflexivas suscitadas em termos teóricos.*

*Esta avaliação ocorre em particular em três momentos:*

*Frequência teórica valendo 50% da nota final;*

*Apresentação do trabalho de grupo de análise semiótica de uma área discursiva, 20% nota final.*

*Dossier de análises particulares, 30% da nota final.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The evaluation is based generally on monitoring the capacity of integrating students go in the space of a class, dynamic and reflective concepts raised in theoretical terms.*

*This evaluation occurs in particular in three stages:*

*Frequency theoretical worth 50% of final grade;*

*Presentation of group work of semiotic analysis of a discursive field, 20% final grade.*

*Brief analysis of individuals, 30% of final grade*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Tratando-se de uma cadeira reflexiva, a metodologia de ensino baseia-se precisamente no suscitar de modos de reflexão que na sua dinâmica própria ilustram de forma directa a matéria em exposição. Os tópicos apresentados tratam da reflexão e suscitam a reflexão, permitindo que as suas especificidades sejam apercebidas e vividas pelos alunos de uma forma que, ao ser comentada pelo docente a partir dos modelos teóricos sobre a reflexão, revela a coerência do esqueleto da sistematização teórica com a experiência reflexiva real. Esta aplicabilidade directa do conteúdo teórico e a sua ilustração na história do pensamento e da cultura, coloca o discente numa situação auto-referencial que responde ao objectivo base da cadeira, de desenvolvimento progressivo de uma atenção reflexiva apropriada. Esta atenção derivada do modo de relação vai-se tornando mais operacional e amadurecida à medida que são revelados os detalhes do modelo teórico e se concretizam os diferentes aspectos da reflexividade nos passos específicos de uma metodologia.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Since this is reflective of a chair, the teaching methodology is based precisely on the raising of modes of reflection on its own dynamics illustrate the matter in a direct exposure. The topics presented deal of reflection and raise the debate, allowing their specificities are being perceived and experienced by students in a way that, when the teacher commented on the basis of theoretical models of reflection reveals the consistency of the skeleton with theoretical systematization reflective experience real. This direct applicability of the theoretical content and its illustration in the history of thought and culture, places the student in a self-referential situation that meets the objective base of the chair, the progressive development of an appropriate reflexive attention. This attention-mode-derived relationship is becoming more operational and mature as they are revealed the*

*details of the theoretical model and embody the different aspects of reflexivity in specific steps of a methodology.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

BARTHES, Roland (1964), *Elementos de Semiologia*, Lisboa, Edições 70  
 BAUDRILLARD, Jean (1972), *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*, Paris: Gallimard  
 COBLEY, Paul, (1996), *The Communication Theory Reader*, Londres, Routledge  
 COURTÉS, Joseph (1991), *Analyse Semiotique du discours*, Paris, Hachette  
 DEVEREUX, Eoin (2007) *Understanding Media*, London: SAGE  
 LIPOVETSKY, Gilles (2006), *A Felicidade Paradoxal, Ensaio Sobre a Sociedade do Hiperconsumo*, Paris: Gallimard  
 FLOCH, Jean-Marie (1990), *Semiotique, Marketing et Communication*, Paris, Ed. PUF  
 FLOCH, Jean-Marie (1985), *Petites Mytologies de l'Oeil et de l'Esprit*, Paris, Ed. Adès-Benamins  
 RASTIER, François (1994), *Sémantique pour l'Analyse*, Paris, Masson  
 SEMPRINI, Andrea (1992), *Le Marketing de la Marque*, Paris, ed. Liaisons  
 VAN LEEUWEN, T. (2005) *Introducing Social Semiotics*, London: Routledge

### Mapa IX - Redes Sociais

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Redes Sociais*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*João José de Carvalho Correia de Freitas, 3H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- saber o que é uma rede social suportada digitalmente
- conhecer vários sistemas de redes sociais
- saber usar vários espaços virtuais de redes sociais
- colaborar e participar colectivamente recorrendo a redes sociais
- saber das oportunidades das redes sociais para o profissional de Relações Públicas
- propor aplicações concretas das Redes Sociais em Relações Públicas e Publicidade

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- know what is a digitally supported social network
- know the various systems of social networks
- know how to use multiple virtual spaces of social networks
- cooperate and participate collectively using social networks
- Knowledge of social networking opportunities for professional Public Relations
- propose practical applications of Social Media in Public Relations and Advertising

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- Apresentação da UC
- Introdução às Redes Sociais
- Fundamentos de internet
- Arqueologia da Internet e primeiras redes sociais
- "A Galáxia Internet"
- A Internet em Portugal
- A Web 2.0 e as RPP
- O Futuro da Internet
- Segurança na Internet
- e-Commerce
- Redes Sociais Sustentadas Digitalmente
- Estatísticas e Indicadores de Internet

**- Ética e Responsabilidade na Internet**

**6.2.1.5. Syllabus:**

- *Presentation of UC*
- *Introduction to social networks*
- *Fundamentals of Internet*
- *Archaeology and the first Internet social networks*
- *"The Internet Galaxy"*
- *The Internet in Portugal*
- *The web 2.0 and Public Relations and advertising*
- *The futur of Internet*
- *Internet Security*
- *e-Commerce*
- *Digitally Sustained Social Networks*
- *Internet Statistics and Indicators*
- *Ethics and Responsibility in the Internet*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Os tópicos apresentados cobrem adequadamente os objectivos formulados, permitindo um percurso fundamentado, temporalmente referenciado, do nascimento e crescimento dos sistemas de apoio às redes sociais. De acordo com os objectivos, os conteúdos referidos serão tratados de formas diversificadas e sempre com um pendor prático, assim criando condições para a consecução dos objectivos de aprendizagem previstos. Assumindo o espaço virtual on-line como extensão da presencialidade em sala de aula, os alunos terão oportunidade não só de experimentar em primeira mão o funcionamento de uma rede social académica como, espera-se, desenvolverão rotinas e atitudes de partilha e colaboração sustentadas digitalmente.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The topics presented cover adequately the objectives formulated, allowing a route based, time-referenced, the birth and growth of support systems for social networks. According to the objectives, content will be treated in such diverse ways and always with a practical bent, thus creating conditions for the achievement of expected learning. Assuming the virtual space online as an extension of presentiality in the classroom, students have the opportunity not only to experience firsthand the workings of an academic and social network, it is hoped, develop routines and attitudes of sharing and collaboration supported digitally.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Exposição, eventualmente apoiada em ilustração, esquema ou sessão on-line;  
Leitura da totalidade ou de excertos de artigos e síntese;  
Actividades práticas com computadores em Laboratório;  
Recurso recorrente a plataforma de gestão de ensino e aprendizagem (Moodle);  
Tutoria presencial e on-line;  
Avaliação contínua em sala e da presença no Moodle;  
Avaliação diagnóstica on-line;  
Testes parciais;  
Portefolio;  
Exame em alternativa às anteriores.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Exposure, possibly supported by illustration, layout or online session;  
Reading all or excerpts of articles and synthesis;  
Activities with computers in laboratory practices;  
Appeal applicant management platform for teaching and learning (Moodle);  
Classroom and tutoring online;  
Continuous assessment in the classroom and in the presence of Moodle;  
Diagnostic evaluation online;  
Partial tests;  
portfolio;  
Discussed in previous Ace alternative*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A natureza teórico-prática das sessões permitirão de forma mais viva e, espera-se eficaz e eficiente, proporcionar aos alunos informação e vivências enriquecedoras, susceptíveis de levarem os alunos a interrogarem-se e a reflectir sobre as mesmas, e passíveis de serem transformadas em conhecimento, a partir da exploração de diferentes tecnologias associadas à temática das Redes Sociais suportadas digitalmente. O uso recorrente da plataforma de gestão de ensino e aprendizagem Moodle permitirá não só sustentar um*



*ambiente de trabalho colectivo rico como de exemplificar várias dimensões das redes sociais. A avaliação contínua e parcialmente sustentada na referida plataforma, servirá também como elemento de reforço da experiência que se pretende que os alunos desenvolvam. O modelo de avaliação por portefólio contribuirá para elevada concretização por parte dos alunos e promoverá a necessária reflexão sobre as aquisições eventualmente realizadas.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*The nature of theoretical and practical sessions allow for more vivid, and is expected to effectively and efficiently provide students with information and enriching experiences, which can lead students to question themselves and reflect on them, and that can be transformed into knowledge, from the exploration of different technologies associated with the theme of digitally supported social networks. The recurrent use of the management platform Moodle teaching and learning will not only sustain a work environment rich as belonging to illustrate various dimensions of social networks. Continuous assessment and partially supported on the platform will also serve as a reinforcement element of the experience it is intended that students develop. The evaluation model for portfolio contribute to high achievement by students and promote necessary discussion of the acquisitions made possible.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Barnes, N., & Barnes, F. (2009). Equipping your organization for the social networking game. Information Management, 43(6), 28–33.*  
*Bernoff, J., & Li, C. (2008). Harnessing the power of the oh-so-social web. MIT Sloan Management Review, 49(3), 36*  
*Brown, D. (2011). Social Media: Best Practices. Apple iTunes U audiobook.*  
*Castells, M. (2004). A Galáxia Internet: Reflexões Internet, Neg. e Soc. Lisboa: FCG.*  
*Curtis, L., et al (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. Public Relations Review, 36(1), 90–92.*  
*Eyrich, N., et al (2008). PR practitioners' use of social media tools and communication technology. Public Relations Review, 34(4), 412–414.*  
*Phillips, D., & Young, P. (2009). Online public relations: A practical guide to developing an online strategy in the world of social media. Kogan Page Ltd.*  
*Solis, B., & Breakenridge, D. (2009). Putting the public back in public relations: How social media is reinventing the aging business of PR. Ft Pr.*

### Mapa IX - História e Cultura Contemporânea

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*História e Cultura Contemporânea*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*José Sobral, 3H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Esta unidade curricular tem como principal dar a conhecer os principais processos culturais e políticos que ocorreram no mundo ocidental desde a Revolução Francesa à actualidade, com particular relevo para aqueles que consideramos serem os pilares da construção da sociedade contemporânea ocidental. No final do semestre, os discentes deverão ser capazes de identificar e analisar criticamente as características essenciais da História e da Cultura Contemporâneas ocidentais.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*This course is mainly to inform the major cultural and political processes that occurred in the western world since the French Revolution to the present, with particular regard to those who believe are the cornerstones of contemporary Western society. At the end of the semester, students should be able to identify the critical analysis of the essential features of History and Contemporary Western Culture.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

**1. Reflexão em torno de conceitos e cronologias da época contemporânea.****2. A transição do século XVIII para o século XIX e o início da contemporaneidade (1784-1815)****2.1. A independência dos Estados Unidos da América****2.2. A Revolução Francesa: antecedentes e efeitos.****2.3. A Revolução Industrial****3. O século XIX (1815-1914)****3.1. A Europa do Congresso de Viena****3.2. O Liberalismo****3.3. A Democracia****3.4. Crescimento urbano, movimento operário, sindicalismo e socialismo****3.5. Os nacionalismos oitocentistas****4. O Século XX (1914-1989)****4.1. A I Guerra Mundial****4.2. A Revolução Soviética e o Comunismo.****4.3. O pós-guerra: os anos 20.****4.4. A crise de 1929 e a grande depressão.****4.5. Os anos 30: regimes fascistas e autoritários****4.6. A II Guerra Mundial****4.7. A Guerra Fria: Estados Unidos e União Soviética.****4.8. A unificação europeia****4.9. Os movimentos de emancipação e a descolonização****4.10. O despertar da Ásia e do Islão****4.11. A queda do bloco de Leste e a falência do comunismo****6.2.1.5. Syllabus:****1. Reflection on the concepts and chronologies of modern times.****2. Transition from the eighteenth to the nineteenth century and the beginning of the contemporary (1784-1815)****2.1. The independence of the United States of America****2.2. The French Revolution: antecedents and effects.****2.3. The Industrial Revolution****3. The nineteenth century (1815-1914)****3.1. Europe's Congress of Vienna****3.2. Liberalism****3.3. Democracy****3.4. Urban growth, the labor movement, trade unionism and socialism****3.5. The nineteenth-century nationalism****4. The Twentieth Century (1914-1989)****4.1. The World War I****4.2. The Revolution and Soviet Communism.****4.3. The postwar period: 20 years.****4.4. The 1929 crisis and the Great Depression.****4.5. The 30 years: fascist and authoritarian regimes****4.6. World War II****4.7. The Cold War: U.S. and Soviet Union.****4.8. European unification****4.9. The movements of emancipation and decolonization****4.10. The awakening of Asia and Islam****4.11. The fall of the Eastern bloc and the collapse of communism****6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Os conteúdos programáticos da unidade curricular abordam, de uma forma cronológica, linear, os principais processos culturais e políticos que ocorreram no mundo ocidental desde a Revolução Francesa à actualidade o que irá permitir a construção de uma imagem clara e inequívoca da época contemporânea e explicar as causas de fenómenos políticos e culturais actuais.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The syllabus of the course address, in a chronological, linear, the main cultural and political processes that occurred in the western world since the French Revolution to the present which will allow construction of a clear and unambiguous picture of the contemporary age and explain the causes of current cultural and political phenomena.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Discurso expositivo com o apoio de textos e material audiovisual.*

*A avaliação é feita com base em três elementos:*

- *Uma ficha de leitura de uma obra escrita sobre um dos temas que constam do programa da u.c., a escolher de uma listagem fornecida pela docente da cadeira (30%);*
- *Uma frequência a realizar no final do semestre (60%);*
- *A assiduidade (10%).*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Speech expositive with the support of texts and audiovisual material.*

*The evaluation is based on three elements:*

- *A form of reading a book written about one of the topics listed in the UC program, to choose from a list supplied by the teacher's chair (30%);*
- *A frequency to be held at the end of the semester (60%);*
- *Attendance (10%).*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Pretende-se transmitir os principais factos históricos, de ordem política e cultural, que marcaram a Época Contemporânea no ocidente, com destaque para as diferentes correntes de pensamento que estiveram na origem de mudanças de ordem política, económica, social e mental. As aulas expositivas, com apoio de textos de autores da época em estudo, registos fotográficos e filmes, constituem o modo mais eficaz de alcançar os objectivos propostos.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*It is intended to convey the main historical facts, political and cultural, that have marked the Modern Era in the West, especially the different currents of thought that have led to changes in political, economic, social and of mentality. The lectures, supported by texts from writers of the period under study, photographic records and movies, are the most effective way of achieving these objectives.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*BRAUDEL, Fernand (dir.), A Europa, Terramar, Lisboa, 1996.*  
*CARPENTIER, Jean, LEBRUN, François, História da Europa, Editorial Estampa, Lisboa, 1996.*  
*CHEVALLIER, Jean-Jacques, GUCHET, Yves, As grandes obras políticas. De Maquiavel à actualidade, Publicações Europa-América, 2004.*  
*FONTAINE, Pascal, A construção europeia de 1945 aos nossos dias, Gradiva, Lisboa, 1998.*  
*HEINEMANN, Fritz, A filosofia do século XX, 2ª ed., Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, s.d.*  
*LE GOFF, Jacques, A velha Europa e a nossa, Gradiva, Lisboa, 1995.*  
*LOURENÇO, Eduardo, Nós e a Europa ou as duas razões, Lisboa, Imprensa Nacional, 1988.*  
*PIRES, Francisco Lucas, Europa, Difusão Cultural, Lisboa, 1992.*  
*REMOND, René, Introdução à História do Nosso Tempo, Gradiva, 1999*

### Mapa IX - Gestão de Marcas

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Gestão de Marcas*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Álvaro Dias, 1,5H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Fornecer aos discentes conteúdos técnicos sobre gestão de marcas, desde os factores que formam a marca, a identidade e a avaliação da oferta de bens e serviços até aos instrumentos da sua comunicação.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Provide technical content to students on brand management, since the factors that make the brand, identity, and assessing the supply of goods and services to the instruments of its communication.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*A natureza e funções da marca.  
Os factores que formam a marca.  
Métricas de Análise e Desempenho  
Estima e Familiaridade da Marca  
Tipos e identidade da marca.  
O Portfólio de oferta de produtos e serviços e a gestão de marca.  
A imagem, notoriedade e posicionamento.  
Políticas de marca.  
O Mix da Comunicação da Marca  
Análise de casos.*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*The nature and functions of the mark.  
The factors that make the tag.  
Analysis and Performance Metrics  
Esteem and Brand Familiarity  
Types and brand identity.  
The portfolio of product offerings and services and brand management.  
The image, reputation and positioning.  
Policies brand.  
The Mix of Brand Communication  
Analysis cases*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*O programa sugerido corresponde ao detalhe dos objectivos, focando os conhecimentos e instrumentos técnicos necessários a um responsável de branding.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The suggested program matches the description of the objectives, focusing on the knowledge and technical tools necessary for a professional working in brand management.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A avaliação desta unidade curricular é feita através de dois elementos escritos obrigatórios. Um dos elementos remete para um relatório técnico que consiste na elaboração de uma avaliação de uma Marca à escolha do aluno, sujeita a aprovação do docente. O outro elemento de avaliação refere-se à elaboração de um teste individual escrito feito num período denominado no Calendário Escolar "período de provas de frequência". Cada um destes elementos tem uma ponderação de 45%, ficando os restantes 10% para a assiduidade, participação e elaboração de trabalhos de casa.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The evaluation of this course is through two written elements required. One element refers to a technical report is to draw up an assessment of a mark on the student's choice, subject to approval of the teacher. The other element of evaluation refers to the preparation of a written individual test done in a period known as the School Calendar "period of testing frequency." Each of these elements has a weighting of 45% with the remaining 10% for attendance, participation and preparation of homework.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*O ensino é baseado em explicação teórica dos conceitos e análise de casos. A avaliação da unidade curricular assenta num trabalho de prático de gestão de marcas e um teste teórico sobre os conceitos.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The teaching is based on theoretical explanation of the concepts and case studies. The evaluation of the course is based on practical work of brand management and a theory test on the concepts.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Aaker, D. (1996). Criando e Administrando Marcas de Sucesso. São Paulo: Futura.  
Aaker, D. (1996). Measuring Brand Equity Across Products and Markets. California Management Review (pp. 102-120). California: ABI/Inform Global.  
Chernatony, L. (2006). The Diverse Interpretations of 'Brand'. Oxford: Elsevier.  
Kapferer, J.-N. (1991). Marcas - Capital da Empresa. Lisboa: Edições CETOP.  
Keller, K. L. (2003). Strategic brand management: Building, measuring and managing brand equity. New Jersey:*

*Prentice-Hall.*

*Ries, A., & Ries, L. (2000). The 22 immutable laws of branding. Londres: Harper Collins Business.*

*Riezebos, R. (2003). Brand Management - A Theoretical and Practical Approach. Essex: Prentice-Hall.*

*Vargo, L. S., & Lusch, F. R. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. Journal of Marketing, 1-17.*

*Wood, L. (2000). Brands and brand equity: definition and management. Management Decision (pp. 662-669). UK: MCB University Press*

## Mapa IX - Criatividade e Processos de Criação Publicitária

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Criatividade e Processos de Criação Publicitária*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Rui Estrela / Alexandra Quadros, 3H*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- 1. Desenvolver espírito crítico para análise objectiva de ideias criativas;*
- 2. Optimizar a comunicação estratégica, desenvolvendo métodos de pensamento e criação de campanhas;*
- 3. Testar e treinar a criação de campanhas em termos globais.*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1. Develop critical thinking for objective analysis of creative ideas;*
- 2. Optimizing strategic communication, developing methods of thinking and creating campaigns;*
- 3. Test and train the creation of campaigns overall.*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Criatividade e Criatividade em Comunicação.*
- 2. O Processo da Criação em Comunicação.*
- 3. Regras Gerais da Criatividade que se pretende Excelente.*
- 4. Os Meios não são todos iguais. E alguns Meios não são mais iguais que outros.*
- 5. E depois do Ambient Advertising e do Guerrilla Advertising...? Perspectivando o futuro da Criatividade em Comunicação.*
- 6. Como se apresentam ideias criativas.*

### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Creativity and Creativity in Communication.*
- 2. The Process of Creation in Communication.*
- 3. Rules of Creativity intended to be Excellent.*
- 4. The media are not all equal. And some media are not more equal than others.*
- 5. And then of Ambient Advertising and Guerrilla Advertising ...? Foreseeing the future of creativity in communications.*
- 6. How to have creative ideas.*

### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Partindo de uma base teórica que explica métodos e processos da criação publicitária, bem como a sua evolução ao longo dos tempos, e a sua utilização com exemplos reais em comunicação, gera-se a estrutura que permitirá aos alunos o desenvolvimento dos pontos mencionados em 3.*

### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*From a theoretical basis that explains the methods and processes of creative advertising, as well as their evolution over time, and their use in communication with real examples, it generates a structure that will allow students to develop the points mentioned in 3.*

### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Passar da teoria à prática, usando bons exemplos e demonstrando as boas práticas. Trabalhar sobre a realidade, simulando um Departamento Criativo que vai amadurecendo ao longo do semestre.*

*Elementos fixos de avaliação: . 2 trabalhos de grupo; Frequência de final de semestre .*

*Elementos complementares de avaliação: Participação durante as aulas; Grau de empenhamento na apresentação de todos os trabalhos.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Moving from theory to practice, using good examples and demonstrating good practice. Working on reality, simulating a creative department that will mature during the semester.*

*Fixed elements of assessment: . 2 Study Group; frequency end of the semester.*

*Additional elements of assessment: Participation in class, Degree of engagement in the presentation of all work.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Os trabalhos de grupo permitirão experienciar a vivência de um grupo criativo de uma agência ao qual são colocados desafios reais de comunicação, após a análise teórica de vários exemplos trabalhados nas aulas. A frequência permite uma aferição teórica dos conhecimentos, bem como uma avaliação prática individual.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The students will work in group like a creative group of an advertising agency to which they are placed real challenges of communication, after the theoretical analysis of various examples worked in class. The frequency allows a measurement of theoretical knowledge as well as an individual practice assessment.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*ADLER, Paul, "Whatever you think, think the opposite"*

*GLADWELL, Malcolm, "Blink"*

*KAO, John, "Jammimg, The Art and Discipline of Business Creativity"*

*OGILVY, David, "Ogilvy on Advertising"*

*BURTENSHAW, Ken, MAHON, Nik, BARFOOT, Caroline, "The Fundamentals of Creative Advertising"*

*PRICKEN, Mario, "Creative Advertising, Ideas and Techniques from the World's Best Campaigns"*

*WILLIAMS, Eliza, "This is Advertising"*

*LUCAS, Gavin, DORRIAN, Michael, "Guerrilla Advertising, Unconventional Brand Communication"*

### **Mapa IX - Fundamentos de Gestão**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Fundamentos de Gestão*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Dulce Mendes, 1,5H*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*N/A*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Uma visão global das Empresas e do seu funcionamento;*

*uma compreensão do atual contexto competitivo e do processo de criação de valor;*

*Uma introdução aos principais fundamentos teóricos da Gestão, acompanhada da respetiva exemplificação prática;*

*Uma visão das diferentes Funções da Gestão, evidenciando a sua contribuição para a criação de valor e construção de vantagens competitivas sustentáveis.*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*An overview of the Enterprise and its operation;*

*an understanding of the current competitive environment and the process of value creation;*

*An introduction to the major theoretical foundations of management, together with the relevant technical exemplification practice;*

*An overview of the different functions of management, emphasizing its contribution to creating value and*

*building sustainable competitive advantages.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*Os Conceitos Gerais de Gestão*

*A Evolução do Pensamento em Gestão*

*O Contexto Competitivo, as Ideias e as Oportunidades de Negócio*

*As Funções da Gestão: Planeamento; Organização; Direção; Controlo.*

*As principais Tendências da Gestão*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

*The General Management Concepts*

*The Evolution of Management Thought*

*The Competitive Context, Ideas and Business Opportunities*

*Functions of Management: Planning, Organization, Direction, Control.*

*Major Trends in Management*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*O programa está construído com uma estrutura e um encadeamento lógico que permitem atingir os objetivos definidos para a u.c.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The program is built with a structure and a logical sequence for reaching the goals set for the course.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*1 prova escrita intermédia (individual) – 25%*

*1 trabalho de Grupo, seguido de Apresentação e Debate – 25%*

*1 prova escrita final (individual) – 50%*

*A classificação final da u.c. é o resultado da média aritmética dos 3 momentos de avaliação, sendo obrigatório ter, pelo menos, uma nota positiva nas provas escritas individuais.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*An individual written test in the middle of semestre - 25%*

*One work in group, followed by Presentation and Discussion - 25%*

*A final written test (individual) - 50%*

*The final classification of the course is the arithmetical average of the three evaluation moments, and must have at least one positive note in the individual written tests.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A articulação dos conteúdos programáticos com as metodologias de avaliação, sendo estas repartidas em vários momentos, permite fazer uma avaliação dos discentes de forma faseada e encadeada.*

*Os momentos de avaliação individual permitem avaliar cada um dos discentes em termos da sua compreensão dos vários assuntos do programa.*

