

ACEF/1213/14282 — Guião para a auto-avaliação

Caracterização do ciclo de estudos.

A1. Instituição de Ensino Superior / Entidade Instituidora:

Instituto Superior Miguel Torga

A1.a. Outras Instituições de Ensino Superior / Entidades Instituidoras:

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

Instituto Superior Miguel Torga

A3. Ciclo de estudos:

Comunicação empresarial

A3. Study cycle:

Business communication

A4. Grau:

Licenciado

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

Diário da República, 2.a série — N.o 55 — Despacho n.o 5305/2007 - 19 de Março de 2007

A6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Marketing

A6. Main scientific area of the study cycle:

Marketing

A7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 algarismos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF):

342

A7.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 algarismos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

213

A7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 algarismos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

341

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

180

A9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de Março):

6 Semestres

A9. Duration of the study cycle (art.º 3 DL-74/2006, March 26th):

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

60

A11. Condições de acesso e ingresso:

As condições de acesso e ingresso na Licenciatura em Comunicação Empresarial são as previstas pelo Decreto - Lei nº 296-A/98 de 25 de setembro, alterado pelos Decretos-Leis nºs 99/99 de 30 de março, 26/2003 de 7 de fevereiro, 76/2004 de 27 de março, 158/2004 de 30 de junho, 147 -A/2006 de 31 de julho, 40/2007 de 20 de fevereiro e 45/2007 de 23 de fevereiro e pelo Decreto-Lei n.º 90/2008, de 30 de maio.

Nota de candidatura resulta da seguinte ponderação:

Classificação final do Ensino Secundário 50%

Classificação da Prova de Ingresso 50%

Elenco das provas de ingresso (exames nacionais das seguintes disciplinas):

12 História da Cultura e das Artes

17 Matemática Aplicada às Ciências Sociais

18 Português

(Deste elenco, basta uma prova)

A11. Entry Requirements:

The conditions to access and enrol in the Bachelor Degree in Business Communication are covered by Decree-Law 296-A/98 of September 25, altered by Decree-Laws no. 99/99 of March 30, 26/2003 of February 7, 76/2004 of March 27, 158/2004 of June 30, 147 -A/2006 of July 31, 40/2207 of February 20 and 45/2007 of February 23, and by Decree-Law 90/2008 of May 30.

The candidature mark results from the following:

Final classification from Secondary School: 50%

Classification of the Admission Exam: 50%

List of admission exams (national exams in the following disciplines):

12 History of Culture and of Arts

17 Mathematics Applied to Social Sciences

18 Portuguese

(From this list, one exam is sufficient)

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):

<sem resposta>

A13. Estrutura curricular

Mapa I -

A13.1. Ciclo de Estudos:
Comunicação empresarial

A13.1. Study Cycle:
Business communication

A13.2. Grau:
Licenciado

A13.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)
<sem resposta>

A13.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)
<no answer>

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*
Marketing / Marketing	MARKET	61	10
Ciências da Comunicação / Communication Sciences	CIÊNCIAS COM	52	0
Ciências Sociais e Humanas / Social and Human Sciences	CSH	29	0
Tecnologias de Informação e Comunicação / Technologies of Information and Communication	TIC	22	5
Economia / Economics	ECO	8	0
Matemática / Mathematics	MAT	5	0
Línguas / Languages	LING	0	0
Artes / Arts	ART	0	5
Jornalismo e Informação / Journalism and Information	JORN e INF	0	0
Gestão / Management	GEST	0	0
(10 Items)		177	20

A14. Plano de estudos

Mapa II - - 1º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:
Comunicação empresarial

A14.1. Study Cycle:
Business communication

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:
1º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
1st 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)
Teoria da Comunicação	Ciências da Com.	Semestral	100	T-30; TP-10; OT-5	4	NA
História das Ideias Sociais	CSH	Semestral	100	T-30; TP-10; OT-5	4	NA
Microeconomia	ECO	Semestral	100	T-20; TP-20; OT-5	4	NA
Teorias da Publicidade	Ciências Com.	Semestral	100	T-38; OT-7	4	NA
Comunicação de Marketing	MARKET	Semestral	125	T-40; TP-10; OT-15	5	NA
Produção e Realização Audiovisual I	Ciências Com.	Semestral	125	TP-22; PL-32; OT-6	5	NA
Marketing e Tecnologias	MARKET	Semestral	100	T-20; PL-20; OT-5	4	NA

(7 Items)

Mapa II - - 2º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:
Comunicação empresarial

A14.1. Study Cycle:
Business communication

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:
2º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
2nd 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)
História e Estética da Imagem Mediatizada	CSH	Semestral	100	T-30; TP-10; OT-5	4	NA
Semiótica da Comunicação	Ciências da Com.	Semestral	125	T-25 ; OT-5	5	NA
Métodos e Técnicas de Criação	Ciências da Com.	Semestral	100	T-10; TP-20; TC-10; OT-5	4	NA
Marketing Estratégico	MARKET	Semestral	125	T-40; TP-10; TC-5 OT-10	5	NA
Macroeconomia	ECO	Semestral	100	T-20; TP-20; OT-5	4	NA
Ética, Deontologia e Direito da Comunicação	CSH	Semestral	125	T-5; TP-25; TC-25; OT-5	5	NA
Guinismo	Ciências da Com.	Semestral	125	T-25; TP-25; OT-10	5	NA

(7 Items)

Mapa II - - 3º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:
Comunicação empresarial

A14.1. Study Cycle:
Business communication

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:
3º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
3rd 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)
---	--	---------------------------	--	---------------------------------------	------	-----------------------------------

Teoria das Relações Públicas	Ciências da Com	Semestral	75	T-20; TP-15; OT-5	3	NA
Escrita Criativa	Ciências da Com.	Semestral	75	TP-14; PL-13; OT-3	3	NA
Produção e Realização Audiovisual II	Ciências da Com.	Semestral	125	T-5; TP-25; TC-25; OT-5	5	NA
Estratégias de Relações Públicas	Ciências da Com.	Semestral	75	TP-20; TC-7; OT-3	3	NA
Métodos Estatísticos	MAT	Semestral	125	TP-30; OT-5	5	NA
Produção Vídeo I	TIC	Semestral	100	T-14; TP-25; TC-25; OT-6	4	NA
Marketing Internacional	MARKET	Semestral	100	T-20; TP- 25; OT-6	4	NA
Opção	Ver anexo opções	Semestral	75	O	3	Optativa

(8 Items)

Mapa II - - 4º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos: *Comunicação empresarial*

A14.1. Study Cycle: *Business communication*

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: *4º Semestre*

A14.4. Curricular year/semester/trimester: *4th 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	CSH	Semestral	100	T-35; TP-5; OT-5	4	NA
Cibercultura	Ciências Com.	Semestral	125	T-13; TP-15; PL-10; OT-7	5	NA
Assessoria de Imprensa	Ciências Com.	Semestral	100	T-30; TP-10; TC-5; OT-5	4	NA
Ciência Política	CSH	Semestral	100	T-30; TP-10; OT-5	4	NA
Direito Empresarial	CSH	Semestral	100	T-30; TP-10; OT-5	4	NA
Produção de Vídeo II	TIC	Semestral	125	TP-24; PL-14	5	NA

Marketing das Organizações Políticas e da Economia Social
MARKET
(7 Items)

Semestral 100 T-20; TP-20; OT-5 4 NA

Mapa II - - 5º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:
Comunicação empresarial

A14.1. Study Cycle:
Business communication

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:
5º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
5th 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)
Antropologia Cultural	CSH	Semestral	100	T-30; TP-10; OT-5	4	NA
Protocolo	Ciências Com.	Semestral	100	T-30; TP-10; TC-5; OT-5	4	NA
Sondagens e Estudos de Opinião Pública	MARKET	Semestral	125	T-20; TP-20; PL-10; TC-5	5	NA
Produção e Administração de Conteúdos para a Web I.	TIC	Semestral	100	T-30; TP-30; OT-5	4	NA
Publicidade Digital	TIC	Semestral	75	T-16; TP-23; OT-6	3	NA
Edição de Vídeo Digital	TIC	Semestral	150	TC-12; OT-7	6	NA
Marketing Interno	MARKET	Semestral	100	T-20; TP-10; TC-10; OT-5	4	NA

(7 Items)

Mapa II - - 6º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Comunicação empresarial**A14.1. Study Cycle:*****Business communication*****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:*****6º Semestre*****A14.4. Curricular year/semester/trimester:*****6th 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)
Seminário	MARKET	Semestral	225	S- 60; OT-10	9	NA
Estágio	MARKET	Semestral	525	E-420; OT-60	21	NA
(2 Items)						

Mapa II - - Opção - 3º semestre**A14.1. Ciclo de Estudos:*****Comunicação empresarial*****A14.1. Study Cycle:*****Business communication*****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:*****Opção - 3º semestre*****A14.4. Curricular year/semester/trimester:**

option - 3rd 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)
Empreendedorismo e Inovação	MARKET	Semestral	125	T-30: TP-20;TC-5; OT-5	5	NA
Fotografia Digital	TIC	Semestral	125	T-15: TP-25;TC-14; OT-6	5	NA
Fundamentos de Design	ART	Semestral	125	T-12: TP-15;PL-12; OT-6	5	NA
Marketing de Serviços	MARKET	Semestral	125	T-40; TP-10; TC-5;OT-5	5	NA

(4 Items)**Perguntas A15 a A16****A15. Regime de funcionamento:***Diurno***A15.1. Se outro, especifique:**

<sem resposta>

A15.1. If other, specify:

<no answer>

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)*José Henrique Rodrigues Dias, José Vicente Serrano e Henrique Amaral Dias***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 - Soltráfego, Lda.****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Soltráfego, Lda.***A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[A17.1.2._Soltráfego, Lda..pdf](#)**Mapa III - Sporting Clube de Braga - Futebol SAD****A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Sporting Clube de Braga - Futebol SAD*

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Sporting Clube de Braga - Futebol SAD.pdf](#)

Mapa III - X-Change...

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
X-Change...

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._X-Change....pdf](#)

Mapa III - Agrocoimbra, Lda.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Agrocoimbra, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Agrocoimbra, Lda..pdf](#)

Mapa III - AAC_OAF

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
AAC_OAF

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._AAC_OAF.pdf](#)

Mapa III - Fundação Mata do Buçaco

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Fundação Mata do Buçaco

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Fundação Mata do Buçaco.pdf](#)

Mapa III - Logo...Publicidade, Lda.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Logo...Publicidade, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Logo...Publicidade, Lda..pdf](#)

Mapa III - Mário Brandão Costa, Unipessoal, Lda.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Mário Brandão Costa, Unipessoal, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._brandaocosta.pdf](#)

Mapa III - MTW Portugal, Lda

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
MTW Portugal, Lda

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._MTW Portugal, Lda.pdf](#)

Mapa III - OSRAM

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

OSRAM

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._OSRAM.pdf](#)

Mapa III - PORCEL

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

PORCEL

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._PORCEL.pdf](#)

Mapa III - 3LM

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

3LM

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._3LM.pdf](#)

Mapa III - Salvado e Cordeiro, Lda.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Salvado e Cordeiro, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Salvado e Cordeiro, Lda..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.

[A17.2._A17.2 estágios.pdf](#)

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.

O Estágio é uma instância pedagógica de cariz pré-profissional considerado como um espaço privilegiado da formação para: i) evidenciar a relação teoria-prática, desenvolver o contacto com a realidade profissional e exercitar a pesquisa;

ii). apresentar uma dinâmica própria quer em relação aos protocolos que estabelece quer em relação ao acompanhamento facultado aos estudantes.

O ISMT dispõe de um Gabinete de Estágios que apoia a equipa coordenadora de estágios de cada curso. O estágio é supervisionado por um docente e tutelado por um orientador no local de estágio. Cada estágio obedece a uma formalização por via da qual se procede a uma negociação de interesses entre a instituição formadora e a instituição acolhedora. Os recursos, funcionamento e avaliação, estão definidos no regulamento geral de estágio disponível na secção do Conselho Pedagógico do site do Instituto Superior Miguel Torga.

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

The Internship is a pedagogical instance of a pre-professional nature, which is considered to be a privileged training space for: i) demonstrating the theoretical-practical relation, developing a contact with the professional reality, and practicing research; ii) presenting its own dynamic with regards to the protocols which it establishes and with regards to the accompaniment provided to students.

The ISMT has an Internship Office which supports the coordinating team in each course of study. The internship is supervised by a lecturer and orientated by a supervisor at the place of internship. Each internship follows a formality through which interests are negotiated between the institution offering the training and the receptor institution. The resources, functioning and assessment are defined in the internship general regulation available in the Pedagogic Council section of the Instituto Superior Miguel Torga website.

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._Regulamento_CE.pdf](#)

Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclos de estudos de formação de professores).**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 / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional / Professional Qualifications	Nº de anos de serviço / No of working years
Mário Costa	Mário Brandão da Costa Lda	Gerente	Gestor	5
Ilda Ramos	3 LM Publicidade de Imagem	Gerente / Criativa	Gestor	5
José Eduardo da Cruz Simões	Associação Académica de Coimbra- Futebol	Presidente	Gestor	5
Miguel Coimbra	AgroCoimbra Lda	Gerente	Gestor	5
António Franco	Fundação Mata do Buçaco	Presidente	Gestor	5
André Matos	Logowords: Publicidade Lda.	Gerente	Gestor	5
Nuno Veiga	MTWPortugal Lda	Gerente	Gestor	5
Maria Oliveira Pedro	OSRAM Lda	Gerente	Gestor	5
Paulo Amaro	Porcel S.A	Conselho de Administração	Gestor	5
Vitor Cordeiro	Salvado e Cordeiro Lda	Gerente	Gestor	5
Carlos Estima	Soltrafego S.A	Conselho de Administração	Gestor	5
Hernâni Portovedo	Sporting Clube de Braga	Presidente	Gestor	5
Cláudia Ribeiro	TW. S.A	Administrador	Gestor	5
José Serrano	Archivcompact. Lda	Gerente	Gestor	3
Fernando José Gil	X- Change Lda	Gerente	Gestor	5
Alexandre Martins	inWeb. Lda	Gerente	Gestor	5
José Pimentão	Sinergea S.A	Presidente de Administração	Gestor	5

Pergunta A18 e A19

A18. Observações:

As crescentes exigências da Sociedade da Informação apontam para um desenvolvimento técnico e uma consequente tendência para a especialização dos recursos humanos das empresas de Comunicação. Neste sentido, o 1º ciclo em Comunicação Empresarial pretende formar licenciados com competências sólidas para as mudanças generalizadas resultantes da aplicação tecnológica nas relações organizacionais, no âmbito da Comunicação de Marketing. O diplomado adquire competências específicas – contempladas nas áreas científicas de base, da especialidade, complementares e opcionais para poder desempenhar as seguintes funções: Profissional de Marketing, Profissional de Publicidade/Criatividade e Profissional de Relações Públicas.

São Competências específicas no final deste ciclo de estudos para o perfil profissional de Marketing: compreender que o que torna uma organização mais competitiva; implementar ações de estudo de mercado e do comportamento dos consumidores; aplicar tipologias para segmentação do mercado e decidir sobre o posicionamento de um produto ou serviço; efetuar estudos previsionais em Marketing e implementar o Marketing-Mix adoptado; tomar decisões ao nível de segmentação de mercados, métodos de previsão em Marketing; definir o Marketing-Mix a adoptar e os elementos fundamentais do mesmo; supervisionar o controlo de Marketing; conhecer exemplos de aplicações CRM; analisar software Datamining dirigido ao marketing empresarial.

São Competências específicas no final deste ciclo de estudos para o perfil profissional de Publicidade/criatividade: conceber e propor slogans ou textos (“body copy”) ao nível da mensagem publicitária, adaptados aos diversos suportes; supervisionar o trabalho criativo e de produção, relativo a cada uma das contas (clientes, trabalhos) sob responsabilidade da agência; supervisionar o trabalho da(s) dupla(s) criativa(s), assegurando a clareza da mensagem, o alcance dos objetivos pretendidos e o cumprimento de prazos por parte do departamento criativo; desenvolver avaliações de desempenho relativas aos resultados de retorno financeiro desejado e, se necessário, renegoceia por objetivos. Monitoriza as audiências, controla e avalia as campanhas.

São Competências específicas no final deste ciclo de estudos para o perfil profissional de Relações Públicas: assessoria de Imprensa; protocolo e cerimoniais; assessoria de imagem; desenvolver a comunicação institucional a nível interno e externo; elaboração de dossiers de imprensa.

No ponto 7.1.4 (“Empregabilidade”) a percentagem de “empregados na área” se incluem os diplomados que indicaram estar a prosseguir estudos na área.

A18. Observations:

The increased demands of the Society of Information point towards a technical development and consequently, a tendency for human resources in Communication companies to be specialized. Thus, the first cycle of Business Communication aims to create graduates with solid competences for the generalised changes which result from the technological application in organisational relations, as part of Marketing Communications. The graduate acquires specific competences – contemplated in the base, specialised, complementary and optional scientific areas, in order to perform the following tasks: Marketing Professional; Advertising/Creativity Professional and Public Relations Professional.

The specific Competences at the end of this cycle of studies for the profile of the Marketing professional are: understand what makes an organisation more competitive; implement actions on market study and the behaviour of consumers; apply typologies for market segmentation and decide on the positioning of a product or service; carry out provisional studies on Marketing and implement the adopted Marketing-Mix; make decisions on a level of segmentation of markets, prediction methods in Marketing; define the Marketing-Mix to be adopted and its fundamental elements; monitor the control of Marketing; get to know examples of CRM applications; analyse Data Mining software for entrepreneurial marketing.

The specific Competences at the end of this cycle of studies for the profile of the Advertising/Creativity Professional are: conceive and propose slogans or texts (“body copy”) at the level of the advertising message, adapted to different supports; supervise the creative and production work, related to each account (clients, tasks) under the responsibility of the agency; supervise the work of the creative team(s), to guarantee the clarity of the message, the reach of the targeted objectives and the fulfilment of deadlines on behalf of the creative department; develop assessments on performance with regards to the results on the desired financial return on investment and, if necessary, renegotiate by objectives. Monitor audiences, control and assess campaigns.

The specific Competences at the end of this cycle of studies for the profile of the Public Relations Professional are: Press advisement; protocol and ceremonies; image advisement; develop the institutional communication on an internal and external level; create press portfolios.

In Section 7.1.4 ("Employment") the percentage of "employees in the area" includes graduates who indicated that they were pursuing studies in the area.

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 objetivos gerais deste ciclo de estudos: apreender técnicas de escrita, audiovisual, protocolo, sondagens e produção digital para atuação analítica em contextos profissionais; conhecer fundamentos, modelos e teorias de Marketing, Ciências da Comunicação e Ciências Sociais que potenciem a aplicação prática de técnicas de Comunicação Empresarial; compreender, conhecer e aplicar métodos, técnicas e instrumentos de Relações Públicas, Publicidade e Marketing; desenvolver a capacidade de inovar criativamente em diferentes ambientes organizacionais e situações de comunicação; desenvolver capacidades de resolução de problemas e tomada de decisões técnicas no âmbito da área de formação e futura área de inserção profissional; potenciar a apresentação e debate de ideias, conceitos, questões e problemas inerentes às soluções encontradas no âmbito da aplicação prática dos conhecimentos técnicos.

1.1. Study cycle's generic objectives.

The general objectives of this cycle of studies are: to learn techniques in writing, audio-visual, protocol, surveys and digital productions for analytical approaches in professional contexts; to know the fundamentals, models and theories of Marketing, Communication Sciences and Social Sciences which promote the practical application of Business Communication techniques; to understand, know and apply methods, techniques and instruments of Public Relations, Advertising and Marketing; to develop the skill to innovate creatively in different organisational environments and communication situations; to develop skills for the resolution of problems and for making technical decisions within the area of education and future area of professional insertion; to promote the presentation and debate of ideas, concepts, questions and problems which are inherent to the solutions found as part of the practical application of technical knowledge.

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

A missão e a estratégia do ISMT estão diretamente relacionadas com a divulgação da Cultura, da Ciência e da Investigação, nas suas várias áreas, e ainda, com a procura constante de novas áreas de Conhecimento e novos públicos. O Instituto tem como objetivos principais, de acordo com os seus estatutos, ministrar o ensino, aos níveis da formação graduada e pós-graduada, promover a investigação, a prestação de serviços à comunidade numa abordagem de valorização recíproca e o intercâmbio científico, técnico e cultural com outras instituições nacionais e internacionais.

Nesta perspetiva, este ciclo de estudos constitui desde 2006 mais um passo na estratégia de desenvolvimento da instituição e de consolidação da sua posição como instituição de ensino superior universitário que, a par das suas áreas de formação tradicionais, como por exemplo o Serviço Social e a Psicologia, tem apostado em novas áreas de formação, como é caso da área das Ciências Empresariais, em que se enquadra este ciclo de estudos. Esta diversificação das áreas de formação oferecidas permite ao ISMT ter um papel muito mais interventivo na qualificação dos cidadãos e no desenvolvimento da Região em que se integra.

A abordagem multidisciplinar deste ciclo de estudos potencia uma plena integração das linhas estratégicas do ISMT, traduzida na dinamização e implementação de processos e técnicas de Comunicação de Marketing no contexto de unidades curriculares, estágios e projetos de seminário que

têm um impacto direto na vida da instituição, na formação de futuros profissionais e na comunidade. Neste sentido, através de ações convergentes e articuladas internamente, o ciclo de estudos de Comunicação Empresarial tem fomentado na instituição uma cultura de sistematização da informação com o propósito de divulgar e transversalizar em toda a comunicação institucional (interna e externa) o projeto e a missão do Instituto.

A integração dos objetivos do ciclo de estudos no contexto da missão e estratégia da instituição tem permitido uma intersecção transdisciplinar das várias áreas científicas do ISMT, potenciando uma qualificação mais ampla dos estudantes e a concretização de um posicionamento estratégico da instituição no contexto do ensino superior nacional e internacional. Numa abordagem de valorização, através de um plano de convergência com outras áreas científicas, o ciclo de estudos tem sido um dos pilares da instituição na prestação de serviços à comunidade e no intercâmbio científico, técnico e cultural com outras instituições nacionais e internacionais, nomeadamente através de estratégias de boas práticas de Comunicação de Marketing que são impulsionadoras e multiplicadoras da afirmação do papel de intervenção da instituição na qualificação de cidadãos e no desenvolvimento da Região e da comunidade em que se integra.

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

The mission and strategy of the ISMT are directly related to the dissemination of Culture, of Science and of Investigation, in its various areas, as well as with the constant search for new areas of Knowledge and new publics. The Institute has as its main objectives, according to its statutes, to teach at the graduate and post-graduate levels, to promote investigation and the provision of services to the community, with an approach focusing on reciprocal valuation and scientific, technical and cultural exchange with other national and international institutions. In this perspective, the cycle of studies constitutes, since 2006, an additional step towards the development of the institution and the consolidation of its position as an institution of higher education at the university level which, along with its traditional areas of education, such as Social Service and Psychology, have been betting on new areas of education. Such is the case with the area of Entrepreneurial Sciences, which is encompassed in this cycle of studies. This diversification in the areas of education which are offered, enable the ISMT to have a more interventional role in forming citizens and in the development of the Region in which it is integrated.

The multidisciplinary approach of this cycle of studies potentiates the full integration of the ISMT's strategic lines, which is reflected in the stimulation and implementation of processes and techniques of Marketing Communications in the context of courses, internships and seminar projects. These have a direct impact on the life of the institution, the education of future professionals and the community. In this sense, through actions which are converged and articulated internally, the cycle of studies of Entrepreneurial Communication have instilled in the institution a culture for the systematization of information with the purpose of disseminating and making transversal in all institutional communication (internal and external) the project and mission of the ISMT.

The integration of objectives in the cycle of studies in the context of the institution's mission and strategy has permitted a trans-disciplinary intersection of the various scientific areas of the ISMT, providing a broader qualification of students and the assuming of the institution's strategic positioning in the national and international higher education context. In an approach with valuation, through a plan of convergence with other scientific areas, the cycle of studies has been one of the institution's pillars in providing services to the community and in scientific, technical and cultural exchange with other national and international institutions. This is achieved mainly through strategies on good practices in Marketing Communication which are supporters and multipliers of the affirmation on the interventionist role of the institution in qualifying citizens and developing the Region and community in which it is integrated.

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

A divulgação dos objetivos do ciclo de estudos realiza-se através de reuniões e atendimentos personalizados com docentes e discentes e emails. Nestes eventos são: apresentadas as linhas gerais de funcionamento do curso e de cada ano curricular em particular; debatidos os conteúdos programáticos da totalidade das unidades curriculares em função das competências profissionais e do perfil de profissional; discutidos horizontal e transversalmente os conteúdos programáticos das unidades curriculares com a finalidade de assegurar os objetivos definidos para cada patamar da formação académica; debatidas questões relacionadas com o processo de avaliação e metodologias de transmissão de conhecimentos. O ciclo de estudos utiliza ainda outras ferramentas digitais: plataforma Moodle que disponibiliza conteúdos programáticos, objetivos, processos de avaliação e metodologias adoptadas; um grupo fechado na rede social Facebook para discussão de questões relacionadas com saídas profissionais.

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

The dissemination of the objectives in the cycle of studies is made through meetings and personal communication with lecturers, students and e-mails. The events are used to: present the general lines of courses and how they function and of each course year in particular; debate the syllabus and the totality of the course with regards to the professional competences and professional profile; discuss the syllabus of the course horizontally and transversally to guarantee the objectives defined for each level of academic education; debate issues related to the assessment process and methods to transmit knowledge. The cycle of studies also uses other digital tools: the Moodle platform which presents the syllabus, objectives, assessment processes and methods adopted; a closed group on the Facebook social network to discuss topics related to professional career options.

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.

O ciclo de estudos em Comunicação Empresarial é coordenado cientificamente por um Doutor, adjuvado por dois coordenadores executivos, presentemente a frequentar programas de doutoramento.

A proposta deste ciclo de estudos, depois de debatida e aprovada em Conselho Científico, foi publicada em Diário da República no Despacho nº 5305/2007.

A distribuição de serviço docente é competência do Conselho Diretivo e submetida a aprovação em sede do Conselho Científico.

A revisão e actualização dos conteúdos programáticos das unidades curriculares é debatida semestralmente pela coordenação e os docentes que lecionam no curso, procedendo-se a um trabalho de sistematização no que concerne à sequência e intersecção de conteúdos programáticos entre unidades curriculares, cruzamento e triangulação de metodologias de ensino-aprendizagem a adoptar, e métodos de avaliação com vista a capacitar uma integração plena dos objetivos gerais do ciclo de estudos.

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.

The cycle of studies in Business Communication is scientifically coordinated by a lecturer with a doctoral degree, assisted by two executive coordinators who are currently attending doctoral programmes.

The proposal of this cycle of studies, following its debate in the Scientific Council, was published in the Official Journal (Diário da República) Regulation 5305/2007.

The distribution of the service of lecturer is the responsibility of the Directing Council and is submitted for the approval of the Scientific Council.

The revision and updating of syllabuses of courses is debated every semester by the coordinating body and the lecturers responsible for the course. It is followed by a systematisation task with regards to the sequence and intersection of syllabuses between courses, the crossing and triangulation of teaching-learning methods to be adopted, and assessment methods which aim to fully integrate the general objectives of the cycle of studies.

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 referenciada é assegurada por múltiplos mecanismos: preenchimento e envio à Coordenação do Curso (CC), por parte dos professores, dos templates com o programa; após aprovação dos templates pela CC estes são remetidos ao Conselho Pedagógico. No início de cada semestre, o professor apresenta aos estudantes a sua proposta de modelo de funcionamento de avaliação, bem como a metodologia e instrumentos de aprendizagem utilizados para aquisição de conhecimentos. Na primeira semana de aulas os estudantes tomam conhecimento e pronunciam-se sobre as propostas apresentadas. Após acordadas entre as partes assume-se a planificação como regra de funcionamento da unidade curricular. A avaliação da prossecução do estabelecido é realizada, no que concerne aos estudantes, através dos seus representantes no Conselho Pedagógico e por inquéritos de avaliação conduzidos institucionalmente, pelos próprios docentes, ou ainda pela Coordenação por via contactos estabelecidos com estudantes.

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 referenced participation is guaranteed through multiple mechanisms: programme templates filled in and sent by professors to the Course Coordination (CC); after the CC approves the templates, they are sent to the Pedagogic Council. At the beginning of each semester, the professor presents students with a proposal on the assessment functioning model, as well as with the method and learning instruments which will be used for the acquisition of knowledge. In the first week of classes, students are presented with the proposals and given the opportunity to comment on them. After both parties agree with them, the planning takes place to serve as a rule on the course's functioning. With regards to students, the assessment is made through their representatives in the Pedagogic Council and through assessment surveys organised within the institution, by lecturers or through the Coordination via contacts established with students.

2.2. Garantia da Qualidade

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

A garantia de qualidade do ciclo de estudos assenta em 2 estruturas: 1). órgãos (Conselhos Diretivo, Científico, Pedagógico e coordenação de curso) responsáveis pela definição, implementação e manutenção da política de qualidade. Cabe ao Conselho Diretivo assegurar o recrutamento dos docentes, o Conselho pedagógico define o RGA normaliza e monitoriza procedimentos, com base em software de gestão académica online desde sumários, repositório de conteúdos curriculares. A coordenação de curso próxima destes mecanismos e dos docentes/discentes, garante o funcionamento e equilíbrio internamente através da aferição de metodologias de aprendizagem e externamente através do contacto com as entidades recetoras de estagiários auscultando as suas necessidades. O Conselho Científico aprovação de alguns destes mecanismos. 2). Comissão de Avaliação de Desempenho, composta por docentes, que assegura a avaliação e controlo da política da política de qualidade.

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

The guarantee of the cycle of studies is based on 2 structures: 1) management committees (Directing, Scientific and Pedagogic Councils and course coordination) which are responsible for defining, implementing and maintaining the policy of quality. It is up to the Directing Council to ensure the recruitment of lecturers; the Pedagogic Council defines the general assessment regulation and normalises and monitors procedures, based on online software for academic management, including with summaries and repository of course contents. The course coordination guarantees the functioning and balance internally through the verification of learning methodologies, and externally through contact with the entities receiving interns and receiving feedback on their needs. The Scientific Council approves some of these mechanisms. 2) The Performance Assessment Commission, which is composed of lecturers, ensures the assessment and control of the policy on quality.

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

De acordo com o descrito no ponto 2.2.1 a responsabilidade pela definição, implementação e manutenção da política de qualidade cabe aos órgãos, enquanto a avaliação e controlo cabe à comissão de avaliação de desempenho composta por docentes de discentes.

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

According to the information identified in point 2.2.1, the responsibility for the definition, implementation and maintenance of the policy on quality belongs to the management committees, while the assessment and control is the responsibility of the assessment committee, which is composed of lecturers and students.

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

Cabe à Comissão de Avaliação de Desempenho efetuar a recolha semestral de informação, com base em inquéritos administrados a docentes e discentes. A avaliação tem duas vertentes: qualitativa e quantitativa.

O processo de avaliação de desempenho dos docentes é um instrumento essencial para a implementação da qualidade no sistema de ensino do ISMT e do curso de estudos em particular.

A completa confidencialidade do processo de avaliação é assegurada pelo Conselho Diretivo do ISMT que

atribuiu a responsabilidade pelo lançamento dos inquéritos e recolha da informação a uma empresa especializada em serviços estatísticos com experiência consolidada nesta área - a PSE. Produtos e Serviços de Estatística, Lda.

2.2.3. Procedures for the collection of information, monitoring and periodic assessment of the study cycle.
It is up to the Performance Assessment Commission to collect information every semester, based on surveys distributed among lecturers and students. The assessment has two scopes: qualitative and quantitative.

The performance assessment process of lecturers is an essential instrument for the implementation of quality within the teaching system of the ISMT and of the course of studies in particular.

The complete confidentiality of the assessment process is assured by the Directing Council of the ISMT, which attributes the responsibility for launching surveys and collecting information to a company specialising in statistical services, with a consolidated experience in this area - PSE. Produtos e Serviços de Estatística, Lda.

2.2.4. Ligação facultativa para o Manual da Qualidade

<http://www.ismt.pt/pt-files/pdf/RGeraldeAvaliacaodeDesempenho.pdf>

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

A interpretação e discussão dos dados efetua-se nos Órgãos (Conselho Diretivo, Científico, Pedagógico e Coordenação de Curso) responsáveis pela definição, implementação e manutenção da política de qualidade em colaboração com os docentes, no sentido da definição de ações de melhoria.

São igualmente utilizados os mecanismos apresentados nos pontos 2.1.1 e 2.1.2, no que concerne à participação dos docentes e discentes na discussão de propostas de melhoria do ciclo de estudos e/ou das suas unidades curriculares em particular.

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

The interpretation and discussion of data is made by the Committees (Directing, Scientific, Pedagogic and Course Coordination Councils) which are responsible for defining, implementing and maintaining the policy on quality in cooperation with lecturers, so as to define actions for improvement.

The mechanisms presented in points 2.1.1 and 2.1.2 are also used, with regards to the participation of lecturers and students in the discussion of proposals to improve the cycle of studies and/or courses in particular.

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

Não se aplica.

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

Not applicable.

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 / Mapa V. Spaces

Tipo de Espaço / Type of space	Área / Area (m2)
Laboratório de Audiovisual / Lab Audiovisual	140
Laboratórios de Informática / Computer Labs	130
Salas de Aula / Classrooms	568.5
Biblioteca - Salas de Estudo / Library - Study Rooms	106

Auditórios / Auditoriums	165
Reprografia / Reprographics	33.3
Sala de Informática para trabalhos / Computer Room for student work	17
Gabinete de Relações Internacionais / International Relations Office	20
Gabinete Conselho Pedagógico / Office Pedagogical Council	18.5
Serviços Académicos (Secretaria) / Academic Services	109
Departamento de Comunicação e Audiovisuais / Department of Communication and Audiovisual	20
Gabinete de Apoio ao Aluno / Student Support Office	9
Gabinete de Bolsas / Scholarships Office	9
Gabinete de Apoio Psicológico / Psychological Support Office	9
Observatório de Inserção no Mercado de Trabalho / Observatory of Insertion in the Labor Market	12
Gabinetes Docentes / Lecturers Offices	325
Associação de Estudantes / Student Association	87
Bar / Bar	25
Salas de Reunião e Convívio / Meeting Rooms	14
Conselho Diretivo / Board of Directors	34
Recursos Humanos / Human Resources	20
Departamento Financeiro e Contabilidade / Financial and Accounting Department	46
Centro de Investigação / Research Centre	15
Serviços de Informática / Computer Services	15
Arquivos / Archives	100
Sala dos servidores de informática / Computer server room	7

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
Antenas Rede Wifi / Wifi connections	14
Auricular para Pivot / Pivot Headset	1
Auscultadores para Câmara / Headphones Camera	3
Colunas de Monitorização / Columns for Monitoring	2
Computador para Edição de vídeo e Chroma Key / Computer for video editing and Chroma Key	2
Computador para Edição Áudio / Computer for audio edition	1
Computadores / Computers	58
Conjunto áudio para ordens / Set audio to orders	1
Câmaras Fotográficas/Video / Cameras Photography / Video	4
Câmaras de Estúdio / Studio Cameras	3
Distribuidor de Áudio para Ordens / Audio Distributor for Orders	1
Equipamento Áudio / Audio Equipment	3
Leitor DVD / DVD Player	1
Leitor Rack CD / Rack CD Player	1
Leitor/Gravador DVCAM / Player / Recorder DVCAM	1
Leitor/Gravador DVD / Player / Recorder DVD	1
Leitor/Gravador Rack mini-disc / Player/Recorder Rack mini-disc	1
Leitor/Gravador VHS / Player/Recorder VHS	1
Leitores/ Gravadores multiformatos / Player/Recorder multiformat	6
Mesa de Mistura vídeo 4 canais / Mixer 4 video channel	1
Mesa de Mistura áudio 12 canais / Mixer 12 audio channel	1
Mesa de áudio para ordens / Table audio for orders	1
Microfone de lapela / Lapel microphone	2

Microfone para ordens / Microphone for orders	1
Monitores de Vídeo / Video Monitors	4
Projector de Vídeo / Video Projector	18
Projectores de Iluminação / Lighting Projectors	3
Servidores / Servers	2

3.2 Parcerias

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

A cooperação interinstitucional no âmbito dos protocolos com estabelecimentos de ensino internacionais é promovida pelo Gabinete de Relações Internacionais do ISMT e pelo ciclo de estudos. Foram estabelecidos acordos bilaterais com as seguintes instituições:

Haute Ecole EPHEC

Haute Ecole de la Province de Liège

Hochschule Niederrhein

Universidad Católica de Avila

Universidad de Granada

Universidad de Huelva

Universidad Europea de Madrid

Universidad Camilo José Cela

Universidad de Valladolid

Universita degli Studi di Modena e Reggio Emilia

Aurel Vlaicu University from Arad

“George Bacovia” University

Comenius University in Bratislava

Universitat Politècnica de Catalunya

Tomas Bata University in Zlin

Universitat de Barcelona

Universidad de Burgos

Universidad de Cadiz

Universidad Carlos III de Madrid

Universidad Rey Juan Carlos

Mondragon University

Universidad San Jorge

Universita degli Studi della Tuscia

University College Arteveldehogeschool

ESIC Business Marketing School

3.2.1 International partnerships within the study cycle.

Inter-institutional cooperation, as part of protocols signed with international teaching institutions, is promoted through the International Relations Office of the ISMT and by the cycle of studies. Bilateral agreements have been established with the following institutions:

Haute Ecole EPHEC

Haute Ecole de la Province de Liège

Hochschule Niederrhein

Universidad Católica de Avila

Universidad de Granada

Universidad de Huelva

Universidad Europea de Madrid

Universidad Camilo José Cela

Universidad de Valladolid

Universita degli Studi di Modena e Reggio Emilia

Aurel Vlaicu University from Arad

“George Bacovia” University

Comenius University in Bratislava

Universitat Politècnica de Catalunya

Tomas Bata University in Zlin

Universitat de Barcelona

Universidad de Burgos
Universidad de Cadiz
Universidad Carlos III de Madrid
Universidad Rey Juan Carlos
Mondragon University
Universidad San Jorge
Universita degli Studi della Tuscia
University College Arteveldehogeschool
ESIC Business Marketing School

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

Para a otimização de recursos cientificamente válidos, foram implementadas sinergias entre diversos ciclos de estudos de licenciatura, nomeadamente nas vertentes da Comunicação, Imagem e Tecnologias (1º Ciclo em Design de Comunicação, 1º Ciclo em Comunicação social, 1º Ciclo em Multimédia e 1º Ciclo em Informática). Quanto às parcerias com outras instituições de ensino superior nacionais desenvolvem-se pontualmente consoante as necessidades. A título de exemplo, refira-se a parceria com a Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra no âmbito dos cursos de português para alunos estrangeiros (Erasmus).

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

For the optimisation of valid scientific resources, synergies have been implemented between the various cycles of study of the bachelor's degree, namely in the areas of Communication, Image and Technologies (First Cycle in Communication Design; First Cycle in Social Communication, First Cycle in Multimedia, and First Cycle in Informatics). With regards to the partnerships with other national institutions of higher learning, they are developed on a timely basis, according to needs. As an example, there is a partnership with the Faculty of Humanities at the University of Coimbra, with regards to Portuguese courses for foreign students (Erasmus).

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

A cooperação interinstitucional nos ciclos de estudo, referida no ponto 3.2.2, permite a existência de docentes comuns nos referidos ciclos de estudo motivando os alunos de diferentes cursos a partilharem experiências nomeadamente em projetos interinstitucionais como: 1). Laboratório de Sistemas e Tecnologias de Informação que se encontra integrado no Centro de Investigação do ISMT, e tem como objetivo a realização de atividade científica e tecnológica em sistemas e tecnologias de informação. O Laboratório concentra atualmente a sua atuação em quatro áreas essenciais: "Sistemas Inteligentes para Gestão do Conhecimento", "Business Intelligence", "Tecnologias Web" e "Tecnologias de Educação", refletindo a aposta tecnológica do ISMT e também a formação, os interesses e a investigação realizada por docentes da ADTI. 2). Departamento de Comunicação Audiovisual que surge da necessidade de permitir aos alunos a proximidade com o mercado de trabalho e cenários pragmáticos.

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

The inter-institutional cooperation in the cycle of studies, identified in point 3.2.2, allows for the existence of common lecturers in the listed cycles of studies, encouraging students from different courses to share experiences, namely in inter-institutional projects such as: 1) Laboratory of Systems and Information Technologies which is integrated in the ISMT's Research Centre and has as its objective the performance of scientific and technological activities in systems and information technologies. The laboratory currently concentrates its performance in four essential areas: "Intelligent Systems for the Management of Knowledge", "Business Intelligence", "Web Technologies" and "Education Technologies". They reflect the ISMT's bet on technology and also the training, interests and investigation processes carried out by lecturers in ADTI. 2) The Audio-visual Communication Department which arises with the need to give students proximity with the labour market and pragmatic scenarios.

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

O relacionamento com o tecido empresarial e entidades do sector público efetua-se principalmente através dos estágios curriculares e de eventos temáticos, nomeadamente a promoção de iniciativas como Aulas Abertas, Seminários e Conferências.

As relações do ciclo de estudos com o sector público, privado e com instituições do sector solidário (IPSS, ONGs, etc.) são muito estreitas no terceiro ano do curso, sobretudo através das Unidades Curriculares de Estágio e de Seminário.

A Unidade Curricular de Estágio apresenta também diversos patamares de cooperação interinstitucional, frequentemente articulada com a Unidade Curricular de Seminário, desenvolvendo-se os trabalhos de investigação no âmbito de instituições e promovendo um contacto estreito e uma crescente relação com o futuro meio de inserção laboral dos estudantes.

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

The relationship with the entrepreneurial field and entities of the public sector is made mainly through internships and thematic events, namely the promotion of initiatives such as Open Classes, Seminars and Conferences.

The relationships of the cycle of studies with the public sector, private sector and social solidarity institutions (Private Social Solidarity Institutions, NGOs, etc.) are very narrow in the third year of the course, mainly through the Courses of Internship and Seminar.

The Internship Course also presents various levels of inter-institutional cooperation, often articulated with the Seminar Course. It includes the development of investigation tasks in relation to institutions, while promoting a narrow contact and a growing relationship with the future of students in labour insertion.

4. Pessoal Docente e Não Docente

4.1. Pessoal Docente

4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Ricardo Manuel da Silva Malheiro

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

Ricardo Manuel da Silva Malheiro

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:

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 - Carlos Alberto Afonso

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

Carlos Alberto Afonso

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 Associado 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 - Ilda Maria Morais Massano Cardoso

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

Ilda Maria Morais Massano Cardoso

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:

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 Vicente Duarte Serrano

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

José Vicente Duarte Serrano

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:

Assistente Estagiário 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 - Maria Manuela Augusto Serra

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria Manuela Augusto Serra

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:
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 Manuel Machado Faria de Abreu

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
João Manuel Machado Faria de Abreu

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Assistente convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
22,2

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

Mapa VIII - Luís Miguel da Cruz Pato

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Luís Miguel da Cruz Pato

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

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

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Assistente convidado ou equivalente

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

33,3

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Maria do Céu Marques Lourenço**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Maria do Céu Marques Lourenço

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

Instituto Superior Miguel Torga

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

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Assistente Estagiário ou equivalente

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

92,2

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Pedro Miguel de Sousa Marques Simões**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Pedro Miguel de Sousa Marques Simões

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 Auxiliar convidado ou equivalente

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

11,1

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Francisco Guilherme de Albuquerque Amaral

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

Francisco Guilherme de Albuquerque Amaral

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:

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 - Carla Sofia de Carvalho Figueiredo

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

Carla Sofia de Carvalho Figueiredo

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:

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 - Dinis Manuel Pedro Alves

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

Dinis Manuel Pedro Alves

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 Auxiliar 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 - Fernanda da Conceição Bento Daniel**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Fernanda da Conceição Bento Daniel

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 Auxiliar 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 - Fernando Luís de Almeida Torres Marinho**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Fernando Luís de Almeida Torres Marinho

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:

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 - Filipe André Afonso Alves e Silva**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Filipe André Afonso Alves e Silva

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:

Assistente Estagiário ou equivalente

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

38,8

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Henrique Nunes Vicente Amaral Dias

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

Henrique Nunes Vicente Amaral Dias

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:

Assistente Estagiário 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 - Ilda Teresa Castro

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

Ilda Teresa Castro

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 Auxiliar convidado ou equivalente

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

40

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral

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

Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral

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 Auxiliar 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 Henrique Rodrigues Dias

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

José Henrique Rodrigues Dias

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 Associado 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 - Luís António Morão Pinto Simões da Cunha

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

Luís António Morão Pinto Simões da Cunha

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 Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
27,7

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

Mapa VIII - Luís Miguel Couceiro Pizarro Beleza

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Luís Miguel Couceiro Pizarro Beleza

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 Associado convidado 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 - Manuel Domingos Menezes da Silva

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Manuel Domingos Menezes da Silva

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 Auxiliar ou equivalente

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

65

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

Mapa VIII - Maria João Ribeiro Curado Barata

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria João Ribeiro Curado Barata

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 Auxiliar 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 - Maria de Fátima Costa Toscano

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria de Fátima Costa Toscano

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 Auxiliar 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 - Rosa Filomena Brás Lopes Monteiro

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Rosa Filomena Brás Lopes Monteiro

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 Auxiliar 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 - Márcia Loureiro Rodrigues de Figueiredo

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

Márcia Loureiro Rodrigues de Figueiredo

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:

Assistente convidado ou equivalente

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

17,8

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Francisco Ferrugento Gonçalves Cardigos dos Reis

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

Francisco Ferrugento Gonçalves Cardigos dos Reis

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 Auxiliar convidado 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 Ângelo Duarte Neves Matias

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Miguel Ângelo Duarte Neves Matias

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 Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
35,2

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

Mapa VIII - Vasco Alves de Sousa Almeida

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Vasco Alves de Sousa Almeida

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Auxiliar 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 - Maria Assunção Seródio Evaristo Pinto

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria Assunção Seródio Evaristo Pinto

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:*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](#)**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
Ricardo Manuel da Silva Malheiro	Mestre	Engenharia Informática	100	Ficha submetida
Carlos Alberto Afonso	Doutor	Antropologia	100	Ficha submetida
Ilda Maria Morais Massano Cardoso	Mestre	Saúde Pública	100	Ficha submetida
José Vicente Duarte Serrano	Licenciado	Marketing	100	Ficha submetida
Maria Manuela Augusto Serra	Mestre	Família e Sistemas Sociais	100	Ficha submetida
João Manuel Machado Faria de Abreu	Mestre	Marketing	22.2	Ficha submetida
Luís Miguel da Cruz Pato	Mestre	Ciências da Comunicação	33.3	Ficha submetida
Maria do Céu Marques Lourenço	Licenciado	Ciências Sociais e Humanas	92.2	Ficha submetida
Pedro Miguel de Sousa Marques Simões	Doutor	Ciências da Comunicação	11.1	Ficha submetida
Francisco Guilherme de Albuquerque Amaral	Licenciado	Artes	100	Ficha submetida
Carla Sofia de Carvalho Figueiredo	Mestre	Comunicação e Jornalismo	100	Ficha submetida
Dinis Manuel Pedro Alves	Doutor	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Fernanda da Conceição Bento Daniel	Doutor	Psicologia	100	Ficha submetida
Fernando Luís de Almeida Torres Marinho	Licenciado	Direito	100	Ficha submetida
Filipe André Afonso Alves e Silva	Licenciado	Marketing	38.8	Ficha submetida
Henrique Nunes Vicente Amaral Dias	Licenciado	Economia	100	Ficha submetida
Ilda Teresa Castro	Doutor	Ciências da Comunicação	40	Ficha submetida
Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral	Doutor	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
José Henrique Rodrigues Dias	Doutor	História e Teoria das Ideias	50	Ficha submetida
Luís António Morão Pinto Simões da Cunha	Doutor	Ciências da Informação	27.7	Ficha submetida
Luís Miguel Couceiro Pizarro Beleza	Doutor	Economia	100	Ficha submetida
Manuel Domingos Menezes da Silva	Doutor	Ciências da Comunicação	65	Ficha submetida
Maria João Ribeiro Curado Barata	Doutor	Política Internacional e Resolução de Conflitos	100	Ficha submetida
Maria de Fátima Costa Toscano	Doutor	Sociologia	100	Ficha submetida
Rosa Filomena Brás Lopes Monteiro	Doutor	Sociologia	100	Ficha submetida