*Complementarmente, o trabalho de grupo visa três vertentes: 1) conduzir os alunos à forma de trabalho comum da realidade do mundo empresarial, 2) apelar à sua criatividade e empreendedorismo (tão necessários para dinamizar a economia nacional), aplicando os conceitos e funções básicas da gestão empresarial ministrados na u.c. e 3) habituá-los a fazerem apresentações orais dos seus trabalhos perante uma "plateia" e a conseguirem defender os trabalhos elaborados.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The articulation of the syllabus with the valuation methodologies, which are distributed at various times, allows an assessment of students in a phased manner and chained.*

*The moments of individual evaluation to assess each of the students in terms of their understanding of various subjects of the program.*

*In addition, the work of the group has three aspects: 1) lead students to form joint work of the reality of business, 2) appeal to their creativity and entrepreneurship (as needed to boost the national economy), applying the concepts and basic functions business management taught at uC and 3) habituate them to make oral presentations of their work before an "audience" and unable to defend the work produced*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*Teixeira, Sebastião (2010), Gestão das Organizações, Verlag Dashofer, 2ª edição*

*Textos a disponibilizar*

*Slides das aulas*

## Mapa IX - Estudos de Mercado

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Estudos de Mercado*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Eduardo Moraes Sarmiento, 3H*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*No final do semestre é suposto que o aluno:*

*Compreenda a importância dos Estudos de Mercado no âmbito dos estudos e análises de Marketing, Turismo, Publicidade e Relações Públicas;*

*Domine o conhecimento e a utilização das técnicas inerentes aos Estudos de Mercado enquanto instrumento de recolha, tratamento e apresentação da informação;*

*Elabore relatórios com recurso aos principais conceitos;*

*Proporcione a utilização dos Estudos de Mercado como instrumento de apoio aos processos de tomada de decisão nas organizações.*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*At the end of the semester the student is supposed to:*

*Understand the importance of Market Research in the context of studies and analyzes of Marketing, Tourism, Advertising and Public Relations;*

*Master the use of knowledge and techniques inherent in Market Research as a tool for collecting, processing and presentation of information;*

*Develop reports using the main concepts;*

*Provide the use of Market Research as a tool to support decision-making processes in organizations*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*1.A informação e a decisão*

*2.As fontes de dados – o SIM*

*3.Estudos de Mercado – tipos e processos*

*4.O design do estudo de mercado*

*5.A implementação do estudo de mercado*

*6.Amostragem*

*7.A dimensão da amostra*

*8.Definição de métodos: questionário e entrevista*

*9. A recolha dos dados*

*10.Software de apoio*

*11.Análise e interpretação de dados*

*12.Preparação e elaboração de relatórios*

*Aplicações de estudos de mercado a situações turísticas*

### 6.2.1.5. Syllabus:

*1. The information and the decision*

*2. The sources of data - YES*

*3. Market Studies - types and processes*

*4. The design of the market study*

*5. The implementation of market research*

*6. sampling*

*7. The sample size*

*8. Definition of methods: questionnaires and interviews*

*9. The data collection*

*10. Software support*

*11. Analysis and interpretation of data*

*12. Preparation and reporting*

*Applications market research situations tourist*



**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Tendo em atenção que se pretende garantir o domínio prático de técnicas específicas, a avaliação naturalmente que foi pensada no sentido de dar aos alunos casos reais de forma a que eles possam não só apreender os conceitos, mas também ficar na posse de técnicas que irão certamente utilizar no mercado de trabalho em diversas situações profissionais.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Having in mind that if you want to ensure the practical domain of specific techniques, evaluation of course that was designed in order to give students real cases so that they can not only grasp the concepts, but also be in possession of techniques that will surely use in the labor market in different professional situations.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Esta unidade curricular será avaliada através de 3 momentos de avaliação: dois case study em grupo e uma frequência.*

*A ponderação será a seguinte:*

*2 Case study – 45%*

*Frequência – 55%*

*O case study poderá dar origem à construção de sub-casos mais pequenos.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*This unit will be assessed through three stages of evaluation: two case study in a group and frequency.*

*The weighting is as follows:*

*Case study 2 - 45%*

*Frequency - 55%*

*The case study could lead to the construction of smaller sub-cases.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As metodologias de ensino reflectem a preocupação de responder eficazmente aos objectivos definidos. Desta forma, as metodologias utilizadas são distintas e complementares de forma a que o alunos consigam no final do semestre não só construir relatórios técnicos e científicos em termos de estudos de mercado mas também que possuam as ferramentas teóricas para tal desiderato. As aulas têm uma componente mais teórica com o fim de dar os conteúdos mais técnicos, havendo depois aulas de consolidação de conhecimentos onde são construídos e discutidos casos reais ou o mais real possível.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The teaching methods reflect the concern to respond effectively to the objectives set. Thus, the methodologies used are distinct and complementary so that the pupils at the end of half able not only to build technical and scientific reports in terms of market research but also having the theoretical tools for this aim. The classes have a more theoretical component in order to make content more technical, with classes after consolidation of knowledge which are constructed and discussed actual cases or as real as possible.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*AAKER, David (1980), Marketing Research, Ed. Wiley Series.*

*Apontamentos do docente.*

*MALHOTRA, Naresh & Birks, David (2006), Marketing Research: an Applied Approach, Prentice-Hall, New York.*

*REIS, Elisabeth e MOREIRA, Raul, (1994), Pesquisa de Mercados, Ed. Sílabo.*

*SAMARA, Beatriz e BARROS, José, (1994), Pesquisa de Marketing, Ed. Makron Books.*

*SARMENTO, Eduardo Moraes (1996), Estatística Descritiva, Ed. IPAM.*

*SPIEGEL, Murray, (1994), Estatística, Ed. McGraw Hill.*

**Mapa IX - Comportamento do Consumidor****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Comportamento do Consumidor*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*José Dias, 3H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

N/A

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

N/A

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Objectivo 1: Apreender os fundamentos e as ferramentas para um conhecimento maior dos princípios do comportamento do consumidor.*

*Objectivo 2: Apreender os conceitos psicológicos básicos que influem no comportamento individual e como esses conceitos influenciam o comportamento do individuo em relação ao consumo*

*Objectivo 3: Apreender as dimensões sociais e culturais do comportamento do consumidor e como esses factores afectam as atitudes e comportamentos e como um conhecimento profundo dos conceitos sociais e comportamentais capacitam as empresas a alcançar os seus objectivos de marketing.*

*Objectivo 4: Apreender a importância da influência pessoal, a liderança de opinião e difusão de inovações e processo de tomada de decisão do consumidor*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Objective 1: To understand the fundamentals and the tools to a greater knowledge of the principles of consumer behavior.*

*Objective 2: To understand the basic psychological concepts that influence individual behavior and how these concepts influence the behavior of the individual in relation to consumption*

*Objective 3: To understand the social and cultural dimensions of consumer behavior and how these factors affect the attitudes and behaviors and how a deep understanding of social and behavioral concepts enable companies to achieve their marketing objectives.*

*Objective 4: To understand the importance of personal influence, opinion leadership and diffusion of innovations and decision-making process of the consumer.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*Comportamento do consumidor: suas origens e aplicações estratégicas*

*Pesquisa do consumidor*

*Segmentação de mercado*

*Motivação do consumidor*

*Personalidade e comportamento do consumidor*

*Percepção do consumidor*

*Aprendizagem do consumidor*

*Formação e mudança de atitude do consumidor*

*Comunicação e comportamento do consumidor*

*Grupos de referência e influências familiares*

*Classe social e comportamento do consumidor*

*Influência da cultura no comportamento do consumidor*

*Liderança de opinião*

*Processo de tomada de decisão do consumidor*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

*Consumer behavior: its origins and strategic applications*

*Consumer research*

*Market Segmentation*

*Consumer motivation*

*Personality and consumer behavior*

*Consumer perception*

*Learning consumer*

*Training and changing consumer attitudes*

*Communication and consumer behavior*

*Reference groups and family influences*

*Social class and consumer behavior*

*Influence of culture on consumer behavior*

*Opinion leadership*

*Making process of consumer decision*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Objectivo 1: Comportamento do consumidor: suas origens e aplicações estratégicas / Pesquisa do consumidor / Segmentação de mercado*

*Objectivo 2: Motivação do consumidor / Personalidade e comportamento do consumidor / Percepção do consumidor / Aprendizagem do consumidor / Formação e mudança de atitude do consumidor / Comunicação e comportamento do consumidor*

*Objectivo 3: Grupos de referência e influências familiares / Classe social e comportamento do consumidor / Influência da cultura no comportamento do consumidor*

*Objectivo 4: Liderança de opinião / Processo de tomada de decisão do consumidor*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Objective 1: Consumer behavior: its origins and strategic applications / Consumer Research / Market Segmentation*

*Objective 2: Consumer Motivation / Personality and consumer behavior / perception of the consumer / consumer Learning / Training and changing consumer attitude / communication and consumer behavior*

*Objective 3: Reference groups and family influences / social class and consumer behavior / Influence of culture on consumer behavior*

*Goal 4: Leadership of opinion / decision-making process of the consumer*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Regulamento do Regime de Avaliação.*

*3 (três) momentos de avaliação, constituídos por um teste escrito individual durante o semestre, um trabalho de aplicação prática e uma frequência final individual.*

*A classificação final da avaliação contínua será obtida pela média dos momentos de avaliação, sendo o teste escrito intercalar ponderado a 20%, o trabalho prático ponderado a 20% e a frequência final ponderado a 60%.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Regulation of the Legal Assessment.*

*3 (three) stages of evaluation, consisting of an individual written test during the semester, a work of practical application and a final individual frequency.*

*The final continuous assessment will be averaged on the time of evaluation, and the written test weighted at 20% mid-term, practical work weighted at 20% and the final frequency weighted at 60%*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Cada conteúdo programático será ministrado através de componente expositiva que assegurará que os conceitos básicos serão apreendidos e igualmente através de trabalhos de grupo em sala, com estudos de caso, que permita uma concretização prática dos conceitos abordados.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Each curriculum will be taught using expository component will ensure that the basics are learned, and also through group work in class, with case studies, allowing a practical implementation of the concepts covered.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*SCHIFFMAN, Leon, KANUK, Laszlo (2006) Consumer Behavior; Hillsdale: Prentice-Hall International Editions.*

*DUBOIS, Bernard (1998) Compreender o Consumidor; Lisboa: D. Quixote*

*FILL, Chris (1999) Marketing Communications; London: Prentice-Hall Europe*

*BLACKWELL Roger, MINIARD Paul, ENGEL James (2005) Consumer Behavior, Thompson South-Western*

*SOLOMON, Michael, BAMOSSY, Gary, ASKEGAARD, Soren, HOGG, Maraget (2007) Consumer Behaviour: A European Perspective, Prentice Hall-Financial Times*

**Mapa IX - Atelier de Relações Públicas e Publicidade****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Atelier de Relações Públicas e Publicidade*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*José Dias / José Rui Reis, 4,5H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***N/A***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Com a frequência da unidade curricular, os alunos deverão desenvolver as capacidades técnicas, reflexivas e críticas (desenvolvidas nas unidades curriculares teóricas), com base num projeto conjunto de comunicação integrada das componentes de Relações Públicas e Publicidade, designadamente através de:*

*Objectivo 1. Elaboração diagnóstico estratégico de um sector de atividade e uma marca em concreto*

*Objectivo 2. Desenvolver respectiva estratégia de comunicação, com especial enfoque nas relações públicas e na publicidade*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*With the frequency of the course, students will develop technical skills, critical and reflective (developed in the theoretical course units), based on a joint project of integrated communications components of the Public Relations and Advertising, in particular through:*

*Objective 1. Preparation of a strategic diagnosis sector of activity and a specific brand*

*Goal 2. Developing their communication strategy, with special focus on public relations and advertising.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*Fazer diagnóstico estratégico de um sector de atividade e uma marca em concreto, com especial atenção à perspectiva das RP e da Publicidade.*

*Desenvolver uma reflexão estratégica para a comunicação a partir dos factos diagnosticados.*

*Definição de plano de comunicação com o foco nas campanhas de RP e Publicidade.*

*Elaboração de peças criativas, plano de meios, calendarização e orçamentação.*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*Make strategic diagnosis of a sector of activity and one brand in particular, with special attention to the perspective of PR and Publicity.*

*Develop strategic thinking for communication from the facts diagnosed.*

*Definition of communication plan with a focus on PR and advertising campaigns.*

*Development of creative pieces, media plan, schedule and budget.*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Objectivo 1: Fazer diagnóstico estratégico de um sector de atividade e uma marca em concreto, com especial atenção à perspectiva das RP e da Publicidade / Desenvolver uma reflexão estratégica para a comunicação a partir dos factos diagnosticados.*

*Objectivo 2: Definição de plano de comunicação com o foco nas campanhas de RP e Publicidade / Elaborar peças criativas / Plano de meios / Calendarização e orçamentação.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Objective 1: Making the diagnosis of a strategic sector of activity and one brand in particular, with special attention to the perspective of PR and Publicity / Develop strategic thinking for communication from the facts diagnosed.*

*Objective 2: Development of communication plan with a focus on PR and advertising campaigns / develop creative pieces / Media Plan / Scheduling and Budgeting.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*3 (três) momentos de avaliação, constituídos por 2 trabalhos de grupo e uma prova de avaliação individual.*

*A classificação final da avaliação contínua será obtida pela média ponderada dos três momentos de avaliação.*

*1º trabalho de grupo: 35%; prova individual: 15%; apresentação final: 50%.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*3 (three) stages of evaluation, consisting of two work groups and an individual assessment test.*

*The final continuous assessment will be obtained by the weighted average of the three evaluation moments. 1st group work: 35%; individual event: 15%; final presentation: 50%.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Tratando-se de uma unidade curricular eminentemente prática, a metodologia utilizada baseia-se em trabalho em grupo, como forma de simular o trabalho no interior de uma agência de comunicação / publicidade.*

*O enfoque de cada grupo de trabalho num sector de atividade e numa marca em concreto tomará como base a situação real diagnosticada e permitirá aos alunos o contacto com o desafio de um trabalho de auditoria (elaboração de um diagnóstico estratégico / objectivo de aprendizagem nº1) e de consultoria (desenvolvimento de estratégia de comunicação / objectivo de aprendizagem nº2), permitindo desse modo a concretização prática dos conceitos abordados nas aulas teóricas ministradas ao longo do curso.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*Since this is an eminently practical course, the methodology used is based on teamwork as a way to simulate the work within a communications agency / advertising.*

*The focus of each group working in a sector of activity and a mark on the concrete will be based on actual situation diagnosed and will allow students to contact with the challenge of an audit (elaboration of a strategic / learning objective 1) and consulting (strategy development communication / learning objective 2), thereby enabling the practical implementation of the concepts covered in lectures given throughout the course.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

AAKER, David A., "Brand Leadership", Free Press, 2000;  
 AAKER, David A., "Managing Brand Equity", Free Press, 1991;  
 BARQUERO CABRERO, José Daniel, Manual de Relaciones Públicas Empresariales, Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona, 1994.  
 BROCHARD, B, J. LENDREVIE, V. RODRIGUES, P. DIONÍSIO (2010), Publicitor, Dom Quixote  
 BRODERICK, Amanda, "Integrated Marketing Communications", Prentice Hall, 2005;  
 CASTRO, João Pinto, "Comunicação de Marketing", Edições Sílabo Gestão, 2002;  
 JOANNIS, Henri, "O Processo de Criação Publicitária", Edições Cetop, 1988;  
 LINDON, Denis, et al, Mercator XXI: teoria e prática do marketing, 10ª ed. Publicações Dom Quixote, Lisboa, 2004.  
 NEWSOM, Doug, SCOTT, Alan, TURK, Judy, This is PR: the realities of Public Relations, 5ªed. Wadsworth Publishing Company; Belmont USA, 1993  
 PINTO e CASTRO, J, (2007) Comunicação de marketing, Edições Sílabo

### Mapa IX - Teorias e Modelos de Comunicação

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Teorias e Modelos de Comunicação*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*José António Murta Rosa, 3H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*O estudo das Teorias e Modelos da Comunicação (de massas) - importância de se estudar a vertente de "massas". Análise crítica dos fenómenos que conduzem a sociedade a alterações de atitudes, analisando e identificando os aspectos que se revelem mais sensíveis relativamente às alterações de comportamento (através da percepção que a própria sociedade tem desses factos) face aos meios de comunicação de massas. Identificar os alunos com os modelos de comunicação, focando a sua atenção nos processos de comunicação bem como nas características dos diferentes elementos.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Study of Theories and Models of Communication (Mass) - importance of studying the aspect of "the masses". Critical analysis of the phenomena that lead society to change attitudes, analyzing and identifying the aspects that are most sensitive for changes in behavior (through the perception that society itself has these facts) in relation to the means of mass communication. Identify students with models of communication, focusing its attention on communication processes and the characteristics of different elements.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*Teorias da Comunicação de Massas  
 Teoria Hipodérmica  
 Abordagem Empírico – Experimental ou da Persuasão*

*Abordagem Empírica de Campo ou dos “Efeitos Limitados”*

*Teoria Funcionalista*

*Teoria Crítica: Crítica Marxista; Escola de Frankfurt; Teoria Culturológica; Cultural Studies*

*Modelos de Comunicação*

*Modelo de Lasswell*

*Modelo de Shannon e Weaver*

*Modelo de Gerbner*

*Modelo de Newcomb*

*Modelo de Berlo*

#### **6.2.1.5. Syllabus:**

*Theories of Mass Communication*

*Hypodermic theory*

*Empirical Approach - Experimental or Persuasion*

*Empirical Approach Field or “Limited Effects”*

*Functionalist theory*

*Critical Theory: Critical Marxist, Frankfurt School; culturological Theory, Cultural Studies*

*Communication Models*

*Model Lasswell*

*Shannon and Weaver Model*

*Model Gerbner*

*Model Newcomb*

*Model Berlo*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*A cadeira centra-se na análise das teoria e modelos de comunicação de massas uma vez que os alunos têm como finalidade adquirir competências que lhes permita gerir processos de comunicação, entre instituições e públicos variados e diversificados, na sua vida profissional.*

*Perceber o que condiciona as mensagens bem como todos os “ingredientes” que podem melhorar a eficácia das mesmas quando se comunica com os públicos assim como perceber os contextos onde as instituições e os públicos de movimentam.*

*Conhecer as modificações que se foram operando, no tempo, com as novas realidades sociais e técnicas, as quais condicionam e determinam novas formas de comunicação e percepção da própria comunicação.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The course focuses on the analysis of theory and models of mass communication since the students are intended to acquire skills to enable them to manage processes of communication between public institutions and varied and diverse in their professional lives.*

*Understanding what conditions the messages as well as all the “ingredients” that can improve their effectiveness when communicating with the public as well as perceiving the contexts in which the institutions and the public move.*

*Knowing the changes that have been operating in time with the new social realities and techniques, which condition and determine new ways of communication and perception of communication itself.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A avaliação é composta por três momentos, em consonância com o Regulamento do Regime de Avaliação do INP.*

*Individual – frequência*

*Grupo – trabalho e apresentação.*

*O trabalho consiste em preparar uma aula sobre uma parte da matéria e depois apresentar.*

*O trabalho é constituído pela elaboração de uma sinopse, escrita (pesquisa a informação, organiza) + apresentação oral na turma.*

*A nota final do aluno corresponde à média ponderada, de acordo com o seguinte critério:*

*•Frequência: 60%*

*•Sinopse escrita (com revisão bibliográfica): 20%*

*•Apresentação do trabalho: 20%*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The evaluation consists of three stages, in line with the Regulation of the Legal Assessment of the INP.*

*- Single frequency*

*- Group work and presentation.*

*The work consists of preparing a lecture on a part of the field and then submit.*

*The work comprises the preparation of a synopsis, writing (research information, organizes) + oral presentation in class.*

*The total score of the student represents the weighted average according to the following criteria:*

- *Frequency: 60%*
- *Synopsis written (with literature review): 20%*
- *Presentation of work: 20%*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A unidade curricular assenta numa metodologia expositiva mas, ao mesmo tempo, proporciona-se aos discentes momentos em que são colocados como atores e produtores da própria comunicação com o objectivo que aprender fazendo, integrando os conceitos aprendidos e apreendidos a dois níveis: enquanto emissores, produtores de mensagens e enquanto público com sentido crítico.*

*Desta interação resulta uma forma atuante de integrar as aprendizagens.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The course is based on a methodology exhibition but at the same time, provides to the times when students are placed as actors and producers of their own communication with the aim to learn by doing, integrating the concepts learned and seized at two levels: as issuers, and as producers of messages with a critical audience. This interaction results in an active way to integrate learning.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*FISKE, JOHN (1993), Introdução ao Estudo da Comunicação, Porto, Asa*  
*FREIXO, MANUEL JOÃO VAZ (2006), Teorias e Modelos de Comunicação, Lisboa, Instituto Piaget*  
*MATTELART, ARMAND e NEVEU ÉRIK (2006), Introdução aos Cultural Studies, Porto, Porto Editora*  
*McQUAIL, DENNIS (2003), Teorias da Comunicação de Massas, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian*  
*SAPERAS, ENRIC (1993), Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas, Porto, Edições ASA*  
*TAR, ZOLTÁN (1986), A Escola de Francoforte, Lisboa, Ed. 70*  
*WOLF, MAURO (1992), Teorias da Comunicação, Lisboa, Ed. Presença*  
*ADORNO, THEODOR, (2001), The Culture Industry: selected Essays on Mass Culture, London, Routledge.*  
*BERGER, PETER et al., (1973), A Construção Social da Realidade, Rio de Janeiro, Ed. Vozes*  
*LUHMAN, NIKLAS, (1992), A Improbabilidade da Comunicação, Lisboa, Ed. Veja*  
*MCLUHAN, MARSHALL, (1964), Understanding Media: The Extensions of Man, New York, McGraw-Hill*  
*WOLTON, DOMINIC (1999), Pensar a Comunicação, Lisboa, Difel*

### **Mapa IX - Relações Públicas e Sistema Político**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Relações Públicas e Sistema Político*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*José António Murta Rosa, 3H*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*N/A*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Proporcionar conhecimentos básicos relativos à organização do sistema político português;*  
*Promover a compreensão da necessidade de pautar a acção política por uma ética;*  
*Perceber o papel da acção comunicativa no quadro da governança;*  
*Potenciar o desenvolvimento de uma perspectiva crítica sobre a esfera política de actuação;*  
*Contribuir para a interiorização de normas e valores democráticos*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Provide basic knowledge about the organization of the Portuguese political system;*  
*Promote understanding of the need for political action guided by ethics;*  
*Understand the role of communicative action within the framework of governance;*  
*Foster the development of a critical perspective on the political sphere of action;*  
*Contribute to the internalization of democratic norms and values*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1.O SISTEMA POLÍTICO: Definição de Sistema: Sistema Aberto; Sistema Fechado; abordagem sistémica da sociedade; O sistema político: Definição de sistema político; Sistema Político em Portugal e Organização do poder: Sistemas de Governo na actualidade: Tipos de sistemas de governo; O Parlamentarismo; O Presidencialismo; O Semi-presidencialismo.*

*2.A ESFERA PÚBLICA: Conceito de Esfera Pública; O Conceito de Público e a evolução da noção de Espaço Público; A Opinião Pública. A formação da Opinião Pública.*

*3.A RELAÇÃO DOS CIDADÃOS COM A POLÍTICA: Democracia Representativa; Democracia Participativa; A cidadania activa; Os partidos políticos e os movimentos sociais; Os direitos diferenciados de grupos e os direitos humanos; O multiculturalismo e os limites da tolerância; O papel da comunicação nas sociedades democráticas; Relações Públicas e sistema político; As diferentes formas de comunicação dos órgãos políticos; O Marketing Político; O Lobbying; Governance*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1. POLITICAL SYSTEM: System Definition: Open System, Closed System, systemic approach to society, political system: Definition of the political system, political system in Portugal and the Organization of Power; Systems of Government at present: Types of systems of government; The Parliamentarism; The Presidentialism, The Semi-presidentialism*

*2. A PUBLIC SPHERE: Concept of the Public Sphere, The Concept of Public and evolution of the concept of Public Space, The Public Opinion. Formation of Public Opinion.*

*3. A LIST OF CITIZENS WITH POLICY: Representative Democracy, Participatory Democracy, active citizenship, political parties and social movements; The group-differentiated rights and human rights, multiculturalism and the limits of tolerance; The role of communication in societies democratic, public relations and political system; The different forms of communication of political bodies; political Marketing, The Lobbying; Governance*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Pretende-se que os alunos no final da aprendizagem possam perceber de forma crítica como se constituiu o espaço público bem como a importância que o mesmo tem na construção da democracia.*

*Por outro lado, pretende-se que os discentes percebam a importância da cidadania e da participação. A "accountability" e o papel das Relações Públicas enquanto forma organizada de veicular informação entre as instituições e os diferentes públicos. Como uma estrutura de Relações Públicas bem organizada pode e deve desenvolver, junto dos públicos, acções que permitam um melhor esclarecimento técnico e social do modo como a instituição, para quem depende, age.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*It is intended that students at the end of learning portion perceive critically as was the public space and the importance that it has in building democracy.*

*On the other hand, it is intended that the students realize the importance of citizenship and participation. The "accountability" and the role of Public Relations as an organized way to convey information between the different institutions and the public. How to structure a well-organized public relations can and should develop, with the public actions that lead to improved social and technical clarification of how the institution, who depends on age.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Constituída por três momentos, valorizados numa escala de 0 a 20 valores. Trabalho de grupo | Recensão | Teste*