Márcia Loureiro Rodrigues de Figueiredo	Mestre	Ciências da Comunicação	17.8	Ficha submetida
Francisco Ferrugento Gonçalves Cardigos dos Reis	Doutor	Informática aplicada a processos químicos	100	Ficha submetida
Miguel Ângelo Duarte Neves Matias	Doutor	Gestão	35.2	Ficha submetida
Vasco Alves de Sousa Almeida	Doutor	Economia	100	Ficha submetida
Maria Assunção Serôdio Evaristo Pinto	Mestre	Família e Sistemas Sociais	100	Ficha submetida
			2333.3	

<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

19

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

<sem resposta>

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

19

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)

<sem resposta>

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

10

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)

<sem resposta>

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

8

4.1.3.4.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)

<sem resposta>

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

8

4.1.3.5.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)

<sem resposta>

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**

A avaliação de desempenho dos docentes tem-se fundamentado na vertente do ensino, através da realização de questionários dirigidos aos discentes. Desde 2009/2010 que o Conselho Diretivo (CD) do ISMT decidiu entregar a responsabilidade de lançamento dos inquéritos e recolha da informação a uma empresa especializada em serviços estatísticos com experiência consolidada nesta área (PSE). A avaliação tem sido realizada por docente e por unidade curricular (UC) e todos os docentes são avaliados semestralmente no que concerne às UC's que lecionam. Os resultados da avaliação são entregues pela PSE à Comissão de Avaliação de Desempenho dos Docentes, (a entidade que tem sido responsável pela avaliação) que os encaminha para os Coordenadores dos Ciclo de Estudos, para os docentes e para o CD. Recentemente, o CD aprovou um Regulamento Geral de Avaliação de Desempenho dos Docentes que introduz mudanças significativas no processo de avaliação, tornando-o um instrumento fundamental na melhoria e no aperfeiçoamento contínuo do trabalho académico desenvolvido pelo corpo docente, na potenciação do desenvolvimento pessoal e profissional dos/as seus docentes, na sustentação de uma política de formação do seu corpo docente e na fundamentação dos critérios de progressão na carreira. Assente nos princípios da universalidade, dinamismo, transparência, objetividade, equidade e previsibilidade, o sistema avaliação abrange as seguintes vertentes: a investigação (atividade de investigação científica, de criação cultural ou de desenvolvimento tecnológico), o ensino (serviço docente e acompanhamento e orientação dos estudantes), transferência de conhecimento (tarefas de extensão universitária, de divulgação científica e de valorização económica e social do conhecimento) e gestão (gestão do ISMT e outras tarefas distribuídas pelos órgãos de gestão competentes e que se incluam no âmbito da atividade de docente universitário). As fases da avaliação são as seguintes: autoavaliação; avaliação; audiência prévia, homologação e notificação. A avaliação, que será realizada de três em três anos, tem os seguintes intervenientes: o avaliado, o Grupo Coordenador da Avaliação, a Comissão de Avaliação e o Conselho Diretivo. Ao Grupo Coordenador, integrado por docentes, compete a implementação técnica do processo de avaliação e a entrega à Comissão de Avaliação de toda a informação considerada necessária. Por sua vez, a Comissão de Avaliação, composta por dois representantes do Conselho Científico um representante do Conselho Diretivo, um representante do Conselho Pedagógico e o Grupo Coordenador de Avaliação, compete, entre outras funções, a reparação do processo de avaliação, a elaboração das regras orientadoras do processo e a definição da ponderação das vertentes da avaliação e dos parâmetros nelas incluídos. Ao Conselho Diretivo cabe a homologação dos resultados da avaliação.

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

The assessment of performance of lecturers has been founded on the aspect of teaching, through questionnaires targeting students. Since 2009/2010, the Directing Council of the ISMT decided to attribute the responsibility for launching surveys and collecting information to a company specialising in statistical services, with a consolidated experience in this area (PSE). The assessment has been made by lecturer in each course. All lecturers are assessed every semester, with regards to the courses they teach. The results of the assessment are delivered by PSE to the Lecturer Performance Assessment Commission (the entity which has been responsible for the assessment) which forwards them to the Coordinators of the Cycle of Studies, to the lecturers and to the Directing Council. Recently, the Directing Council approved a General Assessment Regulation for Lecturers, which introduces significant changes to the assessment process, making it a fundamental instrument for the continuous improvement of the academic work developed by staff, in increasing the potential for the personal and professional development of lecturers, in sustaining a training policy among its teaching staff and on the founding of career progression criteria. Based on the principles of universality, dynamism, transparency, objectiveness, equity and predictability, the assessment system encompasses the following aspects: the investigation (activity of scientific investigation, of cultural creation or of technological development), the teaching (the teaching service and accompaniment and orientation of students), transfer of knowledge (tasks on universitarian extension, on scientific dissemination and economic social valuation of knowledge) and management (management of the ISMT and other tasks distributed among the competent management organs and which are included as part of the university teacher's activity). The assessment phases are the following: self-assessment; assessment; initial hearing, ratification and notification. The assessment, which will take place every three years, have the following participants: the person being assessed, the Assessment Coordinating Group, the Assessment Commission and the Directing Council. The Coordinating Group, which is made up of lecturers, is responsible for the technical implementation of the assessment process and delivering to the Assessment Commission all information which is deemed necessary. The Assessment Commission, which is made up of two representatives from the Scientific Council, one representative from the Directing

Council, one representative from the Pedagogic Council and the Assessment Coordinating Group, is responsible, among others, for repairing the assessment process, create rules of orientation for the process and define the weight of the assessment areas and of the parameters which they encompass, among others. The Directing Council is responsible for approving the results of the assessment.

4.1.5. Ligação facultativa para o Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente
<http://www.ismt.pt/pt-files/pdf/RGeraldeAvaliacaodeDesempenho.pdf>

4.2. Pessoal Não Docente

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

No âmbito do funcionamento do ciclo de estudos podemos referir vários Serviços e respectivo pessoal não docente afecto:

- ***Serviços de Secretaria, que se subdividem em três Secções (Secções Académica, de Expediente e Arquivo e de Contabilidade e Tesouraria) e que contam com um Chefe dos Serviços Administrativos, num total de cinco funcionários;***
 - ***O Director do Departamento Financeiro, em estreita articulação com o Chefe dos Serviços Administrativos e as várias Secções da Secretaria;***
 - ***Gabinete de Bolsas, com uma funcionária;***
 - ***Gabinete de Estágios, que conta com um Coordenador e mais dois elementos;***
 - ***Gabinete de Relações Internacionais, que conta com um Coordenador e uma funcionária;***
 - ***Biblioteca, com dois funcionários;***
 - ***Serviços de Apoio Audiovisual e Informático, com dois técnicos;***
 - ***Pessoal Auxiliar de apoio ao funcionamento das actividades lectivas, num total de cinco funcionários;***
 - ***Reprografia, com um funcionário***
- Total: 22 funcionários não docentes**

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

Within the operation of the cycle of studies we can refer their various services and non-teaching staff assigned: - Services of Secretariat, which are divided into three sections (Academic Section, and Expedient of Archives and Accounting and Treasury) and who have a Head of Administration, in a total of five employees;

- ***The Director of the Finance Department, in close coordination with the Chief of Administrative Services and the various Sections of the Secretariat;***
 - ***Office of Scholarships, with an employee;***
 - ***Office of Internships, which has a Coordinator and two more elements;***
 - ***International Relations Office, which has a Coordinator and an employee;***
 - ***Library, with two employees;***
 - ***Audiovisual Support Services and Informatics, with two technicians;***
 - ***Personal Assistant to support the functioning of the academic activities, in a total of five employees;***
 - ***Reprographics, with one employee.***
- Total: 22 non-teaching staff**

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

Quanto à qualificação profissional do pessoal não docente de apoio ao ciclo de estudos, a equipa conta com os seguintes:

- a) Dois doutores;***
- b) Dois Mestres;***
- c) Cinco licenciados (e destes, um em formação de doutoramento);***
- d) Um bacharel;***
- e) Seis funcionários com o 12.º ano de escolaridade;***
- f) Um com o 3.º ciclo do ensino básico;***
- g) Quatro com o 2.º ciclo do ensino básico;***
- h) Um com o 1.º ciclo do ensino básico, o que perfaz o total de vinte e dois funcionários.***

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

As regards professional qualifications of the non-teaching staff to support the course of study, the team has the following:

- a) Two PhD;***

- b) Two Masters;*
- c) Five Undergraduated (and of those, one in Doctor graduation);*
- d) A Bachelor;*
- e) Six employees with 12th year of Secondary school;*
- f) One with 3rd Cycle of basic education;*
- g) Four with 2nd cycle of basic education;*
- h) With 1st Cycle of basic education, which makes the total of twenty-two employees.*

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

O sistema interno de garantia de qualidade do Instituto Superior Miguel Torga (ISMT) é assegurado pela aplicação de dois modelos de avaliação de desempenho, abrangendo um os funcionários não docentes e o outro os funcionários docentes. O modelo de avaliação de desempenho a aplicar aos funcionários não docentes do ISMT tem como objectivos principais motivar os funcionários que se distinguiram pelo seu desempenho e estimular os restantes a melhorar a sua performance e consiste, em termos gerais, na realização da auto-avaliação por parte do avaliado e na realização da avaliação por um avaliador que analisará o desempenho do avaliado, no âmbito de um determinado período temporal (com periodicidade anual), e tendo em conta determinados critérios previamente definidos. Para o efeito foram aprovados dois instrumentos de avaliação - Ficha de auto-avaliação a preencher pelo avaliado (modelos A e B), consoante as carreiras a que se aplicam e a Ficha de avaliação a preencher pelo avaliador.

4.2.3. Procedures for assessing the non academic staff performance.

The quality assurance internal system of Instituto Superior Miguel Torga (ISMT) is guaranteed by the implementation of two performance assessment models, one concerning the non-teaching staff and the other concerning the teaching staff. The main objectives of the performance assessment model to be applied to the non-teaching staff of ISMT are to motivate the employees who have distinguished themselves for their accomplishments and to stimulate the others to improve their performance. In general terms, it consists of self-assessment to be carried out by the assessee and evaluation to be conducted by an assessor, who will analyse the assessee's performance over a specific time period (annual periodicity) and according to specific and previously established criteria. For that matter, two assessment tools were approved – a Self-assessment form to be filled in by the assessee (A and B models), according to the respective career and an Assessment form to be filled in by the assessor.

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

Anualmente, e de acordo com a legislação em vigor, é organizado o plano de formação para a realização de acções de formação que vão ao encontro das necessidades de formação detectadas.

As acções de formação contínua têm sido, em geral, organizadas internamente, pois o Instituto é uma entidade acreditada para a formação e procuramos incentivar a formação e a qualificação dos funcionários não docentes através de propostas de formação, de acordo com as respectivas áreas de actuação. De referir ainda que, incentivamos os funcionários a apresentarem propostas e sugestões de formação. Quanto à frequência de cursos de formação avançada, estes têm tido como principais destinatários os quadros intermédios e de topo, numa perspectiva de desenvolvimento de competências e de carreiras.

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

Annually, and according to the invigorating law, a formation plan is organized towards the achievement of formation actions to meet the detected formation needs.

The continuous formation actions have been, in general, organized internally, because the Institute is a recognized entity for formation, and we try to stimulate the formation and qualification of the non-teaching employees through formation offers, according to the respective activity area. We should also refer that we stimulate the employees to present formation suggestions and offers.

As for the frequency of the advanced formation courses, their main addressees are the top and intermediate staff, in a perspective of competences and career development.

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	57.9
Feminino / Female	42.1

5.1.1.2. Por Idade

5.1.1.2. Caracterização por idade / Characterisation by age

Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	28.1
20-23 anos / 20-23 years	28.1
24-27 anos / 24-27 years	17.5
28 e mais anos / 28 years and more	26.3

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	1.8
Centro / Centre	93
Lisboa / Lisbon	5.3
Alentejo / Alentejo	0
Algarve / Algarve	0
Ilhas / Islands	0

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	18.4
Secundário / Secondary	24.6
Básico 3 / Basic 3	21.1
Básico 2 / Basic 2	9.6
Básico 1 / Basic 1	26.3

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	54.4
Desempregados / Unemployed	6.1
Reformados / Retired	17.5
Outros / Others	21.9

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	12
2º ano curricular	22
3º ano curricular	23
	57

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

	2010/11	2011/12	2012/13
N.º de vagas / No. of vacancies	60	60	55
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	11	18	6
N.º colocados / No. enrolled students	26	29	11
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	11	18	6
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	110	95	107
Nota média de entrada / Average entrance mark	123.5	120.42	118.33

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 estruturas de apoio pedagógico e aconselhamento situam-se a 3 níveis: 1). ao nível do ciclo de estudos assente na coordenação de curso e nos docentes, com atendimento semanal aos estudantes, em horário e local divulgado na página do ISMT na Web. Atendimento aos estudantes por parte dos professores, uma vez por semana, sob marcação. 2). atendimento aos estudantes por parte do Conselho Pedagógico, horário e local está na página do ISMT na Web. 3). Gabinetes de Apoio Especializados, nomeadamente Gabinete de Apoio ao Estudante (visa responder ao estudantes com dificuldade de integração ou com problemas de insucesso escolar; Observatório de Inserção no Mercado de Trabalho, que é uma unidade orgânica do ISMT que visa recolher informação fidedigna sobre os percursos profissionais dos seus diplomados e em particular das taxas de empregabilidade de cada licenciatura; Gabinete de Relações Internacionais e Gabinete de Bolsas de Estudo que apoia os estudantes com dificuldades económicas.

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

The structures of the pedagogic support and counselling are set on three levels: 1) at the level of the cycle of studies based on the course coordination and lecturers, with the weekly reception of students, at a time and place identified on the ISMT's website. Students are received by lecturers, once a week, after scheduling meetings. 2) the Pedagogic Council's reception of students, at a time and place identified on the ISMT's website. 3) Specialised Support Offices, namely the Student Support Office (aims to answer the needs of students with difficulties in integration or with problems related to educational failure); the Observatory for the Insertion in the Labour Market, which is an organic unit of the ISMT, aims to gather

reliable information on the professional development of its graduates and in particular, on the employability rates of each degree; International Relations Office and Scholarship Office which support students with economic difficulties.

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

As medidas para promover a integração dos estudantes na comunidade académica são desenvolvidas a quatro níveis: 1). Ações realizadas através da Associação de Estudantes do ISMT que desenvolve um programa de iniciativas culturais, sociais e académicas em parceria com as coordenações de curso que agilizam com os seus docentes.

2). Através do pessoal não docente, nomeadamente através dos funcionários das receções dos vários edifícios, elementos cooperantes e importante na integração dos estudantes.

3). Um guia de acolhimento aos alunos disponível no site do ISMT.

4). Uma página oficial no Facebook com interação permanente com os estudantes, divulgando informação institucional e ainda iniciativas de integração na comunidade do ISMT.

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

The measures to promote the integration of students in the academic community are developed on four levels: 1) Actions carried out through the Students' Association of the ISMT, which develops a programme with cultural, social and academic initiatives through a partnership with the coordination of the course, made with the support of lecturers. 2) Through non-teaching staff, namely through the staff at the receptions of the various buildings. They are cooperative and important elements to help students to become integrated. 3) A student reception guide which is available through the ISMT website. 4) An official page of Facebook with permanent interaction with students, which disseminates institutional information as well as initiatives for the integration within the ISMT community.

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

As medidas de aconselhamento sobre as possibilidades de financiamento e emprego são efetuadas nas seguintes estruturas:

1). Financiamento: 1.1). Secção de Bolsas: através desta secção os estudantes podem ter acesso a toda a informação relativa a candidaturas a bolsas no ensino superior privado; 1.2). Departamento Financeiro que esclarece o aluno sobre o Crédito ao Ensino Superior 2012 (a informação também se encontra disponível na página web do ISMT) e Serviço de Seguro de Propinas (a informação deste serviço encontra-se disponível na página web do ISMT); 1.3). Medidas internas de apoio a desempregados e alunos com familiares também estudantes.

2). Emprego: 1). Observatório de Inserção no Mercado de Trabalho que recolhe informação fidedigna sobre os percursos profissionais dos seus diplomados divulga ofertas de emprego no site do ISMT e no Facebook; 2). Coordenação do Curso; 3). Gabinete de Coordenação de Estágios; 4). Newsletter oficial do ISMT com ofertas de emprego.

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

The counselling measures on the financing and employment possibilities are made through the following structures:

1) Financing: 1.1) Scholarship section: through this section students can obtain access to all of the information with regards to being candidates for scholarships within private higher education establishments; 1.2) Financial Department which clarifies students as to Loans for Higher Education 2012 (the information is also available on the ISMT's website) and Tuition Insurance Service (information on this service is available on the ISMT's website); 1.3) Internal measures to support those who are unemployed and students with family members who are also students.

2) Employment: 1) Observatory for the Insertion in the Labour Market which collects reliable information on professional development of its graduates and lists job offers on the ISMT website and on Facebook; 2) Course Coordination; 3) Internship Coordination Office; 4) ISMT's official newsletter with job offers.

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

A Coordenação do curso cruza, analisa e sintetiza os dados oriundos das fontes de informação disponíveis sobre o grau de satisfação pedagógica e formativa dos estudantes (dados da avaliação semestral dos alunos relativamente aos docentes, ao plano de estudo e aos recursos técnicos e pedagógicos alocados ao curso; adequação dos sumários aos conteúdos curriculares; informações

recolhidas em webmail e atendimento personalizado aos alunos). Após discussão com os docentes do curso, reflete as conclusões desta avaliação sistemática em propostas de medidas pedagógicas e científicas junto dos órgãos académicos do ISMT. Desta intervenção a coordenação dá retorno aos alunos, estabelecendo com estes um debate que permita interpretar os resultados e as propostas dos docentes para melhorar o funcionamento das unidades curriculares ao nível programático e metodológico.

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

The course Coordination crosses, analyses and synthesizes the data from available sources of information on the level of pedagogic and formative satisfaction of students (data from the assessment made every semester by students with regards to lecturers, the study plan and technical or pedagogic resources allocated to the course; adequacy of the summaries for the course contents; information collected from webmail and personalized reception of students). Following a discussion with the lecturers of the course, there are reflections on the conclusions of this systematic assessment on proposals for pedagogic and scientific measures, which are presented to the academic organs of the ISMT. This intervention then includes the participation of students, as a debate is organised in order to interpret the results and the proposals presented by lecturers, so as to improve the functioning of courses with regards to the syllabus and methods used.

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

O ciclo de estudo possui um Coordenador de Relações Internacionais nomeado pela coordenação do curso com assento no Gabinete de Relações Internacionais (GRI). O GRI é serviço responsável pela mobilidade dos estudantes e pelo reconhecimento mútuo dos ECTS na conformação dos Learning Agreement em processo de incoming e outcoming. Este processo segue o previsto em regulamento próprio do ISMT, subjugado à legislação em vigor para o efeito e outras especificidades impostas por as instituições parceiras de mobilidade. Para promoção da mobilidade o GRI, desenvolve um conjunto de iniciativas em parceria com as coordenações de curso, ex. a feira da mobilidade, onde são apresentados os programas e locais de parceria.

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

The cycle of studies has an International Relations Coordinator who is appointed by the coordination of the course, with the support of the International Relations Office. The International Relations Office is a service which is responsible for student mobility and by the mutual recognition of ECTS in conformity with the Learning Agreement which is in the process of incoming and outcoming. This process is developing as expected under the ISMT's own regulation, subjected to the legislation which is in force for this effect as well as other specifications which have been implemented by the partnering institutions on mobility. To promote mobility, the International Relations Office is developing a set of initiatives through a partnership with the coordinations of the course, e.g. mobility fair, where programmes and places of partnership are presented.

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.

O ciclo de estudos visa formar quadros altamente qualificados, com competências necessárias para o desempenho de funções nas organizações. São objetivos de aprendizagem do ciclo de estudos: adotar um modelo de ensino baseado no desenvolvimento de competências; implementar metodologias de trabalho que promovam a autonomia, o espírito crítico, e abertura à inovação e à mudança, integrando, de uma forma transversal, as tecnologias da informação; promover a troca de experiências com outras comunidades nacionais e internacionais; integrar as vivências, experiências, conhecimentos, interesses dos alunos no processo de aprendizagem; envolver os alunos no processo de aprendizagem; fomentar atitudes e valores que conduzam à consciencialização da importância do ser humano, na sua dimensão física, intelectual e ética; desenvolver nos alunos a capacidade de aprofundar os conhecimentos nas principais tecnologias emergentes, assim como nas principais tendências de avaliação, seleção e aplicação estratégica dessas tecnologias; promover a capacidade de comunicar as ideias, ao nível da oral

e da escrita; desenvolver capacidades de trabalho em equipa.

O ciclo de estudos visa que os estudantes adquiram competências e aptidões teóricas e técnicas que possibilitem: privilegiar a formação do aluno no conhecimento de áreas base do Marketing e das Ciências da Comunicação; proporcionar uma informação teórica, rigorosa, fundamentada, atualizada; promover uma visão integradora das diversas áreas do conhecimento, numa perspetiva humanista da realidade; promover metodologias ativas no decorrer das atividades formativas; dinamizar atividades extracurriculares que abranjam diferentes áreas de interesse.

Numa direta articulação com os objetivos de aprendizagem, considera-se imperativo estruturar os conteúdos programáticos das unidades curriculares sejam sequenciais e permitam constituir-se como um espaço privilegiado de reflexão e ação, procurando capacitar os estudantes de conhecimentos teóricos e competências técnicas orientadas aos vários perfis profissionais. A natureza específica deste ciclo de estudos implica um cruzamento de metodologias de ensino-aprendizagem, valorizando-se o “saber-saber” e o “saber-fazer”, privilegia-se uma alternância dos métodos expositivo, demonstrativo e participativo. As metodologias ativas nas diversas áreas curriculares, fomenta autonomia e espírito crítico e de investigação mobilizadores para a participação/proposta em atividades extracurriculares.

A avaliação das unidades curriculares prevê a avaliação dos conhecimentos, aptidões e competências delineados nos objetivos de aprendizagem para cada um dos módulos. A medição do grau de cumprimento assenta nos índices de aprovação das uc’s, no grau de envolvimento do estudante em atividades institucionais (académicas/científicas) e na formação em contexto de trabalho, através dos estágios curriculares e participações em projetos extra curriculares, de natureza tecnológica ou científica.

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

The cycle of studies aims to create highly qualified professionals, with the competences which are necessary for the performance of functions within organisations. The learning objectives of the cycle of studies are: to adopt a teaching model based on the development of competences; to implement work methodologies which promote autonomy, a critical spirit, and openness to innovation and to change, integrating, in a transversal perspective, information technologies; promote the exchange of experiences with other national and international communities; integrate the experiences, knowledge and interests of students in the learning process; involve students in the learning process; encourage attitudes and values which lead to an awareness on the importance of the human being, in his physical, intellectual and ethical dimension; develop in students the capacity to deepen knowledge on the main emerging technologies, as well as on the main assessment tendencies, selection and strategic application of those technologies; promote the capacity to communicate ideas, on an oral and written level; develop skills in team work.

The cycle of studies aims to help students acquire competences and theoretical aptitudes and techniques which allow for: the privileged education of the student in obtaining knowledge in base areas of Marketing and Communication Sciences; provide theoretical, rigorous, founded and updated information; promote an integrated vision of the diverse areas of knowledge, in a humanist perspective of reality; promote active methodologies during the educational activities; make extra-curricular activities which cover different areas of interest more dynamic.

In a direct articulation with the learning objectives, it is imperative that the syllabuses of the courses are structured sequentially and constitute a privileged space for reflection and action, seeking to provide student with theoretical knowledge and technical competences oriented towards the various professional profiles. The specific nature of this cycle of studies implies crossing teaching-learning methodologies, valuing the “know-know” and the “know-do”, privileging a variation in the expositive, demonstrative and participative methods. The active methods in the various course areas encourage autonomy and the critical and investigative spirit which lead to the participation/proposal in extracurricular activities.

The assessment of courses foresees the assessment of knowledge, aptitudes and competences which have been identified in the learning objectives of each module. The measure of the level of fulfilment is based on the approval indexes of courses, on the level of the student’s involvement in institutional activities (academic/scientific) and in the formative aspect in the context of employment, through the internships and participation in extracurricular projects of a technological or scientific nature.

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

O ciclo de estudos foi elaborado tendo em conta os princípios norteadores do Processo de Bolonha (mobilidade, empregabilidade, e competitividade), encontrando-se adequado a este Processo por Despacho nº 19676/2009. Destes princípios norteadores, destacam-se:

-- Definição dos objetivos da estrutura curricular e das unidades curriculares em particular tendo como objetivo o ensino baseado no desenvolvimento de competências (descritores de Dublin). A este respeito, refira-se o equilíbrio existente entre as aulas teóricas e as aulas práticas e de laboratório; o ênfase dado a

metodologias de avaliação continuada, privilegiando a realização de componentes de avaliação que estimulam diversas competências técnicas, sociais e humanas (incluindo testes escritos e de laboratório, realização de projetos práticos e apresentação de estudos de caso); a disponibilização pelos docentes da folha de progresso dos alunos, com atualizações ao longo do semestre; e a sistematização dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso na disciplina Projeto ou Estágio.

-- A organização do curso com base no sistema europeu de transferência de créditos (ECTS). Como já foi referido, a generalidade das unidades curriculares apresentam um equilíbrio entre aulas teóricas (T) e aulas teórico-práticas (TP) e de prática laboratorial (PL). De forma a apoiar o estudo autónomo e a realização de trabalhos pelos alunos, cada unidade curricular tem ainda atribuídas, em média, 6 horas de sessões de orientação pessoal do tipo tutorial.

-- Semelhança com instituições de referência do ensino superior do espaço europeu (com principal destaque para instituições espanholas, francesas, inglesas e norueguesas, mas também belgas, alemãs, italianas, irlandesas, suecas e finlandesas), a nível de semestres (6), créditos ECTS (180), e unidades curriculares das principais áreas científicas.

-- os alunos poderão realizar ECTS no leque de disciplinas optativas. Se superarem o número de créditos exigidos para a conclusão da licenciatura, esta situação ficará incluída no suplemento ao diploma como reconhecimento de créditos extra. Este diploma reconhece também atividades extra-curriculares que sejam realizadas pelo aluno e que se encontrem reconhecidas no Regulamento Geral de Avaliação do ISMT, incluindo Estágios de verão promovidos regularmente pelo ciclo de estudos.

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

The cycle of studies was created taking into consideration the guiding principles of the Bologna Process (mobility, employability and competitiveness), with its suitability to the process outlined by Regulation 1976/2009. Among these guiding principles, are:

-- Definition of the objectives in the course structure and course units in particular, having as the objective learning based on the development of competences (Dublin descriptors). In this respect, note the balance existing between theory classes, practical classes and laboratory; the emphasis given to continuous assessment methods, which privileges assessment components which stimulate various technical, social and human competences (including written tests and laboratory tests, preparation of practical projects and the presentation of case studies); the lecturers' making available the students' progress sheets, which are updated throughout the semester; the systematising of knowledge acquired throughout the course of study during the Project or Internship.

-- The organisation of the course based on the European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS). As was previously mentioned, the generalness of the course units present a balance between theory classes (T) and theory-practice classes and practice-laboratory (PL). In order to support autonomous study and assignments organised by students, each course unit also attributes an average of 6 hours of sessions towards personal orientation of the tutorial type.

-- Similarity with reference higher education institutions in Europe (with the main focus going to Spanish, French, British and Norwegian institutions, but also Belgian, German, Italian, Irish, Swedish and Finnish), with regards to semesters (6), ECTS credits (180), and course units of the main scientific areas.

-- Students can obtain ECTS (180) in the range of elective disciplines. If they exceed the number of credits required for the conclusion of the bachelor's degree, this situation will be included in the supplement to the diploma as recognition for extra credits. This diploma also recognises extracurricular activities in which the student participates and which are recognised by the General Assessment Regulation of the ISMT, including summer internships which are promoted regularly by the cycle of studies.

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

O ciclo de estudos é pensado anualmente como um todo, isso significa que se tenta perceber a adequação na distribuição das unidades curriculares por anos letivos e a sequencialidade dos próprios conteúdos ao longo do curso. As alterações que têm sido efetuadas dizem essencialmente respeito a alterações de conteúdos em unidades curriculares por questões de atualização do saber ou de utilização de tecnologias que passam a ter mais sentido para a realidade atual. Pelos mesmos motivos podem igualmente ser alterados os métodos de trabalho.

São ainda definidas anualmente, de acordo com áreas de saber que se pretende ver complementadas, de lacunas que são detetadas ou de áreas emergentes, o conjunto de unidades curriculares opcionais que irão funcionar no ano letivo seguinte.

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

The cycle of studies is planned annually as a whole. That means that there is an attempt to understand the adequacy of the distribution of the course units between school years, and the sequence of the contents themselves throughout the course of study. The alterations that have been made refer mainly to alterations in the contents of course units, which were adopted to update knowledge or include the use of technologies which are more relevant for the current reality. For the same reason, work methods may also be altered.

Furthermore, every year the set of elective course units which will be opened the following school year are also defined, in accordance with the areas of knowledge which they aim to serve as a complement to, in accordance with gaps that are identified or in accordance with emerging areas.

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

O plano de estudo contempla unidades curriculares que, por um lado, permitem aos estudantes adquirirem conhecimentos e treinarem competências no âmbito do tratamento da informação recolhida para efeitos de pesquisa, como é o caso da UC de Métodos Estatísticos Sondagens e Estudos de Opinião Pública e Marketing Estratégico. Por outro lado, adquirem na UC de Seminário e Estágio capacidades para a elaboração de projetos de investigação.

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

The study plan contemplates course units which on the one hand, allow students to acquire knowledge and train their competences as part of the treatment of the information which was collected for research purposes, as is the case with the course on methods of Statistical Surveys and Studies on Public Opinion and Strategic Marketing. On the other hand, they acquire in the course on Seminar and Internship the skills to create investigation projects.

6.2. Organização das Unidades Curriculares

6.2.1. Ficha das unidades curriculares

Mapa IX - Teorias da Comunicação / Theories of Communication

6.2.1.1. Unidade curricular:

Teorias da Comunicação / Theories of Communication

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

José Henrique Rodrigues Dias, 15h

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

Maria João Ribeiro Curado Barata, 30 horas

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

Maria João Ribeiro Curado Barata, 30 hours

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

- 1. Compreender a natureza processual e pluridimensional da comunicação.*
- 2. Tomar consciência da diversidade de abordagens teóricas que se podem mobilizar para estudar fenómenos de comunicação.*
- 3. Compreender os principais modelos teóricos sobre o processo de comunicação e saber aplicá-los analiticamente.*
- 4. Conhecer, compreender e saber explicar as principais teorias do estudo das audiências, dos públicos e da receção de media.*
- 5. Analisar criticamente instituições, processos e os eventos de comunicação mediada.*
- 6. Refletir criticamente sobre a comunicação mediada nas sociedades contemporâneas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1. Understanding the processual and pluridimensional nature of communication.**
- 2. Awareness on the diversity of theoretical approaches which can be used to study communication phenomena.**
- 3. Understanding the main theoretical models on the process of communication and knowing how to apply them analytically.**
- 4. Knowing, understanding and explaining the main theories on the study of audiences, public and the media's reception.**
- 5. Critically analyse institutions, processes and communicative events which are mediated.**
- 6. Critically reflecting on mediated communication in contemporary societies.**

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Perspetivas básicas da comunicação

- 1.1. O conceito de comunicação**
- 1.2. Os elementos do processo de comunicação**
- 1.3. A percepção**

2. Modelização no estudo da comunicação

- 2.1. O modelo de Shannon e Weaver**
- 2.2. O modelo de Lasswell**
- 2.3. O modelo de Jakobson**
- 2.4. O modelo semiótico-informacional**

3. Teorias das audiências, da receção e dos efeitos dos media

- 3.1. Os conceitos de audiência e de público**
- 3.2. Métodos quantitativos e qualitativos no estudo das audiências e dos públicos**
- 3.3. Abordagem estrutural**
- 3.4. A investigação dos efeitos**
- 3.5. A teoria dos usos e gratificações**
- 3.6. O modelo de codificação/descodificação**
- 3.7. A abordagem construtivista**

6.2.1.5. Syllabus:

1. Basic perspectives of communication

- 1.1. The concept of communication**
- 1.2. Elements of the communication process**
- 1.3. Perception**

2. Models in the study of communication

- 2.1. The Shannon-Weaver model**
- 2.2. The Lasswell model**
- 2.3. The Jakobson model**
- 2.4. The semiotic-informational model**

3. Theories on audiences, reception and the effects of the media

- 3.1. The concepts of audience and public**
- 3.2. Quantitative and qualitative methods in the study of audiences and publics**
- 3.3. Structural approach**
- 3.4. Investigation of effects**
- 3.5. Theory of gratification and uses**
- 3.6. The codification/decodification model**
- 3.7. The constructivist approach**

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

O Ponto 1 do Programa destina-se a fomentar a tomada de consciência e a compreensão da natureza processual, complexa e pluridimensional da comunicação.

No Ponto 2, os alunos são iniciados em questões de modelização da comunicação e, com isso, numa perspetiva mais sistemática, disciplinada e analítica de abordagem de questões de comunicação.

O Ponto 3, ao propor um aprofundamento de uma vertente mais específica do processo de comunicação mediada (o das audiências, da receção e dos efeitos), permitirá a tomada de consciência da diversidade de abordagens teóricas com que um mesmo fenómeno pode ser estudado, fomentando assim um sentido de

contextualização e de discussão crítica, bem como de articulação das teorias da comunicação com uma visão mais ampla das sociedades contemporâneas.

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

Point 1 of the programme aims to promote awareness and the comprehension of the procedural, complex and pluridimensional nature of communication.

In Point 2, students are introduced to issues in the area of models of communication, followed by a more systematic, disciplined and analytical approach of communication issues.

Point 3, by proposing a deeper insight into a more specific aspect of the mediated communication process (audiences, reception and effects), there is awareness on the diversity of theoretical approaches with which the same phenomenon can be studied. Thus, it creates a sense of contextualisation and critical discussion, as well as the articulation of communication theories with a broader view of contemporary societies.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição dialogada da matéria teórica, com recurso a casos e exemplos ilustrativos.

Debate de questões críticas, nomeadamente de aplicação de conteúdos teóricos na interpretação de questões de atualidade

Metodologia de avaliação: testes de avaliação de conhecimentos, assiduidade e participação nas aulas.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Dialogued exposition of theoretical material, with the use of case studies and illustrative examples.

Debates on critical topics, namely the application of theoretical contents on the interpretation of current issues.

Assessment methodology: tests to assess knowledge, attendance and participation in class.

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

Dada a forte componente teórica da unidade curricular, uma grande parte das horas de contacto é destinada a expôr, explicar e ilustrar teorias, modelos e conceitos, com o objetivo de que os(as) alunos(as) os conheçam, compreendam e saibam usar analiticamente. Os enunciados dos testes de avaliação de conhecimentos serão elaborados com esse objetivo.

Paralelamente, a discussão crítica – em diálogo interativo docente/alunos(as) e entre alunos(as) – desses modelos, teorias e conceitos, nos seus próprios termos, mas também à luz de situações e eventos atuais, permite desenvolver a capacidade de análise crítica de fenómenos de comunicação.

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

Given the strong theoretical component of the course, a great part of the contact hours aim to expose, explain and illustrate theories, models and concepts, with the objective of allowing students to learn, understand and use them analytically. The knowledge assessment tests will be elaborated with that objective.

At the same time, the critical discussions – in an interactive lecturer/student dialogue – of those models, theories and concepts, in their own terms but also in relation to current events and situations, offers the opportunity to develop the critical analysis capacity of communication phenomena.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Branston, Gill e Stafford, Roy (2010) *The Media Student's Book* (5th ed.). London and New York: Routledge.

Devereux, Eoin (2003). *Understanding the Media*. London: Sage Publications.

Fiske, John (1993) *Introdução ao Estudo da Comunicação*. Lisboa: Edições ASA.

McQuail, Dennis (2000). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Monteiro, Ana Cristina et al. (2008) *Fundamentos de Comunicação*. Lisboa: Edições Sílabo.

Schroder, Kim e al. (2003). *Researching Audiences*. London: Arnold.

Sousa, Jorge Pedro (2006) Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. 2ª ed. Porto. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf> [20 de fevereiro de 2012]

Wolf, Mauro (1987). Teorias da Comunicação. Lisboa, Editorial Presença.

Mapa IX - História das Ideias Sociais / History of Social Ideas

6.2.1.1. Unidade curricular:

História das Ideias Sociais / History of Social Ideas

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

José Henrique Rodrigues Dias, 6h (T:30;TP:10;OT:5)

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

Maria Assunção Seródio Evaristo Pinto, 36h (T:30;TP:10;OT:5)

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

Maria Assunção Seródio Evaristo Pinto, 36h (T:30;TP:10;OT:5)

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

Objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- 1. Definir conceitos sociológicos;*
- 2. Compreender conceitos e aplicá-los à realidade atual;*
- 3. Conhecer as etapas do Pensamento Sociológico;*
- 4. Analisar textos;*
- 5. Avaliar factos sociológicos e sua pensabilidade;*
- 6. Confrontar teorias;*
- 7. Integrar regras de análise;*
- 8. Elaborar sínteses.*

Competências a desenvolver na unidade curricular:

- 1. Revela domínio de terminologia;*
- 2. Manifesta aptidão conceptual;*
- 3. Relaciona a interação conceptual;*
- 4. Conhece as etapas do Pensamento Sociológico;*
- 5. Desenvolve a capacidade de análise de textos;*
- 6. Desenvolve a capacidade de avaliar factos e sua teorização;*
- 7. Desenvolve a capacidade de extrapolação de princípios teóricos;*
- 8. Desenvolve a capacidade de síntese de fundamentos teóricos;*
- 9. Desenvolve a capacidade de produção de textos científicos.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Objectives:

- To define sociological concepts.*
- To understand concepts and to apply them to current reality.*
- To know the stages of Sociological Thinking.*
- To analyse texts.*
- To assess sociological facts and their thinkableness.*
- To confront theories.*
- To integrate analysis rules.*
- To prepare syntheses.*

Competences:

Reveals command of terminology
Manifests conceptual skills
Establishes conceptual interaction
Knows the stages of Sociological Thinking
Develops the capacity to analyse texts
Develops the ability to assess facts and their theorisation
Develops the capacity to extrapolate from theoretical principles
Develops the ability to synthesise theoretical principles.
Develops the capacity to produce scientific texts.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Conceitos sociológicos fundamentais

1.1. AUGUST COMTE

- 1.1.1. *Etapas do seu pensamento.*
- 1.1.2. *Unidade humana e social.*
- 1.1.3. *A Lei dos Três Estados e a classificação das ciências.*
- 1.1.4. *A sociedade industrial.*
- 1.1.5. *Natureza humana e ordem social.*

2. KARL MARX

- 2.1. *Análise socioeconómica do capitalismo.*
- 2.2. *Teoria do Valor – alienação.*
- 2.3. *Fundamentos da Teoria das Classes Sociais.*
- 2.3.1. *Critérios para a definição de classe.*

3. ÉMILE DURKHEIM

- 3.1. *A herança do positivismo.*
- 3.2. *Regras do Método Sociológico.*
- 3.3. *O Suicídio.*
- 3.4. *Formas elementares da vida religiosa.*

4. MAX WEBER

- 4.1. *Sociologia compreensiva.*
- 4.2. *Antinomia da condição humana.*
- 4.3. *O problema da causalidade histórica.*
- 4.4. *A ética protestante e o espírito do capitalismo.*
- 4.5. *Economia e Sociedade.*
- 4.6. *Teoria da estratificação social.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. Fundamental sociological concepts

1.1. AUGUST COMTE

- 1.1.1. *Stages of his thought.*
- 1.1.2. *Human and social unit.*
- 1.1.3. *The Law of Three Stages and sciences rating.*
- 1.1.4. *The industrial society.*
- 1.1.5. *Human nature and social order.*

2. KARL MARX

- 2.1. *Social-economic analysis of capitalism.*
- 2.2. *Theory of Value - alienation.*
- 2.3. *Fundamentals of the Theory of Social Classes.*
- 2.3.1. *Criteria for the definition of class.*

3. ÉMILE DURKHEIM

- 3.1. *The heritage of positivism.*
- 3.2. *Rules of the Sociological Method.*

3.3. Suicide.**3.4. Elementary forms of religious life.****4. MAX WEBER****4.1. Comprehensive sociology.****4.2. The antinomy of human condition.****4.3. The problem of historic causality.****4.4. The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism.****4.5. Economy and Society.****Theory of social stratification.**

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
A preocupação dominante traduz-se na possibilidade de aquisição de vocabulário específico e na capacidade de perceber criticamente os conceitos fundamentais que permitem metabolizar os conceitos sociológicos. A escolha dos autores é o fundamento textual da evolução do pensamento sociológico desde a sua elaboração organizada para, a partir do pensamento comtiano e da classificação das ciências, em consonância com a Lei dos Três Estados, se perceber a própria metodologia do pensamento. Num período conturbado da vivência social, torna-se imperativo aceder ao pensamento de Marx e ter como texto síntese a leitura crítica do manifesto do Partido Comunista de Marx e Engels. Não é possível aceder a um processo de investigação sociológica fora da perspectiva de Durkheim e do seu trabalho "O Suicídio". Sempre numa interação de todos os sociólogos referidos, é importante para a compreensão dos mecanismos do capitalismo optar pela obra de Max Weber "A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo".

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.
The main goal is to enable the acquisition of specific vocabulary and the ability to analytically understand the fundamental sociological concepts from the synchronistic and diachronic point of view. The choice of authors is based on the need to reveal the evolution of the sociological thinking since its organisation as such. From the comtian behaviour thought and from the rating of sciences, in compliance with the Law of Three Stages we understand the methodology of thought itself. In a disturbed period for social living, we had access to the thoughts of Marx and the critical reading of the Communist Party's Manifest. It is not possible to have access to a sociological investigation process outside of Durkheim's perspective. Hence the choice of his work "The Suicide". Always in an interaction between all of the aforementioned sociologists, it is important for the comprehension of capitalism mechanisms to choose Max Weber's work "The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism".

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):
O método dominante consiste na articulação da lição magistral do ponto de vista teórico com a imediata remissão para a leitura crítica de textos de vários autores. Fundamentalmente interessa-nos formar indivíduos autónomos com sustentabilidade de conhecimento que lhes sirva para adquirirem uma dimensão intelectual universitária, isto é, compreender o universo. Os métodos de avaliação de conhecimento das várias situações previstas baseiam-se em amostragens de conhecimentos pela elaboração de breves dissertações e ainda de um trabalho de investigação em torno de qualquer dos temas e / ou autores abordados, em consonância com um suporte metodológico sobre trabalhos de investigação científica ao nível do ciclo de estudo e ano em que os alunos estão integrados.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):
The dominant method consists of the articulation between theoretical presentations and immediate reference to the analysis of texts by several authors. Fundamentally we are interested in training autonomous individuals with sustainability of knowledge which will allow them to acquire a university intellectual dimension, that is, the ability to understand the universe. The assessment methods of the several predicted situations are based on knowledge samples, whether by brief dissertations and a research assignment on any of the topics and/or authors studies, in compliance with a methodological support on scientific research works at the level and year in which students are integrated.

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.
Como decorre de quanto acima se assume, não faria qualquer sentido prosseguir metodologias que não

respondessem à fidelidade última da aquisição de competências por parte dos alunos. Os muitos anos de trabalho de lecionação e a própria especialização académica em História das Ideias Sociais, julgo poderem abonarem entrega do docente às suas funções, mais preocupado em ensinar a pensar que na superficialidade de memorização a prazo de assuntos que facilmente se diluem e esquecem.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.
As evident in all of the stated above, there would be no point in pursuing methods that did not provide the ultimate goal of student competence development. The many years of teaching and the academic specialisation in History of Social Ideas should be enough to prove the lecturer's commitment to his functions. He is more concerned about teaching how to think than about the superficial short term memorisation of subjects that are easily forgotten.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

COMTE, Auguste. (1947). Discurso sobre o Espírito Positivo. Lisboa. Seara Nova.

COMTE, Auguste. (1972). La Science Sociale, Paris, Gallimard.

COMTE, Auguste. (sd). Catecismo Positivista ou Exposição Sumária da Religião Universal, Mem Martins, Europa-América.

CRUZ, M. Braga da. (1972). Teorias Sociológicas. Os Fundadores e os Clássicos (Antologia de Textos), I Volume. 2ª Edição. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.

DURKHEIM, Émile. (1975). A Ciência Social e A Ação. Lisboa. Livraria Bertrand.

DURKHEIM, Émile. (1980). As Regras do Método Sociológico. Lisboa. Presença.

DURKHEIM, Émile. (1996). O Suicídio. 6ª ed. Lisboa. Presença.

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. (1974). Manifesto do Partido Comunista. Coimbra. Centelha

N, A. Santos. (1988). Entre a Razão e o Sentido. Durkheim, Weber e a Teoria das Ciências Sociais. Porto. Afrontamento

WEBER, Max. (1996) A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo. Lisboa. Presença. 4º ed

Mapa IX - Microeconomia / Microeconomics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Microeconomia / Microeconomics

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

Luís Miguel Couceiro Pizarro Beleza

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

Henrique Amaral Dias, 45h (T 20h; TP 20h; OT 5h)

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

Henrique Amaral Dias, T 20h; TP 20h; OT 5h

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

Dotar os alunos de conhecimentos teóricos sólidos para uma análise correcta dos mercados.

Compreender os conceitos básicos de Microeconomia.

Compreender, analisar e prever os comportamentos do consumidor e/ou do produtor em mercados com diversos tipos de concorrência e os resultados da interacção entre estes agentes em contexto de estratégia empresarial.

Compreender, analisar e prever o funcionamento do mercado dos factores : Trabalho, Terra e Capital.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To endow the students with sound theoretical knowledge for a correct analysis of the markets.

To understand the basic concepts of Microeconomics.

To understand, analyse and foresee the consumer and/or the producer's behaviour in markets with diverse

types of competition and the results of the interaction between these agents in the context of business strategy.

To understand, analyse and foresee the functioning of market factors: Labour, Land and Capital.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

I. Objectivo e Método: 1. Assuntos Económicos; 2. Economia como Ciência Social; 3. Ferramentas de Economia.

II. Teoria Elementar da Procura e da Oferta: 4. Procura, Oferta e Preço; 5. Elasticidade da Procura e da Oferta; 6. Procura e Oferta em Interação.

III. Teoria Intermédia da Procura: 7. Utilidade Marginal; 8. Teoria das Preferências; 9. Tomada de decisão na Presença do Risco.