*O trabalho de grupo pretende desenvolver a reflexão científica, entre os elementos do grupo. Pretende-se, ao mesmo tempo, desenvolver capacidades de trabalho em grupo, de tolerância bem como de argumentação.*

*O trabalho individual está focado na elaboração de uma recensão sobre um texto que é disponibilizado, canalizando-se o discente para um trabalho de pesquisa e de crítica a partir dos conhecimentos adquiridos.*

*O teste, avaliação formal de conhecimentos, perguntas que o aluno responde de forma mais abrangente onde se pretende verificar se os discentes dominam de forma efetiva os conhecimentos adquiridos*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*It is intended that students at the end of learning portion perceive critically as was the public space and the importance that it has in building democracy.*

*On the other hand, it is intended that the students realize the importance of citizenship and participation. The "accountability" and the role of Public Relations as an organized way to convey information between the different institutions and the public. How to structure a well-organized public relations can and should develop,*



*with the public actions that lead to improved social and technical clarification of how the institution, who depends on age.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*O ensino é focado na explanação de matérias bem como na análise de textos, ao longo do ano, o que permite colocar os discentes perante discussões desenvolvendo as suas capacidades argumentativas, de análise e críticas.*

*As metodologias operacionalizadas “obriga” os discentes a “cobfrontarem-se” com diferentes autores, na medida em que, por vezes, estes assumem a explicação da matéria em pequenos períodos do tempo letivo.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Teaching is focused on the explanation of materials and the analysis of texts, throughout the year, allowing students to put the discussions before developing their skills of argumentation, analysis and criticism.*

*The methodologies operationalized "forces" the students to "cobfrontarem" with different authors, in that sometimes they take the explanation of the matter in short periods of time school*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*CORREIA, João Carlos (2004), Comunicação e Cidadania, Lisboa, Livros Horizonte*

*FERNANDES, António Teixeira (1998), O Estado Democrático e a Cidadania, Porto, Edições Afrontamento*

*KUNSCH, Margarida M.Krohling, KUNSCH, Waldemar Luiz (2007), Relações Públicas Comunitárias, São Paulo, Summus Editorial.*

*PIRES, Edmundo Balsemão (org.) (2007) Espaços Públicos, Poder e Comunicação, Porto, Edições Afrontamento*

*HABERMAS, Jurgen (1978), L´espace public – archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise. Paris: Édition Payot*

### **Mapa IX - Métodos Quantitativos**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Métodos Quantitativos*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Jorge Almeida, 3H*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*N/A*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*No final da presente unidade curricular os alunos devem ficar a conhecer algumas possibilidades e alguns constrangimentos ao uso da Estatística em Ciências Sociais, em particular, a sua aplicabilidade à Gestão nos seus aspectos descritivos*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*At the end of this course students should get to know some possibilities and some constraints to the use of Statistics in Social Sciences, in particular, its applicability to management in its descriptive aspects.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*Revisão de algumas noções da matemática elementar.*

*Estatística Descritiva Univariada:*

- *As etapas do método estatístico*
- *Distribuição de frequências*

- *Medidas de localização e de dispersão*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

*Revision of some notions of elementary mathematics.*

*Univariate Descriptive Statistics:*

- *The steps of the statistical method*
- *Distribution of frequencies*
- *Measures of location and spread*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*A aprendizagem na Unidade Curricular de Métodos Quantitativos desenvolve-se sobre a Estatística Descritiva: recolha, apresentação, análise e interpretação de dados numéricos (isto é conseguido através de ferramentas próprias, como por exemplo: gráficos, tabelas/quadros e indicadores numéricos).*

*O conteúdo programático ao abordar, do ponto de vista das Ciências Sociais, temas como as etapas do método estatístico, distribuições de frequências e medidas de localização e dispersão, permite ao aluno ficar a par de algumas possibilidades e alguns constrangimentos ao uso da Estatística, sendo este, o objectivo de aprendizagem desta U.C.*

*Finalmente, é necessário salientar a existência no conteúdo programático, de um ponto dedicado a revisões sobre noções de matemática elementar, sem o qual, a coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da U.C. estaria gravemente comprometida.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*Learning in the Course of Quantitative Methods developed on descriptive statistics: collection, presentation, analysis and interpretation of numerical data (this is achieved through its own tools, such as: graphs, charts / tables and numerical indicators).*

*The program content to address the point of view of Social Sciences, topics such as the steps of the statistical method, frequency distributions and measures of location and dispersion, allows students to stay abreast of some possibilities and some constraints to the use of statistics, this being the U.C. learning objective of this*

*Finally, it is necessary to point out the existence in the curriculum, a dedicated point to reviews on notions of elementary mathematics, without which, the consistency of the syllabus with the goals of UC would be severely compromised.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Metodologias de exposição, de elaboração conjunta e de resolução de tarefas.*

*Avaliação: Três elementos escritos. 1º teste escrito a realizar-se na 7ª semana de trabalho do calendário escolar 2011/2012 (25% da nota final). 2º teste escrito a realizar-se na 12ª semana de trabalho do calendário escolar 2011/2012 (25% da nota final). 3º teste escrito a realizar-se em período de provas de frequência do calendário escolar 2011/2012 (50%) da nota final.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Methods of exposure, the joint development and resolution of tasks.*

*Assessment: Three written elements. 1 written test to be held on 7th working week of the school year 2011/2012 (25% of final grade). 2nd test writing to be held at 12 weeks of work of the school year 2011/2012 (25% of final grade). 3 No written test to be held in a period of evidence frequency of the school year 2011/2012 (50%) of the final grade.*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Para que o aluno adquira um conhecimento geral sobre a utilização da Estatística em Ciências Sociais (sabendo reconhecer as possibilidades e as limitações da utilização de determinadas técnicas) a metodologia de ensino engloba três partes. A primeira parte, expositiva, oferece ao aluno um resumo dos conceitos e resultados mais importantes. Sempre que possível, e o assunto assim o permita, ao método expositivo, junta-se o método de elaboração conjunta, onde se pretende que o aluno tenha um papel activo e o tema seja discutido pela turma. Por fim segue-se a resolução detalhada e rigorosa de um conjunto de exercícios que esteja directamente relacionado com os temas abordados.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*For the student to acquire a general knowledge about the use of Statistics in Social Sciences (knowing how to*

*recognize the possibilities and limitations of using certain techniques) the teaching methodology consists of three parts. The first part, expository, provides students with a summary of the most important concepts and results. Whenever possible, and the subject allows, the lecture method, joins the method of joint development, where the student intends to take an active role and the issue be discussed by the class. Finally follows the resolution of a detailed and rigorous set of exercises that are directly related to the topics covered.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Reis, Elizabeth, Estatística Descritiva, Editora Sílabo, 6ª edição, Lisboa, 2005*  
*Murteira, Bento, Análise Exploratória de Dados - Estatística Descritiva I, Editora Mc Graw Hill, Lisboa, 1993*  
*Spiegel, Murray R., Estatística, Editora Mc Graw Hill, S. Paulo, 2ª Edição, 1985 (ou edições posteriores)*  
*Tabelas Estatísticas, Editora Sílabo, 4ª Edição, Lisboa, 2002*  
*Kurtz, Norman, Introduction to Social Statistics, Singapore, McGraw-Hill 1983, 2nd printing 1985*  
*Doane, David P. e Seward, Lori E., Estatística Aplicada à Administração e à Economia, São Paulo, McGraw-Hill, 2007*  
*Hout, Réjean (2002) Métodos Quantitativos para as Ciências Humanas, Lisboa, Instituto Piaget*  
*Rosental, Claude e Frémontier-Murphy, Camille (2002) Introdução aos Métodos Quantitativos em Ciências Humanas e Sociais, Lisboa, Instituto Piaget*

### Mapa IX - Protocolo

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Protocolo*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*José Guerreiro, 1,5H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Compreender a importância do protocolo na interação com os diversos públicos.*  
*Reconhecer e aplicar corretamente as regras protocolares adequadas a diversas situações de âmbito empresarial e oficial.*  
*Saber planear, executar e monitorizar programas sociais e de trabalho.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Understand the importance of protocol in the interaction with various publics.*  
*Recognize and correctly apply the rules of protocol appropriate to various situations the business and official.*  
*Learn to plan, implement and monitor programs and social work.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução ao protocolo: o conceito de protocolo; distinção entre protocolo e cortesia*
- 2. Legislação oficial: Lei do uso da Bandeira (nº 150/87); ordenamento de bandeiras em Território Nacional, na União Europeia e em Cerimónias da NATO*
- 3. Lei das Precedências (nº 40/2006) e Lei Orgânica do Governo*
- 4. Protocolo empresarial e oficial: noção de precedência e sua aplicabilidade; ordenamento de pessoas e critérios de ordenação; fórmulas de tratamento; discursos*
- 5. Correspondência oficial: cartas, ofícios, convites*
- 6. Organização de programas sociais e de trabalho: planificação, execução e pós-evento*
- 7. Apresentação e discussão de casos práticos reais e ficcionados*
- 8. Imagem e internacionalização: o protocolo como parte integrante de uma comunicação intercultural eficaz*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Introduction to the protocol: the concept of protocol; distinction between protocol and courtesy*
- 2. Official legislation: the use of the Flag Law (No. 150/87); ordering flags Territory*

*National, European Union and NATO Ceremonies*

*3. Precedence Act (No. 40/2006) and the Organic Law of the Government*

*4. Protocol and official business: the notion of precedence and their applicability; ordering people and sort criteria, formulas treatment; speeches*

*5. Official correspondence: letters, memorandums, invitations*

*6. Organization of programs and social work: planning, execution and post event*

*7. Presentation and discussion of real and fictional case studies*

*8. Image and internationalization: the protocol as part of a communication effective intercultural*

#### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*A organização de eventos não prescinde de um cuidadoso planeamento e de uma rigorosa execução, pelo que os conteúdos lecionados irão permitir saber aplicar, de forma cirúrgica, as regras protocolares adequadas às mais diversas situações (nas apresentações e cumprimentos, na organização/distribuição de pessoas em torno de uma mesa – de reuniões, de refeições, ou de presidência – numa plateia, etc.).*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The events organization does not dispense a careful planning and a rigorous execution, by which the contents of the course will allow to know how to apply the protocol rules in different situations (presentations and greetings, organization / distribution of people around a table - for meetings, meals, or the presidency - an audience, an others situations).*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*É utilizado o método expositivo e interrogativo, com auxílio de suportes audiovisuais e são implementados diversos exercícios pedagógicos (simulações/ role-playing).*

*A avaliação é realizada em momentos distintos, com ponderações diferenciadas: assiduidade e participação (15%); trabalho prático de grupo com apresentação oral (25%); frequência (60%).*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*We use the lecture method and questioning with the aid of audiovisual media and are implemented many pedagogical exercises (simulation / role-playing).*

*The evaluation is performed at different times with different weights: attendance and participation (15%), practical group work with oral presentation (25%), frequency (60%).*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A articulação entre os métodos expositivo e interrogativo e a introdução de situações de simulação/role playing permitem uma melhor compreensão das matérias lecionadas e uma participação e um envolvimento mais intensos dos discentes.*

*O trabalho prático exige a aplicação integral da matéria lecionada. Ao ser apresentado oralmente perante a turma, é efetuada uma análise aos seus pontos fracos e fortes, o que permite gerar uma melhor perceção sobre eventuais falhas/erros e sobre todos os aspetos positivos/corretos.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The relationship between the exhibition and interrogative methods and the introduction of situations simulation / role playing allow a better understanding of the subjects taught and participation and a more intense involvement of students.*

*The practical work requires the full implementation of the subject taught. When presented orally before the class, an analysis is made to their strengths and weaknesses, allowing it to generate a better perception of any failures / errors and positive about all aspects / correct.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*AMARAL, Isabel (2007); Imagem e Sucesso, Guia de Protocolo para Empresas; Editorial Verbo, Lisboa*

*ANDRADE, Elisabete Canha Vieira de (1997); Gestos de cortesia, etiqueta e protocolo; Texto Editora, Lisboa*

*BARROCA, Helena Ondina (1999); Protocolo social, protocolo profissional, uma questão de civilidade; Plátano Edições Técnicas*

*BOBONE, Paula (1999); Socialmente correcto; Bertrand Editora, Venda Nova*

*CUNHA, H. de Mendonça e (1989); Regras do Cerimonial Português; Bertrand Editora, Venda Nova*

*DENUELLE, Sabine (1998); Guia Larousse das Boas Maneiras (Guia prático para a sua vida*

social); Edições CETOP

LOPES, Lúcio (2009); Protocolo Autárquico; Alêtheia Editores, Lisboa

MAGALHÃES, José Calvet de (2002); Diplomacia Doce e Amarga; Editorial Bizâncio, Lisboa

MARCHESI, Maria Rosa (1994); O livro do protocolo; Editorial Presença, Lisboa.

## Mapa IX - Relação com os Media

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Relação com os Media*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*José Eduardo da Câmara Correia de Lemos Quintela, 3H*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Reflexão e análise crítica sobre o relacionamento com os media. Conhecer o modus operandi dos jornalistas e o seu relacionamento com as fontes profissionais. Entender o profissional de relações públicas enquanto fonte profissional para os jornalistas. Preparar os discentes para o desenvolvimento adequado, na perspectiva das relações públicas, do relacionamento com os media. Perceber o papel das relações com media em contextos sectoriais diversos. Desenvolver capacidades de análise das mensagens e dos circuitos de media. Desenvolvimento de capacidades redactoriais e multimeios para os media. Perceber o papel de porta-voz para os media, seu enquadramento, mandato e legitimidade.*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Reflection and critical analysis of the relationship with the media. Meet the modus operandi of journalists and their relationship with the professional sources. Understanding public relations as a source for professional journalists. Preparing students for the appropriate development, in terms of public relations, the relationship with the media. Understanding the role of media in relations with various sectoral contexts. Develop capacities to analyze the messages and media channels. Development of editorial and multimedia capabilities for the media. Understand the role of spokesperson for the media, its framework, mandate and legitimacy*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1.A relação com os media e a gestão integrada da comunicação organizacional;*
- 2.Media e Jornalistas*
- 3.Relação com os media: estruturas e funções;*
- 4.Instrumentos de relacionamento com os media;*
- 5.Formas de documentação;*
- 6.Análise de informação mediática;*
- 7.Circuitos de informação,*
- 8.A relação com os media em situações especiais e de emergência*
- 9. A Função Porta-Voz;*
- 10. Direito de Resposta.*

### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. The relationship with the media and integrated management of organizational communication;*
- 2. Media and Journalists*
- 3. Relationship with the media: structures and functions;*
- 4. Instruments relationship with the media;*
- 5. Forms of documentation;*
- 6. Analysis of information media;*
- 7. Information circuits,*
- 8. The relationship with the media in special situations and emergency*
- 9. Function Spokesman;*
- 10. Right of Reply.*

### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Os conteúdos programáticos estimulam todos eles a reflexão e análise crítica sobre o relacionamento com os*

*medias. Permitem conhecer o modus operandi dos jornalistas e o seu relacionamento com as fontes profissionais, e entender o profissional de relações públicas enquanto fonte profissional para os jornalistas, nomeadamente nos seus pontos, 1, 2, 3, 4, 8 e 9 Preparar os discentes para o desenvolvimento adequado, na perspectiva das relações públicas, do relacionamento com os media. A generalidade dos conteúdos programáticos aborda as relações com media em contextos sectoriais diversos. O desenvolvimento das capacidades de análise das mensagens e dos circuitos de media, bem como o desenvolvimento de capacidades redactoriais, são assegurados pelos pontos 5,6, 7 e 8. Os pontos 9 e 10 do programa permitem conhecer o papel de porta-voz para os media, seu enquadramento, mandato e legitimidade.*

#### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The syllabus they all stimulate reflection and critical analysis of the relationship with the media. Allow to know the modus operandi of journalists and their relationship to professional sources, and understand public relations as a source for professional journalists, particularly in points 1, 2, 3, 4, 8 and 9 To prepare students for appropriate development, in terms of public relations, the relationship with the media. The generality of the syllabus deals with media relations in different sectoral contexts. The development of analytical capabilities of messages and media channels as well as the development of editorial capabilities, are provided by 5.6 points, 7 and 8. Items 9 and 10 to allow the program to understand the role of spokesperson for the media, its framework, mandate and legitimacy.*

#### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Esta unidade curricular segue uma lógica de ensino baseado em trabalho e ensino baseado em resolução de problemas, estimulando a criatividade e a autonomia do estudante. Será implementado através da leitura de artigos científicos e obras de referência, pelo planeamento e execução de simulações em sala e por elaboração de estudos de caso. A avaliação da U.C. é efectuada em função das suas vertentes: teórica e prática. Na vertente teórica a avaliação é realizada através de um teste escrito individual e na vertente prática através da realização de um trabalho prático em grupo, tendo este, dois momentos de avaliação, um corresponde ao relatório escrito e à sua apresentação oral. A classificação final de frequência, entre 0 e 20 valores, corresponde à média ponderada dos 3 momentos de avaliação. Os factores de ponderação a ter em conta são os seguintes: Prova teórica escrita individual 60%, relatório escrito do trabalho de grupo 25% e apresentação oral do trabalho de grupo 15%.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*This course follows a logic of work-based learning and teaching based on problem solving, encouraging creativity and autonomy of the student. Will be implemented by reading scientific articles and works of reference for the planning and execution of simulations in the classroom and preparation of case studies. The evaluation of the U.C. is made according to its aspects: theoretical and practical. In theoretical model evaluation is performed by an individual written test and the practical means of achieving a practical work in groups, the latter having two evaluation periods, corresponding to a written report and oral presentation. The final frequency, values between 0 and 20 corresponds to the weighted average of three evaluations. The weighting factors to consider are: individual written theoretical test 60%, written report of group work and oral presentation 25% of group work 15%.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A metodologia ao basear-se numa lógica de ensino assente em trabalho e em resolução de problemas vai permitir através da leitura de artigos científicos e obras de referência um conhecimento da função relações públicas no relacionamento com os media, nas suas múltiplas vertentes. Permite ainda conhecer o trabalho do jornalista e as suas necessidades. O planeamento e execução de simulações em sala, nomeadamente de elaboração de comunicados à imprensa, entrevistas e conferências de imprensa, bem como a análise de casos, permitem desenvolver o modus operandi dos jornalistas e das relações públicas e a dinâmica das interações desenvolvidas no relacionamento entre ambos. As simulações em sala, as acções de media training e a redacção de conteúdos permitem conhecer o papel das relações com media em contextos sectoriais diversos, a par do desenvolvimento de capacidades de análise das mensagens e dos circuitos de media, bem como o desenvolvimento de capacidades redactoriais. Permite ainda perceber o papel de porta-voz para os media, seu enquadramento, mandato e legitimidade*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The methodology to be based on a logic based on school work and will allow troubleshooting by reading scientific articles and reference books a knowledge of public relations function in the relationship with the media, in its multiple facets. It also allows to know the journalist's work and their needs. The planning and execution of simulations in the classroom, including preparation of press releases, interviews and press conferences, as well as case studies, help to develop the modus operandi of journalists and public relations and the dynamics of interactions developed in the relationship between both. The simulations in the classroom, the actions of media training and editorial content allow to know the role of media in relations with various sectoral contexts, alongside the development of capacities for analysis of messages and media channels as well as the development of editorial skills. Allow further understand the role of spokesperson for the media, its framework,*

*mandate and legitimacy.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

BRANDÃO, Nuno Goulart (2002), *O Espectáculo das Notícias, Editorial Notícias*  
 CÁDIMA, Francisco Rui (1999), *Desafios dos Novos Media, Editorial Notícias*  
 CHAPARRO, Manuel Carlos (2001), *Linguagem dos Conflitos, Minerva Editora*  
 CORNELISSEN, Joep (2011), *Corporate Communication – A Guide to theory and practice, SAGE, London*  
 CUTLIP, S.; CENTER, A. e BROOM, G. (1995), *Effective Public Relations; 7th ed, Prentice-Hall, Englewood Cliffs;*  
 DESCHEPPER, Jacques (1990); *Saber Comunicar com os Jornalistas da Imprensa, Rádio e Televisão, Edições CETOP.*  
 JEFKINS, Frank (1993); *Planned Press and Public Relations, 3rd ed., Blackie academic & Professional*  
 TENCH, Ralph e YEOMANS, Liz (2009); *Exploring Public Relations, Prentice Hall, London, 2nd ed.*  
 PHILLIPS, David (1992), *Evaluating Press Coverage, Kogan Page, London*  
 SANTOS, José Rodrigues dos (2001), *Comunicação, Coleção Mocho, Prefácio Edição de Livros e Revistas.*  
 SMITH, Ronald D. (2009), *Strategic Planning for Public Relations; ROUTLEDGE*

### Mapa IX - Especialidades de Relações Públicas II

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Especialidades de Relações Públicas II*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*José Eduardo da Câmara Correia de Lemos Quintela, 4,5H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Reflexão e análise crítica da actividade das relações públicas. Desenvolver o conhecimento táctico das relações públicas, facilitando a aplicação do modus operandi das suas diferentes especialidades em geral e, em particular, da comunicação financeira, issue management e da gestão da comunicação de crise, emergência e situações especiais. Sensibilização para o papel da comunicação e da actividade das relações públicas em contextos especiais vividos pelas organizações, nomeadamente em termos de obrigações legais de informação e em climas organizacionais com forte tensão e amplo escrutínio público. Conduzir a análises e estudos de caso nas diferentes especialidades. Possibilitar o cruzamento do conhecimento de base em Relações Públicas com outras áreas de saber e dinâmica das interacções geradas entre estas, em contexto organizacional.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Reflection and critical analysis of the activity of public relations. Develop knowledge of tactical public relations, facilitating the application of the modus operandi of their different specialties in general and in particular, financial reporting, issue management and crisis communication management, emergency and special situations. Awareness of the role of communication and public relations business in special contexts experienced by organizations, particularly in terms of legal information and obligatorily in climates with strong organizational tension and widespread public scrutiny. Conduct analyzes and case studies in different specialties. Allow the crossing of the knowledge base in Public Relations with other areas of knowledge and dynamic interactions between these generated in the organizational context.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*- Comunicação Financeira*  
*Governo das Sociedades e a Comunicação Organizacional*  
*Os Deveres Legais de Informação*  
*Caracterização da Comunidade Financeira*  
*Comunicação Financeira: o que é e para que serve*  
*Os públicos (actores e papeis)*  
*Estratégias e políticas de comunicação financeira*  
*Instrumentos de comunicação e acções;*  
*Monitorização e avaliação*

- *Comunicação de Crise*
- Definição de crise*
- Tipologias de Crise*
- Análise de Riscos*
- Plano de Prevenção de Crise*
- SPAR – Serviço Permanente de Alerta e Resposta*
- Fases da Crise*
- Manual de Crise*
- O Comité de Crise*
- O Porta-voz Departamento de Comunicação*
- *Issues Management*
- Conceito*
- Gestão de Assuntos*
- Alinhamento da organização face às expectativas dos públicos*

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- *Financial Communication*
- Corporate Governance and Organizational Communication*
- Duties The Legal Information*
- Characterization of the Financial Community*
- Financial Communication: What is and what it is for*
- The public (actors and roles)*
- Strategies and policies for financial reporting*
- Communication tools and actions;*
- Monitoring and evaluation*
- *Crisis Communication*
- Definition of crisis*
- Types of Crisis*
- Risk Analysis*
- Crisis Prevention Plan*
- SPAR - Permanent Service Alert and Response*
- Phases of Crisis*
- Handbook of Crisis*
- The Crisis Committee*
- The Spokesman for the Department of Communication*
- *Issues Management*
- concept*
- Management Issues*
- Alignment of the organization meet the expectations of the public*

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Ao abordarem-se conteúdos programáticos com diferentes enquadramentos organizacionais, em função das áreas de especialidade das relações públicas, pretende-se salientar a respectiva dimensão estratégica e paralelamente desenvolver o conhecimento táctico das Relações Públicas, facilitando a sua aplicação prática, em linha com os objectivos definidos para esta unidade curricular. Ao aprofundar-se o papel da comunicação nas diferentes tipologias de organização, sensibilizam-se os discentes para o exercício da actividade de relações públicas em contextos especiais vividos pelas organizações, nomeadamente em situações sujeitas a forte escrutínio público e a restrições legais ao nível da prestação de informação. O estudo de casos nas diferentes especialidades de relações públicas permitem evidenciar a importância do cruzamento do conhecimento das Relações Públicas com outras áreas do saber para uma gestão mais eficaz da comunicação organizacional.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*When dealing with program content to different organizational frameworks, depending on the specialty areas of public relations, intended to emphasize its strategic dimension and parallel develop tactical knowledge of public relations, facilitating its practical application, in line with the objectives defined for this course. By immersing yourself in the role of communication in different types of organization, to sensitize the students for the exercise of public relations in particular contexts experienced by organizations, particularly in situations under strong public scrutiny and legal restrictions in the provision of information. The case studies in different specialties allow public relations to highlight the importance of the intersection of knowledge of public relations with other areas of knowledge for more effective management of organizational communication.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Esta unidade curricular segue uma lógica de ensino baseado em trabalho e ensino baseado em resolução de*