IV. Teoria Intermédia da Oferta: 10. Empresa, Produção e Custo; 11. Custo e “Output”; 12. Concorrência Perfeita; 13. Análise Elementar de Investimentos; 14. Eficiência dos Mercados Competitivos; 15. Introdução aos Mercados Imperfeitos; 16. Monopólio, Concorrência Monopolística e Oligopólio; 17. Comportamento Estratégico; 18. Mercados de Trabalho e de Capitais.

6.2.1.5. Syllabus:

I. Object and Method: 1. Economic affairs; 2. Economics as Social Science; 3. Economics tools.

II. Elementary theory of demand and supply: 4. Demand, Supply and Price; 5. Elasticity of demand and supply; 6. Demand and supply in Interaction.

III. Intermediate theory of demand: 7. Marginal utility; 8. Theory of Preferences; 9. Decision making in the Presence of Risk.

IV. Intermediate theory of supply: 10. Company, Production and Cost; 11. Cost and Output; 12. Perfect competition; 13. Elementary analysis of Investments; 14. Efficiency of Competitive Markets; 15. Introduction to Imperfect Markets; 16. Monopoly, Monopolistic Competition and Oligopoly; 17. Strategic behaviour; 18. Labour Markets and Capitals.

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

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objectivos da unidade curricular dado que o programa foi concebido para abordar de forma integrada a Teoria da Procura e da Oferta, começando com a análise de conceitos basilares, passando pela sua aplicação, ao nível do comportamento do consumidor e/ou produtor e, terminando na análise da unidade curricular como um todo.

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

The syllabus is consistent with the curricular unit's objectives as the program was conceived to address the theory of supply and demand in an integrated way, beginning with the analysis of cornerstone concepts, going through their enforcement, at the level of the consumer and/or the producer's behaviour, ending in the analysis of the curricular unit as a whole.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os conteúdos teóricos da unidade curricular serão expostos através de aulas ilustradas sempre que possível com casos práticos. Os alunos serão motivados para aplicar as competências adquiridas através de uma análise e discussão de estudos de caso e exercícios.

A avaliação compreende a avaliação continuada em que 20% corresponde a um trabalho individual, 20% a um exame oral sobre a obra adoptada e 60% a um teste escrito; a avaliação final é composta por uma prova escrita (65%) e um trabalho individual (35%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

illustrated with practical cases whenever possible. The students will be motivated to use the acquired skills through the analysis and discussion of case studies and exercises.

The evaluation comprises a continuous assessment in which 20% corresponds to an individual paper, 20% to a verbal examination on the adopted work and 60% to a written test; the final evaluation is composed of a written test (65%) and an individual written essay (35%).

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

As metodologias de ensino estão de acordo com os objectivos da unidade curricular uma vez que:

- 1. a exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos;**
 - 2. a exposição de evidência científica em conjunto com a análise de estudos de caso permitem mostrar o funcionamento do mercado;**
 - 3. a exposição das questões e desafios actuais possibilita uma reflexão sobre as linhas de investigação na área da Microeconomia.**
- O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.**

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

The teaching methodologies are in accordance with the objectives of the curricular unit, once:

- 1. The organised presentation of the syllabus associated with the submission of practical cases and with the resolution of exercises allow for an adequate explicitness of contents;**
- 2. The presentation of scientific evidence together with the analysis of case studies allow to show how the market operates;**
- 3. The presentation of issues and current challenges makes it possible to reflect on the lines of investigation in the area of Microeconomics.**

The evaluation regime was conceived to measure to what extent the competencies were developed.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Sebenta do docente (The lecturer's notebook is a mandatory source of information).

Samuelson, Paul; Nordhaus, William (2005) – Economia, Lisboa, McGraw-Hill, 18ª edição .

Frank, Robert H. (2008) – O Economista Natural, Lisboa, Casa das Letras.

Manual Complementar: Stiglitz, Joseph; Walsh, Carl (2001) – Economics, New York, Norton, 3rd edition.

Mapa IX - Teorias da Publicidade / Theories of Advertising

6.2.1.1. Unidade curricular:

Teorias da Publicidade / Theories of Advertising

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

Manuel Domingos Menezes da Silva, 45h (T:38h; OT:7h)

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 unidade curricular de Teorias da Publicidade engloba de modo objetivo e sustentado uma visão generalista sobre o mundo da publicidade.

Tem como objetivo evidenciar os fundamentos ideológicos e técnicos do sistema publicitário, e que dessa forma os alunos o compreendam.

Os alunos deverão estar aptos a comentar qualquer artefacto publicitário, bem como produzi-los de acordo com os objetivos da comunicação.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The Theories of Advertising course encompasses in an objective and sustained manner a generalist view of the world of advertising.

It has as its main objective to present the ideological and technical fundamentals of the advertising system for the students' comprehension.

The students should be apt to comment on any advertising artefacts, as well as produce them according to the communication objectives.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1 – Media e Publicidade**
- 1.1 – Breve Análise Histórica**
- 2 – A Publicidade Enquanto Conceito: Diferentes Aproximações**
- 3 – Teorias da Percepção e da Atenção**
- 4 – Teorias da Persuasão**
- 5 – Descrição do Sistema Publicitário**
- 5.1 – O Anunciante**
- 5.2 – A Agência**
- 5.3 – Campanhas Publicitárias: Diferentes Etapas**
- 5.4 – Meios e Suportes**
- 5.4.1 – Meios Above e Below the Line**
- 6 – Tipos de Publicidade**
- 6.1 – Publicidade Social**
- 6.2 – Publicidade de Produto**
- 6.3 – Publicidade Institucional**
- 6.4 – Publicidade Relacional**
- 6.5 – Publicidade Subliminar**

6.2.1.5. Syllabus:

- 1 – Media and Advertising**
- 1.1 – Brief Historical Analysis**
- 2 – Advertising as a Concept: Different Approaches**
- 3 – Theories of Perception and Attention**
- 4 – Theories of Persuasion**
- 5 – Description of the Advertising System**
- 5.1 – The Advertiser**
- 5.2 – The Agency**
- 5.3 – Advertising Campaigns: Different Stages**
- 5.4 – Means and Supports**
- 5.4.1 – Above and Below the Line Means**
- 6 – Types of Advertising**
- 6.1 – Social Advertising**
- 6.2 – Product Advertising**
- 6.3 – Institutional Advertising**
- 6.4 – Relational Advertising**
- 6.5 – Subliminal Advertising**

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

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos formulados para a unidade curricular dado que os tópicos incluídos no programa visam fornecer as ferramentas adequadas à descodificação da linguagem publicitária através da análise prática de anúncios, preparando os discentes para uma literacia visual qualificada.

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

The syllabus is in coherence with the objectives of the course, given that the topics included in the programme aim to provide the adequate tools for the decodification of advertising language through a practical analysis of announcements, which prepare the students for qualifications in visual literacy.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição teórica do docente em interconexão com a apresentação, sempre que possível, de casos concretos da experiência.

Nas sessões, é valorizado o questionamento dos discentes visando o debate e a participação ativa dos mesmos.

Avaliação contínua e presencial, tomando-se em consideração os seguintes parâmetros: Teste Escrito (50%); Participação dos alunos nas sessões: Debate/Reflexão, Trabalhos em contexto de aula (25%); Trabalho de grupo final (25%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The lecturer's theoretical exposition, along with the presentation of concrete cases, whenever possible. During classes, students' questions are encouraged so as to promote debates and their active participation.

Continuous and presential assessment, taking into consideration the following parameters: Written test (50%); Student participation during class: Debate/Reflection, Assignments in the context of the class (25%); Final group work (25%).

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

A unidade curricular tem uma natureza teórico-prática, onde são conciliadas aulas expositivas com trabalhos apresentados pelos alunos. Estes trabalhos, decorrentes das matérias lecionadas, combinam uma componente teórica e uma dimensão empírica. Com esta estratégia pretende-se que os discentes adquiram competências tanto ao nível de uma análise crítica do discurso publicitário, como no concernente à conceção e operacionalização das mensagens publicitárias mais adequadas a cada problema de comunicação.

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

The course has a theoretical and practical nature, where expositive classes are conciliated with the work presented by students. These tasks, which are the result of material which was taught in class, combines a theoretical component and an empirical dimension. With this strategy, students should acquire competences both with regards to a critical analysis of advertising speech, as well as with regards to the conception and operationalisation of the most adequate advertising message for each communication problem.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BASSAT, Luis (2011). El Libro Rojo de la Publicidad. Barcelona, Random House Mondadori, 318 pp.

BRIERLEY, Sean (1995). The Advertising Handbook. Londres, Routledge.

BROCHAND, Bernard et all (1993). Publicitor. Lisboa, Dom Quixote (1999), 654 pp.

CAETANO, Joaquim; Rui Estrela (2004). Introdução à Publicidade. Porto, IPAM, 228 pp.

CAETANO, Joaquim; Humberto Marques; Carlos Silva (2011). Publicidade. Fundamentos e Estratégias. Lisboa, Escolar Editora, 431 pp.

LENCASTRE, Paulo de (2011). Como Anda a Publicidade... em Portugal. In Como Anda a Publicidade? Porque Pesquisar faz Bem. São Paulo, pág. 63-68.

LENDREVIE, Jacques; Arnaud de Baynast; Pedro Dionísio; Joaquim Vicente Rodrigues; Catherine Emprin (2010). Publicitor. Lisboa, Dom Quixote, 573 pp.

LINDON, Denis, et all (2010). Mercator XXI: Teoria e Prática do Marketing. Lisboa, Dom Quixote, 701 pp.

LÓPEZ, Maria Cruz Alvarado (2005). La Publicidad Social: Concepto, Objeto y Objetivos". In Redes.com Comunicación y Desarrollo, nº2, Sevilla.

Mapa IX - Comunicação de Marketing / Marketing Communication**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Comunicação de Marketing / Marketing Communication

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

José Vicente Duarte Serrano, 45h (T:40h; TP:10h; OT:15h)

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 desta unidade curricular, o aluno deverá ser capaz de:

- *Introduzir os conceitos básicos de marketing;*
- *Estruturar conceptualmente, toda a teoria de Comunicação de Marketing e variáveis do Mix da comunicação;*
- *Desenvolver capacidades de aplicação prática dos conceitos;*
- *Encarar os conceitos de cultura, identidade e imagem, como um processo de natureza dinâmica nas organizações;*
- *Enumerar as diferentes tarefas de um diretor de comunicação;*
- *Planear estratégia de comunicação.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of this curricular unit the student should be able to:

- *Introduce the basic concepts of marketing;*
- *Conceptually structure the theory of Marketing Communication and the variables of the communication mix;*
- *Develop the capacity for practical application of the concepts;*
- *Identify the concepts of culture, identity and image, as a process of the dynamic nature of organisations;*
- *Name the different tasks of a communications director;*
- *Plan out a communication strategy.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

UNIDADE TEMÁTICA 1: Fundamentos de Marketing

- *O marketing como filosofia de gestão*
- *Evolução da gestão de marketing.*
- *Marketing estratégico/ marketing operacional*

UNIDADE TEMÁTICA 2: A Comunicação de Marketing

- *A natureza e a função da Comunicação de Marketing;*
- *Componente Estratégica da Comunicação;*
- *Análise das Variáveis da Comunicação de Marketing;*
- *Da Estratégia de Marketing à Estratégia de Comunicação.*

UNIDADE TEMÁTICA 3: A Dimensão Estratégica da Imagem Empresarial

- *A Imagem Empresarial como princípio de Gestão Estratégica;*
- *Cultura;*
- *Identidade;*
- *Imagem.*

UNIDADE TEMÁTICA 4: Auditoria de Imagem

- *Conceitos e objetivos da Auditoria de Imagem;*
- *Modelos de Quantificação da Imagem Empresarial;*
- *Avaliação da Cultura Empresarial;*
- *Análise da Imagem Pública.*

UNIDADE TEMÁTICA 5: O Diretor de Comunicação

- *Instrumento da Direção de Comunicação;*
- *Planos de Comunicação.*

6.2.1.5. Syllabus:

THEME UNIT 1: Marketing principles

- *Marketing as a management philosophy*
- *The evolution of marketing management*
- *Strategic marketing/operational marketing*

THEME UNIT 2: Marketing communication

- *The nature and function of marketing communication*
- *Strategic component of marketing communication*
- *Analysis of the variables of marketing communication*
- *From marketing strategy to communication strategy*

THEME UNIT 3: Strategic dimensions of corporate image

- **Corporate image as a principle of strategic management**
- **Culture**
- **Identity**
- **Image**

THEME UNIT 4: Image auditing

- **Concepts and objectives of image auditing**
- **Models of quantification of corporate image**
- **Evaluation of corporate culture**
- **Evaluation of public image**

THEME UNIT 5: The communications director

- **Instruments of the communication direction**
- **Communication plans**

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular. Os conteúdos da Unidade Curricular estão estruturados em 5 unidades temáticas. As primeiras unidades temáticas servem de base introdutória, ao conceito marketing e comunicação de marketing. As restantes unidades temáticas exploram teorias e procedimentos de auditoria de imagem, funções do diretor de comunicação e elaboração de plano de comunicação.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives. The contents of the curricular unit are structured into 5 theme units. The first units serve as an introductory basis to the concept of marketing and marketing communication. The remaining units explore the theories and procedures of image auditing, the functions of a communications director and the elaboration of a communications plan.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas assentam numa componente teórica – prática apelando à participação do aluno. A avaliação continuada consiste em dois trabalhos práticos, baseados em artigos científicos relevantes para discussão na aula e numa prova escrita individual. A avaliação final consiste na realização de uma prova escrita e na entrega de um trabalho.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The lectures are based on a theoretical-practical component appealing to the student's participation. Continuous evaluation consists of two practical works, based on relevant scientific articles, to be discussed in a class setting, and of one individual written exam. Final evaluation consists of a written exam and submission of a work.

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

Como os objetivos a Unidade Curricular assentam principalmente na aquisição de competências específicas no âmbito do saber e da sua aplicação, a metodologia de ensino adotada, procura promover um ambiente de exploração com a elaboração de trabalhos práticos baseados em modelos e teorias, promovendo desta forma um ambiente de estímulo e exploração para o aluno, bem como o fomentar do trabalho em equipa.

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

Given that the objectives of the curricular unit are based mainly on the acquisition of specific skills in the ambit of knowledge and it's applications, the teaching methodologies adopted seeks to promote an environment of exploration with the elaboration of practical works based on models and theories, hence promoting a stimulating environment and a spirit of team work.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

CARDOSO, P. GAIO, S. (2004) Publicidade e comunicação empresarial: Perspetivas e contributos, Edições

Universidade Fernando Pessoa, Porto

CASTRO, J. (2002) Comunicação de Marketing, Sílabo Gestão, Lisboa

CHAVES, N (1990) La imagen corporativa: Teoría y Metodología de la identificación Institucional, Editorial Gustavo Gili, Barcelona

DESS, G. G. e ROBINSON, R. B. (1984). Measuring organizational performance in the absence of objective measures: the case of the privately – held firm and conglomerate business unit. Strategic Management Journal, 5 (3), 265 – 273.

KITCHEN, F. (1999) Marketing Communications: Principles and Practice. Thompson Learning.

MORGAN, G (2006) Imagens da organização, Editora Atlas, São Paulo.

Mapa IX - Produção e Realização Audiovisual I / Audiovisual Production and Direction I

6.2.1.1. Unidade curricular:

Produção e Realização Audiovisual I / Audiovisual Production and Direction I

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

Maria do Céu Marques Lourenço, 60h (TP:22h; PL:32h; OT:6hh)

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 objetivo de aprendizagem fornecer aos estudantes de Comunicação conhecimentos sobre as técnicas de Produção e Realização audiovisual (nomeadamente para Televisão), bem como das possibilidades criativas das mesmas. Com os conhecimentos técnicos de todo o processo de produção/realização televisiva, os alunos deverão ter uma aproximação efetiva à experiência, essencial a um futuro profissional de comunicação, de como é construir uma realidade baseada na captação/recriação do real e de todos os desafios que daí advêm.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This course has as its main objective to provide Communication students with audiovisual Production and Direction techniques (mainly for television), as well as present their creative possibilities. With the technical knowledge of the entire television production/direction process, students will become familiar with this experience, which is essential for a professional future in the area of communication on the creation of a reality captured/recreated from real situations and all of the challenges that that implies.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Conceitos para pensar sobre Televisão.*
- 2. As profissões da indústria da Televisão / Vídeo.*
- 3. O processo da produção:*
- 4. Equipas de Produção. O percurso da Pré-Produção até à Pós-Produção.*
- 5. Introdução ao Guionismo.*
- 6. A câmara de vídeo – elementos base.*
- 7. Composição das imagens*
- 8. A linguagem dos planos. Escala. Designações.*
- 9. Movimentos da câmara*
- 10. Princípios de Realização Multicâmara.*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Concepts to think about Television*

2. *Professions in the Television/Video industry*
3. *The production process*
4. *Production teams. The trajectory from Pre-Production to Post-Production*
5. *Introduction to Scripting*
6. *The video camera – base elements*
7. *The composition of images*
8. *The language of framing. Scale. Terminology*
9. *Camera movements*
10. *The principles of multicamera production*

6.2.1.6. **Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**
Esta é uma unidade curricular eminentemente prática que se desenvolve em estúdio. Os conteúdos programáticos foram desenhados para que os estudantes tenham uma verdadeira aproximação às técnicas e linguagens envolvidas. Os processos criativos só se poderão desenvolver após uma apropriação real do funcionamento dos materiais e da reflexão sobre a linguagem que daí advém.

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

This is an essentially practical course which is developed in a studio.

The syllabus was developed so that students will have a close approximation to the techniques and language involved.

The creative processes can only be developed following a close approximation on how materials work and a reflection on the related language.

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

Após uma reflexão teórica sobre os processos em causa, os estudantes serão confrontados com exemplos diversos que lhes permitam questionar as metodologias que lhes permitam atingir tais resultados.

O trabalho centra-se fundamentalmente, numa primeira fase, na constituição de equipas segundo os objetivos dos projetos parcelares dos alunos. Adequação aos fins. Num segundo momento, os estudantes tomam contacto com os materiais, incluindo câmaras, captação áudio, iluminação e régie de estúdio. Finalmente, desenvolverão trabalhos com base na realização multicâmara, previamente desenhados. A avaliação far-se-á de uma forma eminentemente continuada, incluindo um teste escrito e mais dois momentos de observação das competências práticas adquiridas através do registo videográfico, sendo, pelo menos um no processo de “live-on-tape”.

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

Following a theoretical reflection on processes, students will be confronted with various examples which will allow them to question the methods which will allow them to reach those results.

In a first phase, work focuses mainly on the creation of teams according to the objectives of their projects. Adapting to ends. In a second moment, students will be placed in contact with material, including cameras, audio equipment, lighting and studio control room.

Finally, they will develop tasks based on multicamera production. These will have been planned beforehand.

The assessment will be of a continuous nature. It will include a written test and two moments focusing on the observation of the acquisition of practical competences through video recordings. At least one will be live-on-tape.

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

Se os objetivos principais da unidade curricular são fornecer aos estudantes conhecimentos sobre as técnicas de Produção e Realização audiovisual (nomeadamente para Televisão), bem como das possibilidades criativas das mesmas, é absolutamente necessário que, para além do fazer pensar “sobre”, se consiga uma efetiva experiência na criação de conteúdos após a apropriação da linguagem que se desenvolve com apoio nos conhecimentos técnicos.

O Audiovisual é uma técnica em trânsito para a Arte. A necessidade dos estudantes se tornarem executantes de maneira a defrontar os caminhos que conduzem à narrativa criativa, é fortemente contemplada já que as aulas se desenvolvem todas em contexto de produção/realização. O estúdio de audiovisuais é o local. Todos os alunos terão que efetivamente experimentar os diversos processos que

conduzem ao resultado final, da pré-produção à realização, passando pela operação de câmara.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.
If the main objectives of the course are to provide students with knowledge on audiovisual Production and Directing techniques (namely for Television), as well as their creative possibilities, it is absolutely necessary that besides “thinking” about them, there is an effective content creation experience, following the acquisition of the language which is developed with the support of technical knowledge. Audiovisual is a technique leading to Art. The need for students to become executers so as to face the paths which lead to creative narrative is strongly contemplated, since classes are all developed in the context of production/direction. The audiovisual studio is the place. All students will have to try the diverse processes which lead to the final result, from pre-production to directing, passing through the camera.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALKIN, Glyn (1980), Operações de Som em Televisão. Lisboa: Editorial Presença.
ALMEIDA, Manuel Faria de (1989), Cinema e Televisão Princípios Básicos. Lisboa: TV Guia.
FILHO, Aloyzo (2005), Manual de Interpretação para Televisão. Lisboa: Novo Imbondeiro Editores.
GIANCAMANTONIO, Marcello (1976), Os Meios Audiovisuais. Lisboa: Edições 70.
HOLLAND, Patrícia (1997), The Television Handbook. London: Routledge.
Steven D. (1991), Film Directing Shot by Shot. Studio City, CA: Michael Wiese Productions.
MARNER, Terence ST. John (1999), A Realização Cinematográfica. Lisboa: Edições 70.
MILLERSON, Gerald (1994), Técnicas de Realización y producción en television. Madrid: IORTV.
SOLARINO, Carlo (1993), Cómo Hacer televisión Madrid: Ed. Cátedra, S.A. YORKE, Ivor, (1998), O Jornalismo diante das Câmaras. S. Paulo: Ed. Summus.
ZETTL, Herbert (2011), Videolab 4 (DVD-ROM). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
ZETTL, Herbert (2000), Video Basics 3. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.

Mapa IX - Marketing e Tecnologias / Marketing and Technologies

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing e Tecnologias / Marketing and Technologies

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

Francisco Ferrugento Gonçalves Cardigos dos Reis

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

Ricardo Manuel da Silva Malheiro, 45h (20T, 20PL, 5OT)

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

Ricardo Manuel da Silva Malheiro, 45h (20T, 20PL, 5OT)

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

Objetivos:

- *Conhecer e compreender as principais tecnologias associadas à execução de um plano de marketing numa organização.*
- *Trabalho prático com várias técnicas (e.g., OLAP, Data Mining) e ferramentas direcionado para a área do marketing.*

Competências:

- *Sabe o que é um Sistema de Informação e quais os seus componentes.*
- *Sabe distinguir e dar exemplo dos vários tipos de SI existentes.*
- *Conhece as várias operações OLAP.*
- *Conhece as principais noções relacionadas com o Data Mining (DM).*
- *Conhece os vários tipos de problemas e as principais técnicas e algoritmos utilizados no DM.*
- *Sabe trabalhar com algumas ferramentas informáticas que implementam técnicas OLAP e de Data Mining.*

- *Consegue escolher estratégias adequadas para a resolução de problemas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Objectives:

- *Know and understand the main technologies associated with the execution of a marketing plan within an organisation. - Practical work with various techniques (e.g., OLAP, Data Mining) and tools for the area of marketing.*

Competences:

- *Know what is an Information System (IS) and which are its components.*
- *Be able to distinguish and give examples of the different types of IS in existence.*
- *Become familiar with the different OLAP operations.*
- *Become familiar with the different notions associated with Data Mining (DM).*
- *Become familiar with the different types of problems and the main techniques and algorithms which are used with DM.*
- *Be able to work with some informatics tools which implement OLAP and Data Mining techniques.*
- *To be able to select the adequate strategies to solve problems.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução aos Sistemas de Informação*
2. *Sistemas de Apoio à Decisão*
3. *Data Warehouses*
4. *OLAP*
5. *Data Mining*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Introduction to Information Systems*
2. *Decision Support Systems*
3. *Data Warehouses*
4. *OLAP*
5. *Data Mining*

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

Os Sistemas de Apoio à Decisão (SAD) são sistemas computacionais que funcionam de uma forma interactiva com o objectivo de apoiar o decisor no processo de tomada de decisão.

Para a sua implementação, são utilizados actualmente tecnologias relacionadas com DataWarehouses, OLAP e Data Mining. Este tipo de tecnologias emergentes estão a ser implantadas em todo o tipo de empresas, desde as maiores (e.g., bancos, seguradoras), até às PME's. Este tipo de SADs permite ganhar vantagens competitivas em relação à concorrência, daí a sua utilização de uma forma cada vez mais consistente.

Nesta UC, os alunos irão trabalhar com estas tecnologias, assim, no final, deverão conhecer a sua importância e mediante um dado problema conseguir optar por uma solução. Irão ainda aprender a trabalhar com ferramentas informáticas que permitem aplicar à prática estes conhecimentos. Os exercícios práticos bem como os casos de estudo apresentados serão direccionados para a área do Marketing.

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

Decision Support Systems (DSS) are computer-based information systems which work in an interactive manner with the objective of supporting the decider in the process of making a decision.

For its implementation, currently use is made of technologies related to DataWarehouses, OLAP and Data Mining. These types of emerging technologies are being implemented in all types of companies, from the largest (e.g. banks, insurers), to SMEs. This type of DSS enables them to obtain a competitive advantage over the competition. Thus, its use is increasingly consistent.

In this course, students will be working with these technologies. Thus, at the end they should be aware of their importance in light of a given problem, while being able to select a solution. They will also be learning to work with informatics tools which will allow them to practice and apply this knowledge. The practical exercises, as well as the case studies which will be presented, will target the area of Marketing.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teóricas(T): Os conteúdos programáticos serão leccionados através de exposição oral recorrendo à utilização de recursos multimédia. Os conteúdos serão na maioria das vezes acompanhados pela apresentação e discussão de exemplos e de casos de estudo. Em determinadas aulas, os alunos irão acompanhar conteúdos com o auxílio do computador(TP).

Aulas teórico práticas(TP): Realização de fichas práticas utilizando o papel e principalmente o computador.

Aulas de orientação e tutorial(OT): Estas aulas servirão para os alunos entregarem e defenderem determinadas fases do projecto. O docente irá fazer um controle da aprendizagem dos alunos, acompanhando-os e tentando sempre tirar as suas dúvidas.

A avaliação é composta por um teste escrito onde se pretende avaliar os conhecimentos adquiridos e por um projecto que pretende aferir as competências adquiridas pelos alunos. A classificação final da avaliação continuada é ainda composta por uma parcela correspondente à participação dos alunos.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Theory classes (T): The syllabus will be presented through oral exposition, supported by the use of multimedia resources. Most of time, the contents will be accompanied by the presentation and discussion of examples and case studies. In some classes, students will accompany contents with the help of a computer (TP).

Theory-practice classes (TP): Completion of practical exercises using paper and mainly the computer.

Tutorial orientation classes (TO). These classes will be used by students for them to hand in and defend certain phases of their projects. The lecturer will control the students' learning evolution, and provide assistance while attempting to clarify doubts.

The assessment is composed of a written test which will assess the knowledge which was acquired by students, as well as a project which will assess the competences they acquired. The final classification of continuous assessment will also include an area which corresponds to students' participation.

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

Pretende-se que os alunos, no final do semestre, consigam compreender a importância e conhecer os vários tipos de Sistemas de Apoio à Decisão (SAD) que existem nas organizações e que conheçam técnicas e ferramentas adequadas para a resolução de problemas reais de apoio à decisão. Para atingir tais objectivos, a grande maioria das aulas terá uma tipologia mista, i.e., a primeira parte da aula terá uma tipologia expositiva, tentando fomentar sempre a participação dos alunos, enquanto a segunda parte deverá normalmente corresponder à aplicação prática dos conhecimentos transmitidos na primeira parte da aula, através de casos de estudo e fichas práticas para resolução com papel e caneta ou com ferramentas informáticas, dependendo da matéria em questão. A planificação da unidade curricular terá uma sequência lógica considerada ideal, por parte do docente, no sentido de serem atingidos os objectivos previamente definidos para a unidade curricular e no sentido de os alunos adquirirem as competências consideradas fundamentais para esta unidade curricular.

A avaliação (teste e projecto com várias fases de entrega) pretende verificar se as aprendizagens previstas foram atingidas.

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

The objective is that the students at the end of the semester will be able to understand the importance and the different types of Decision Support Systems (DSS) which exist in organisations, as well as be familiar with the techniques and tools which are suitable for the resolution of real problems and support the decision which is made. To reach these objectives, most classes will feature a mixed typology. For example, the first part of the class will focus on an expositive typology, while always encouraging the participation of students. The second part will usually correspond to the practical application of the knowledge which was transmitted in the first part of the class, through case studies and practical exercises to be completed with pen and paper, or with IT tools, depending on the material which was presented. The planning of the course will have a logical sequence which is considered to be ideal by the lecturer, in order to reach the objectives which have been listed for the course, so that students acquire competences which are considered to be fundamental for this course.

The assessment (test and project to be delivered in different phases) aims to verify if the students reached

the learning objectives.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Cortes, Bruno (2005). Sistemas de Suporte à Decisão. FCA
Witten, Ian; Frank, Eibe; Kaufmann; Morgan (2005) Data Mining – Practical Machine Learning Tools and Techniques. Morgan Kaufmann
Berry, Michael; Linoff, Gordon; Wiley & Sons (2004). Data Mining Techniques for Marketing, Sales and Customer Relationship Management. Wiley Computer Publishing.
Santos, Maribel e Ramos, Isabel (2009). Business Intelligence. FCA

Mapa IX - História e Estética da Imagem Mediatizada / History and Aesthetics of the Mediatized Image

6.2.1.1. Unidade curricular:

História e Estética da Imagem Mediatizada / History and Aesthetics of the Mediatized Image

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

Manuel Domingos Menezes da Silva, 45h (T:30h; TP:10h; OT: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):

1. Divisar os marcos mais importantes da História da Imagem;
2. Apreender a complexidade da noção de imagem na cultura ocidental no transcurso da modernidade;
3. Compreender a polissemia do conceito de imagem em interconexão a evolução histórica, o desenvolvimento tecnológico, económico, social e estético.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

1. To discern the most important marks of the History of Image;
2. To apprehend the complexity of the notion of image in western culture throughout modernity;
3. To understand the polysemy of the concept of image in inter-connection with historic evolution, and technological, economical, social and aesthetic development.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1 – Imagem e Teoria

1.1 – O Conceito de Imagem;

1.2 – Mímesis: Imagem e Semelhança na Filosofia Grega;

1.3 – Imagem e Economia: Mediações Presentes no Iconoclasma Medieval;

2 – A Imagem e Suas Mediações Culturais

2.1 – O Poder das Imagens na Geração de Emoções;

2.2 – Aniconismo: Mito ou Realidade?

2.3 – Arte e Estética Cultural: Interconexões Complexas;

3 – Imagem e Técnica: Imagens Mediáticas

3.1 – A Cultura Visual Instituída Pelos Dispositivos Óticos Modernos;

3.2 – Imagem Técnica e suas Possibilidades de Reprodução;

3.3 – As Mediações Contemporâneas da Tecnicização das Imagens.

6.2.1.5. Syllabus:

1 - Image and Theory**1.1 - The concept of Image;****1.2 - Mimesis: Image and Resemblance in Greek Philosophy;****1.3 - Image and Economy: Mediations Present in the Medieval Iconoclasm;****2 - Image and its Cultural Mediations****2.1 - The Power of Images in Generating Emotions;****2.2 - Aniconism: Myth or Reality?****2.3 - Art and Cultural Aesthetics: Complex Interconnections;****3 - Image and Technique: Mediatic Images****3.1 - Visual Culture Institutes by the Modern Optical Devices;****3.2 - Technical Image and its Reproduction Possibilities;****3.3 - Contemporary Mediations of the Technical Implementation of Images**

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
A subdivisão dos conteúdos em três grandes pontos onde são abordadas as dimensões teórica, cultural e técnica da imagem numa perspetiva diacrónica, constituem-se como elementos essenciais para o alcance dos objetivos definidos.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.
The division of the syllabus into three large topics where the theoretical, cultural and technical dimensions of image are approached in a diachronic perspective constitute essential elements in the achievement of the defined objectives.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição teórica do docente em interconexão com a apresentação, sempre que possível, de casos concretos da experiência;

Nas sessões, é valorizado o questionamento dos discentes visando o debate e a participação ativa dos mesmos;

Avaliação contínua e presencial, tomando-se em consideração os seguintes parâmetros: Teste Escrito (50%); Participação dos alunos nas sessões: Debate/Reflexão, Trabalhos em contexto de aula (25%); Trabalho de grupo final (25%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Theoretical presentations by the lecturer combined with the presentation of real life cases, whenever possible;

During lessons, students' participation is appreciated, in order to promote debate and active learning;

Continuous and on-campus learning is composed of the following elements: Written test (50%); students' participation in the sessions: debate/reflection and classroom assignments (25%); final group work (25%).

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

A unidade curricular tem uma natureza teórico-prática, onde são conciliadas aulas expositivas com trabalhos apresentados pelos alunos. Estes trabalhos, decorrentes das matérias lecionadas, combinam uma componente teórica e uma dimensão empírica. Com esta estratégia pretende-se que os discentes tenham uma perspetiva reflexiva mais profunda acerca dos distintos estatutos que a imagem foi assumindo no transcurso dos tempos na cultura ocidental até à experiência atual.

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

The course has a theoretical and practical nature and combines presentations by the lecturer with presentations by the students. These assignments, exploring studied subjects, combine a theoretical component with an empirical dimension. With this strategy we intend to endow students with a deeper reflective perspective on the different statuses that image assumed in western culture throughout times and to the present day.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BESANÇON, Alain (2000). The Forbidden Image: An Intellectual History of Iconoclasm. Chicago, University

Chicago Press.

FLUSSER, Vilém (1984). Ensaio sobre a Fotografia: Para uma Filosofia da Técnica (or. Für eine Philosophie der Fotografie). Lisboa, Relógio Discurso'Água (1998), 96 pp.

FREEDBERG, David (1989). El Poder de las Imágenes. Estudios Sobre la Historia y la Teoría de la Respuesta (or. The Power of Images. Studies in the History and Theory of Response). Madrid, Cátedra (1992), 496 pp.

JOLY, Martine (1994). Introdução à Análise da Imagem (or. Introduction à L'analyse de L'image). Lisboa, Edições 70 (2007), 173 pp.

MIRANDA, José A. Bragança de (2008). Corpo e Imagem. Lisboa, Veja, 188 pp.

MONDZAIN, Marie-José (1996). Image, Icône, Économie: Les Sources Byzantines de L'Imaginaire Contemporain, Paris, Seuil.

MITCHELL, W. J. T. (1984). What is an Image? In New Literary History, Vol. 15, n.º 3. Baltimore, Johns Hopkins University Press, pág. 503-537.

Mapa IX - Semiótica da Comunicação / Semiotics of Communication

6.2.1.1. Unidade curricular:

Semiótica da Comunicação / Semiotics of Communication

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

Maria João Ribeiro Curado Barata, 30h (T25h; OT5h)

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. Compreender a especificidade da semiótica enquanto teoria e método para o estudo de fenómenos de comunicação.*
- 2. Saber explicar os principais conceitos da semiótica.*
- 3. Saber aplicar as perspetivas e os conceitos da semiótica na interpretação de conteúdos de comunicação.*
- 4. Saber desenvolver em grupo uma análise semiótica de um conteúdo de comunicação.*
- 5. Saber identificar os atos de linguagem.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1. Understand the specificity of semiotic as a theory and method for the study of communication phenomena.*
- 2. Know how to explain the main concepts of semiotic.*
- 3. Know how to apply the perspectives and the concepts of semiotic in the interpretation of communication contents.*
- 4. Know how to develop within a group a semiotic analysis of a communication content.*
- 5. Know how to identify language acts.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Sinais, signos e códigos.*
- 2. As duas linhagens da semiótica*
 - 2.1. A linguística de Saussure*
 - 2.2. A lógica de Peirce*
 - 2.3. Desenvolvimentos posteriores*

3. A significação**3.1. Língua/fala****3.2. Denotação/conotação****3.3. Figuras retóricas****3.4. Codificação/descodificação****4. Pragmática da comunicação****4.1. Os atos de linguagem****6.2.1.5. Syllabus:****1. Signs, signals and codes.****2. The two languages of semiotic****2.1. Saussure's linguistic theory****2.2. Peirce's logic****2.3. Later developments****3. The significance****3.1. Language/speech****3.2. Denotation/connotation****3.3. Rhetorical figures****3.4. Coding/Decoding****4. Pragmatics of communication****4.1. Acts of language****6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

A aprendizagem das perspetivas básicas e dos principais conceitos da semiótica habilita à compreensão da especificidade da semiótica enquanto, ao mesmo tempo, teoria descritiva e método de interpretação de fenómenos de comunicação. Este é também o primeiro passo para o desenvolvimento de uma sensibilidade semiótica no contacto interpretativo com conteúdos de comunicação.

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

The learning of the basic perspectives and of the main concepts of semiotics leads to the understanding of the specificity of semiotic as descriptive theory and method of interpretation for communication phenomena. This is also the first step for the development of a semiotic sensitiveness in the interpretive contact with communication contents.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição dialogada da matéria teórica, com recurso a casos e exemplos ilustrativos.

Exercícios práticos em aula, em grupos, de aplicação dos conceitos lecionados a conteúdos de comunicação.

Metodologia de avaliação: testes de avaliação de conhecimentos, assiduidade e participação nas aulas.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Oral exposition on theoretical material, with the support of case studies and illustrative examples.

Practical exercises in class, in groups, on the application of the contents presented to communication contents.

Assessment method: Knowledge assessment tests, attendance and participation in class.

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

Dado o carácter fortemente estruturalista e abstrato da semiótica, as aulas teóricas são imprescindíveis para apoiar a construção da compreensão conceptual da mesma. Ao mesmo tempo, o recurso constante a exemplos e ilustrações ajudará a essa compreensão, bem como permitirá perceber a relevância da semiótica e o modo como pode ser aplicada. Os exercícios práticos em aula visam exercitar essa capacidade de aplicação da semiótica na interpretação de conteúdos de comunicação. A dinâmica de grupo nesses exercícios amplifica a imaginação e a perspicácia envolvidas em processos de interpretação

semiótica. Os testes de avaliação visam aferir da compreensão dos conceitos, da capacidade de os explicarem e de os aplicarem a conteúdos concretos, em termos individuais.

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

Given the strongly structuralist and abstract character of semiotic, theoretical classes are indispensable to support the construction of its conceptual comprehension. At the same time, the constant use of examples and illustrations will help with that comprehension, as well as help to understand the semiotic relevance and the way in which it may be applied. The practical exercises in class aim to exercise that capacity to apply semiotic to the interpretation of communication contents. The group dynamic in those exercises expands the imagination and insight involved in semiotic interpretation processes. The assessment tests aim to evaluate the comprehension of concepts, the capacity to explain them and to apply them to concrete contents, individually.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Austin, J. L. (1997) How to do things with words. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
Cánovas, Sonia Madrid (2005) Semiótica del Discurso Publicitario. Del signo a la Imagen. Murcia: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones.
Chandler, Daniel (s/d) Semiotics for Beginners. <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotic.html> [20 de fevereiro de 2012]
Fidalgo, António; Gradim, Anabela (2004/2005) Manual de Semiótica. Universidade da Beira Interior. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-manual-semiotica2005.pdf> [20 de fevereiro de 2012]
Fiske, John (1993) Introdução ao Estudo da Comunicação. Lisboa: Edições ASA.
Hall, Sean (2007) Esto significa esto. Esto significa aquello. Semiótica: guía de los signos y sus significados. Libros Blume.
Innis, Robert E. (ed.) Semiotics: An Introductory Reader. Londres: Hutchinson.
Lotman, Yuri (1978) Estética e Semiótica do Cinema. Lisboa: Editorial Estampa.

Mapa IX - Métodos e Técnicas de Criação / Creativity Methods and Techniques

6.2.1.1. Unidade curricular:

Métodos e Técnicas de Criação / Creativity Methods and Techniques

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

Luís António Morão Pinto Simões da Cunha, 45 h(T:10h; TP:20h; TC:10h; OT: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):

Os objetivos de aprendizagem desta unidade curricular decorrem da apresentação teórica e prática de diversas técnicas de criação, com aplicabilidade nos futuros contextos profissionais dos estudantes. Pretende-se promover a capacidade do(a) estudante para pensar de forma inovadora e criativa na definição das estratégias empresariais, de forma a contribuir para o sucesso e competitividade das empresas.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Theoretical and practical presentation of diverse creativity techniques, which are applicable to the future professional contexts of students. It aims to promote the student's capacity to think in an innovative and creative way while defining corporate strategies, in a way as to contribute to a company's success and competitiveness.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *Definição de criatividade*
2. *Modelos culturais de criatividade*
3. *Importância do pensamento divergente e generativo para a inovação e competitividade*
4. *Características do pensamento criativo*
5. *Processos de génese de ideias originais (inspiração, pensamento combinatório, analogias, imagética)*
6. *Papel dos incentivos e recompensas nos processos criativos*
7. *Técnicas para a geração de novas ideias nas empresas: brainstorming, brainwriting, divagação, Gordon/Little, mapa mental, Delphi, associação de ideias, inversão de pressupostos.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Definition of creativity*
2. *Cultural creativity models*
3. *The importance of divergent and generative thinking for innovation and competitiveness*
4. *Characteristics of creative thinking*
5. *Genesis processes for original ideas (inspiration, combinatory thinking, analogies, imagistic)*
6. *The role of incentives and rewards in creativity processes*
7. *Techniques for the generation of new ideas in companies: brainstorming, brainwriting, digression, Gordon/Little, mental map, Delphi, association of ideas, inverse conjecture)*

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

Os conteúdos programáticos propostos permitem simultaneamente promover sólidas bases teóricas, assentes em dados recentes da Psicologia da Criatividade, e aplicar esses conhecimentos de forma prática, através do recurso a algumas técnicas atualmente usadas em gestão de empresas para promover a inovação e o pensamento divergente. Deste modo, os alunos poderão compreender as vantagens e limitações de cada uma das técnicas propostas, e desenvolver de forma inovadora outras técnicas, adequadas a situações futuras dos seus contextos profissionais específicos.

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

The proposed syllabus simultaneously promotes solid theoretical bases, based on recent data on the Psychology of Creativity, and the application of that knowledge in a practical manner, through the use of some techniques which are currently used in the management of companies to promote innovation and divergent thinking. Thus, students will be able to understand the advantages and limits of each of the proposed techniques and be innovative with the development of other techniques which are suitable for future situations within their professional contexts.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Apresentação inicial dos principais conceitos e técnicas, com recurso sistemático a demonstrações e a exemplos práticos.

Treino em sala de aula das principais técnicas de criação, fomentando-se o trabalho em grupo, a geração de ideias em contexto cooperativo (intragrupo) e competitivo (intergrupos) e a avaliação dos alunos em relação às ideias propostas pelos colegas, com vista ao desenvolvimento do pensamento crítico.

Para além de uma prova escrita final, com ponderação de 50%, a avaliação incide igualmente sobre um projeto que os alunos propõem no início do semestre, e que irá sendo desenvolvido e avaliado ao longo do período letivo.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Initial presentation of the main concepts and techniques, with the systematic support of demonstrations and practical examples.

Practice within the class the main creativity techniques, promoted by group work, the creation of ideas in a cooperative context (intragroup) and competitive (intergroup) and the assessment of students with regards to the ideas presented by their colleagues, so as to develop critical thinking.

Besides a written final exam, which will account for 50% of the mark, the assessment also includes a project which the students will propose at the beginning of the semester, and which will be developed and assessed throughout the academic term.

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

Através das metodologias de ensino propostas, visa-se alcançar o duplo objetivo de promover a aquisição sólida dos principais princípios teóricos da Psicologia da Criatividade, e da sua aplicação à Gestão e à Inovação empresariais, ao mesmo tempo que é enfatizada uma aprendizagem baseada na prática em grupo das técnicas apresentadas. Deste modo, o(a) estudante terá a oportunidade de experienciar as potencialidades reais, desafios e limitações de cada técnica de promoção do pensamento criativo, em contexto empresarial.

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

The proposed teaching methodologies aim to reach the double objective of promoting the solid acquisition of the main theoretical principles of the Psychology of Creativity and its application on corporate Management and Innovation. At the same time, there is an emphasis on learning based on group practice of the techniques presented. In this way, the student will have the opportunity to experience the real possibilities, challenges and limitations of each technique to promote creative thinking in a corporate context.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Fonseca, A. F. (1998). A Psicologia da Criatividade. Porto: Universidade Fernando Pessoa
Kaufman, J. C. (2009). Creativity 101. New York: Springer.
Kaufman, J. C., & Sternberg, R. J. (Eds). (2010). Cambridge handbook of creativity. New York: Cambridge University Press.
Tidd, J, & Bessant, J (2009), Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change (4th Ed). Chichester: Wiley

Mapa IX - Marketing Estratégico / Strategic Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing Estratégico / Strategic Marketing

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

José Vicente Duarte Serrano, 60h (T:40h; TP:10h; TC:5h;OT:10h)

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):

- Introduzir conceitos de estratégia e do pensamento estratégico em situações reais;*
- Compreender a natureza, os riscos e os fatores de sucesso das inovações;*
- Saber aplicar o conceito de segmentação e posicionamento estratégico*
- Elaborar um plano de Marketing estratégico para uma organização;*
- Adquirir noções de metodologia de investigação qualitativa, utilização de conceitos e instrumentos de análise/ diagnóstico em Marketing.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- Introduce strategy concepts and strategic thinking in real situations;*
- Understand the nature, the risks and the success factors of innovations;*
- Know how to apply the concept of segmentation and strategic positioning;*
- Elaborate a Strategic Marketing plan for an organization;*
- Acquire notions of qualitative research methods, use of concepts and instruments of analysis/diagnosis in Marketing.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Unidade temática 1: Estratégia da empresa / Estratégia de Marketing / Plano de Marketing Estratégico

O conceito de estratégia e análise estratégica.

Escola de Harvard, post 65;

Escola de Carnegie;

Escola francesa;

A prospetiva estratégica;

Os modelos de análise individual das atividades (PIMS);

Os modelos de análise da carteira de atividades (BCG;GE-Mckinsey);

Modelos derivados da teoria financeira (M/B; Escola MCGILL, Harvard post 80);

Escola do pensamento pragmático HEC – Strategor;

A Escola portuguesa;

Plano de Marketing estratégico

Análise do meio envolvente

Análise da empresa

Análise SWOT

Missão objetivos e estratégia

Estratégias de mercado

Plano de marketing estratégico

Unidade temática 2: Instrumentos de apoio à decisão estratégica

Instrumentos de análise quantitativa e qualitativa de apoio à decisão

Métodos de diagnóstico e de previsão em Marketing

6.2.1.5. Syllabus:

Unit 1: Company Strategy / Marketing Strategy / Strategic Marketing Plan

The concept of strategy and strategic analysis.

Harvard school, post 65;

Carnegie school;

The French school;

The strategic prospective;

The individual activity analysis models (PIMS)

The portfolio activity analysis models (BCG;GE-Mckinsey);

Models derived from financial theory (M/B; MCGILL School, Harvard post 80);

HEC – Strategor school of pragmatic thinking;

The Portuguese school;

Strategic Marketing plan;

Analysis of the surrounding environment

Analysis of the company

SWOT analysis

Mission, objectives and strategy

Market strategies

Strategic Marketing plan

Unit 2: Support instruments for strategic decisions

Instruments of a quantitative and qualitative analysis to support decisions

Diagnosis and prediction methods in Marketing

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

Os conteúdos da Unidade Curricular estão estruturados em 2 unidades temáticas. A primeira unidade temática serve de base introdutória ao pensamento estratégico, analisando numa perspectiva histórica /evolutiva um conjunto de teorias e modelos de grande importância para a conceção do plano de Marketing estratégico

A segunda unidade temática explora teorias e modelos de diagnóstico e previsão em Marketing, instrumentos de grande importância ao nível da definição da estratégia.

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

The course contents are structured into 2 units. The first unit serves as an introduction to strategic thinking, as it analyses in a historic/evolutionary perspective a series of theories and models which are of great importance to the conception of the Strategic Marketing plan.