*problemas, estimulando a criatividade e a autonomia do estudante. Será implementado através da leitura de artigos científicos e obras de referência, pelo planeamento e execução de simulações em sala e por elaboração de estudos de caso. A avaliação da U.C. é efectuada em função das suas vertentes: teórica e prática. Na vertente teórica a avaliação é realizada através de um teste escrito individual e na vertente prática através da realização de um trabalho prático em grupo, tendo este, dois momentos de avaliação, um corresponde ao relatório escrito e o outro à sua apresentação oral. A classificação final de frequência, entre 0 e 20 valores, corresponde à média ponderada dos 3 momentos de avaliação. Os factores de ponderação a ter em conta são os seguintes: Prova teórica escrita individual 60%, relatório escrito do trabalho de grupo 30% e apresentação oral do trabalho de grupo 10%.*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*This course follows a logic of work-based learning and teaching based on problem solving, encouraging creativity and autonomy of the student. Will be implemented by reading scientific articles and works of reference for the planning and execution of simulations in the classroom and preparation of case studies. The evaluation of the U.C. is made according to its aspects: theoretical and practical. In theoretical model evaluation is performed by an individual written test and the practical means of achieving a practical work in groups, the latter having two stages of evaluation, a written report corresponds to the other on his oral presentation. The final frequency, values between 0 and 20 corresponds to the weighted average of three evaluations. The weighting factors to consider are: individual written theoretical test 60%, written report of group work and oral presentation 30% of group work 10%.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*A metodologia ao basear-se numa lógica de ensino assente em trabalho e em resolução de problemas vai permitir através da leitura de artigos científicos e obras de referência um conhecimento das diferentes áreas de especialidade das relações públicas na multi-diversidade dos contextos organizacionais e ir de encontro aos objectivos definidos nomeadamente quanto a estimular a reflexão e análise crítica da actividade das relações públicas, bem como para a sensibilização sobre o papel da comunicação e da actividade das relações públicas em contextos especiais vividos pelas organizações. O planeamento e execução de simulações em sala, a apresentação e elaboração de estudos de caso, permitem desenvolver o conhecimento tático das relações públicas, facilitando a aplicação do seu modus operandi nas diferentes especialidades e ainda possibilitar o cruzamento do conhecimento de base em relações públicas com outras áreas de saber, com a respectiva vivência da dinâmica das interacções geradas, em contexto organizacional.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The methodology to be based on a logic based on school work and will allow troubleshooting by reading scientific articles and reference books a knowledge of the different specialty areas of public relations in multi-diversity of organizational contexts and go against objectives such as to stimulate reflection and critical analysis of public relations activities, as well as to raise awareness about the role of communication and public relations business in special contexts experienced by organizations. The planning and execution of simulations in the classroom, the presentation and preparation of case studies, allow you to develop tactical knowledge of public relations, facilitating the implementation of its modus operandi in the different specialties and also allow the crossing of the knowledge base in public relations other areas of knowledge, with their experience of the dynamics of interactions generated in the organizational context.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*CORNELISSEN, Joep (2011); Corporate Communication, London, SAGE, 3rd edition  
 CUTLIP, Scott M., CENTER, Allen H.; BROOM, Glen M.(1999); Effective Public Relations, Prentice Hall International, Inc., 8th Edition  
 GUIMARD, Anne (2001); La Communication Financière, Paris, Ed. Economica, 3<sup>e</sup> édition  
 GUIMARD, Anne (2008); Investor Relations, London, Palgrave Macmillan  
 GRUNIG, James E. et HUNT (1984), Todd; Managing Public Relations, Harcourt, Brace, Jovanovich  
 HEATH, Robert L. (2001); Handbook of Public Relations, Thousand Oaks  
 LÉGER, Jean-Yves (2003); La Communication Financière, Paris, Dunod,  
 LIBAERT, Thierry (2003), Le plan de Communication, Paris, Dunod, 2<sup>e</sup> édition  
 LAMPREIA, J. MARTINS (2007), Da Gestão de Crise ao Marketing de Crise, Lisboa, Texto Editores  
 QUINTELA, José de Lemos (2006), Comunicação Financeira, Transparência nos Sites das Empresas Cotadas, Lisboa, Presslivre  
 TENCH, Ralph e YEOMANS, Liz (2009) ; Exploring Public Relations, London ; Prentice Hall, 2nd edition*

### **Mapa IX - História e Tecnologia dos Media**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*História e Tecnologia dos Media*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Nuno Goulart Brandão/ Maria João de Sousa Baptista, 3H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*N/A*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Conduzir os discentes para:*

*O conhecimento e o estudo dos media*

*O conhecimento histórico dos suportes tecnológicos dos media*

*A consciência para o uso e conteúdos dos media*

*O entendimento dos sistemas mediáticos face aos actuais sistemas sociais e económicos, suas estruturas tecnológicas e da nossa sociedade em rede.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Lead the students to:*

*The knowledge and the study of media*

*The historical knowledge of various technological media*

*Awareness for the use and media content*

*The understanding of the systems respond to current media social systems and economic structures of our technology and network society.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1 – Introdução ao estudo, história dos media e seus suportes tecnológicos*

*2 – A Imprensa Escrita, seus desenvolvimentos e a especificidade da imprensa regional e local;*

*3 – A Rádio, personalidade e uso social. Escolas de pensamento sobre o seu potencial expressivo; a arte radiofónica e a rádio informativa;*

*4 – A televisão, as modificações que proporcionou. Os princípios gerais do modelo de serviço público versus privado e a sua responsabilidade social. A televisão temática, interactiva e digital;*

*5 – The New Media e a Sociedade em Rede. As TIC e novas abordagens à problemática dos efeitos dos media.*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1 - Introduction to the study, history of the media and their technological support*

*2 - The Written Press, the development and specificity of regional and local press;*

*3 - The Radio, personality and social use. Schools of thought on its expressive potential, the art radio and radio information;*

*4 - The television, which provided the modifications. The general principles of the model of public service versus private and social responsibility. The thematic television, interactive and digital;*

*5 - The New Media and Society Network. ICT and new approaches to the problem of media effects.*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Esta unidade curricular visa proporcionar aos discentes um conhecimento geral e específico da história e tecnologia dos media, de modo, a que consigam compreender o papel que cada um dos meios de comunicação social tiverem (e têm) na sociedade, seus modos de uso actuais e já na interligação face à sociedade em rede nos seus modos de concentração e usos integrados, bem como da importância de se encarar o Jornalismo, principalmente, como forma de conhecimento e de construção social da realidade para os cidadãos.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*This course aims to give students a general and specific knowledge of the history of media and technology in order to be able to understand the role that each of the media have (and have) in society, their ways of using current and already in the interconnection network to society in their modes of concentration and integrated uses, as well as the importance of looking at journalism, mainly as a form of knowledge and the social construction of reality for the citizens.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A metodologia de ensino insere-se no modelo de aplicação teórico, mas com cariz também prático e é composta por três fases: 1ª – Um teste individual teórico (50% avaliação); 2ª - Um trabalho de grupo (paper) alusivo a uma problemática da unidade curricular (25% avaliação); 3ª - Apresentação do paper (25% avaliação).*

*Em conjunto (paper e sua apresentação) valem 50% da nota final da U.C.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*The teaching methodology is part of the application model theory, but with nature also practical and consists of three phases: 1 - An individual test theory (50% assessment), 2nd - A working group (paper) alluding to a problem course (25% assessment), 3rd - Presentation of paper (25% assessment). Together (paper and presentation) are worth 50% of the final UC.*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Tendo em conta os objectivos e conteúdos programáticos desta unidade curricular, a metodologia de ensino seguirá o modelo teórico, mas de cariz também prático na sua aplicação, através do acompanhamento do trabalho dos discentes em espaço de aulas à luz do proposto para as metodologias de ensino contempladas por Bolonha, quer alusivo ao trabalho de investigação teórico e sua defesa. Quer ainda, na análise de textos apresentados em espaço de aulas, indispensáveis para o melhor conhecimento e atitude reflexiva para a compreensão dos conteúdos desta unidade curricular.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*Taking into account the objectives and syllabus of this course, the teaching methodology will follow the theoretical model, but also practical in nature in its implementation, through monitoring the work of students in classroom space in the light of the proposed methodologies for teaching Bologna contemplated by, or alluding to the theoretical research work and its defense. Want even in the analysis of texts presented in the space of classes that are prerequisites for better understanding and reflective attitude to understand the content of this course.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALVES, José Augusto dos Santos (2005), "O Poder da Comunicação", Casa das Letras  
 BRANDÃO, Nuno Goulart (2010), "As Notícias nos Telejornais", Editora Guerra e Paz  
 CÁDIMA, Francisco Rui (1999), "Desafios dos Novos Media – a nova ordem política e comunicacional", Coleção Media e Sociedade, Editorial Notícias, Lx;  
 CARDOSO, Gustavo (2006), "Os Media na Sociedade em Rede", Fund. Calouste Gulbenkian  
 CARVALHO, Alberto Arons de (2009), "A RTP e o Serviço Público de Televisão", Ed. Almedina, Coimbra  
 CASTELLS, Manuel (2004), "A Galáxia Internet", Fundação Calouste Gulbenkian  
 CORDEIRO, Paula (2010), "A Rádio e as Indústrias Culturais", Livros Horizonte  
 CRATO, Nuno (1992), "Comunicação Social – a Imprensa", 4ª Edição, Editorial Presença  
 MEDITSCH, Eduardo (1999), "A Rádio na Era da Informação", Coleção Comunicação, Minerva Editora, Coimbra  
 ROSA, António Machuco (2008), "A Comunicação e o fim das Instituições: das origens da imprensa aos Novos Media", Edições Universitárias Lusófonas.

### Mapa IX - Sociologia da Comunicação

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Sociologia da Comunicação*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Prof. Doutor Nuno Goulart Brandão/ Mestre Maria João de Sousa Baptista, 3H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Conduzir os discentes para:*

- 1. Um conhecimento específico sobre a problemática dos efeitos da comunicação, dos media e das novas tecnologias na sociedade*
- 2. O conhecimento sobre as problemáticas da opinião pública e do espaço público mediatizado*
- 3. O conhecimento sobre o actual sentido do campo jornalístico, seu agendamento e produção noticiosa*
- 4. Uma análise reflexiva sociológica sobre a comunicação mediática e a importância do jornalismo como forma de conhecimento na sociedade.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Lead the students to:*

1. *Specific knowledge about the problem of the effects of communication media and new technologies in society*
2. *The knowledge about the problems of public opinion and public space mediated*
3. *Knowledge about the current direction of the journalistic field, your schedule and news production*
4. *A reflective analysis of the sociological importance of communication media and journalism as a form of knowledge in society.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

1. *A comunicação, os media e as tecnologias*
2. *A problemática dos efeitos da comunicação de massa*
3. *A opinião pública, o espaço público e os media*
4. *A sociedade, o sistema-mundo e a concentração dos media*
5. *A informação jornalística*
6. *Constrangimentos, identidade e legitimidade dos profissionais de media*
7. *Os acontecimentos e o sentido das notícias*
8. *A noticiabilidade, o agendamento e a produção de notícias*
9. *As rotinas, as fontes e os enquadramentos noticiosos*
10. *A tematização, a comunicação mediática e a construção social da realidade*
11. *A comunicação e o jornalismo como forma de conhecimento*

**6.2.1.5. Syllabus:**

1. *Communication, media and technology*
2. *The issue of the effects of mass communication*
3. *Public opinion, public space and media*
4. *Society, the world-system and media concentration*
5. *The journal entry*
6. *Constraints, identity and legitimacy of media professionals*
7. *The events and the sense of the news*
8. *The newsworthiness, scheduling and production of news*
9. *The routines, sources and news frames*
10. *The thematization, communication media and the social construction of reality*
11. *Communication and journalism as a form of knowledge.*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Esta unidade curricular visa a problemática dos efeitos da comunicação, dos media e das novas tecnologias na sociedade. A opinião pública, o espaço público mediatizado e o campo jornalístico e suas repercussões na emergência e no desenvolvimento das sociedades modernas serão preocupações acrescidas e de cariz reflexivo sociológico. O sentido actual do jornalismo, a noticiabilidade, o agendamento, a produção de notícias, as rotinas, as fontes e os enquadramentos noticiosos serão problemáticas de análise centrais. E que serão ainda centradas na importância da tematização, da comunicação mediática e das reflexões sobre a construção social da realidade e da principal importância do actual jornalismo como forma de conhecimento para os cidadãos.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Esta unidade curricular visa a problemática dos efeitos da comunicação, dos media e das novas tecnologias na sociedade. A opinião pública, o espaço público mediatizado e o campo jornalístico e suas repercussões na emergência e no desenvolvimento das sociedades modernas serão preocupações acrescidas e de cariz reflexivo sociológico. O sentido actual do jornalismo, a noticiabilidade, o agendamento, a produção de notícias, as rotinas, as fontes e os enquadramentos noticiosos serão problemáticas de análise centrais. E que serão ainda centradas na importância da tematização, da comunicação mediática e das reflexões sobre a construção social da realidade e da principal importância do actual jornalismo como forma de conhecimento para os cidadãos.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A metodologia de ensino insere-se no modelo de aplicação teórico, mas com cariz também prático e é composta por três fases: 1ª – um teste individual teórico (50% avaliação); 2ª - um trabalho de grupo (paper) alusivo a uma problemática da unidade curricular (25% avaliação); 3ª - apresentação do paper (25% avaliação). Em conjunto (paper e sua apresentação) valem 50% da nota final da unidade curricular.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The teaching methodology is part of the application model theory, but with nature also practical and consists of three phases: 1st - an individual test theory (50% assessment), 2nd - a working group (paper) alluding to a problem course (25% assessment), 3rd - presentation of paper (25% assessment). Together (paper and*

*presentation) are worth 50% of the final grade of the course.*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Tendo em conta os objectivos e conteúdos programáticos desta unidade curricular, a metodologia de ensino seguirá o modelo teórico, mas de cariz também prático na sua aplicação, através do acompanhamento do trabalho dos discentes em espaço de aulas à luz do proposto para as metodologias de ensino contempladas por Bolonha, quer alusivo ao trabalho de investigação teórico e sua defesa. Quer ainda, na análise de textos apresentados em espaço de aulas, indispensáveis para o melhor conhecimento e atitude reflexiva para a compreensão dos conteúdos desta unidade curricular.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Taking into account the objectives and syllabus of this course, the teaching methodology will follow the theoretical model, but also practical in nature in its implementation, through monitoring the work of students in classroom space in the light of the proposed methodologies for teaching Bologna contemplated by, or alluding to the theoretical research work and its defense. Want even in the analysis of texts presented in the space of classes that are prerequisites for better understanding and reflective attitude to understand the content of this course.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*BRANDÃO, Nuno Goulart (2010), As Notícias nos Telejornais, Guerra e Paz Editores  
CÁDIMA, Francisco Rui (2009), Crise e Crítica do Sistema de Media, Editora Media XXI  
CASTELLS, Manuel (2003), A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, Volume I e III, Fundação Calouste Gulbenkian  
LECLERC, Gérard (2000), A Sociedade de Comunicação – uma abordagem sociológica e crítica, Instituto Piaget  
McQUAIL, Dennis (2003), Teoria da Comunicação de Massas, Fundação Calouste Gulbenkian  
POSTER, Mark (2000), A Segunda Era dos Media, Ed. Celta, Oeiras  
RIEFFEL, Rémy (2003), Sociologia dos Media, Porto Editora, Porto  
ROBERTSON, Roland (2000), Globalização – teoria social e cultura global, Editora Vozes, Petrópolis, Brasil  
SANTOS, Rogério (1998), Os Novos Media e o Espaço Público, Ed. Gradiva, Lisboa  
TRAQUINA, Nelson (2002), Jornalismo, Quimera Editores, Lisboa*

### **Mapa IX - Marketing**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Marketing*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Miguel Nuno Vieira de Carvalho d'Abreu Varela, 3H*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*N/A*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Definição das estratégias de marketing, na sua lógica multicomposta, enquanto elemento orientador da estratégia da organização em níveis diferenciados da estratégia e da sua operacionalização, considerando as abordagens e diferenciações dos diversos mix de marketing.*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Definition of marketing strategies in a multi level logic while guiding element of the organization strategies at different levels of strategy and its operation, considering the approaches and differences of the several marketing mix.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*O Marketing enquanto função empresarial e as diversas abordagens;  
O Marketing estratégico – O plano e os modelos analíticos externos e internos;  
O Marketing Operacional – o mix de produtos e o mix de serviços;  
O Marketing B2B e B2C;*

## *Novas tendências e aplicações do Marketing .*

### **6.2.1.5. Syllabus:**

*Marketing as a business function and the several approaches;  
The Strategic Marketing - The plan and the external and internal analytical models;  
The Operational Marketing - The product mix and service mix;  
Marketing B2B and B2C;  
New trends and applications of marketing.*

### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*O programa sugerido corresponde ao detalhe dos objectivos, focando os conhecimentos e instrumentos técnicos necessários a um responsável de marketing.*

### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The suggested program matches the description of the objectives, focusing on the knowledge and technical tools necessary for a marketing manager.*

### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A avaliação desta unidade curricular é feita através de dois elementos escritos obrigatórios. Um dos elementos remete para um relatório técnico que consiste na elaboração de um plano de Marketing de uma empresa à escolha do aluno, sujeita a aprovação do docente. O outro elemento de avaliação refere-se à elaboração de um teste individual escrito feito num período denominado no Calendário Escolar "período de provas de frequência". Cada um destes elementos tem uma ponderação de 45%, ficando os restantes 10% para a assiduidade, participação e elaboração de trabalhos de casa.*

### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The evaluation of this course is through two written elements required. One element refers to a technical report is to draw up a marketing plan for a company to the student's choice, subject to approval of the teacher. The other element of evaluation refers to the preparation of a written individual test done in a period known as the School Calendar "period of testing frequency." Each of these elements has a weighting of 45% with the remaining 10% for attendance, participation and preparation of homework.*

### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*O ensino é baseado em explicação teórica dos conceitos e análise de casos. A avaliação da unidade curricular assenta num trabalho prático de aplicação dos conceitos de marketing e um teste teórico.*

### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The teaching is based on theoretical explanation of the concepts and case studies. The evaluation of the course is based on practical work for the application of marketing concepts and a theoretical test.*

### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*FREIRE, Adriano (1997) - Estratégia – Casos de Sucesso em Portugal, Lisboa, Editorial Verbo.  
KOTLER, Philip (2000) - Marketing Management – The Millenium Edition, Prentice Hall, New Jersey.  
LAMBIN, Jean-Jacques (2000) - Marketing Estratégico, McGraw Hill.  
LENDREVIE, J. e LINDON, D., DIONÍSIO, P., RODRIGUES, V. (2000) - Mercator 2000, Lisboa, Publicações Dom Quixote.  
LEVITT, T (1986) - Le Marketing Imagination, Free Press, Nova Iorque.  
McDONALD, Malcom (1995) - Marketing Plans, Edições Butterworth-Heinemann, Oxford.  
NUNES, J. Coelho (1988) - Marketing em Portugal – Um Guia de Acção, Texto Editora, Lisboa.  
PIRES, A. (1991) - Marketing, Verbo, Lisboa.  
SCHNAARS, Steven (1991) - Estratégias de Marketing, Edições Diaz de Santos.  
WALKER, O., BOYD, H e LARRECHE, J. (1995) - Marketing Strategy, planning and implementation, Irwin, Boston.*

## **Mapa IX - Estágio / Projecto**

### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Estágio / Projecto*

### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Nuno Goulart Brandão, 4,5H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

N/A

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

N/A

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Esta unidade curricular visa proporcionar aos discentes a aplicação do processo de trabalho técnico-científico, na realização de uma monografia final de Curso que se pode concretizar numa de duas naturezas: Estágio ou Projecto. Na opção Estágio, se o discente já estiver a realizá-lo no decorrer do ano lectivo e se for alusivo à área científica das Ciências da Comunicação. Na opção Projecto, na realização de uma monografia onde se pretende que o discente problematize, apresente uma atitude reflexiva e que sistematize os conhecimentos apreendidos ao longo do 1º Ciclo, numa dada área temática das Ciências da Comunicação em geral e das Relações Públicas e Publicidade em particular, demonstrando competências em pesquisa científica e respectiva redacção, bem como proporcionar-lhe também, a melhor preparação teórica e metodológica, rumo ao 2º ciclo e/ou sua inserção no mercado de trabalho.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*This course aims to provide students the application of the process of scientific-technical work, the completion of a final monograph Course that could be realized in one of two categories: Stage or Project. In Stage option, if the student is already doing it during the school year and for illustrating the scientific field of Communication Sciences. The option project, the completion of a thesis where the student intends to problematize, to submit a reflective and systematize the knowledge learned during the 1st cycle in a given subject field of communication sciences in general and the Public Relations and Advertising in particular, demonstrating skills in scientific research and its wording, and also give you the best preparation theoretical and methodological approach toward the 2nd cycle and / or its insertion in the labor market.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*Esta unidade curricular tem como objectivo principal, a realização de uma monografia final de Curso. Neste contexto, os seus conteúdos programáticos além de versarem noções gerais de comunicação integrada, processo de diagnóstico e estratégia de comunicação, nos seus vários domínios e interesses, gerais e específicos, técnico-científicos das Relações Públicas, Publicidade e Comunicação de Marketing terão, em simultâneo, de ser adaptados em função das opções de escolha dos discentes face às temáticas de interesse propostas para a realização das suas monografias finais de Curso.*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*This course has as main objective the achievement of a final monograph of the Graduation. In this context, their syllabus deal with global notions of integrated communication, diagnostic process and communication strategy, in its various fields and interests, general and specific, scientific-technical Public Relations, Advertising and Marketing Communication will, in simultaneously be adjusted depending on the options of choice for students to face issues of interest proposed to achieve the final monograph of the Graduation.*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*As noções gerais e específicas dos vários domínios técnico-científicos das Relações Públicas, Publicidade e Comunicação de Marketing, traduzidas numa atitude reflexiva de processo de diagnóstico e estratégia assumida de comunicação integrada permitirá que se cumpra, da melhor maneira, os objectivos desta unidade curricular na problematização, sistematização e apresentação de uma monografia final de Curso.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The general and specific notions of the various technical and scientific fields of Public Relations, Advertising and Marketing Communications, translated into an attitude reflective of the diagnostic process and assumed integrated communication strategy that will be fulfilled, the best way, the objectives of this course in problematization, systematization and presentation of a final monograph Course.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A metodologia de avaliação desta unidade curricular será composta por três momentos: proposta de projecto; relatório intercalar; e relatório final (monografia final de Curso). O primeiro e segundo momentos de avaliação valem 20% da nota final (10% cada). O terceiro momento de avaliação terá uma ponderação de 80% da nota final. A sua metodologia pedagógica será no regime de ensino tutorial, no sentido de proporcionar aos discentes o melhor acompanhamento para a problematização, reflexão, sistematização, poder de leitura e escrita técnico-científica das várias fases de entrega (avaliação) face à área e temática de interesse que terá de concretizar na sua monografia final de Curso.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The methodology of evaluation of this course will consist of three phases: project proposal, progress report, and final report (final monograph of course). The first and second moments of assessment worth 20% of final grade (10% each). The third stage of evaluation will have a weighting of 80% of final grade. His teaching methodology is the tutorial system of education, in order to provide students the best accompaniment for the questioning, reflection, organization, power of reading and writing scientific and technical delivery of the various phases (evaluation) towards area and thematic interest that will have to achieve in his final monograph Course.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Tendo em conta os objectivos e conteúdos programáticos desta unidade curricular, a metodologia de ensino seguirá o modelo tutorial, através do acompanhamento do trabalho dos discentes em espaço de aulas, permitindo-lhes o melhor método técnico-científico para conseguirem concretizar as suas monografias finais de Curso, seja na opção Estágio ou Projecto.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Considering the objectives and syllabus of this course, the teaching methodology will follow the tutorial model, by monitoring the work of students in classroom space, allowing them the best method to achieve technical and scientific monographs fulfill its end of course, is the option or Project Stage.*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*AAKER, David (1992), Advertising Management, 4th Edition, New Jersey: Prentice-Hall;  
GRUNIG, James (1984), Managing Public Relations, London: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers;  
HEATH, Robert L. (2001), Handbook of Public Relations, Thousand Oaks;  
KAPFERER, Jean-Noel (2000), A Gestão de Marca – Capital de Empresa, Lisboa: Edições Cetop;  
L'ETANG, Jacquie (2008), Public Relations – Concepts, Practice and Critique, London: Sage Publications;  
LEISS, W.; KLINE, S.; JHALLY, S.; BOTTERILL, J. (2005), Social Communication in Advertising: consumption in the mediated market place, New York: Routledge;  
RIEL, C. Van (1995), Principles of Corporate Communication, Prentice Hall;  
RIEL, C. Van; FOMBRUM, Charles (2007), Essentials of Corporate Communication, Routledge;  
ROSSITER, J.; PERCY, L. (1997), Advertising and Promotion Management, New York: McGraw-Hill;  
TENCH, Ralph; YEOMANS, Liz (2006), Exploring Public Relations, Pearson Education*

**Mapa IX - Fundamentos de Publicidade****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Fundamentos de Publicidade*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Rui Estrela / Pedro Manuel Sarmento e Silva Martins Franco, 3H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*N/A*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Criar bases para o desenvolvimento futuro da profissão absorvendo conhecimentos das terminologias, metodologias, evolução e funcionamento do mercado publicitário.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Creating foundations for the future development of the profession absorbing knowledge of the terminology, methodologies, development and operation of the advertising market.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

- O que é a Publicidade*
- O que está escondido atrás das Marcas – Fundadores*
- O valor das Marcas*



- O que é uma Marca
- Onde vivem as Marcas
- Advocacy
- A Agência de publicidade: A estrutura clássica; A estrutura contemporânea; Os departamentos; As funções
- Canais de comunicação: CRM; On line; Cinema; Rádio; Imprensa; Outdoor; Direct Mail; Product Placement; Patrocinios; TV
- Caso eficácia em Comunicação
- Como se manejam os canais
- O Briefing: Os diferentes tipos de briefing
- O ciclo estratégico
- A Visão do cliente: O Departamento de marketing ; A avaliação da agência.