The second unit explores theories and models on diagnosis and prediction in Marketing, instruments which are of great importance in order to define the strategy.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas assentam numa componente teórica – prática apelando à participação do aluno.

A avaliação continuada consiste em dois trabalhos práticos, baseados em artigos científicos relevantes para discussão na aula e numa prova escrita individual.

A avaliação final consiste na realização de uma prova escrita e na entrega de um trabalho.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are based on a theoretical and practical component which appeals to the participation of the student.

Continuous assessment is based on two practical works, based on relevant scientific articles to be discussed in class, and on an individually written test.

Final assessment is based on a written test and the delivery of an assignment.

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

Como os objetivos a Unidade Curricular assentam principalmente na aquisição de competências específicas no âmbito do saber e da sua aplicação, a metodologia de ensino adotada, procura promover um ambiente de exploração com a elaboração de trabalhos práticos baseados em modelos e teorias, promovendo desta forma um ambiente de estímulo e exploração para o aluno, bem como o fomentar do trabalho em equipa.

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

Since the objectives of the course are based mainly on the acquisition of specific competences focused on knowledge and its application, the teaching method adopted seeks to promote an inquisitive environment with the creation of practical work based on models and theories. Thus, they promote a stimulating and inquisitive environment for the student, while group work is also encouraged.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Lambin, J. (2000) Marketing Estratégico, McGraw-Hill, New York.

Rascão, José (2001) Análise Estratégica, Edições Sílabo, Lisboa.

Ansoff H. Igor, (1965) Corporate Strategy, McGraw-Hill, New York.

Cardoso, L., (1992) Gestão estratégica, IAPME.

Kapferer, J (1998) Strategic Brand Management: creating and sustaining Brand Equity long term, Londres, Kogan Page.

Martinet, A. Ch., (1989) Estratégia, Edições Sílabo, Lisboa.

Pereira, Alfredo, (1990) Revista de Gestão 89/ junho 90

Taylor, F. W., (1979) Direction Scientifique des Entreprises, reedição em 1979, Payot, 1988

Mapa IX - Ética, Deontologia e Direito da Comunicação / Ethics, Deontology and Communication Law

6.2.1.1. Unidade curricular:

Ética, Deontologia e Direito da Comunicação / Ethics, Deontology and Communication Law

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

Dinis Manuel Pedro Alves, 60h (T:5h; TP:25h; TC:25h; OT: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):

Conhecimentos propostos para a unidade curricular:

- *Enquadramento Jurídico da Comunicação Social*
- *Enquadramento Deontológico da Comunicação Social*
- *Problemas deontológicos com que os jornalistas se deparam hodiernamente*
- *A autorregulação na Comunicação Social*

Competências a desenvolver na unidade curricular:

- 1 – *Compreender a importância da Comunicação Social no Direito Constitucional*
- 2 – *Aprender a diversa legislação específica da Comunicação Social*
- 3 - *Conhecer os preceitos deontológicos balizadores da comunicação social*
- 4 – *Entrar em contacto com práticas deontológicas geralmente aceites*
- 5 – *Retirar conhecimentos sobre a autoregulação nos principais órgãos*
- 6 - *Conhecer a autoregulação na comunicação escrita e na audiovisual*
- 7 – *Aprender a importância ética, social comportamental da Comunicação Social*
- 8 – *Constatar a importância política e económica da Comunicação Social*
- 9 – *A Comunicação Social como fator primeiro da globalização*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Objectives:

- *Social Communication's Legal Framework*
- *Social Communication's Deontological Framework*
- *Deontological issues that journalists have to face nowadays*
- *Self-regulation in Social Communication*

Competences:

- 1 - *To understand the importance of Social Communication in Constitutional Law*
- 2 - *To learn the different specific legislation for Social Communication*
- 3 - *To know the deontological principles that frame social communication*
- 4 - *To have contact with generally accepted deontological practises*
- 5 - *To infer knowledge from the main organs' self-regulation*
- 6 - *To know self-regulation in written and audiovisual communication*
- 7 - *To learn the ethical and socio-behavioural importance of Social Communication*
- 8 - *To acknowledge the political and economic importance of Social Communication*
- 9 - *Social Communication as main factor of globalisation*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

A) ÉTICA

- *Ética da informação*
- *Modelos da Ética da informação*
- *A Ética e a responsabilidade dos media*
- *Direito Natural e Direito Positivo*

B) DEONTOLOGIA

- *Códigos deontológicos*
- *Vulnerabilidade da deontologia*
- *O Provedor*
- *Limites da liberdade da informação*
- *O tratamento das fontes*
- *O respeito pelo direito à vida privada, pelas vítimas e pelo público*
- *A confidencialidade das fontes*
- *Formação e regras dos jornalistas*
- *Enquadramento Jurídico*
- *A Alta Autoridade para a Comunicação Social*

C) DIREITO DA COMUNICAÇÃO

- *Evolução histórica*
- *Garantia da liberdade de imprensa*

- *Diversos direitos dos jornalistas*
- *Liberdade de imprensa*
- *Os limites dos segredos públicos e privados*
- *As relações entre a liberdade de expressão e de imprensa e o poder político e económico*
- *Condições de funcionamento do serviço público*
- *Deveres dos jornalistas*
- *Crimes e abusos da liberdade de imprensa*
- *Direitos – Garantia*
- *As entidades fiscalizadoras: Tribunais e ERC*

6.2.1.5. Syllabus:

A) ETHICS

- *Information ethics*
- *Information ethics' models*
- *Ethics and media responsibility*
- *Natural Law and Positive Law*

B) DEONTOLOGY

- *Deontological codes*
- *Deontology's vulnerability*
- *The Ombudsman*
- *Information freedom limits*
- *Source treatment*
- *The respect for the right to private life, for victims and for the audience*
- *Source confidentiality*
- *Journalists' training and rules*

C) COMMUNICATION LAW

- *Legal framework*
- *The High Authority for the Mass Media*
- *Historical evolution*
- *Guarantee of the freedom of press*
- *Several journalists' rights*
- *Freedom of press*
- *The limits to public and private secrets*
- *The relations between freedom of speech and press, and political and economic power*
- *Public service functioning conditions*
- *Journalists' duties*
- *Freedom of press's crimes and abuses*
- *Rights - Guarantee*
- *Supervisory authorities: Courts and ERC (Portuguese Regulatory Authority for the Media)*

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

Os conteúdos programáticos são coerentes com os objetivos elencados, dotando-se os alunos dos conhecimentos necessários, oferecendo-lhes pistas suficientes para que possam, com propriedade, aquilatar dos complexos problemas deontológicos que se levantam, hoje em dia, aos jornalistas, o mesmo valendo para o enquadramento da atividade jornalística no âmbito jurídico.

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

The syllabus is coherent with the aforementioned objectives, endowing students with the necessary knowledge, offering enough information so that they can assuredly evaluate the complex deontological problems that journalists have to face nowadays. The same is valid for the contextualisation of journalistic activity within the legal scope.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Fomenta-se a avaliação continuada, através de:

- *Apresentação de trabalhos com supervisão do docente;*
- *Teste escrito na pendência do semestre.*

Os alunos podem optar por avaliação final, sendo submetidos a exame com uma componente teórica e outra prática.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

We promote continuous assessment through:

- *The presentation of assignments supervised by the lecturer;*
- *A written test at the end of the semester.*

Students may choose to submit themselves to final assessment, which will consist of an exam with two components: one theoretical and another one practical.

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

O incentivo à produção de trabalhos, assim como à reflexão em torno das problemáticas carreadas são, em nosso entender, metodologias que vão ao encontro dos objetivos propugnados para a presente unidade curricular.

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

We believe that the incentive to assignment production, as well as reflection around the issues analysed throughout the course are methods which comply with the objectives established in this course.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALVES, DINIS (2011). Da Máquina Enfatizada à Máquina Constrangida – MAL DITA TELEVISÃO. Coimbra: Mar da Palavra.

ALVES, DINIS (2010). “Promoções, Silêncios e Desvirtuações na TV – A INFORMAÇÃO AO SERVIÇO DA ESTAÇÃO. Coimbra: Mar da Palavra.

ALVES, DINIS (2010). Terceiro Mundo em Notícias – EM DIRECTO DO INFERNO. Coimbra: Mar da Palavra.

CONDESSO, Fernando dos Reis (2007). Direito da Comunicação Social – Lições. Coimbra: Almedina.

CORNU, Daniel (1999). Jornalismo e Verdade: Para uma Ética da Informação. Lisboa: Instituto Piaget.

COSTA, José Francisco de Faria (1998). Direito Penal da Comunicação. Coimbra: Coimbra Editora.

GONÇALVES, Pedro (1999). Direito das Telecomunicações. Coimbra: Almedina.

MARTINS, Fernando (2006). A Geração da Ética. Coimbra: MinervaCoimbra.

PINA, Sara (2000). A Deontologia dos Jornalistas Portugueses. Coimbra: MinervaCoimbra.

Mapa IX - Guionismo / Script Writing**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Guionismo / Script Writing

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

Ilda Teresa de Castro Ferreira, 36h (T: 25; TP: 25; OT: 10)

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

Maria do Céu Lourenço, 24h (T: 25; TP: 25; OT: 10)

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

Maria do Céu Lourenço, 24h (T: 25; TP: 25; OT: 10)

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

- 1) Compreender o posicionamento da edição na Produção Audiovisual;*
- 2) Conhecer os principais parâmetros da historiografia e teoria da edição;*
- 3) Ser capaz de analisar o complexo audiovisual, em termos de forma e conteúdo;*
- 4) Conhecer e utilizar as principais ferramentas do processo de edição;*
- 5) Compreender o alcance e a significação da edição, enquanto experiência de criação e receção.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1) *Understand the positioning of the editing in Audiovisual Production;*
- 2) *Know the main parameters of historiography and theory of editing;*
- 3) *Being able to analyze the complex audiovisual, in terms of form and content;*
- 4) *Know and use the main tools of the editing process;*
- 5) *Understand the scope and significance of the issue, while experience of creation and reception.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- *Diferentes fases da Produção Audiovisual: pré-produção, produção e pós-produção/edição.*
- *Edição na sua dupla vertente: domínio técnico e sensibilidade artística. Análise de diferentes tipos de discurso audiovisual: ficcional, informativo, publicitário, documental, experimental.*
- *História e Teoria da Montagem. Diferentes conceitos e técnicas de edição. Montagem Paralela, por Antítese, por Sincronismo, por Leitmotiv, Flash-back, a Elipse. Continuidade, raccord, rutura.*
- *Edição online e edição offline. Os diferentes componentes de uma ilha de edição.*
- *Introdução ao software de edição Adobe Premiere. Apresentação do espaço de trabalho: a timeline, menus, ferramentas. Captura de vídeo e importação de vários tipos de ficheiros (áudio, imagens, grafismos). Correção de cor. Edição de áudio. Criação de títulos, textos e legendas. Exportação e os formatos disponíveis.*
- *A importância do som na construção de um produto audiovisual. Sincronismos áudio e vídeo.*

6.2.1.5. Syllabus:

- *Different phases of Audiovisual Production: pre-production, production and pós-produção/edição.*
- *Issue in its dual aspect: technical mastery and artistic sensitivity. Analysis of different types of audiovisual speech: fiction, information, advertising, documentary, experimental.*
- *History and Theory of Montage. Different concepts and editing techniques. Parallel assembly by Antithesis by Synchronicity by Leitmotiv, Flash-back, the Ellipse. Continuity, raccord, rupture.*
- *Issue online and offline editing. The different components of an editing.*
- *Introduction to Adobe Premiere editing software. Presentation workspace: a timeline, menus, tools. Video Capture and import of various file types (audio, images, graphics). Color Correction. Audio Editing. Creating titles, text and captions. And export formats available.*
- *The importance of sound in the construction of an audiovisual product. Timings in audio and video.*

6.2.1.6. *Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular. Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que o programa foi concebido para abordar de forma integrada as intenções propostas, começando com uma introdução ao processo de produção audiovisual nas várias fases e metodologias que o enformam, seguindo depois para o enfoque sobre a edição propriamente dita, nas suas vertentes teórica, prática, técnica e artística, tendo em consideração a perceção do objeto audiovisual como um todo, nos seus diferentes tipos de discurso, processuais e criativos.*

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

The syllabus is coherent with the course's objectives given that it was conceived to approach in an integrated fashion the proposed intentions, by starting with an introduction to narrative, its concept and historiography, and continuing with the main features that frame script writing in its various stages and methodologies.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A exposição das matérias da disciplina recorrerá a cruzamentos significativos entre a teoria e a história da edição/montagem, visando uma ilustração efetiva dos conteúdos conceptuais do programa. A introdução de módulos exemplificativos no decurso da exposição possibilita o desenvolvimento da importante componente prática da disciplina.

A avaliação da disciplina consiste numa prova presencial (frequência), na entrega de uma análise filmica no ponto de vista da edição (até 8000 caracteres) e na realização/produção de um exercício prático videográfico.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The exposure of the material of the course will make use of significant intersections between theory and history of editing / montage, aiming at effective illustration of the conceptual contents of the program. The introduction of exemplary modules during the exhibition enables the development of important practical

component of the course.

A course evaluation is a test performed (frequency), delivery of a film analysis in terms of editing (up to 8000 characters) and the completion / production of a practical exercise videographer.

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que a exposição do programa associada à apresentação e análise de casos práticos e à resolução de exercícios, possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos. Nomeadamente:

- 1) no confronto/visionamento de obras audiovisuais de referência;*
- 2) na análise teórico/prática do procedimento criativo da edição, em obras de terceiros;*
- 3) na experiência teórico/prática e criativa de um objeto videográfico personalizado.*

O regime de avaliação foi concebido para estimular a compreensão e apreensão dos conteúdos programáticos, e medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The teaching methodologies are consistent with the objectives of the course because the exposure of the program associated with the presentation and analysis of case studies and problem solving, provides an adequate explanation of the contents. Namely:

- 1) in the comparison / viewing of audiovisual works of reference;*
- 2) analysis in theoretical / practical procedure of creative editing, in works of others;*
- 3) Experiencing the theoretical / practical and creative custom videographic an object.*

The assessment scheme is designed to encourage understanding and apprehension of the syllabus, and measure the extent to which skills were developed.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Amiel, Vincent, Estética da Montagem, Texto & Grafia, 2010.*
Arnheim, Rudolf, Film as Art, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London, 1957.
Bazin, André, O que é o Cinema?, Livros Horizonte, 1992.
Carvalho, Jorge Correia, Cinema e Tecnologia Pós-produção e a Transformação da imagem, Lisboa, Edições Universitárias Lusófonas, 2007.
Chion, Michel, A Audiovisão – Som e Imagem no Cinema, Texto & Grafia, 2011.
Deleuze, Gilles, Imagem-Movimento, Assírio e Alvim, 2004.
Deleuze, Gilles, Imagem-Tempo, Assírio e Alvim, 2006.
Eisenstein, Sergei, A Forma do Filme, Jorge Zahar Editor, 2002.
Grilo, João-Mário, As Lições do Cinema, Colibri, 2007.
Kuleshov, Lev, L'art du cinema et autres écrits, L'Age d'Homme, 1994.
Nogueira, Luis, Planificação e Montagem, Manuais de Cinema III, Livros LabCom 2010.

Mapa IX - Teoria das Relações Públicas / Public Relations theory

6.2.1.1. Unidade curricular:

Teoria das Relações Públicas / Public Relations theory

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

Rosa Filomena Brás Lopes Monteiro, 40h (T:20h; TP:15h; OT: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):

Os objetivos da UC são os de apresentar e refletir sobre os principais campos de pensamento e análise das relações públicas, abordagens e problemáticas. Refletir-se-á sobre a evolução das RP, da conceptualização dos seus papéis para as organizações, sociedade e sistemas democráticos. Esta reflexão far-se-á numa ótica de conhecimento aplicado à análise de casos e práticas, como por exemplo no domínio da RSO e de casos de spin. As competências a desenvolver:

- Conhecer e compreender o campo teórico e analítico das RP
- Conhecer as principais abordagens teóricas, seus limites e possibilidades
- Compreender as problemáticas fundamentais da opinião pública
- Conhecer e saber refletir os processos de construção da opinião pública
- Saber analisar na realidade quotidiana os processos decisivos para uma reflexão crítica sobre RP
- Desenvolver uma perspetiva crítica
- Comunicar eficazmente informação, ideias e problemas de forma oral e escrita
- Dominar e aplicar uma linguagem científica

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The objectives of this CU are to present and reflect on the main fields of thought and analysis in public relations theory approaches and issues. Reflection is carried out on the evolution of PR, on the conceptualization of its roles in organisations, society and in democratic systems. This reflection is made in the optic of knowledge applied to the analysis of cases and practices, such as RSO and spin cases.

Competences to develop:

- To know and understand the theoretical and analytical field of Public Relations;
- To know the main theoretical approaches, their limits and potential;
- To comprehend the fundamental issues of public opinion;
- To know how to analyse the daily routine of the decisive processes for a critical reflection on PR;
- To develop a critical perspective
- To effectively communicate information, ideas, and problems in oral and written forms.
- To dominate and apply a scientific language.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução às Relações Públicas

2. História das relações públicas

3. As relações públicas como instrumento de comunicação institucional

4. A excelência em RP e nas organizações - Grunig

5. Fundamentos teóricos para a gestão das Relações Públicas (Ehling, White e Grunig)

6. Paradigma dominante em RP - Conceção sistémica de Grunig e Hunt (1992) – modelos de RP

6.1. Duas teorias éticas das relações públicas – Ron Pearson; Cheney e Tompkins

6.2. Principais desafios a esta abordagem grunigiana – visões alternativas de RP

- A abordagem Retórica de Robert Heath
- A abordagem crítica de Kevin Moloney
- A abordagem pós-moderna de Holtzhausen

7. A Responsabilidade Social das Organizações

8 - RP e género – a promoção da IO através da RSO – práticas

9 - Opinião pública

6.2.1.5. Syllabus:

1. Introduction to Public Relations

2. History of Public relations

3. Public relations as an instrument of institutional communication

4. Excellency in PR and organisations – Grunig

5. Theoretical fundamentals for public relations management (Ehling, White and Grunig)

6. Dominant paradigm in PR – Systemic Conception of Grundig and Hunt (1992) – PR models

6.1- Two ethical theories of public relations - Ron Pearson; Cheney and Tompkins

6.2 Main challenges to Grundig's approach – alternative visions of PR

- The rhetoric approach of Robert Haeth
- The critical approach of Kevin Moloney
- The post-modern approach of Holtzhausen

7. The social responsibility of organisations

8. PR and gender – promotion of 10 through RSO – practices

9. Public opinion

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular. Segue-se na definição dos objetivos programáticos o propósito de fornecer um conjunto amplo de abordagens e problematizações que potenciem três aspetos: conhecer e compreender o campo teórico e analítico das Relações Públicas; conhecer as principais abordagens teóricas das Relações Públicas, seus limites e possibilidades; saber analisar na realidade quotidiana, através de estudos de caso, os processos decisivos para uma reflexão crítica sobre RP. Assim, em termos de conteúdos, expõem-se as principais teorias e abordagens de RP, seus autores e críticos; comparam-se criticamente as diversas abordagens, com ênfase particular para o modelo paradigmático de Grunig. Transversal à explicitação destes quadros analíticos, serão desenvolvidos trabalhos práticos de análise de casos, que permitam uma aplicação e reflexão aplicada.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives. In the definition of the syllabus goals the purpose of providing an ample set of approaches and issues is followed and in turn potentiates three aspects: to know and understand the theoretical and analytical field of Public Relations; To know the main theoretical approaches, their limits and potential; To comprehend the fundamental issues of public opinion; To know how to analyse the daily routine of the decisive processes for a critical reflection on PR. Hence in terms of contents the main theories an approaches of PR are exposed, as well as respective authors and critics; various approaches are discussed with particular emphasis on the paradigm model of Grundig. Transversally to the explicating of these analytical frames, practical works are developed in the analysis of cases, an applied reflection and practice.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino segue uma linha participativa indutora da discussão dos conteúdos, análise da realidade social e problematização teórico-analítica.

Metodologia reforçada pelas estratégias de avaliação propostas. Os discentes são induzidos a apresentar semanalmente um tema ou dado relacionado com a matéria lecionada.

As aulas têm três componentes:

- exposição (60% da sua duração)
- apresentação de trabalhos e pesquisas realizadas pelos discentes (30%), quer se trate de elementos da recolha semanal de notícia, publicidade ou dados, quer dos trabalhos em investigação
- esclarecimento de dúvidas e discussão dos conteúdos (10%)

Avaliação:

Avaliação continuada:

1 Observatório de imprensa+portfólio (individual) (25%) – é fornecido guião de observação (notícias e publicidade, 1 apresentação em aula e entrega de portfólio)

1 trabalho de grupo (25%) (1 apresentação em aula e entrega por escrito)

1 teste de avaliação (50%)

A avaliação final:

1 exame (50%)

1 trabalho de grupo (50%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methodology follows a participative line which induces the discussion of contents, analysis of the social reality, and of theoretical and analytical issues.

The methodology is reinforced by the evaluation strategies proposed. Students are prompted to present on a weekly basis a theme or information related to the matters taught.

Lectures have three main components:

- *Presentation (60% of duration)*
- *Presentation of works and research carried out by the students, whether based on elements of the weekly news research, advertising or information, or of research projects.*
- *Clarification and discussion of doubts (10%)*

Evaluation:

Continuous Evaluation

1- Press observatory portfolio (individual) (25%) – an observation script is provided (news and advertising, 1 presentation in class and submission of portfolio)

2- 1 group project (25%) (1 presentation in class and written submission)

3- 1 evaluation test (50%)

Final Evaluation

- *1 exam (50%)*
- *1 group project (50%)*

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

Existe uma coerência entre as metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem e as competências-alvo a desenvolver. Seguindo-se uma metodologia que assenta na participação dos alunos pretende-se desenvolver competências e capacidade de:

- *análise e problematização dos enunciados teóricos apresentados/expostos nas aulas. Esta exposição é realizada não apenas pela docente, mas também pelos alunos que devem apresentar os seus trabalhos de análise de leituras realizadas sob orientação da docente.*
- *transposição dos princípios teóricos apreendidos nas aulas e nas leituras orientadas pela docente para a análise crítica da realidade social. Isto é feito através de trabalhos de pesquisa de material como notícias, documentários, publicidade. Semanalmente os alunos trazem um documento para ser apresentado e discutido na aula.*
- *os alunos devem no seu portfólio ir juntando e demonstrando as reflexões que produzem articulando as matérias lecionadas e as pesquisas que fazem sobre casos*
- *nas apresentações orais e escritas valoriza-se o rigor científico, a utilização de uma linguagem científica, a capacidade analítica, o diálogo entre os conceitos, os autores estudados e os fenómenos analisados empiricamente.*

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

There is coherence between the teaching and evaluation methodologies as the learning outcomes and sought skills. Following a methodologies based on students' participation it is intended to develop the following skills:

- *analysis and issues of the contents presented/exposed in class. This presentation is delivered not only by the teacher but also by the students who are to present works of analysis of the readings accomplished under the teacher's guidance.*
- *Transposition of the theoretical principles assimilated in classes and through recommended reading for the analysis of social reality. This achieved through the research of materials such as news, documentaries, and advertising. Students are to bring to class weekly a document to be presented and discussed.*
- *Students should gather and demonstrate in their portfolio the reflections they have produced articulating the taught matters and the case research they do.*
- *In oral and written presentations the following are valued: scientific rigour, use of scientific language, analytical capability, dialogue between concepts, studied authors and empirically analysed phenomenon.*

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Gonçalves, G. (2010). Introdução à teoria das relações públicas. Porto: Porto Editora.

Grunig, J. & White, J. (1992). The Effect of Worldviews On Public relations theory and Practice. Em Grunig, J. (ed.). Excellence in Public Relations and Communication Management (pp. 31-64). Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Ferrari, M. A. (2003). Relações Públicas, função estratégica e responsabilidade social. Revista de Estudos

de Jornalismo e Relações Públicas. UMESP. 1, 1.