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- What is Advertising
- What is hidden behind the Brands - Founders
- The Value of Brands
- What is a Brand
- Where to live Brands
- Advocacy
- The Advertising Agency: The structure of classical, contemporary structure, departments, functions
- Communication channels: CRM, On line, Cinema, Radio, Press, Outdoor, Direct Mail, Product Placement, Sponsorship, TV
- If communication effectiveness
- How to manage the channels
- Briefing: Different types of briefing
- The strategic cycle
- The Vision of the client: The Marketing Department, The evaluation of the agency.

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Os alunos absorvem a matéria com entusiasmo, são participativos bastante curiosos. São convidados profissionais de primeira linha do mercado para que de viva voz possam transmitir aos alunos as suas experiências no marketing e comunicação. É exemplo a presença do Director de Comunicação da Samsung Portugal e a responsável pela comunicação on-line de electrónica de consumo.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*The students absorb the material with enthusiasm, are participatory very curious. Are invited top professionals in the market for live voice can convey to students their experiences in marketing and communications. One example is the presence of the Director of Communications for Samsung Portugal and responsible for communicating online consumer electronics.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*50% prova escrita individual  
35% Trabalho prático  
15% Apresentação verbal do trabalho*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*50% written test individual  
Practical work 35%  
15% Verbal presentation of work*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Os alunos têm uma percentagem de aproveitamento considerável.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*Students have a considerable percentage of utilization*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Brochand, Bernard; Lendrevie, Jacques; Rodrigues, Vicente; Dionisio, Pedro, "Publicitor", Publicações D. Quixote, 1999.
- Vários; "Publicidade e Comunicação", Texto Editora, 1994
- Kapferer, Jean-Nöel, "A Gestão de Marcas", Edições Cetop, 2000.
- Ogilvy, David, "Ogilvy on advertising", Prion, 1983
- Mc Quail, Denis, "Teoria da Comunicação de Massas", F.C. Gulbenkian, 2000.

- Hameroff, Eugene, “The Advertising Agency Business”, Mc Graw-Hill, 1998
- Moriarty; Mitchell; Wells, “Advertising. Principles & Practice”, Pearson, 8ª Edição.
- Ogilvy, David, “Confessions of an Advertising Man”, Southbank Publishing, Ed. 2004
- Cruz, João Cardoso, “Introdução ao Estudo da Comunicação”, Instituto, Superior Ciências Sociais e Políticas, 2002
- Apan/Grupo Consultores. A Publicidade que funciona Edição mais actual em 2009.

## Mapa IX - Técnicas de Comunicação de Marketing

### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Técnicas de Comunicação de Marketing*

### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Pedro Manuel Alves Trindade, 3H*

### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Dotar os discentes de uma visão abrangente e integrada sobre o conjunto de técnicas ou ferramentas de comunicação em Marketing*

*Compreender a importância da sinergia das várias técnicas numa perspectiva de estratégia global e integrada de comunicação.*

*Pretende-se, ainda, familiarizar os discentes com os conceitos e instrumentos fundamentais para o desenvolvimento de uma campanha de comunicação, os estudantes deverão ser capazes de:*

- 1) Conhecer e identificar as técnicas/ferramentas de comunicação de Marketing;*
- 2) Identificar a importância da integração das técnicas/ferramentas para a persecução de uma campanha.*
- 3) Criar um plano de comunicação de marketing*

*Promovendo o desenvolvimento de competências, numa perspectiva estratégica e estruturada;*

*Exposição teórica, discussão de grupo, exercícios de planificação.*

### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Provide the students a comprehensive and integrated over the set of techniques or tools of communication in Marketing*

*Understand the importance of the synergy of the various techniques from the perspective of global strategy and integrated communications.*

*The aim is also to familiarize students with the fundamental concepts and tools for developing a communication campaign, the students should be able to:*

- 1) Know and identify the technical / marketing communication tools;*
- 2) Identify the importance of integration of the techniques / tools for the pursuit of a campaign.*
- 3) Create a marketing communications plan*

*Promoting the development of skills, from a strategic perspective and structured;*

*Lectures, group discussion, planning exercises.*

### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*Definições e Conceitos Base*

- 1. Promoções*
- 2. Merchandising*
- 3. Marketing Directo*
- 4. Marketing Relacional*
- 5. CRM*
- 6. Patrocínio*
- 7. Mecenato*
- 8. Feiras*
- 9. Eventos*

### 6.2.1.5. Syllabus:

*Definitions and Basic Concepts*

- 1. Promotions*

2. Merchandising
3. Direct Marketing
4. Relationship Marketing
5. CRM
6. Sponsorship
7. Patronage
8. Fairs
9. Events

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*As aulas serão desenvolvidas num contexto dialogante, com o docente a estimular o sentido crítico e a capacidade de raciocínio dos alunos. As aulas serão suportadas, sempre que possível, com casos práticos actuais.*

*Os conteúdos programáticos seleccionados são aqueles que transmitem uma visão global e interactiva das temáticas que compõem a área da comunicação de marketing privilegiando a relação entre o marketing de uma organização e a agência, agentes envolvidos no processo tradicional.*

*As notícias e dados considerados relevantes para a economia, a gestão, os media e a comunicação em geral serão analisadas no decurso das aulas pelos estudantes com a supervisão e apoio do docente.*

*É essencial que os alunos se mantenham informados e atentos às notícias de forma generalizada e dos media e da comunicação em particular, numa postura pró-activa, para que o processo de aprendizagem envolva a participação activa de todos os estudantes.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*Classes will be developed in a dialogic context, with the teacher to stimulate critical sense and reasoning ability of students. Classes will be supported, whenever possible, with current case studies.*

*The program contents selected are those that convey a comprehensive and interactive themes that comprise the area of marketing communications focusing on the relationship between an organization and marketing agency, involved in the traditional process.*

*The news and information considered relevant to the economy, management, media and communication in general will be discussed during classes by students with teacher supervision and support.*

*It is essential that students are kept informed and attentive to the news across the board and media and communication in particular, a pro-active so that the learning process involving the active participation of all students.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*A avaliação proceder-se-á de acordo com os seguintes princípios, de acordo e nos termos do disposto no Regulamento de Avaliação de Conhecimentos em vigor no Instituto Superior de Novas Profissões:*

*Serão realizados três momentos de avaliação. Dois trabalhos de grupo e uma frequência no âmbito da avaliação contínua.*

*A nota final em, regime de avaliação contínua será o resultado da seguinte ponderação*

*Nota final = (Frequência) x 50% + (Trabalho 1) x 25% + (Trabalho 2) x 25% 4*

*Em regime de exame final, a nota final a atribuir ao aluno corresponde à nota obtida no respectivo exame final.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*The evaluation will be undertaken in accordance with the following principles in accordance and pursuant to Regulation Assessment of Knowledge in force at the Higher Institute of New Professions:*

*Will be performed three times of assessment. Two work groups and a frequency within the continuous assessment.*

*A final note on, continuous assessment regime will be the result of the following weighting*

*Final Grade = (frequency) x 50% + (Paper 1) x 25% + (Paper 2) x 25% 4*

*Under the final exam, the final grade to be awarded to the student matches the grade obtained in their final exam*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*A utilização de um conjunto metodologias activas bem como a utilização de papéis “em público” decorrentes da utilização de métodos activos, através da apresentação de trabalhos em sala, garante uma mais eficaz e fácil aprendizagem. A concretização de trabalhos de grupo, com casos reais, de cariz eminentemente prático, favorece a aprendizagem. A solicitação de trabalhos de cariz científico garante por sua vez o progresso da comunicação oral e escrita e a promoção de uma atitude investigadora e de crítica académica. A dinâmica colectiva gerada, pelos trabalhos de grupo, permite fundamentar e avaliar o nível das aptidões relacionais dos*

*discentes, desenvolvendo concomitantemente as suas competências o que lhes permitirá, em contexto profissional, a articulação de conceitos teórico-práticos.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*The use of an active set methods and the use of paper "in public" from the use of active methods, through the presentation of papers in class, ensures a more effective and easy to learn. The implementation of group work with real cases, the eminently practical, favors learning. The application-oriented scientific work in turn ensures the progress of oral and written communication and promoting a critical attitude and academic researcher. The collective dynamics generated by group work, support and allows to assess the level of interpersonal skills of students, while also developing their skills to enable them to in a professional context, the articulation of theoretical and practical concepts.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Dionísio, P., et al. (2010) "Publicitor Comunicação 360° online - offline", Publicações D. Quixote, Lisboa*  
*Beirolas, Mário e Almeida, Rui, (1996) "Merchandising", Texto Editora;*  
*Bird, Drayton, (1991) "Bom Senso em Marketing Directo", McGrawHill;*  
*Buttle, Francis, (1998) "Customer RelationShip Management Concepts and Tools", Elsevier Butterworth Heineman;*  
*Brito, Pedro Quelhas, (2000) "Como Fazer Promoção de Vendas", McGraw-Hill;*  
*Broderik, Amanda, (2005) "Integrated Marketing Communications", Prentice Hall;*  
*Cardoso, José, (2003) "Gerir Patrocínios com Sucesso", Edições Sílabo;*  
*Castro, João Pinto, (2002) "Comunicação de Marketing", Edições Sílabo Gestão;*  
*Peppers, Don e Rogers, Martha, (2001) "CRM Series Marketing 1 to 1", 2ª Edição Revista e Ampliada, Peppers & Rogers Group;*  
*Peppers, Don & Rogers, Martha, (1999) "Enterprise One to One", Doubleday Dell Publishing Group;*  
*Viegas, Márcia, (2000) "Marketing de Feiras", Edições Sílabo.*

### Mapa IX - Estratégias de Publicidade

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Estratégias de Publicidade*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Rui Estrela / Pedro Diogo Vaz, 3H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Conhecer as diversas etapas e métodos de desenho da estratégia e criação em publicidade;*  
*Conhecer e desenvolver competências de pensamento estratégico em publicidade, suas particularidades e abordagens conceptuais;*  
*Conhecer as estratégias publicitárias mais comumente utilizadas na história da publicidade, identificando as diferentes tipologias, caracterizando-as de acordo com os objectivos a que se propõem;*  
*Desenvolver a construção do eixo estratégico de diferenciação na campanha publicitária, assegurando a correcta abordagem à construção do briefing estratégico em publicidade*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*Learn the different steps and methods of designing the strategy and creation of advertising;*  
*Understand and develop skills in strategic thinking in advertising, its peculiarities and conceptual approaches;*  
*Knowing the advertising strategies most commonly used in advertising history, identifying the different types, characterizing them according to the objectives of their proposal;*  
*Develop the construction of the strategic axis of differentiation in the campaign, ensuring the correct approach to the construction of a strategic briefing on advertising*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*Planeamento estratégico em publicidade*  
*Insight como pensamento do consumidor: Mensagem Publicitária; Eixo; Tom; Proposição.*

*Estratégias de Publicidade e articulação com outras ferramentas de marketing*  
*Ferramentas e metodologias estratégicas de publicidade*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*Strategic planning in advertising*

*Insight as a consumer thinking: Post Advertising, Axis, Tom; Proposition.*

*Advertising strategies and coordination with other marketing tools*

*Tools and methodologies strategic advertising.*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*O conhecimento das fases do processo de planeamento estratégico permite o conhecimento e domínio das diferentes ferramentas que permitem ao discente dominar as diferentes etapas da criação da estratégia em geral, e em publicidade em particular.*

*O conhecimento das diferentes estratégias recorrentemente utilizadas em publicidade permitirá o conhecimento das abordagens teórico-práticas utilizadas na indústria, permitindo em simultâneo identificar períodos históricos e a sua relação com os diferentes contextos sócio-culturais.*

*O enfoque na criação do insight pretende apresentar aos discentes o objectivo último da estratégia de publicidade, enquanto elemento inspirador da criatividade e basilar para a identificação dos eixos de diferenciação em que a mensagem publicitária se deve apoiar.*

*Os conteúdos sistematizados visam conduzir à capacidade de construção da formulação estratégica da mensagem publicitária em ambiente profissional, dando capacidades teórico-práticas aos discentes.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*The knowledge of phases of the strategic planning process allows the knowledge and mastery of different tools that allow students to master the different steps of creating the strategy in general and advertising in particular.*

*The knowledge of the different strategies used in advertising repeatedly let the knowledge of theoretical and practical approaches used in industry while allowing to identify historical periods and their relationship with different socio-cultural contexts.*

*The focus on the creation of insight to students planning to present the ultimate objective of advertising strategy as an element of creativity and inspiration for the identification of the basic axes of differentiation in which the advertising message should be supported.*

*The contents of this systematic way intended to lead to capacity building for strategic formulation of the advertising message in a professional environment, providing theoretical and practical skills to students*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Recorrer-se-á a diversos métodos pedagógicos ao longo do período lectivo:*

- *Apresentação de casos e resolução conjunta em sala de aula, com apresentação e crítica conjunta;*
- *Classes expositivas – para consolidação dos fundamentos teóricos associados aos diferentes conteúdos programáticos*
- *Palestras com profissionais convidados – no sentido de permitir uma aproximação dos alunos à realidade empresarial e de gestão das Marcas*

*Em termos de metodologias de avaliação recorrer-se-á a:*

- *Frequência individual - para aferição da necessária apreensão dos conteúdos programáticos*
- *Desenvolvimento de Trabalho Grupo – para recriação do processo de construção colectiva, própria do contexto profissional da publicidade*
- *Apresentação pessoal do trabalho Grupo – para desenvolvimento e aferição de competências pessoais de comunicação e exposição, centrais na veiculação das ideias centrais em publicidade*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Will be use a variety of teaching methods along the semester:*

- *Presentation of cases and joint resolution in the classroom, together with presentation and critique;*
- *Classes Lectures - for consolidation of the theoretical underpinnings associated with different syllabuses*
- *Lectures with invited professionals - to allow an approximation to the reality of students and business management of Brands*

*In terms of methods for assessing use will be to:*

- *Frequency individual - to measure the necessary understanding of the syllabus*
- *Development Working Group - to recreate the process of building collective's own professional context of advertising*
- *Personal presentation of the work group - to develop and assess the personal skills of communication and exposure, the central placement of the central ideas in advertising*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Considerando a especificidade da indústria publicitária, torna-se central o contacto direto com casos reais de publicidade, que permita desde o corrente nível de ensino a conhecimento dos desafios e dos*

*constrangimentos da indústria. Assim, as metodologias utilizadas – em particular a análise de casos e o convite a profissionais do sector para partilharem casos reais com os alunos – visam permitir essa aproximação entre a instituição de ensino e o mercado de trabalho.*

*As aulas expositivas e a discussão em grupo sobre os casos visam essencialmente a veiculação dos fundamentos teóricos associados aos diferentes módulos programáticos leccionados, contribuindo assim para uma abordagem teórico-prática considerada adequada face aos temas da disciplina.*

*Existe – transversalmente a todos os conteúdos programáticos – uma explícita intenção motivacional na metodologia utilizada, permitindo motivar os alunos para a área programática, tornando mais acessível a interiorização dos conteúdos programáticos por via comportamental.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Considering the specificity of the advertising industry, becomes central direct contact with real cases of advertising, since that allows the current level of education the knowledge of the challenges and constraints of the industry. Thus, the methodologies used - in particular the analysis of cases and invite industry professionals to share with students real cases - are intended to enable the integration between the educational institution and the labor market.*

*The lectures and discussion groups about the cases are essentially aimed at the placement of the theoretical underpinnings associated with the different modules taught programming, thereby contributing to a theoretical-practical subjects deemed appropriate as face discipline.*

*There - across all syllabus - an explicit intention motivating the methodology used, allowing motivate students to program area, making it more accessible to internalization of the syllabus by behavioral.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*BRODERICK, Amanda, "Integrated marketing Communications", Prentice Hall, 2005*

*CASTRO, João Pinto, "Comunicação de Marketing", Ed Sílabogestão, 2002*

*DIONISIO, Pedro, RODRIGUES, Vicente et al, "Publicitor 360º", Dom Quixote, 2010*

*DREWNIAKY, Bonnie L., JEWLER, A. Jerome, "Creative Strategy in Advertising", 10th edition, Wadsworth Cengage Learning, 2010*

*MORIARTY, Mitchell Wells, "Advertising. Principles & Practice", Pearson, 8ª Edição*

*OGILVY, David, "Confessions of an Advertising Man", Southbank Publishing, 2004*

*OGILVY, David, "Ogilvy on advertising", Prion, 1983*

*TZU, Sun, "A arte da Guerra", texto Editores, 2011.*

### **Mapa IX - Psicologia**

#### **6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Psicologia*

#### **6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Rute Brites, 3H*

#### **6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

#### **6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

*N/A*

#### **6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*O programa desta cadeira visa proporcionar aos alunos a aprendizagem dos:*

*principais conceitos e teorias do funcionamento psicológico individual;*

*modelos teóricos explicativos dos processos de interacção social, nos diferentes níveis de análise;*

*métodos de observação e de análise dos comportamentos humanos em contexto interpessoal e grupal, com relevância para actividade profissional*

#### **6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*The program of this course aims to provide students' learning:*

*main concepts to theories of individual psychological functioning;*

*theoretical models of the processes of social interaction at different levels of analysis;*

*methods of observation and analysis of human behaviors in interpersonal and group context, relevant to work.*

#### **6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*I. INTRODUÇÃO*

*A psicologia como ciência no contexto das ciências sociais*

*Métodos de investigação em psicologia*

*Breve história*

*Áreas de aplicação*

## **II. TEORIAS DO FUNCIONAMENTO PSICOLÓGICO INDIVIDUAL**

*A percepção como processo de interpretação de estímulos sensoriais*

*Teorias da aprendizagem: Condicionamento Clássico; Condicionamento Operante; Aprendizagem por Observação*

*Motivação: definição e delimitação do conceito; teorias da motivação*

*Teorias da personalidade: a construção da identidade pessoal*

*Inteligência: definição e delimitação do conceito*

## **III. TEORIAS DOS PROCESSOS DE INTERAÇÃO SOCIAL**

*Percepção de pessoas e sociabilidade: Formação de impressões; Atracção interpessoal*

*Atitudes: Conceito; Formação e Mudança de Atitudes; Medição das Atitudes*

*Processos de Influência Social: normalização, conformismo e obediência e inovação*

*Identidade e Relações Intergrupais: teoria da identidade social*

*O funcionamento dos pequenos grupos - estruturas e processos*

### **6.2.1.5. Syllabus:**

#### **I. INTRODUCTION**

*Psychology as science in the context of the social sciences*

*Research methods in psychology*

*Brief history*

*Areas of application*

#### **II. INDIVIDUAL PSYCHOLOGICAL THEORIES OF OPERATION**

*The perception as a process of interpretation of sensory stimuli*

*Theories of Learning: Classical Conditioning, Operant Conditioning, Learning by Observation*

*Motivation: definition and delimitation of the concept, theories of motivation*

*Theories of personality: the construction of personal identity*

*Intelligence: definition and delimitation of the concept*

#### **III. THEORIES OF SOCIAL INTERACTION PROCESSES**

*Perception of people and sociability: Forming impressions; Interpersonal Attraction*

*Attitudes: Concept, Training and Attitudinal Change, Measurement of Attitudes*

*Processes of Social Influence: standardization, conformity and obedience and innovation*

*Identity and intergroup relations: social identity theory*

*The functioning of small groups - structures and processes*

### **6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Os alunos manifestaram curiosidade e interesse pessoal e profissional pelos tópicos do programa abordados no decorrer do módulo e participaram activamente colocando questões relevantes acerca dos mesmos, com o objectivo de clarificar conceitos e adquirir instrumentos que lhes permita aumentar a eficácia na interacção social.*

### **6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Students expressed curiosity and personal and professional interest in the topics discussed during the program module and participated actively putting relevant questions about them, in order to clarify concepts and acquire tools that enable them to improve efficiency in social interaction.*

### **6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*De acordo com o Regulamento do INP, a avaliação dos alunos integra três momentos:*

*a) através da realização de um trabalho de grupo sobre um dos tópicos do programa (30%); b) através da realização de uma prova individual escrita (60%) e c) através de um trabalho individual e da participação dos alunos em trabalhos nas aulas (10%).*

### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*According to the Regulation of INP, student assessment includes three moments:*

*a) by performing a work group on one of the topics of the program (30%), b) by making a written individual test (60%) and c) through individual work and student participation in the work classes (10%).*

### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Dada a natureza da cadeira, foram utilizados os métodos expositivos, interrogativo e de resolução de problemas, com recurso a exercícios.*

*Para além do referido no ponto 5, os alunos desenvolveram, com sucesso, trabalhos de grupo no âmbito do programa que contribuíram para a aprendizagem de conceitos e de métodos de observação e de análise do comportamento humano, com relevância para a prática profissional.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*Given the nature of the chair were used expository methods, questioning and problem-solving, using exercises.*

*Apart from the above point 5, the students developed successfully, group work within the program that contributed to the learning of concepts and methods of observation and analysis of human behavior, relevant to professional practice.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Gleitman, H. et al (2003). Psicologia. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. (orig. 1993).  
Leyens, J.Ph; Yzerbyt, V. (1999). Psicologia Social, Lisboa: Ed. 70  
Vala, J. e Monteiro, M.B. (eds.) (2002). Psicologia Social, Lisboa: Fund. Calouste Gulbenkian  
Braunstein, J.F. & Pewzner, E. (2003). História da Psicologia. Lisboa: Instituto Piaget.  
Candeias, A. A. (2008). Inteligência Social, O que é? E como avaliar? F.C. Gulbenkian  
Feldman, Robert S; (2001). Compreender a Psicologia", Lisboa, McGraw Hill  
Jesuino, J. C. (1994). O que é a Psicologia. Lisboa: Difusão Cultural.  
Richard, Michel (2001). As correntes da Psicologia: Inst. Piaget*

### Mapa IX - Metodologias de Investigação Científica

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Metodologias de Investigação Científica*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Custódia do Sacramento Ferro Costa, 1,5H*

#### 6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*N/A*

#### 6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

*N/A*

#### 6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*No final da UC os alunos devem:  
conhecer as diferentes perspectivas da investigação em Ciências Sociais;  
saber como executar o processo clássico de investigação em Ciências Sociais ;  
conhecer a utilização dos métodos de recolha e análise de dados mais relevantes;  
saber interpretar resultados na relação com a dimensão teórica e da sua problemática;  
ter construído um projecto de investigação.*

#### 6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*At the end of UC students must:  
know the different perspectives of research in Social Sciences;  
know how to perform the classic process of research in Social Sciences;  
know the use of methods of collecting and analyzing data more relevant;  
know how to interpret results in relation to the theoretical dimension and its problems;  
have built a research project.*

#### 6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*1. Questões gerais  
1.1. Ciência e conhecimento  
1.2. O conhecimento científico  
1.3. Ciências humanas. Ciências sociais  
1.4. Tipologias de Investigação  
2. A investigação em ciências sociais. Trabalhos académicos  
3. Metodologia de investigação científica. Etapas da investigação  
3.1. O sujeito, o real e o saber; do tema ao esboço do problema  
3.2. Revisão da literatura  
3.3. Formulação do problema e da hipótese*



- 3.4.Recolha de dados secundários e criação de dados primários
- 3.5.Tratamento da informação; as técnicas quantitativas e qualitativas
- 3.6.Verificação rumo à síntese científica; reflexão crítica
- 3.7.O relatório de investigação

#### 6.2.1.5. Syllabus:

- 1. general questions
  - 1.1. Science and knowledge
  - 1.2. Scientific knowledge
  - 1.3. Humanities. social science
  - 1.4. Types of Research
- 2. The social science research. academic work
- 3. Methodology of scientific research. Stages of research
  - 3.1. The subject, the real and knowledge; theme to outline the problem
  - 3.2. Review of literature
  - 3.3. Problem formulation and hypothesis
  - 3.4. Collection of secondary data and primary data creation
  - 3.5. Information processing, the quantitative and qualitative techniques
  - 3.6. Verification towards scientific synthesis, critical reflection
  - 3.7. The research report

#### 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.

*Objectivos a., b. tópicos 1 e 2; objectivos c., d. e e. tópico 3.*

#### 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.

*Objectives., B. threads 1 and 2, c objectives., d. and e. Topic 3.*

#### 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*A avaliação será realizada com base nos seguintes elementos e ponderações:*

*2 Trabalhos: 45%;*

*Assiduidade e participação nas aulas: 10%;*

*Frequência 45%.*

#### 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*The evaluation will be based on the following factors and weights:*

*2 Jobs: 45%;*

*Attendance and class participation: 10%;*

*45% frequency*

#### 6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Avaliam-se conhecimentos teóricos em frequência e os conhecimentos práticos em trabalhos, um dos quais é um projecto de investigação.*

#### 6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

*The theoretical knowledge is evaluated in an individual written test. The practical knowledge is evaluated in practical work, one of which is a research project.*

#### 6.2.1.9. Bibliografia principal:

*DESHAIS, Bruno - Metodologia da Investigação em Ciências Humanas. Lisboa: Instituto Piaget, 1997*

*TORRES, Adelino - Novos elementos do Método no Estudo. 4ª ed. Lisboa: Vega, 2000*

*SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos F.; LUCIO, Pilar Baptista - Metodologia de Pesquisa. 3ª ed. São Paulo: Mc Graw Hill, 2006*

### Mapa IX - Fundamentos de Relações Públicas

#### 6.2.1.1. Unidade curricular:

*Fundamentos de Relações Públicas*

#### 6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Susana Maria de Carvalho Carreira Fernandes de Spínola, 3H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***N/A***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***N/A***6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Conduzir os discentes para:**Uma estruturação correcta dos conceitos de base das RP;**Entenderem a diversidade e abrangência da área de R.P.;**Posicionarem a sua visão segundo uma lógica integrada das práticas nacionais com a referência europeia, salvaguardando especificidades;**A consciência do exercício ético da profissão.**O desenvolvimento de capacidades reflexivas e análise crítica;**O desenvolvimento de capacidades de expressão escrita e oral.***6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***Lead the students to:**A correct structure of the basic concepts of the PR;**Understand the diversity and breadth of the area of PR;**Positioning your vision according to a logic integrated practices with European reference to specific safeguarding;**Awareness of the ethical exercise of the profession.**The development of reflective capacities and critical analysis;**Capacity development of oral and written expression.***6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***Definição, Valor Conceptual e Áreas das Relações Públicas**Modelos de Relações Públicas**Relações Públicas em Portugal**Relações Públicas Europeias**Instrumentos das Relações Públicas**Ética e Deontologia das Relações Públicas**Novas Tendências de Relações Públicas***6.2.1.5. Syllabus:***Definition, Conceptual Value Areas and Public Relations**Models of Public Relations**Public Relations in Portugal**European Public Relations**Tools of Public Relations**Ethics of Public Relations**New Trends in Public Relations***6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Sendo uma u.c. estruturante quanto ao estudo das teorias que enquadram as relações públicas e visando capacitar os discentes de uma visão global, profunda e actualizada destas, os conteúdos programáticos passam por apresentar as principais teorias desta disciplina científica através de textos e obras chaves que estimulem o sentido de análise crítica e síntese dos discentes levando-os a processos de identificação das grandes correntes teóricas, bem como à capacidade de reflectir sobre questões éticas e deontológicas da área e ainda perspectivando linhas de tendências futuras suportadas em estudos internacionais e europeus.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*This course is the structural study of the theories that frame public relations and aiming to train students for a global vision, depth and updated. The syllabus present the main theories of this scientific discipline through key texts and works that stimulate the sense of analysis and critical synthesis of the students taking them to processes of identification of the major theoretical perspectives as well as the ability to reflect on ethical issues in the area and also looking ahead to future trends lines supported by international and European studies.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Sendo uma u.c. classificada como teórica, a metodologia pedagógica utilizada passa por classes magistrais, leitura, síntese e comentário de textos de referência e estudos científicos e respectiva apresentação pelos discentes em espaço de sala de aula.*

**Metodologia de avaliação:**

*A avaliação da u.c. está subordinada ao Regulamento do Regime de avaliação definido para o 1º. Ciclo de Estudos – cursos de licenciatura, no INP.*

*A avaliação contínua será composta por:*

- *Um teste de avaliação de conhecimentos, com duração de 90 minutos, Ponderação será de 50% face à nota final. A elaboração do teste terá em consideração a metodologia pedagógica aplicada;*
- *Um paper individual, com ponderação de 30% da nota final.*
- *Um trabalho de grupo, apresentado em sala de aula, orientado com base numa temática / corrente teórica e suportado por textos de referência, com ponderação de 20% da nota final.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*this course is classified as theoretical, the pedagogical methodology is used for master classes, reading, synthesis and review of reference texts and scientific research and its presentation by the students in the classroom space.*

**Evaluation Methodology:**

*The evaluation of u.c. is subject to the Regulation of assessment set for scheme # 1. Cycle studies - undergraduate courses, the INP.*

*Continuous assessment will consist of:*

- *A knowledge assessment test, lasting 90 minutes, 50% weighting will be given the final grade. The preparation of the test will take into account the educational methodology applied;*
- *A single paper, with weighting of 30% of final grade.*
- *A working group, presented in the classroom, guided on the basis of thematic / theoretical current and supported by reference texts, with a weighting of 20% of final grade.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Sendo um dos objectivos da u.c. a capacitação dos discentes para a reflexão e análise crítica, bem como para expressão oral e escrita dá-se relevância em termos de metodologias pedagógicas e de avaliação a momentos onde essa capacitação seja exercida e avaliada.*

*A apresentação das teorias das relações públicas é, num primeiro momento expressa através de aulas magistrais, leituras e comentário de textos de referência e num segundo momento, através da apresentação pelos discentes em sala de aula do resultado das suas leituras pessoais, sugeridas pelo docente, permitindo desse modo avaliar a sua capacidade de identificar as principais correntes teóricas da área, reflectir sobre questões éticas e deontológicas e ainda perspectivar linhas de tendências futuras.*

**6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*One of the objectives of this course is the training of students for reflection and critical analysis as well as oral and written expression takes place relevance in terms of teaching methods and evaluation moments where this training is carried out and evaluated.*

*The presentation of the theories of public relations is, at first expressed through master classes, readings and commentary of reference texts and a second time, through the presentation by students in the classroom of the result of their personal readings, suggested by the teacher, thereby allowing them to evaluate their ability to identify the principal theories of the area, reflect on ethical issues and still look to the future trend lines*

**6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*BERNAYS, Edward L. (1952) Public Relations, Norman: University of Oklahoma Press*  
*BOTAN, C., HAZLETON, V., eds. (2006) Public Relations Theory II, New Jersey: Routledge*  
*CUTLIP, Scott M. et al. (1994) Effective Public Relations, 7th ed., New Jersey: Prentice Hall International Editions*  
*GONÇALVES, Gisela (2010) Introdução à Teoria das Relações Públicas. Porto: Porto Editora*  
*GRUNIG, James e HUNT, Todd (1984) Managing Public Relations, Orlando: HBJ*

**Mapa IX - Estratégias de Relações Públicas****6.2.1.1. Unidade curricular:**

*Estratégias de Relações Públicas*

**6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):**

*Susana Maria de Carvalho Carreira Fernandes de Spínola, 3H*

**6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*N/A*

**6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:**

N/A

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Conduzir os discentes para:*

*O entendimento do processo de trabalho em Relações Públicas;*

*Uma definição dos elementos estratégicos de referência;*

*A percepção dos diversos níveis de actuação: estratégico, tático, operacional*

*O desenvolvimento de capacidades reflexivas e análise crítica;*

*O desenvolvimento de capacidades de expressão escrita e oral.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Lead the students to:*

*Understanding the process of work in Public Relations;*

*A definition of the strategic elements of reference;*

*The perception of the different levels of activity: strategic, tactical, operational*

*The development of reflective capacities and critical analysis;*

*Capacity development of oral and written expression.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1.O estudo da identidade e cultura organizacional como uma área estratégias de trabalho em RP: os conceitos de J-N Kapferer e Aaekeer*

*2.Imagem e Representações Sociais*

*3.Opinião Pública e segmentação de públicos*

*4.A responsabilidade social como área estratégica de trabalho das RP*

*5.Processo de Trabalho em RP: Investigação, Acção, Comunicação, Avaliação*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1. The study of organizational identity and culture as an area of work in PR strategies: the concepts of JN Kapferer and Aaekeer*

*2. Image and Social Representations*

*3. Public Opinion and segmentation of audiences*

*4. Social responsibility as a strategic area of work of RP*

*5. Work Process PR: Research, Action, Communication, Evaluation*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Sendo objectivo primordial desta u.c. capacitar os discentes para as noções de estratégia em relações públicas importa definir o que são as áreas estratégicas de trabalho desta disciplina científica. Assim, o estudo do conceito de identidade e cultura organizacional, o estudo dos públicos, imagem e representações sociais e o estudo dos conceitos de ética empresarial assumem-se aqui como áreas estratégicas de referência nas relações públicas.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*Since the primary objective of this u.c. empower students to the concepts of public relations strategy is important to define what are the strategic areas of work of this scientific discipline. Thus, the study of identity and organizational culture, the study of public image and social representations and the study of the concepts of business ethics are assumed here as a reference in strategic areas of public relations.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Metodologia Pedagógica:*

*Classes magistrais; Leitura e comentário de textos de autores de referência; Apresentação de casos de estudo; Trabalhos de síntese*

*Apresentações dos discentes.*

*Metodologia de avaliação*

*A avaliação da u.c. está subordinada ao Regulamento do Regime de avaliação definido para o 1º. Ciclo de Estudos – cursos de licenciatura, no INP.*

*A avaliação contínua será composta por:*

*- Um teste de avaliação de conhecimentos, com duração de 90 minutos, Ponderação será de 60% face à nota final. A elaboração do teste terá em consideração a metodologia pedagógica aplicada;*

*- Um trabalho escrito, de grupo, com ponderação de 20% da nota final.*

*- Uma apresentação oral de grupo, com base no trabalho escrito, com ponderação de 20% da nota final.*

**6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):***Teaching Methodology:**Master classes, reading and commenting on texts of major authors, presentation of case studies, work summary**Presentations of the students.**Evaluation Methodology**The evaluation of u.c. is subject to the Regulation of assessment set for scheme # 1. Cycle studies - undergraduate courses, the INP.**Continuous assessment will consist of:*

- *A knowledge assessment test, lasting 90 minutes, 60% weighting will be given the final grade. The preparation of the test will take into account the educational methodology applied;*
- *A written work, group, with weighting of 20% of final grade.*
- *A group oral presentation, based on written work, with a weighting of 20% of final grade.*

**6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.***Sendo objectivos da u.c. a capacitação dos discentes para a reflexão e análise crítica, bem como para expressão oral e escrita dá-se relevância em termos de metodologias pedagógicas e de avaliação a momentos onde essa capacitação seja exercida e avaliada.**O exercício crítico quanto às áreas estratégicas das relações públicas é num primeiro momento expresso através de aulas magistrais, leituras e comentário de textos de referência e análise de casos e num segundo momento, através do desenvolvimento de trabalho empírico, sendo que esse exercício tem expressão em termos de avaliação.***6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.***As targets of this course, the training of students for reflection and critical analysis as well as oral and written expression takes place relevance in terms of teaching methods and evaluation moments where this training is carried out and evaluated.**Exercise critical of the strategic areas of public relations is initially expressed through master classes, readings and commentary of reference texts and case analysis and a second time, through the development of empirical work, and this year is expressed in under evaluation.***6.2.1.9. Bibliografia principal:***AAKER, David A. (1996). Building Strong Brands, Free Press**BERNAYS, Edward L. (1952). Public Relations, Norman: University of Oklahoma P.**CARVALHO, Susana (2007). O Papel das Relações Públicas nas Organizações: Sistematização de Áreas Estratégicas e Operacionais de Trabalho, 5º SOPCOM, Braga, Junho de 2007**CUTLIP, Scott M et al. (1994). Effective Public Relations, 7th ed., New Jersey: Prentice Hall International Editions**GRUNIG, James e HUNT, Todd (1984). Managing Public Relations, Orlando: HBJ**HEATH, Robert L. (2001). Handbook of Public Relations, Thousand Oaks**KAPFERER, Jean-Noël (2001). Strategic Brand Management, Kogan Page**PAVLICK, J. (1987). Public Relations: What Research Tells Us, London: Sage**VAN RULER, B., VERCIC, D., BUTSCHI, G and FLODIN, B (2004). A first look for parameters of public relations in Europe, J. of Public Relations Research, 16(1)**WILCOX, Dennis L. et al. (2001). Rel. Públicas. Estratégias y Tácticas, 6ª.ed., Madrid: Pearson Educación.***Mapa IX - Reputação e Responsabilidade Social****6.2.1.1. Unidade curricular:***Reputação e Responsabilidade Social***6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):***Susana Maria de Carvalho Carreira Fernandes de Spínola, 1,5H***6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***N/A***6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:***N/A*

**6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Conduzir os discentes para:*

*O conhecimento dos conceitos de identidade e imagem;  
A ideia de reputação e sua comunicação;  
A noção das organizações como sistemas socialmente responsáveis;  
A noção da RSE como elemento identitário das organizações;  
A capacidade de decomposição da RSE nos seus diferentes elementos;  
Consolidação de capacidades de expressão escrita e oral;  
Consolidação de capacidade de análise crítica.*

**6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Lead the students to:*

*The knowledge of the concepts of identity and image;  
The idea of reputation and communication;  
The notion of socially responsible organizations as systems;  
The notion of CSR as an element of identity of the organizations;  
The ability of decomposition of CSR its various components;  
Consolidation of capacities of written and oral expression;  
Consolidation of capacity for critical analysis.*

**6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**

*1. Identidade, Imagem, Reputação e Comunicação Estratégica  
2. Controle Social  
3. Conceitos de Responsabilidade Social das Organizações  
4. Qualidade  
5. Transparência  
6. Responsabilidade Ambiental  
7. Responsabilidade Social de Comunicar*

**6.2.1.5. Syllabus:**

*1. Identity, Image, Reputation and Strategic Communication  
2. Social Control  
3. Concepts of Corporate Social Responsibility  
4. quality  
5. transparency  
6. Environmental Responsibility  
7. Social Responsibility Report*

**6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*Esta é uma u.c. de sexto semestre e como tal incorpora nos seus objectivos a consolidação de conhecimentos e capacidades já adquiridas anteriormente, como sejam os conceitos de identidade e imagem e o conceito de comunicação, a capacidade de análise crítica e de expressão oral e escrita integrando e aplicando esse conhecimentos e capacidades a novas situações e enquadramentos como sejam os conceitos de responsabilidade social organizacional, controle social, transparência ou responsabilidade ambiental. No fundo, visa-se que os discentes produzam a integração de novos conteúdos programáticos nos conhecimentos já por eles adquiridos dando assim um corpo mais robusto à sua capacidade de análise crítica e reflexiva.*

**6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*This is a course of the sixth semester and as such incorporates the objective to consolidate knowledge and skills already acquired earlier, such as the concepts of identity and image and concept of communication, the ability of critical analysis and oral and written expression, integrating and applying that knowledge and skills to new situations and frameworks such as the concepts of organizational social responsibility, social control, transparency and environmental responsibility. Basically, the aim is that the students produce the integration of new program content in the knowledge they have acquired thus a more robust body of their capacity for critical analysis and reflective.*

**6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Ensino teórico (T), com recurso à exposição de temas predefinidos pelo docente, relevantes no âmbito do conteúdo programático e apresentados pelos discentes individualmente ou em grupo, seguido de discussão e síntese.*

*A avaliação da u.c. está subordinada ao Regime de avaliação definido para o 1.º Ciclo de Estudos – cursos de licenciatura, no INP.*

*A avaliação continua será composta por:*

- Um teste de avaliação de conhecimentos - ponderação de 50% face à nota final*
- Um trabalho individual sobre Reputação e/ou Responsabilidade Social apresentado através de blog criado*

*para o efeito. A avaliação recairá sobre o portefólio com 7 dos post publicados, escolhidos pelo aluno a entregar em formato impresso no final do semestre, bem como com o ritmo e actualidade do blog - ponderação de 30% da nota final.*

*- Trabalho de grupo: pesquisa temática, preparação e apresentação na aula de um tema previamente acordado com o docente (20%).*

#### **6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*Theoretical (T), using the exposure of predefined themes by the teacher, under the relevant syllabus and presented by students individually or in groups, followed by discussion and synthesis.*

*The evaluation of u.c. Scheme is subject to the evaluation set to 1. th cycle of studies - undergraduate courses, the INP.*

*The continuous assessment will consist of:*

*- A knowledge assessment test - 50% weighting in the face of the final grade*

*- An individual working on reputation and / or Social Responsibility presented through blog created for this purpose. The evaluation will be on the portfolio with 7 published the post, chosen by the student to hand in printed format at the end of the semester, as well as the rate and timeliness of the blog - weighting 30% of the final grade.*

*- Group work: thematic research, preparation and presentation in class on a topic agreed with the teacher (20%).*

#### **6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Para além de uma metodologia de avaliação com elementos clássicos, como seja o teste escrito é introduzida nesta u.c. uma nova modalidade de avaliação que passa pelo uso dos novos media – a construção de um blog. Este elemento de avaliação contém em si mesmo uma faceta pedagógica já que permite que os discentes assumam posições públicas no universo da responsabilidade social das organizações, concretizando desta forma a sua própria responsabilidade enquanto cidadãos activos e divulgando conhecimentos à comunidade. Essa faceta pedagógica deste elemento de avaliação é concretizada também porque este é ponto de partida para a construção de um portefólio, o que implica um processo de auto-avaliação. Deste modo, atingem-se assim os objectivos quer de consolidação de capacidades de análise crítica, quer de expressão escrita, bem como da responsabilidade social de comunicar.*

*O recurso a apresentações em sala de aula por parte dos discentes é apenas orientada quanto a grandes temáticas deixando ao critério dos discentes a linha de abordagem dessas temáticas. As apresentações têm duração de 30 a 45 minutos e deverão despoletar o debate no restante tempo de aula. É da responsabilidade de cada grupo a dinâmica e condução desse debate. Concretiza-se, deste modo e mais uma vez, a consolidação das capacidades de reflexão crítica e expressão oral.*

#### **6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*In addition to an evaluation methodology with classical elements, such as the written test is introduced in this uc a new modality of assessment that includes the use of new media - to build a blog. This assessment element itself contains a pedagogical aspect as it allows students to take public positions in the world of corporate social responsibility, thus realizing their own responsibility as active citizens and disseminating knowledge to the community. This facet teaching of this element is implemented evaluation scale this is also the starting point for building a portfolio, which involves a process of self-evaluation. Thus, to achieve the objectives of consolidating either the ability to analyze critical either of writing and to communicate the CSR.*

*The use of presentations in the classroom by the students is only informed about the major themes of the students while leaving the line of approach to these issues. The performances last for 30 to 45 minutes and should trigger a debate in the remaining class time. It is the responsibility of each group dynamics and driving this debate. Manifests itself, and thus once again, to strengthen the capabilities critical and speaking.*

#### **6.2.1.9. Bibliografia principal:**

*CORREIA, João Carlos (2004) Comunicação e Cidadania. Os media e a fragmentação do espaço público nas sociedades pluralistas, Media e Jornalismo, Livros Horizonte.*

*DAVIES, Gary et al. (2003) Corporate Reputation and Competitiveness, USA: Routledge*

*DAUGHERTY, E. (2001) "Public Relations and social responsibility", em Heath, R. (ed.), Handb. Public Relations, London: Sage, pp.389-402*

*FOMBRUN, Charles J. (1996) Reputation: Realizing value from the corporate image, USA: HBS Press*

*L'ETANG (1994) Public Relations and Corporate social responsibility: some issues arising, Journal of Business Ethics, 13: 111-123*

*L'ETANG, Jacquie (1996) "Corporate Responsibility and Public Relations Ethics" em L'Etang, J. e Pieczka, Magda, Critical Perspectives in Public Relations, UK: Thomson Business Press, pp.82-105*

*SINGER, Peter (1993). Ética Prática, Lisboa: Gradiva*

*ZARPELON, M. I. (2006) Gestão e Responsabilidade Social. NBR16.001/SA 8.000: Implantação e Prática, Rio de Janeiro: Qualitymark Editora.*

### **6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem**

### 6.3.1. Adaptação das metodologias de ensino e das didácticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.

*Os objectivos gerais e de aprendizagem do ciclo de estudos são apresentados como orientadores na definição dos objectivos de cada u.c.; realizam-se reuniões periódicas entre a coordenação e os vários docentes, bem como existe um acompanhamento de proximidade com o Conselho Pedagógico e Científico da escola o que permite verificar uma consonância e harmonia entre objectivos gerais do ciclo de estudos e objectivos de cada u.c.*

*Relativamente às metodologias de estudo adoptadas para este ciclo de estudos elas reflectem os objectivos de aprendizagem: Demonstrar competências analíticas, de síntese conceptual e metodológicas; aproximação crítica, ética e reflexiva, particularmente nos 1ºs semestres com ensino de predominância teórica; aplicação de conhecimentos adquiridos em contextos empresariais; aplicação das teorias e técnicas de RP e Pub. e resolução de problemas, através de uma progressiva alteração para um ensino de predominância teórico-prática a prática.*

*Ver ainda Fichas de u.c.*

#### 6.3.1. Adaptation of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

*The general objectives and learning of the course are presented as guidance in setting goals for each u.c.; meetings are held regularly between the coordination and the various teachers, and there is a follow up closely with the Pedagogical and Scientific School which allows checking a line and harmony between the general objectives of the course and objectives of each u.c.*

*For the study methodologies adopted for this course of study they reflect the learning objectives: Demonstrate analytical skills in conceptual synthesis and methodological, critical approach, ethical and reflective, particularly in the first paragraphs semesters with teaching predominantly theoretical, application of knowledge acquired in business contexts, application of theories and techniques of PR and Pub and problem solving, through a gradual change to a predominance of education theory and practice practice.*

*See also syllabus.*

#### 6.3.2. Verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

*O ciclo de estudos compreende 4.500 horas de trabalho e 180 ECTS, ou seja, 1500 horas de trabalho anuais, para 60 ECTS o que corresponde em média a 25 horas trabalho/1 ECTS.*

*Considerando que a atribuição dos créditos às distintas u.c. se deve basear numa estimativa realista da carga de trabalho, necessária a um aluno médio de forma a obter os resultados de aprendizagem estabelecidos e à prática verificada tendencialmente na Europa, concluímos que a carga média de trabalho deste ciclo de estudos é adequada.*

*A adaptação a Bolonha deste ciclo de estudos está reflectida no Regulamento n.º. 194/2006. Posteriormente e acima de tudo por uma recolha de feedbacks dos alunos e docentes envolvidos, quanto a ajuste de cargas horárias para a obtenção dos resultados de aprendizagem estabelecidos e após parecer do Conselho Científico e do Conselho Pedagógico foi considerado proceder-se a uma revisão dessa estrutura curricular. Assim, o Aviso n.º. 8928/2009 agora em vigor tem-se mostrado mais adequado.*

#### 6.3.2. Verification that the required students average work load corresponds the estimated in ECTS.

*The course of study includes 4,500 hours of work and 180 ECTS, ie, 1,500 annual working hours to 60 ECTS corresponding to an average of 25 hours work / 1 ECTS.*

*Whereas the allocation of credits to different u.c. should be based on a realistic assessment of the workload, required an average student to obtain the results established learning and practice found in Europe tend to conclude that the average load of work of this course of study is appropriate.*

*Adaptation to Bologna this cycle of studies is reflected in the Regulation. 194/2006. Later and foremost a collection of feedback from students and teachers involved, as the setting work hours to obtain the learning outcomes established and the advice of the Scientific Council, Pedagogical Council was considered to proceed to a review of this structure curriculum. Thus, the Notice no. 8928/2009 now in force have been more appropriate.*

#### 6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

*Como é verificável nas Fichas de u.c. cada docente assume a responsabilidade de coerência entre metodologias pedagógicas, de avaliação e objectivos definidos. Estas fichas são elemento de entrega obrigatória em cada semestre. Nas reuniões parcelares promovidas pela coordenação / departamento da licenciatura com o corpo docente é reflectido sobre o ajuste das metodologias de avaliação, as ponderações dadas a cada momento de avaliação contínua e as linhas fundamentais de Bolonha no sentido da promoção da participação e assiduidade dos alunos em classe de aula.*

*O Regulamento de avaliação (<http://www.inp.pt/index.php/recursos/documentos-on-line/category/1-regulamentos>) em vigor e aprovado pelo Conselho Científico e Pedagógico prevê 3 momentos de avaliação contínua obrigatórios bem como estão definidos os critérios para acesso a época de exame. Estes critérios tiveram por base, entre outros, o incentivo à assiduidade e participação dos alunos ao longo do semestre.*

#### 6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning



**outcomes.**

*How is verifiable in sheets u.c. Each teacher takes responsibility for coherence between teaching methodologies, assessment and objectives. These chips are compulsory delivery element in each half. At meetings organized by the partial coordination / department with undergraduate faculty is reflected on the adjustment of the valuation methodologies, the weights given to each moment of continuous assessment and the main lines of Bologna towards the promotion of participation and attendance of students in classroom. Regulation Assessment (<http://www.inp.pt/index.php/recursos/documentos-on-line/category/1-regulamentos>) in place and approved by the Scientific and Pedagogical provides three times the required continuous assessment and are defined as the criteria for access to the time of examination. These criteria were based on, among others, to encourage attendance and participation of students throughout the semester.*

**6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.**

*Ao longo do ciclo de estudos e em cada u.c. de per si, as diferentes metodologias de ensino promovem quer a aplicação de metodologias científicas, quer o desenvolvimento de actividades científicas por forma a concorrer para o desenvolvimento de capacidades de análise crítica, rigor e fundamentação de análise. Assim, quer se tratem de u.c. T, quer TP ou P há sempre recurso a pesquisa teórica, metodológica, empírica e/ou prática com aplicação bibliográfica (predominante em u.c. teóricas) ou de campo (predominante nas u.c. teórico-práticas e práticas).*

**6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.**

*During the course of studies and in each u.c. de per si, different teaching methodologies or promote the application of scientific methodologies, and the development of scientific activities in order to contribute to the development of skills of critical analysis, accuracy of analysis and reasoning. So, whether they be u.c. T or P or TP there is always recourse to theoretical research, methodological, empirical and / or practical application literature (theoretical predominant in u.c.) or field (uc predominant in theoretical-practical and practical).*

**7. Resultados****7.1. Resultados Académicos****7.1.1. Eficiência formativa.****7.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency**

	2008/09	2009/10	2010/11
N.º diplomados / No. of graduates	77	41	49
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	67	37	46
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	2	2	3
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	7	1	0
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	1	1	0

**Perguntas 7.1.2. a 7.1.3.****7.1.2. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respectivas unidades curriculares.**

*A licenciatura em RP&P tem como área científica predominante as Ciências da Comunicação com 103 ECTS, num total de 180. Assim, e em termos de sucesso escolar verificamos que as u.c. classificadas dentro desta área científica apresentam -se nas que melhores resultados obtém, mas também nas em que piores resultados foram alcançados.*

*A área científica com melhores resultados médios obtidos foi a de Sociologia com 13,49. A média de notas obtidas na área científica de CC foi de 12,14. O pior resultado foi registado na área científica de História de Património, com 11,53. De resto a diferença da média entre a área científica com melhor resultado e a com pior resultado é de 1,96 valores.*

*Genericamente e considerando a média global verificada (12,9) podemos afirmar que as áreas científicas que obtiveram resultados acima desse valor foram Sociologia e Psicologia. As restantes ficaram abaixo desse valor, embora sem diferencial de relevância assinalável (diferencial máximo de 1,37).*

**7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study cycle and related curricular units.**

*The degree in PR & P has the predominant scientific area Communication Sciences with 103 ECTS, in a total of 180. Thus, in terms of educational attainment found that uc scientific classified within this area are summarized in the superior results obtained, but also in that in the worst results were obtained.*

*The area with the best scientific results obtained was Sociology with the average 13.49. The mean scores obtained in the scientific area of CC was 12.14. The worst result was recorded in the scientific area of History, with 11.53. Moreover the mean difference between the scientific area with better results and with worse outcome values is 1.96.*

*In general and considering the observed global average (12.9) we can say that the scientific areas which had results above this value were Sociology and Psychology. The rest were below this value, although no remarkable difference of relevance (maximum differential of 1.37).*

#### **7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de acções de melhoria do mesmo.**

*Respeitando a autonomia e autoridade académica e científica dos docentes quanto a critérios de avaliação dos seus discentes, dá-se conta a este dos resultados obtidos nessa monitorização procurando-se deste modo uma actitude pedagógica de reflexão e crítica quanto a objectivos, metodologia pedagógica e de avaliação utilizada.*

*Em termos gerais essa informação permite, ainda, a tomada de decisão quanto a propostas de alteração de cargas ECTS e cargas horárias.*

*São ainda ouvidos e discutidos no Conselho Pedagógico, as observações dos discentes para que possam ser reflectidas posteriormente nos departamentos técnico-científicos e suas coordenações de cursos com vista à detecção de medidas correctivas para o seu melhoramento.*

#### **7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.**

*Respecting the autonomy and authority of scientific and academic teachers as the criteria for assessment of their students, he realizes that the results of this monitoring is therefore looking for an attitude towards teaching and critical reflection on objectives, teaching methodology and evaluation used.*

*In general this information also allows for decision making regarding proposed amendments to charges ECTS and workloads.*

*Are still heard and discussed at the Pedagogical Council, comments from students so that they can later be reflected in the departments and their technical and scientific coordination of courses for the detection of corrective measures for improvement.*

#### **7.1.4. Empregabilidade.**

##### **7.1.4. Empregabilidade / Employability**

	%
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em sectores de actividade relacionados com a área do ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment in areas of activity related with the study cycle area	87.1
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de actividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	12.9
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego até um ano depois de concluído o ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment until one year after graduating	96.4

### **7.2. Resultados das actividades científicas, tecnológicas e artísticas.**

#### **Pergunta 7.2.1. a 7.2.6.**

##### **7.2.1. Indicação do(s) Centro(s) de Investigação devidamente reconhecido(s), na área científica predominante do ciclo de estudos e respectiva classificação.**

*CIGEST, classificação "Fair".*

*CICANT, classificação "Fair"*

*EUPRERA – European Public Relations Education and Research Association*

*Muitos dos docentes deste ciclo de estudos participam ainda noutros centros de investigação parcialmente, bem como estão integrados em projectos de investigação quer nacionais, quer em redes europeias e integram Scientific board de congressos europeus e internacionais (ex. ECREA – European Communication and Research Association; Spring Symposium EUPRERA; Observatório Beyon the line, Universidade Cardenal Herrera – CEU, Valência, Espanha).*

##### **7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study cycle and its mark.**

*CIGEST, rated "Fair."*

*CICANT, rated "Fair"*

*EUPRERA - European Public Relations Education and Research Association*

*Many of the teachers of this course of study also participate in other research centers in part, and are integrated in research projects both national and European networking and integrate Scientific Board of European and international conferences (eg ECREA - European Communication and Research Association; Spring Symposium EUPRERA; Beyond the line Observatory, University Cardenal Herrera - CEU, Valencia, Spain).*

#### **7.2.2. Número de publicações do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos 5 anos e com relevância para a área do ciclo de estudos.**

30

#### **7.2.3. Outras publicações relevantes.**

*IBER – Revista Internacional de Gestão e Comunicação (ISSN 1647-1989) que conta com os principais nomes de referência nacional e internacional em relações públicas e publicidade no seu Scientific Board: 9 professores doutores, de 7 diferentes países. (Betteke van Ruller, U. Amesterdan; Dejan Vercic, U. Ljubljana; Emanuele Invernizzi, IULM; Jordi Xifra, U. Pompeu Fabra; Maria Aparecida Ferrari, U. S. Paulo; Maria José Gonzalez, U. Cardenal Herrera-CEU; Ralph Tench, Leeds Metropolitan University; Gisela Gonçalves, UBI; Teresa Ruão, U Minho).*

#### **7.2.3. Other relevant publications.**

*IBER - International Journal of Management and Communication (ISSN 1647-1989) that includes the major names in national and international public relations and advertising at its Scientific Board: 9 teachers doctors, seven different countries. (Betteke van Ruller, U. Amesterdan; Dejan Vercic, U. Ljubljana, Emanuele Invernizzi, IULM; Jordi Xifra, U. Pompeu Fabra, Maria Aparecida Ferrari, U.S. Paul, Jose Maria Gonzalez, U. Cardenal Herrera-CEU, Ralph Tench, Leeds Metropolitan University; Gisela Gonçalves, UBI; Teresa Ruão, U Minho).*

#### **7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.**

*Os projectos de investigação já levados a efeito e nos quais o INP participou activamente, por exemplo o "EduProj - Profiling the Public Relations Undergraduate/Bachelor and Graduate/Master programmes in Europe and beyond" permite dar a conhecer a realidade do ensino das RP na Europa, servindo de referência para tomadas de decisão quer para o INP, quer para outras escolas nacionais, europeias ou internacionais. De resto este é um estudo já referenciado por outros posteriores (ex. Toth, E. e Aldoory, L. (2010) "A first look: na in-depth analysis of global public relations education").*

*A promoção da participação dos alunos em projectos empresariais na área da comunicação, como: "SIC 20 anos"; "Concurso Universitário Renault"; "EDP University Challenge", no qual alunos do INP já foram vencedores, "Young Lions - Cannes Lions International Festival of Creativity" são exemplos do impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico*

#### **7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.**

*The research projects already carried out and where the INP participated actively, for example "EduProj - Profiling the Public Relations Undergraduate / Graduate and Bachelor / Master Programmes in Europe and beyond" lets get to know the reality of teaching in PR Europe, serving as a reference for decision making both for the INP, or to other schools at national, European or international. Otherwise this is a study already referred to by others later (eg Toth, E. and Aldoory, L. (2010) "A first look: the in-depth analysis of global public relations education").*

*The promotion of students' participation in business projects in the area of communication, such as: "SIC 20 years", "Renault Contest University", "EDP University Challenge" in which students have been winners of the INP, "Young Lions - Cannes Lions International Festival of Creativity" are examples of the real impact of the scientific, technological and artistic valuation and economic development.*

#### **7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.**

*EUPRERA – European Public Relations Education and Research Association – membro fundador*

*ECREA - European Communication and Research Association*

*SOPCOM – Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação. Membro da Direcção do GT-COI (Grupo de trabalho – Comunicação Organizacional e Institucional)*

*Redes / projectos europeias de investigação:*

*"Passport to Employment 'Toolkit' (PET) - Pilot projects for the development of Knowledge Partnerships" : 7 parceiros (1 PT, 1 PL, 1 IT e 4 UK)*

*"Communication of the European Union with the European Citizens": 15 parceiros (um parceiro de DK, ES, DE, RO, BE, SI, IT, LV, PL e PT, 3 de UK e 2 NL)*

*"EduProj - Profiling the Public Relations Undergraduate/Bachelor and Graduate/Master programmes in Europe and beyond"- INP; Arteveldehogeschool University College, Bélgica; Universidad Cardenal Herrera – CEU,*

*Espanha; University of Stirling, UK; Mechelen University College, Bélgica; Leeds Metropolitan University, UK.*

#### **7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.**

*EUPRERA - European Public Relations Education and Research Association - Founding Member*

*ECREA - European Communication and Research Association*

*SOPCOM - Portuguese Society of Communication Sciences. Board member of the GT-COI (Working Group - Organizational and Institutional Communication)*

*Networks / European research projects:*

*"Passport to Employment 'Toolkit' (PET) - Pilot projects for the development of Knowledge Partnerships": 7 partners (1 PT, 1 LP, a UK IT and 4)*

*"Communication of the European Union with the European Citizens": 15 partners (one partner DK, ES, DE, RO, BE, IS, IT, LV, PL and PT 3, 2 NL and UK)*

*"EduProj - Profiling the Public Relations Undergraduate / Graduate and Bachelor / Master Programmes in Europe and beyond" - INP; Arteveldehogeschool University College, Belgium; Universidad Cardenal Herrera - CEU, Spain, University of Stirling, UK, University College Mechelen, Belgium; Leeds Metropolitan University, UK.*

#### **7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.**

*Todos os projectos de investigação e outras actividades científicas, tecnológicas e artísticas levadas a cabo na área de intervenção deste ciclo de estudos são alvo de coordenação entre as diferentes estruturas do INP, nomeadamente, entre os docentes, investigadores e discentes envolvidos, departamento e coordenação da licenciatura, no sentido de detectar oportunidades, propor acções, fazer acompanhamento e aferir os resultados produzidos e formas de melhoria. Assim, é realizada de modo informal uma análise SWOT de modo a concretizar essas melhorias.*

#### **7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.**

*All research projects and other scientific, technological and artistic works undertaken in the area of intervention this cycle of studies are subject to coordination between the different structures of INP, especially among teachers, researchers and students involved, and coordination of department degree in order to spot opportunities, propose actions, to monitor and measure the results produced and ways of improvement. Thus, it is held in an informal way a SWOT analysis in order to implement these improvements.*

### **7.3. Outros Resultados**

---

#### **Perguntas 7.3.1 a 7.3.3**

##### **7.3.1. Actividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada.**

*São desenvolvidas acções que visam não só o ampliar das fronteiras do conhecimento para os alunos do INP, como para a comunidade académica, empresarial e vizinhança. Estas actividades são concretizadas quer no espaço do Campus INP, quer noutros locais, como por exemplo escolas secundárias.*

*Exemplos de actividades desenvolvidas:*

*"4<sup>as</sup>. de Cidadania" – Ciclo de 4 conferências reflectindo sobre as questões da Cidadania"*

*"Economia e Sustentabilidade" – Conferência/Mesa redonda*

*"Dia Aberto" – Conjunto de ateliers desenvolvidos para alunos do secundário*

*"Planos de Comunicação" – Workshops desenvolvidas com a participação de docentes e alunos do secundário nos seus espaços/escolas*

*"Dia nariz vermelho" – promoção de participação de alunos INP*

*"Redes Sociais e Marketing Digital" – Palestra*

*"Ergonomia na Gestão da Tecnologia e da Inovação" – Workshop*

*"Marketing in the 21st Century" – Conferência*

*"Metodologias de Investigação" - 2º Ciclo de Workshops*

*"Cursos de Formação em Línguas estrangeiras"*

##### **7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training.**

*Actions are aimed not only expand the frontiers of knowledge for students of the INP, and for the academic community, business and neighborhood. These activities are implemented both within the INP Campus or elsewhere, such as secondary schools.*

*Some examples of activities:*

*"4th s. Citizenship" - Cycle 4 conference reflecting on issues of Citizenship"*

*"Economics and Sustainability" - Conference / Roundtable*

*"Open Day" - A set of workshops designed for high school students*

*"Communication Plans" - Workshops developed with the participation of teachers and high school students in their areas / schools*

*"Red Nose Day" - promoting the participation of students INP*

"Social Networks and Digital Marketing" - Lecture  
 "Ergonomics in Management of Technology and Innovation" - Workshop  
 "Marketing in the 21st Century" - Conference  
 "Research Methods" - 2nd Cycle of Workshops  
 "Training Courses in foreign languages"

### 7.3.2. Contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a acção cultural, desportiva e artística.

*Todas as actividades desenvolvidas e anteriormente referidas (ver questões 7.2.5. e 7.3.), bem como a publicação da revista IBER – Revista Internacional de Gestão e Comunicação, através da publicação de artigos científicos e resenhas das teses de mestrado defendidas no âmbito dos mestrados do INP, são reais contributos para o desenvolvimento da cultura científica e acção cultural e artística e consequentemente para o desenvolvimento quer local, regional ou nacional.*

### 7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.

*All activities carried out and described above (see questions 7.2.5. And 7.3.), As well as the publication of the journal IBER - International Journal of Management and Communication, through the publication of scientific articles and reviews of master's theses defended under the Masters of the INP, are real contributions to the development of scientific culture and cultural activity and artistic development, and consequently either locally, regional or national level.*

### 7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado.

*Toda a informação relativa à instituição, ciclo de estudos e ensino são definidas envolvendo as estruturas formais do INP - Direcção, Conselho Científico, Conselho Pedagógico, Secretário-geral, Departamentos e Coordenações de licenciatura. Assim, a informação divulgada ao exterior está subordinada a estas tomadas de decisão. No que concerne ao ciclo de estudos em Relações Públicas e Publicidade, os materiais são concebidos, quanto a conteúdos, maioritariamente por esta coordenação, sendo posteriormente produzidos e divulgados pelo Departamento de Marketing nos suportes considerados adequados.*

### 7.3.3. Adequacy of the information made available about the institution, the study cycle and the education given to students.

*All information on the institution, course of study and teaching are defined involving the formal structures of the INP - Management, Scientific Council, Pedagogical Council, Secretary-General, Departments and Coordination degree. Thus, the information disclosed abroad is subject to these decision-making. With regard to the course in Public Relations and Advertising, the materials are designed, as the content, mainly by this coordination, and later produced and released by the Marketing Department in the media deemed appropriate.*

### 7.3.4. Nível de internacionalização

#### 7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros / Percentage of foreign students	3.9
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade / Percentage of students in international mobility programs	0
Percentagem de docentes estrangeiros / Percentage of foreign academic staff	0

## 8. Análise SWOT do ciclo de estudos

### 8.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

#### 8.1.1. Pontos fortes

*Objectivos em consonância com as tendências para um ensino de excelência na área:*

- 1) Um ciclo de estudos com 48 anos na academia;*
- 2) Um ciclo de estudos representado e activamente participante nas mais importantes Associações da área;*
- 3) Actualização face às necessidades manifestadas por profissionais e mercado;*
- 4) Em sintonia com currículos internacionais e europeus (ver EduProject) permitindo estar inserido em redes europeias de investigação, participação em congressos de referência da área e mobilidade de estudantes e docentes;*

- 5) *Em sintonia com as recomendações do “Report of the Commission on Public Relations Education” (www.commpred.org);*
- 6) *Em sintonia com o disposto na legislação nacional;*
- 7) *Participação (dentro dos rácios impostos) de profissionais de referência a laborar no mercado permitindo uma forte ligação ciclo de estudos / mercado de trabalho;*
- 8) *Equilíbrio entre um ensino teórico e prático permitindo uma resposta objectiva e dirigida ao mercado empresarial*

#### 8.1.1. Strengths

*Objectives in line with trends of teaching excellence in the area:*

- 1) *BA with 48 years in academia;*
- 2) *BA represented and actively participating in the most important associations of the area;*
- 3) *Updates to the needs expressed by professionals and market;*
- 4) *In line with international and European curricula (see EduProject) allowing to be inserted into European research networks, participation in congresses reference area and the mobility of students and teachers;*
- 5) *In line with the recommendations of "Report of the Commission on Public Relations Education" (www.commpred.org);*
- 6) *In line with the provisions of national law;*
- 7) *Participation (within the tax ratios) of professional reference to labor market allowing a strong bond cycle studies / labor market;*
- 8) *Balance between theoretical and practical allowing an objective response, and market-driven business*

#### 8.1.2. Pontos fracos

*Os pontos fracos detectados ao longo do tempo são prontamente corrigidos, quer em termos de ajustes nas u.c., quer em termos de revisão e propostas de introdução de alterações nos planos de estudos (com uma média de 1 alteração a cada 4 anos).*

#### 8.1.2. Weaknesses

*The weaknesses detected over time are promptly corrected, both in terms of adjustments to the uc, both in terms of review and proposals for changes in curricula (with an average of one change every four years).*

#### 8.1.3. Oportunidades

- 1) *Assumir-se como um ciclo de estudos de referência pela actualidade e relevância das competências adquiridas pelos estudantes;*
- 2) *Assumir-se como resposta a uma profissão de futuro (de acordo com a U.S. News & World Report's, "Best Jobs of 2012" na categoria "Creative Services Jobs" 1ª. referência – "PR Specialist" e na categoria "Business Jobs" 1ª. referência "Event planner" - <http://money.usnews.com/money/careers>)*
- 3) *Presença no mercado através da participação dos alunos em concursos / projectos desenvolvidos por empresas.*

#### 8.1.3. Opportunities

- 1) *Coming out as a course of study reference for the timeliness and relevance of the skills acquired by students;*
- 2) *Coming out as a response to a job with a future (according to U.S. News & World Report's "Best Jobs of 2012" in category "Creative Services Jobs" 1st. Reference - "PR Specialist" and category "Business Jobs" 1st. reference "Event planner" - <http://money.usnews.com/money/careers>)*
- 3) *Market presence through the participation of students in competitions / projects developed by companies.*

#### 8.1.4. Constrangimentos

*Concorrência do ensino público com propinas mais baixas.*

#### 8.1.4. Threats

*Competition from public schools with lower fees.*

### 8.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

---

#### 8.2.1. Pontos fortes

- *Processo de aprovação da oferta formativa pelos Conselhos Científico e Pedagógico.*
- *Existência de Guias de Curso, Regulamentos de Avaliação de Conhecimentos, de Secretaria, de Tesouraria, de Acção Social Escolar e de Bolsas de Mérito, bem como de suportes normativos escritos, no que respeita ao funcionamento do Instituto, nomeadamente com monitorização de atendimento/reclamação.*
- *Existência de inquéritos a discentes, sobre o funcionamento geral do curso, desempenho dos docentes, cumprimento dos objectivos de ensino/ aprendizagem, nas específicas unidades curriculares, bem como sobre*

*as condições, instalações e equipamentos postos à disposição.*

- Existência de inquéritos a docentes sobre condições para cumprimento de objectivos de ensino/aprendizagem e condições gerais de funcionamento do Instituto.*
- Sistema de informação sobre resultados académicos.*
- Avaliação do desempenho dos docentes pela Direcção.*
- Cooperação interinstitucional.*

#### **8.2.1. Strengths**

- Procedure for approval of training offered by the Scientific and Pedagogic Councils.*
- Existence of Travel Guides, Regulations Assessment of Knowledge, the Secretary, Treasury, Social Action and School Merit Scholarship and media normative writings concerning the operation of the Institute, particularly with monitoring compliance / complaint.*
- Existence of surveys of students, on the overall operation of the course, teachers' performance, achievement of the teaching / learning in specific courses, as well as on the conditions, facilities and equipment made available.*
- Existence of surveys of teachers on conditions for fulfillment of objectives of teaching / learning and general operating conditions of the Institute.*
- Information system on academic achievement.*
- Performance evaluation of teachers by the Board.*
- Inter-institutional cooperation.*

#### **8.2.2. Pontos fracos**

- Acompanhamento sistemático do percurso profissional dos antigos alunos.*

#### **8.2.2. Weaknesses**

- Systematic monitoring of the career of former students.*

#### **8.2.3. Oportunidades**

- Consolidação formal do Gabinete Académico de Qualidade – criado em 2010*
- Reforço da actividade da Associação de Antigos Alunos, com incremento de comunicação, por intermédio das redes sociais, no sentido de uma maior ligação à Escola e captação de novos alunos.*
- Reforço da ligação da actividade científica desenvolvida pelos docentes ao ensino ministrado.*
- Aproveitamento da ligação a diversas Escolas Europeias, para incentivar a internacionalização do Instituto, com mobilidade acrescida de discentes e docentes.*

#### **8.2.3. Opportunities**

- Consolidation formal Academic Quality Office - created in 2010*
- Strengthening the activities of the Association of Former Students, increasing communication through social networks, towards a greater connection to school and attract new students.*
- Strengthening the link of the scientific activity carried out by the teaching faculty.*
- Use the link to several European schools, to encourage the internationalization of the Institute, with increased mobility of students*

#### **8.2.4. Constrangimentos**

- Custos elevados com a constituição e manutenção de uma estrutura permanente de garantia da qualidade.*

#### **8.2.4. Threats**

- High costs with the establishment and maintenance of a permanent structure for quality assurance*

### **8.3. Recursos materiais e parcerias**

---

#### **8.3.1. Pontos fortes**

*O INP está dotado de adequados meios materiais, pedagógicos e didácticos em termos de: acessibilidades, infra-estruturas e equipamentos. Os meios são colocados à disposição dos alunos e professores da Licenciatura sendo utilizados com finalidades didácticas e pedagógicas. O INP situa-se em conhecida zona de Lisboa, servida por boa rede de transportes, sendo igualmente favorável à utilização de viatura própria. Aos docentes é facultado estacionamento gratuito, estando em curso diligências para que os alunos possam desfrutar de vantagem semelhante em instalações próximas. Além de serviços de apoio (Centro de Documentação, Secretaria, Centro de Cópias e Cafetaria), o INP põe ao serviço deste 1º ciclo salas de aulas, reuniões, trabalhos de grupo e trabalho individual, adaptáveis às diversas actividades, de docentes e discentes, das disciplinas em questão. As salas estão dotadas dos equipamentos tradicionais e também de modernos meios de acesso, partilha e difusão de informação.*

**8.3.1. Strengths**

*The INP is provided with adequate physical facilities, teaching and learning in terms of: accessibility, infrastructure and equipment. The means are available to students and teachers of the Degree being used for teaching and educational purposes. The INP is located in known area of Lisbon, served by good transport network, and also supports the use of own car. Teachers is provided free parking, steps are underway so that students can enjoy a similar advantage in nearby locations. In addition to support services (Documentation Centre, Secretariat, Copy Center and Cafeteria), the INP put at the service of the 1st cycle classrooms, meetings, group work and individual work, adaptable to various activities of teachers and students, the disciplines in question. The rooms are equipped with the traditional equipment as well as modern means of access, sharing and dissemination of information.*

**8.3.2. Pontos fracos**

*Nada identificado.*

**8.3.2. Weaknesses**

*Nothing relevant identified*

**8.3.3. Oportunidades**

*Campo vasto de aprofundamento e alargamento para o estabelecimento de parcerias com instituições a nível nacional e internacional;  
 Campo vasto de aprofundamento e alargamento das actividades em parceria com instituições de países de língua oficial portuguesa;  
 Campo vasto de linhas de investigação amplas e diversificadas, atendendo à missão do curso e ao seu carácter transdisciplinar;  
 Reforço do incremento da ligação ao meio empresarial através da realização de estágios académicos;  
 Realização de Formação Avançada em parceria com empresas e organizações públicas e privadas.*

**8.3.3. Opportunities**

*Vast field of deepening and widening for the establishment of partnerships with institutions nationally and internationally;  
 Vast field of deepening and broadening of activities in partnership with institutions in Portuguese-speaking countries;  
 Vast field of research lines broad and diverse, given the mission of the course and its interdisciplinary nature;  
 Strengthening the increased binding to the business by conducting academic internships;  
 Implementation of Advanced Training in partnership with companies and public and private organizations.*

**8.3.4. Constrangimentos**

*Existência de uma multiplicidade de propostas e hipóteses de parcerias de outras instituições, o que torna em parte mais difícil para o INP demonstrar vantagem comparativa para o estabelecimento das mesmas.*

**8.3.4. Threats**

*Existence of a multiplicity of proposals and hypotheses of joint institutions, which in part makes it harder for the INP demonstrate comparative advantage for their establishment.*

**8.4 Pessoal docente e não docente****8.4.1. Pontos fortes**

*52% do corpo docente doutorado e destes metade a tempo integral;  
 30% do corpo docente mestres, todos a tempo integral;  
 18% do corpo docente licenciados, todos reconhecidos pelo Conselho Científico como especialistas;  
 52% do corpo docente do ciclo de estudos reconhecidos pelo Conselho Científico como especialistas;  
 71% do corpo docente reconhecido pelo Conselho Científico como especialistas estão a tempo integral;  
 59% do corpo docente a tempo integral: 44% doutores, 50% mestres e 6% licenciados.*

*Docentes qualificados em diversas áreas de especialização;  
 4 docentes em processo de doutoramento há mais de 1 ano e 1 em doutoramento há menos de um ano, todos na área das Ciências da Comunicação;  
 Docentes com notoriedade indiscutível na área de estudo - 14 docentes reconhecidos pelo C. Científico como especialistas;  
 Docentes com elevado grau de dinamismo e pro actividade;  
 Pessoal não docente motivado e qualificado;  
 Pessoal não docente com elevada capacidade de iniciativa e organização pessoal*



#### 8.4.1. Strengths

*52% of PhD and half of this in full-time;  
30% "mestres", all full-time;  
18% "licenciados", all recognized as experts by the Scientific Council;  
52% of the teachers course recognized by the Scientific Council as specialists;  
71% of the teachers recognized as experts by the Scientific Board are full-time;  
59% of full-time faculty teachers: 44% doctors, 50% 2mestres" and 6% graduate teachers.*

*Qualified teachers in various areas of specialization;  
4 teachers in doctoral process more than 1 year and 1 teacher less than 1 year, all in Communication Science area.;  
Teachers with indisputable reputation in the study area - 14 recognized as experts by the Scientific Council;  
Teachers with a high degree of dynamism and pro activeness;  
Non-teaching staff motivated and qualified;  
Non-teaching staff with high capacity for initiative and personal organization.*

#### 8.4.2. Pontos fracos

*Docentes especialistas não doutorados ainda com um modesto currículo de investigação e publicações científicas;  
Alguns docentes que ainda não desenvolveram plenamente novas competências pedagógicas, mais consentâneas com o modelo de Bolonha;  
Existência de "picos de trabalho" para o pessoal não docente, sobretudo no início dos semestres*

#### 8.4.2. Weaknesses

*Faculty experts (not with PhD) still with a modest curriculum research and scientific publications;  
Some teachers who have not yet fully developed new teaching skills, more in line with the Bologna model;  
Existence of "peak labour" for non-teaching staff, especially at the beginning of the semester.*

#### 8.4.3. Oportunidades

*Disponibilidade para contratação de docentes jovens, com perfil académico/profissional;  
Disponibilidade para promover investigação geral e aplicada;  
Disponibilidade pessoal e organizacional para o estabelecimento de parcerias, quer com empresas, quer com instituições de ensino, nacionais e estrangeiras;  
Vontade de aprender e de progredir por parte do pessoal não docente.*

#### 8.4.3. Opportunities

*Availability for contracting young teachers with academic / business profile;  
Willingness to promote general and applied research;  
Personal and organizational readiness for the establishment of partnerships, either with companies or with educational institutions, foreign and national;  
Willingness to learn and progress by the non-teaching staff.*

#### 8.4.4. Constrangimentos

*Pouca flexibilidade de alguns docentes para a introdução de melhorias e a reconcepção de paradigmas pedagógicos.*

#### 8.4.4. Threats

*Little flexibility for teachers of some improvements and redesign pedagogical paradigms.*

### 8.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

---

#### 8.5.1. Pontos fortes

*Os estudantes pertencem a diversas faixas etárias e contextos experienciais, apresentam vontade/necessidade de desenvolvimento de competências, a nível superior e na generalidade demonstram uma consciência clara dos seus objectivos profissionais.*

#### 8.5.1. Strengths

*The students belong to different ages and experiential context, desire and need of developing skills at a senior level and in general show a clear awareness of their professional goals.*

#### 8.5.2. Pontos fracos

*Em alguns estudantes denota-se uma preparação de base insuficiente, nomeadamente nas competências transversais: maturidade, responsabilidade, iniciativa e pró-actividade.*

*Dificuldade de ajustamento dos alunos às novas exigências de autonomia de estudo promovidas pelo processo de Bolonha. Hábitos de trabalho pouco consistentes com má gestão do tempo de estudo: os hábitos de estudos são por vezes superficiais.*

#### 8.5.2. Weaknesses

*Some students indicates a preparation base insufficient, particularly in soft skills, maturity, responsibility, initiative and proactivity.*

*Difficulty adjusting to new demands of the students study of autonomy promoted by the Bologna process. Work habits inconsistent with poor time management study: study habits are sometimes superficial.*

#### 8.5.3. Oportunidades

*Promoção de relações culturais e sócio-económicas com países de língua portuguesa e com países europeus. Partilha de experiências e vivências entre alunos de diferentes classes etárias, proporcionando, entre outras coisas, um ingresso mais fácil dos alunos no mercado de trabalho. A participação de alunos já inseridos no mercado de trabalho promove um desenvolvimento da produtividade nacional. A interacção entre diferentes classes etárias e a organização de eventos académicos promovem também o desenvolvimento de competências transversais. O enfoque integrativo (teoria/prática) orienta decididamente os conhecimentos para os contextos profissionais.*

#### 8.5.3. Opportunities

*Promotion of cultural and socio-economic relations with Portuguese-speaking countries and European countries.*

*Sharing experiences and experiences among students of different age, providing, among other things, an easier admission of students into the labor market. The participation of students already in the labor market promotes the development of a national productivity. The interaction between different age groups and the organization of academic events also promote the development of soft skills. The integrative approach (theory / practice) had a decisive knowledge for professional environments.*

#### 8.5.4. Constrangimentos

*Dificuldade dos alunos em se adaptarem ao modelo de ensino/aprendizagem promovido por Bolonha.*

*Dificuldade de aprofundamento das matérias, devido ao estilo de aprendizagem superficial dos alunos.*

*Ameaças resultantes da crise económica actual que levam as empresas a retrain investimentos nos seus recursos humanos.*

#### 8.5.4. Threats

*Students' difficulty in adapting the model of teaching / learning promoted by Bologna.*

*Difficulty go in-depth on the contents due to surface learning style of students.*

*Threats arising from the current economic crisis that lead companies to withdraw their investments in human resources.*

### 8.6. Processos

---

#### 8.6.1. Pontos fortes

*Processo de contratação de docentes e não docentes;*

*Processos de decisão no INP*

*Processos de comunicação e resolução de problemas entre a Direção do curso e os alunos;*

*Processos de intervenção junto de docentes sempre que se regista alguma situação irregular;*

*Processos de revisão dos conteúdos e metodologias das unidades curriculares;*

*Processos de informação e comunicação aos docentes e discentes;*

*Processos de lançamento electrónico dos sumários e notas;*

*Facilidade de pagamento das propinas via online;*

*Facilidade de acesso às notas via online;*

*Disponibilização de toda a informação aos alunos pelo moodle;*

*Inscrições via online;*

*Possibilidade de elaboração de um plano de pagamentos para os alunos com dificuldades financeiras.*

#### 8.6.1. Strengths

*Process of hiring faculty and staff;*

*Decision processes in INP*

*Processes of communication and problem solving between the Direction of the course and students;*

*Processes for intervention with teachers when you register any irregular situation;*

*Processes for review of contents and methodology of the course units;  
Information processes and communication with teachers and students;  
Processes release of electronic summaries and notes;  
Ease of payment of fees via online;  
Easy access to notes via online;  
Provision of information to all students by moodle;  
Registration via online;  
Possibility of developing a payment plan for students with financial difficulties.*

#### **8.6.2. Pontos fracos**

*Os processos administrativos apresentam por vezes demoras que não se coadunam com a dinâmica desejável para o ciclo de estudos.*

#### **8.6.2. Weaknesses**

*Administrative processes have sometimes delays that are not consistent with the dynamic desirable for the course.*

#### **8.6.3. Oportunidades**

*Aumento da Biblioteca especializada on line;  
Melhorar as condições de acesso à biblioteca virtual a partir do exterior da universidade;  
Melhorar os processos de garantia da qualidade, através de uma maior controlo das variáveis pedagógicas;  
Melhorar e aperfeiçoar os processos de formação de professores, designadamente nos domínios científico e pedagógico.*

#### **8.6.3. Opportunities**

*Increased library specialized on-line;  
Improve the conditions of access to virtual library from outside the university;  
Improving the processes of quality assurance, through greater control of educational variables;  
Improve and enhance the processes of teacher training, particularly in scientific and pedagogical fields.*

#### **8.6.4. Constrangimentos**

*Reduzida preparação dos alunos à entrada no Instituto;  
Evolução demográfica tendencialmente desfavorável para os fluxos de entrada dos candidatos ao primeiro ano do ciclo de estudos;  
Condições económicas do país que podem levar a dificuldades de absorção dos alunos graduados pelo mercado de trabalho.*

#### **8.6.4. Threats**

*Reduced prepare students to entry in Institute;  
Unfavourable demographic trends tend to the inflow candidates for the first year of the course;  
Economic conditions in the country that can lead to difficulties in absorption of graduates into the labour market.*

### **8.7. Resultados**

---

#### **8.7.1. Pontos fortes**

*Forte credibilização do curso no mercado e na sociedade;  
Forte credibilização do curso na comunidade académica, particularmente europeia;  
Incremento progressivo das parcerias com outras instituições;  
Aumento dos níveis de motivação de alunos e professores;  
Aumento progressivo do número de professores doutorados associados ao ciclo de estudos.*

#### **8.7.1. Strengths**

*Strong credibility of the course in the market and society;  
Strong credibility of the course in the academic community, particularly in Europe;  
Progressive increase in partnerships with other institutions;  
Increased levels of motivation of students and teachers;  
Progressive increase in the number of doctorates professors associated with the course.*

#### **8.7.2. Pontos fracos**

*Ainda insuficiente número de docentes envolvidos em redes de investigação, particularmente internacionais.*

**8.7.2. Weaknesses**

*Insufficient number of teachers involved in research networks, particularly international.*

**8.7.3. Oportunidades**

*Oportunidades de aumento de parcerias institucionais, tanto com universidades como com empresa e organizações, públicas e privadas;*

*Crescente mobilidade de estudantes e professores, atendendo à grande plasticidade do mercado de ensino na União Europeia;*

*Diversificação de oportunidades de empregabilidade nesta área em função da evolução do perfil de competências apresentadas pelos alunos.*

**8.7.3. Opportunities**

*Opportunities to increase institutional partnerships, both with universities and with business and organizations, public and private;*

*Increasing mobility of students and teachers, given the great plasticity of the education market in the European Union;*

*Diversification opportunities in this area of employability in the light of the skill profile presented by the students.*

**8.7.4. Constrangimentos**

*Evolução demográfica desfavorável para o número de ingressos no Ensino Superior;*

*Crescente número de alunos com problemas financeiros;*

*Condições económicas da envolvente nacional.*

**8.7.4. Threats**

*Unfavorable demographic developments for the number of admission in Higher Education;*

*Growing number of students with financial problems;*

*Economic conditions of the country.*

## **9. Proposta de acções de melhoria**

### **9.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos**

---

**9.1.1. Debilidades**

*1) Produção científica em mais projectos de investigação*

*2) Falta de maior diversidade de docentes e investigadores em participação em congressos internacionais e nacionais e redes de investigação.*

**9.1.1. Weaknesses**

*1) More Scientific Production*

*2) Lack of more diversity of faculty and researchers participate in international conferences and national research networks.*

**9.1.2. Proposta de melhoria**

*1) e 2) Incentivo de participação em congressos nacionais e internacionais e redes de investigação co-financiando a participação*

**9.1.2. Improvement proposal**

*1) and 2) Encouraging participation in national and international congress co-funding costs*

**9.1.3. Tempo de implementação da medida**

*1) e 2) Continuada*

**9.1.3. Implementation time**

*1) and 2) Continued*

**9.1.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

*1) Alta*

## 2) Alta

### 9.1.4. Priority (High, Medium, Low)

- 1) High
- 2) High

### 9.1.5. Indicador de implementação

- 1) Número de comunicações publicadas em "prossidings" e revistas científicas
- 2) Projectos de investigação em processo de avaliação e aprovados

### 9.1.5. Implementation marker

- 1) Number of communications published in "prossidings" and journals
- 2) Research projects being evaluated and approved

## 9.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade.

---

### 9.2.1. Debilidades

- Quantidade de informação;
- Insuficiente descrição/formalização de mecanismos e instrumentos;
- Excessiva orientação do sistema de garantia de qualidade a modelos burocratizantes;
- Baixa maturação do sistema interno de qualidade em função da sua relativa juventude.

### 9.2.1. Weaknesses

- The amount of information;
- Insufficient description/formalizing of mechanisms and tools;
- Excessive orientation of the quality assurance model towards bureaucracy-generating models;
- Low level of maturation of the internal quality assurance system as a result of its relative youthfulness.

### 9.2.2. Proposta de melhoria

A melhoria global da organização interna e dos mecanismos de garantia de qualidade da instituição passa por um reforço da cultura de qualidade da mesma e por uma melhor articulação entre todos os intervenientes. Assim, a principal proposta de melhoria preconizada em ordem à eliminação das debilidades inventariadas é o reforço do sistema de informação subjacente ao sistema integrado de gestão da qualidade, nomeadamente com a integração no mesmo de um modelo de balance score card que permita avaliar melhor do grau de cumprimento dos principais indicadores e respectivo grau de formalização, melhorando a organização da informação e garantindo a reversão para o interior da instituição dos resultados positivos originados pelo processo de gestão da qualidade.

### 9.2.2. Improvement proposal

The global improvement of the internal organization and the quality assurance mechanisms of the institution involve reinforcing its quality culture and a better articulation between all intervening elements. Thus, the main proposal for improvement submitted, in order to eliminate the weaknesses detected, is the reinforcement of the information system that underlies the integrated system for quality management. This will be achieved by integrating it with a balanced scorecard model which allows us to measure more accurately the extent to which the main indicators and their respective degree of formalization achieve their ends, thus improving information organization and ensuring that the positive results derived from the process of quality management will revert into the organization.

### 9.2.3. Tempo de implementação da medida

O período total de implementação desta proposta de melhoria é de dois anos.

### 9.2.3. Improvement proposal

The total period of implementation of this improvement proposal is two years.

### 9.2.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta

### 9.2.4. Priority (High, Medium, Low)

High

**9.2.5. Indicador de implementação**

*Dois indicadores de implementação: sistema de business intelligence operacional e reactivo ao nível das práticas e orientações estratégicas do sistema interno de garantia de qualidade.*

*Modelo de balance score card em funcionamento com ferramentas complementares de extracção e análise de dados de monitorização.*

**9.2.5. Implementation marker**

*Two implementation indicators: a business intelligent system that is operational and reactive at the level of strategic practices and guidelines for the internal quality assurance system.*

*Balanced scorecard model running with complementary tools to extract and analyse monitoring data*

**9.3 Recursos materiais e parcerias**

---

**9.3.1. Debilidades**

*Nada identificado.*

**9.3.1. Weaknesses**

*Nothing identified.*

**9.3.2. Proposta de melhoria**

*NA*

**9.3.2. Improvement proposal**

*NA*

**9.3.3. Tempo de implementação da medida**

*NA*

**9.3.3. Implementation time**

*NA*

**9.3.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

*NA*

**9.3.4. Priority (High, Medium, Low)**

*NA*

**9.3.5. Indicador de implementação**

*NA*

**9.3.5. Implementation marker**

*NA*

**9.4. Pessoal docente e não docente**

---

**9.4.1. Debilidades**

*1) Metodologias pedagógicas mais ajustadas à filosofia Bolonha*

*2) Pouco uso de metodologias de avaliação com componente de auto-avaliação por parte dos alunos*

*3) Maior uso da plataforma "modlle"*

**9.4.1. Weaknesses**

*1) Pedagogical methodologies more adjusted to the Bologna philosophy*

*2) Poor use of evaluation methodologies with a component of self-assessment by students*

*3) Increased use of the platform "modlle"*

**9.4.2. Proposta de melhoria**

*1) e 2) Formação em metodologias pedagógicas*

### **3) Recurso obrigatório ao uso da plataforma para troca de elementos informativos**

#### **9.4.2. Improvement proposal**

- 1) and 2) *Training in teaching methods*
- 3) *Appeal to the mandatory use of the platform for exchange of information items*

#### **9.4.3. Tempo de implementação da medida**

*Plano de actividades do departamento para o próximo ano lectivo.*

#### **9.4.3. Implementation time**

*Plan activities for the Department for next academic year.*

#### **9.4.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)**

- 1) e 2) *Alta*
- 3) *Média*

#### **9.4.4. Priority (High, Medium, Low)**

- 1) and 2) *High*
- 3) *Medium*

#### **9.4.5. Indicador de implementação**

- 1) e 2) *Realização de palestras e workshop; nível de participação; reflexo nas Fichas de u.c.*
- 3) *Dinâmica do modlle*

#### **9.4.5. Implementation marker**

- 1) and 2) *Lectures and workshops; level of participation, reflected in Sheets of the u.c.*
- 3) *Dynamic modlle*

## **9.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem**

---

#### **9.5.1. Debilidades**

- 1) *Níveis de assiduidade*
- 2) *Níveis de participação activa: em sala de aula, trabalho bibliográfico*
- 3) *Sentido de necessidade / vantagem competitiva da mobilidade*
- 4) *Participação na vida académica extra classes*

#### **9.5.1. Weaknesses**

- 1) *Levels of attendance*
- 2) *Levels of active participation: in the classroom, literature review*
- 3) *Sense of need / competitive advantage of mobility*
- 4) *Participation in academic life extra classes*

#### **9.5.2. Proposta de melhoria**

- 1) e 2) *Reflexos efectivos na avaliação continua*
- 3) *Maior divulgação das possibilidades / vantagens de mobilidade*
- 4) *Incentivo a um maior envolvimento dos alunos em organizações como a Associação de estudantes ou outras estruturas.*

#### **9.5.2. Improvement proposal**

- 1) and 2) *Reflections on the actual assessment*
- 3) *Increased disclosure of possibilities / advantages of mobility*
- 4) *Encouraging greater student involvement in organizations like the Association of students or other structures.*

#### **9.5.3. Tempo de implementação da medida**

*Ano académico 2012/2013*

#### **9.5.3. Implementation time**

*Academic year 2012/2013*

**9.5.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)***Alta***9.5.4. Priority (High, Medium, Low)***High***9.5.5. Indicador de implementação***1) and 2) Regulamento de avaliação com regras claras para admissão a época de exame, premiando a participação na avaliação contínua.**3) Aumento do nº. de alunos em mobilidade**4) Aumento de actividades extra curriculares de iniciativa dos alunos***9.5.5. Implementation marker***1) and 2) Rules of assessment with clear rules for admission to the time of examination, rewarding participation in the ongoing evaluation.**3) Increase the no. mobility of students**4) Increase in extra-curricular activities of student initiative***9.6. Processos**

---

**9.6.1. Debilidades***As maiores debilidades são detectadas ao nível dos processos administrativos /actos académicos.**Os processos administrativos apresentam por vezes demoras que não se coadunam com a dinâmica desejável para o ciclo de estudos.***9.6.1. Weaknesses***The biggest weaknesses are detected at the level of administrative / academic act.**Administrative processes have sometimes delays that are inconsistent with the dynamic desirable for the course.***9.6.2. Proposta de melhoria***Espera-se que as fragilidades apontadas sejam resolvidas com a Certificação dos Serviços Administrativos /Secretaria , uma vez que este processo permitirá a optimização dos recursos, simplificação dos processos e maior eficiência e eficácia.***9.6.2. Improvement proposal***It is expected that the weaknesses exposed are resolved with the Certification of Administration /Secretary, since this process will allow the optimization of resources, streamlining processes and improving efficiency and effectiveness.***9.6.3. Tempo de implementação da medida***1 ano de preparação para a Certificação***9.6.3. Implementation time***One year of preparation for Certification***9.6.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)***Média***9.6.4. Priority (High, Medium, Low)***Medium***9.6.5. Indicador de implementação***Certificação dos Serviços Administrativos/Secretaria***9.6.5. Implementation marker***Certification of Administrative Services / Office*



## 9.7. Resultados

---

### 9.7.1. Debilidades

- 1) *Necessidade de manter índices de Empregabilidade como forma de combater a tendência existente este ano no país.*
- 2) *Capacidade de chegar a um número maior de estudantes.*

### 9.7.1. Weaknesses

- 1) *Need to maintain levels of employability as a way to combat the existing trend in the country this year.*
- 2) *Ability to reach a greater number of students.*

### 9.7.2. Proposta de melhoria

- 1) *Maior proximidade com o mercado de trabalho através de ex-diplomados INP, de profissionais da área, de participação dos alunos em iniciativas de empresas e destinadas à academia;*
- 2) *Maior e mais diversificada presença em meios de divulgação, nomeadamente, meios digitais e escolas secundárias.*

### 9.7.2. Improvement proposal

- 1) *Closer to the labor market through ex-INP graduates, professionals in the area and participation of student in initiatives of companies that aims academia;*
- 2) *Larger and more diversified presence in media, particularly digital media and high schools.*

### 9.7.3. Tempo de implementação da medida

*Continuado.*

### 9.7.3. Implementation time

*Continued.*

### 9.7.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

*Alta*

### 9.7.4. Priority (High, Medium, Low)

*High*

### 9.7.5. Indicador de implementação

*Assinatura de protocolos com empresas e colocação de diplomados. Maior participação em concursos. Resultados estatísticos dos meios on-line. Ex.: alcance orgânico e viral*

### 9.7.5. Implementation marker

*Signing agreements with companies and placement of graduates. Increased participation in competitions. Statistical results of the online media. Eg. range organic and viral*

## 10. Proposta de reestruturação curricular

### 10.1. Alterações à estrutura curricular

---

#### 10.1. Alterações à estrutura curricular

##### 10.1.1. Síntese das alterações pretendidas

*<sem resposta>*

##### 10.1.1. Synthesis of the intended changes

*<no answer>*

**10.1.2. Nova estrutura curricular pretendida****Mapa XI - Nova estrutura curricular pretendida****10.1.2.1. Ciclo de Estudos:***Relações Públicas e Publicidade***10.1.2.1. Study Cycle:***Public Relations and Advertisin***10.1.2.2. Grau:***Licenciado***10.1.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

&lt;sem resposta&gt;

**10.1.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

&lt;no answer&gt;

**10.1.2.4 Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure**

Área Científica / Scientific Area (0 Items)	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS 0	ECTS Optativos / Optional ECTS* 0
--	-----------------	---	--------------------------------------

&lt;sem resposta&gt;

**10.2. Novo plano de estudos****Mapa XII – Novo plano de estudos****10.2.1. Ciclo de Estudos:***Relações Públicas e Publicidade***10.2.1. Study Cycle:***Public Relations and Advertisin***10.2.2. Grau:***Licenciado***10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)**

&lt;sem resposta&gt;

**10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)**

&lt;no answer&gt;

**10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**

&lt;sem resposta&gt;

**10.2.4. Curricular year/semester/trimester:**

&lt;no answer&gt;

**10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	Observações / ECTS Observations
---	--	---------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	------------------------------------

(0 Items)

<sem resposta>

### 10.3. Fichas curriculares dos docentes

---

#### Mapa XIII - XXXXXXXX

10.3.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

XXXXXXXX

10.3.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

10.3.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2.):

<sem resposta>

10.3.4. Categoria:

<sem resposta>

10.3.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):

<sem resposta>

10.3.6. Ficha curricular de docente:

<sem resposta>

### 10.4. Organização das Unidades Curriculares (apenas para as unidades curriculares novas)

---

#### Mapa XIV

10.4.1.1. Unidade curricular:

<sem resposta>

10.4.1.2. Docente responsável e respectiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

<sem resposta>

10.4.1.3. Outros docentes e respectivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

10.4.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:

<no answer>

10.4.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

<sem resposta>

10.4.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

<no answer>

10.4.1.5. Conteúdos programáticos:

<sem resposta>

10.4.1.5. Syllabus:

<no answer>

**10.4.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

*<sem resposta>*

**10.4.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**

*<no answer>*

**10.4.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*<sem resposta>*

**10.4.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*<no answer>*

**10.4.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*<sem resposta>*

**10.4.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*<no answer>*

**10.4.1.9. Bibliografia principal:**

*<sem resposta>*