Garcia, C. (s/d). Rethinking Walter Lippmann's legacy in the history of public relations, PRism 7(1):
<http://www.prismjournal.org>

Gonçalves, G. (s/d). Relações Públicas, Públicas Responsabilidades. Livro de Actas – 4º SOPCOM.
 Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/goncalves-gisela-relacoes-publicas-publicas-responsabilidades.pdf>

Mapa IX - Escrita Criativa / Creative Writing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Escrita Criativa / Creative Writing

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

Maria João Ribeiro Curado Barata, 30h (TP:14h; PL:13h; OT: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. Compreende o processo criativo;*
- 2. Explora técnicas criativas;*
- 3. Explora a imaginação com vista a traduzir ideias;*
- 4. Compreende e interioriza os mecanismos da escrita descritiva e narrativa;*
- 5. Adapta os mecanismos da escrita descritiva e narrativa a diferentes cenários;*
- 6. Otimiza a expressão;*
- 7. Apreende ferramentas técnicas que potenciam o domínio da matéria da escrita;*
- 8. Aplica estratégias de criação textual em diferentes contextos;*
- 9. Produz textos criativos;*
- 10. Sabe adaptar os parâmetros constantes nas competências anteriores a cenários pragmáticos.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1. Understands the creative process;*
- 2. Explores creative techniques;*
- 3. Explores imagination aiming at translating ideas;*
- 4. Understands and internalises the mechanisms of descriptive and narrative writing;*
- 5. Adapts the mechanisms of descriptive and narrative writing to different scenarios;*
- 6. Optimises expression;*
- 7. Apprehends technical tools which enhance the mastering of the written text;*
- 8. Applies strategies of text creation in different contexts;*
- 9. Produces creative texts;*
- 10. Knows how to adapt the previously mentioned parameters to practical situations.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Criatividade*
 - a). Motivação e inspiração*
 - b). Criatividade como um ato social; criatividade como um ato físico*
 - c). Imaginação, percepção, memória, cognição – exercícios práticos*
 - d). O processo criativo*
 - e). Ferramentas de criatividade*
 - f). Técnicas de criatividade*

2. Descrição

- a). Espaço, descrição e quadro. Quadro, inventário e seleção
- b). Ponto de vista descritivo
- c). Descrição de personagens.
- d). Descrição de paisagens e de ambientes

3. Narração

- a). Tempo, narração, mito e práticas discursivas. Instâncias narrativas, perspetiva, real e ficção
- b). Técnicas de narração: apresentação, complicação e clímax/plot
- c). Desenlaces: possibilidades e problemas
- d). O facto: quem, onde e quando, o quê e como

6.2.1.5. Syllabus:**1. Creativity**

- a). Motivation and inspiration
- b). Creativity as a social act; creativity as a physical act
- c). Imagination, perception, memory, cognition – exercises practical
- d). The creative process
- e). Creativity tools
- f). Creativity techniques

2. Description

- a). Space, description and framework. Framework, inventory and selection
- b). Descriptive point of view
- c). Character description.
- d). Description of landscapes and environments

3. Narration

- a). Time, narration, myth and discursive practises. Narrative instances, perspective, real and fiction
- b). Narrative techniques: presentation, complication and climax/plot
- c). Denouements: possibilities and problems
- d). The fact: who, where and when, what and how

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
O Ponto 1 do Programa vocaciona-se para a compreensão, a exploração e o exercício da imaginação e da criatividade. Os Pontos 2 e 3 destinam-se à compreensão, interiorização e aplicação dos mecanismos da escrita descritiva e narrativa, procurando otimizar a expressão escrita e a sua adaptação a diferentes exigências e contextos pragmáticos.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.
The syllabus's point 1 is aimed at comprehension, exploration and exercise of imagination and creativity. Points 2 and 3 intend to develop comprehension, internalisation and application of descriptive and narrative writing mechanisms, seeking to enhance written expression and its adaptation to different demands and practical contexts.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição dialogada da matéria, com recurso a casos e exemplos ilustrativos.
Realização de pequenos trabalhos práticos em aula.
Realização de um trabalho individual de desenvolvimento progressivo de um texto escrito (elemento da avaliação contínua). Teste de avaliação de conhecimentos. A assiduidade e a participação nas aulas podem ponderar na nota da avaliação contínua.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Lecturer's presentation with students' participation, having recourse to cases and illustrative examples.
Accomplishment of small practical assignments in the classroom.
Accomplishment of an individual assignment consisting of the progressive development of a written text (element of continuous assessment).
Written test.

Assiduousness and participation in class may weigh on the continuous assessment's final mark.

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

Uma parte das horas de contacto é destinada a expôr, explicar e ilustrar os conteúdos programáticos, com o objetivo de que os(as) alunos(as) os conheçam, compreendam e saibam aplicar.

A realização de pequenos trabalhos práticos em aula permite a aplicação dos conceitos lecionados na interpretação de textos escritos. Estes trabalhos, bem como o trabalho individual, vão ainda proporcionar a exercitação de competências de escrita, a partir da adaptação e aplicação dos mecanismos da escrita descritiva e narrativa em diferentes cenários.

O teste de avaliação visa aferir a compreensão dos conceitos, a capacidade de os explicar e de os usar na interpretação textual.

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

Part of the contact hours is meant to present, explain and illustrate the syllabus, aiming at enabling students to know, understand and apply them.

The accomplishment of small practical assignments in the classroom will allow for the application of the studied concepts in the interpretation of written texts. These assignments, as well as the individual work, will also enable the development of writing competences, from the adaptation and application of descriptive and narrative writing mechanisms in different situation.

The test aims at assessing the comprehension of concepts, the ability to explain and use them in text interpretation.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

CARMELO, Luís (2005), Manual de Escrita Criativa, Mem Martins: Publicações Europa-América

CARMELO, Luís (2007), Manual de Escrita Criativa: volume II, Mem Martins: Publicações Europa-América

Mapa IX - Produção e Realização Audiovisual II / Audiovisual Production and Direction II

6.2.1.1. Unidade curricular:

Produção e Realização Audiovisual II / Audiovisual Production and Direction II

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

Maria do Céu Marques Lourenço, 60h (T:5h; TP:25h; TC: 25h; OT: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):

Nesta segunda fase da formação em audiovisuais, pretende-se que os alunos aprofundem os conhecimentos e as práticas desenvolvidas em Produção e Realização Audiovisual I para que possam efetuar projetos e produções audiovisuais em estúdio e exteriores, de forma autónoma atendendo ao mercado existente. Serão objetivos de aprendizagem:

1. Capacidade para conceber, formatar e pré-produzir um programa de televisão;

2. Domínio da produção televisiva;

3. Domínio da linguagem audiovisual aplicada à realização (multicâmara ou não) e a consequente prática em narrativas audiovisuais.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

In this second phase of training in audiovisuals, students are expected to deepen their knowledge and

practices developed in Audiovisual Production And Direction I, so that they can advance with projects and audiovisual productions in studios and outdoors, autonomously catering to the existing market. All of the following areas will be developed:

- 1. Capacity to conceive, format and pre-produce a television programme.*
- 2. Dominance of television production.*
- 3. Dominance of audiovisual language applied to directing (multicamera or not) and practice in audiovisual narratives.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- GÉNEROS TELEVISIVOS E LÓGICAS COMERCIAIS:

- a) “Desenho” do Programa Televisivo
- b) Organização do programa
- c) Produção de programas em diversos formatos

- EXERCÍCIOS PRÁTICOS DAS PROFISSÕES DA INDÚSTRIA DA TELEVISÃO / VÍDEO:

- PROCESSOS DA PRÉ – PRODUÇÃO, PRODUÇÃO E PÓS-PRODUÇÃO;
- EXERCÍCIOS PRÁTICOS ACERCA DO MODELO DA CAUSA/EFEITO.

- EXERCÍCIOS PRÁTICOS ACERCA DA COMPOSIÇÃO DAS IMAGENS (CAMPO, VETORES, EFEITOS PSICOLÓGICOS);

- EXERCÍCIOS PRÁTICOS ACERCA DA LINGUAGEM DOS PLANOS - ESCALA E DESIGNAÇÕES;
- PROFUNDIDADE DE CAMPO;
- MOVIMENTOS DA CÂMARA – execução complexa, incluindo experiências de pano-travellings e de guas.
- EFEITOS DE VÍDEO. EFEITOS DIGITAIS. INSERÇÃO DE CARACTERES; CHROMA – ABORDAGENS TEÓRICAS E EXERCÍCIOS PRÁTICOS.

6.2.1.5. Syllabus:

- TELEVISION GENRES AND COMMERCIAL LOGIC:

- a) The “design” of the Television Programme
- b) Programme Organisation
- c) Programme production in various formats

- PRACTICAL EXERCISES ON THE PROFESSIONS OF THE TELEVISION/VIDEO INDUSTRY:

- Pre-production processes, production and post-production;
- Practical exercises on the cause/effect model.

- PRACTICAL EXERCISES ON IMAGE COMPOSITION (FIELD, VECTORS, PSYCHOLOGICAL EFFECTS)

- PRACTICAL EXERCISES ON THE LANGUAGE OF FRAMING - SCALE AND TERMINOLOGY;
- DEPTH OF FIELD;
- CAMERA MOVEMENTS – complex execution, including experiences with panning-travelling and crane
- VIDEO EFFECTS. DIGITAL EFFECTS. INSERTION OF CHARACTERS;
- CHROMA – THEORETICAL APPROACHES AND PRACTICAL EXERCISES.

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

Sendo esta unidade curricular uma extensão de Produção e Realização Audiovisual I, é necessário um desenvolvimento das práticas de iniciação realizadas anteriormente. Tratando-se de técnicas complexas ao serviço de uma linguagem não menos complexa, afigura-se fundamental o conhecimento da realidade dos géneros televisivos de forma a que os alunos entendam as lógicas comerciais que lhe estão adjacentes. No domínio desta realidade é necessário que os estudantes possam estender a sua prática a exigências mais alargadas no domínio da produção e realização audiovisual. Daí o aprofundar dos efeitos dos enquadramentos, das profundidades de campo, das noções de ritmo e da manipulação mais complexa das câmaras. Por último, incluem-se a introdução em tempo real de efeitos digitais, da chroma-key e de oráculos.

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

Given that this course is an extension of Audiovisual Production And Direction I, it is necessary to develop the practices which were previously introduced. Given that they are complex techniques used alongside an also complex language, knowledge of the television genres is fundamental so that students understand the adjacent commercial logic. To dominate this reality, students need to extend their practice to broader

demands in the area of audiovisual production and direction. Thus, they need to deepen their knowledge of framing, of field of depth and notions on rhythm and complex manipulation of cameras. Finally, there is an introduction in real time of digital effects, of chroma key and of oracles.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Esta unidade curricular desenvolve-se num permanente ambiente de experiência. Os alunos terão que desenvolver trabalhos que, previamente definidos com o docente, incluirão a definição de custos em pré-produção, partindo da utilização de sinopses e guiões que se constroem com fins muito objetivos a atingir. Os trabalhos serão desenvolvidos quer em exteriores, quer em estúdio. A avaliação far-se-á de uma forma eminentemente continuada, com momentos de observação das competências práticas adquiridas através do registo videográfico, sendo, pelo menos um no processo de “live-on-tape”.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

This course is developed under a constant environment of experience. Students will have to develop tasks which have been previously coordinated with the lecturer. They will include the definition of costs in pre-production, the uses of synopses and scripts which are created with very objective goals which must be met. Tasks will be developed outside and in-studio. The assessment will be of a continuous nature, with moments focusing on the observation of the acquisition of practical competences through video recordings. At least one will be live-on-tape.

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

Perante a necessidade de desenvolver as especificidades da técnica e da linguagem audiovisual, afigura-se-nos essencial que todo o processo, nesta segunda fase, se apoie numa metodologia eminentemente experimental. Todos os trabalhos se orientarão para o “saber-fazer”, sabendo porque se faz assim, as limitações, quais as alternativas e tendo em vista os fins a atingir. Neste sentido, a avaliação proposta decorre dos objetivos de aprendizagem e dos conteúdos programáticos da unidade curricular, com vista à aquisição de competência de “saber-fazer”.

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

Given the need to develop technical specificities and audiovisual language, the entire process, during this second phase, is supported by a mainly experimental method. All tasks will be oriented towards the “know-do”, knowing why things are done in a certain way, the limits and the alternatives given the objectives which must be reached.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*ALKIN, Glyn (1980), Operações de Som em Televisão. Lisboa: Editorial Presença
ALMEIDA, Manuel Faria de (1989), Cinema e Televisão Princípios Básicos. Lisboa: TV Guia
FILHO, Aloyzo (2005), Manual de Interpretação para Televisão. Lisboa: Novo Imbondeiro Editores
GIANCAMANTONIO, Marcello (1976), Os Meios Audiovisuais. Lisboa: Edições 70
HOLLAND, Patrícia (1997), The Television Handbook. London: Routledge
KATZ, Steven D. (1991), Film Directing Shot by Shot. Studio City, CA: Michael Wiese Productions
MARNER, Terence ST. John (1999), A Realização Cinematográfica. Lisboa: Edições 70
MILLERSON, Gerald (1994), Técnicas de Realización y producción en television. Madrid: IORTV
SOLARINO, Carlo (1993), Cómo Hacer televisión Madrid: Ed. Cátedra, S.A.
YORKE, Ivor, (1998), O Jornalismo diante das Câmaras. S. Paulo: Ed. Summus
ZETTL, Herbert (2011), Videolab 4 (DVD-ROM). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company
ZETTL, Herbert (2000), Video Basics 3. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company*

Mapa IX - Estratégias de Relações Públicas / Public Relations Strategies

6.2.1.1. Unidade curricular:

Estratégias de Relações Públicas / Public Relations Strategies

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

Pedro Miguel de Sousa Marques Simões, 30h (TP:20h; TC:7h; OT: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):

- *Preparar profissionais para atuarem analítica e criticamente nos contextos profissionais onde têm lugar o desenvolvimento das atividades de Relações Públicas (RP): agências, consultoras e clientes (concorrencial, público ou terceiro setor);*
- *Dotar os estudantes de conhecimentos de base em ciências sociais e da comunicação que concorram para o bom entendimento e utilização dos conhecimentos aplicados de RP;*
- *Proporcionar aos estudantes conhecimentos estartegicos abrangentes sobre métodos, técnicas e instrumentos de RP, numa perspetiva profissionalizante, capaz de formar a sua capacidade de resolução de problemas no âmbito da área de formação;*
- *Desenvolver nos estudantes competências pessoais e interpessoais capazes de potenciar a apresentação, debate, defesa e enriquecimento de ideias, conceitos, questões e problemas, inerentes às soluções encontradas no âmbito da aplicação prática dos conhecimentos técnicos das áreas de RP.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- To prepare professionals to act analytically and critically in professional contexts in which Public Relations activities are developed: agencies, consultancies and clients (competitive, public or third sector);*
- To endow students with basic knowledge of social and communication sciences that promote a good understanding and use of PR applied knowledge;*
- To provide students with encompassing strategic professional knowledge on PR methods, techniques and tools, in order to train their ability to solve problems within their training area;*
- To develop students' personal and interpersonal competences capable of enhancing presentation, debate defence and enrichment of ideas, concepts, issues and problems inherent to the solutions found in the scope of the practical application of technical knowledge in the PR domain.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução à temática das Estratégias de Relações Públicas: estudo e aplicação prática dos conceitos e agentes fundamentais da comunicação estratégica e Estratégias de RP, como forma de dinamizar e interceder no mercado em prol da imagem de uma organização; estudo da relação mercado e consumidor, as disciplinas da comunicação de Marketing. As marcas, o seu valor e posicionamento.

2. Estudo e Desenvolvimento Prático dos Planos de Marketing e de Comunicação. A implementação da estratégia de comunicação e a avaliação de resultados.

3. A formação do profissional de comunicação e a sua integração no mercado empresarial, numa perspetiva de RP.

4. A implementação estratégica das campanhas de Relações Públicas e sua resultante nas empresas.

6.2.1.5. Syllabus:

Introduction to Public Relations Strategies: study and application of concepts and fundamental agents of strategic communication and PR Strategies as a means to expedite and intervene in the market on behalf of an organisation's image; study of the relation between market and consumer, marketing communication disciplines. Brands, their value and positioning.

Study and Practical Development of Marketing and Communication Plans. The implementation of the communication strategy and result evaluation.

Communication professionals' training and their integration in the corporate market in a PR perspective. The strategic implementation of PR campaigns and their result on companies.

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

O conteúdo programático apresentado inclui todos os temas descritos nos objetivos de aprendizagem apresentados.

Ao longo das aulas serão administrados todos os conteúdos necessários ao atingir dos objetivos específicos descritos, nomeadamente definições e modo de funcionamento do equipamento.

Decorrerão também trabalhos de natureza prática que envolvem todos os requisitos necessários ao atingir dos objetivos estabelecidos.

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

The syllabus includes all the subjects described in the aforementioned objectives.

Throughout the lessons, all the contents necessary to the achievement of the described specific objectives will be taught, namely definitions and equipment functioning.

Students will also carry out practical assignments involving all the necessary requisites to achieve the established objectives.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Método interativo e teórico-prático com vista a fomentar a aprendizagem ativa dos alunos. Antes de cada módulo ser lecionado, é facultado ao aluno o material de apoio para que este venha para contexto de aula previamente familiarizado com o tema. Em aula, o docente faz uma sucinta explanação teórica das matérias, alicerçada em casos que simulam problemas da prática contabilística relacionada com tais matérias.

Espera-se que o aluno questione o docente e vice-versa durante a resolução de casos práticos em aula, a fim de se rever e consolidar os temas expostos. Aconselha-se a presença dos alunos nas aulas, sendo de sua exclusiva responsabilidade colmatarem as falhas decorrentes da sua ausência.

A avaliação do aluno será conseguida através de uma frequência sobre a matéria explanada ao longo do semestre (60%); execução de um trabalho sobre um tema relacionado com a matéria dada (40%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Interactive and theoretical and practical methods, aiming at promoting the students' active learning:

Before each module, the students will be provided with support material so that they get familiar with subjects before the lessons.

In the classroom, the lecturer gives a short theoretical explanation of the contents based on cases that simulate accounting practise problems related to those contents.

Students and lecturer should ask questions during the solution of practical cases in class, in order to revise and consolidate the studied contents.

Students should attend classes. It is entirely up to them to fill the gaps that may result from their absence.

Students' assessment will include an exam on the subjects studied throughout the semester (60%) and an assignment covering a topic related to the studied contents (40%).

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

Prevalecerão nesta unidade curricular as metodologias interativas, envolvendo os estudantes no processo de ensino aprendizagem, analisando artigos com características qualitativas e quantitativas, assumindo-se como garante do cumprimento dos objetivos da unidade curricular.

Os estudantes serão envolvidos em projetos coordenados pelo docente para que se permita estabelecer a ponte entre os conhecimentos teóricos e a prática da investigação científica.

Também será dado especial enfoque a casos práticos de difusão informativa por parte de responsáveis de empresas e organizações, com o intuito de ultrapassar casos de crise.

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

Interactive methods will prevail, involving the students in the teaching-learning process, by means of the analysis of qualitative and quantitative articles, guaranteeing the fulfilment of the course's objectives.

Students will be involved in projects coordinated by the lecturer so that the bridge between theoretical knowledge and scientific research practise is established.

There will also be a special focus on presentations by companies and organisations' managers, which will aim at giving information on how to overcome crisis situations.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BLANCO, Teresa y HERRERA, Joaquin, (2012), Nuevas Tendencias en Comunicacion. Madrid: Libros

Profesionales de Empresa ESIC.**CABRERO, J. (2003), *Comunicacion y Relaciones Publicas*. Madrid: McGraw Hill.****NEVES, R. de C. (2000), *Comunicação Empresarial Integrada*. Rio de Janeiro: Mauad.****NICOTERA, A. M. (1995), *Conflict and organizations. Communicative process*. New York: University of New York Press.****PEPPER, G. (1995), *Communicating in organizations: a cultural approach*. New York: McGraw-Hill.****PÉREZ, Rafael Alberto (2001), *Estrategias de comunicación*. Barcelona: Ed. Ariel.****RAMOS, Fernando (2006). *Estrategias de Protocolo para a Comunicação Corporativa*. Porto: Media XXI Formalpress.****Mapa IX - Métodos Estatísticos / Statistical methods****6.2.1.1. Unidade curricular:*****Métodos Estatísticos / Statistical methods*****6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):*****Fernanda da Conceição Bento Daniel*****6.2.1.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:*****Ilda Maria Morais Massano Cardoso, 35h (TP:30h; OT:5h)*****6.2.1.3. Other academic staff and lecturing load in the curricular unit:*****Ilda Maria Morais Massano Cardoso, 35h (TP:30h; OT:5h)*****6.2.1.4. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):*****Os objetivos de aprendizagem desta unidade curricular são:***

- Conhecer a evolução histórica da estatística;***
- Compreender a informação estatística;***
- Resolver problemas baseado na informação estatística de forma adequada;***
- Utilizar as técnicas estatísticas apropriadas à análise de dados;***
- Compreender os fundamentos dos métodos estatísticos, baseados essencialmente no tipo de dados;***
- Desenvolver competências relativas à utilização de software estatístico apropriado à análise de dados, nomeadamente através do SPSS.***

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***The learning objectives of this course are:***

- Knows the historical evolution of statistics;***
- Understand statistic information;***
- Solve problems based on statistical information adequately;***
- Use statistical techniques which are appropriate for the analysis of data;***
- Understand the fundamentals of statistical methods, based essentially on the type of data;***
- Develop competences regarding the use of statistical software which is appropriate for the analysis of data, namely through SPSS.***

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***I – O objeto da estatística: conceitos fundamentais***

- 1. Evolução histórica da estatística***
- 2. O objeto da estatística***
- 3. População e amostra***
- 4. Recenseamentos, censos e sondagens***

II – O nível das medidas

- 1. As variáveis***
- 2. Escalas de medida***

III – Estatística descritiva univariada

1. *Distribuição de frequências*
2. *Medidas de tendência central*
3. *Medidas de dispersão*
4. *Assimetria e curtose*
5. *Distribuição normal*
6. *Análise e representação dos dados*

IV -Teoria da decisão estatística: Conceitos fundamentais

1. *Conceito de probabilidade*
2. *Intervalos de confiança*
3. *Hipóteses estatísticas*
4. *Significância*
5. *Correlação*
 - a. *Momento produto de Brawais-Pearson e Rho de Spearman-Rank*
6. *Testes paramétricos e não paramétricos*
 - a. *Teste t de Student (design relacionado e não relacionado)*
 - b. *Análise da variância*
 - c. *Teste U de Mann-whitney*
 - d. *Teste de Wilcoxon*
 - e. *Teste de McNemar*
 - f. *Teste de Qui-quadrado*
 - g. *Teste de Q de Cochran*
 - h. *Teste de Kruskall-Wallis*

6.2.1.5. Syllabus:***I – The object of statistics: fundamental concepts***

1. *Historical evolution of statistics*
2. *The object of statistics*
3. *Population and sample*
4. *Censuses and surveys*

II – The level of measures

1. *The variables*

2. *Measurement scales*

III – Univariate descriptive statistics

1. *Distribution of frequencies*
2. *Central tendency measures*
3. *Dispersion measures*
4. *Skewness and kurtosis*
5. *Normal distribution*
6. *Analysis and data representation*

IV –Statistical decision theory: Fundamental concepts

1. *The concept of probability*
2. *Confidence intervals*
3. *Statistical hypothesis*
4. *Significance*
5. *Correlation*
 - a. *Bravais-Pearson product-moment and Spearman's Rank Rho*
6. *Parametric and non-parametric tests*
 - a. *Student t-test (related and unrelated design)*
 - b. *Variance analysis*
 - c. *Mann-Whitney U test*
 - d. *Wilcoxon test*
 - e. *McNemar test*
 - f. *Chi-square test*
 - g. *Cochran Q test*
 - h. *Kruskall-Wallis test*

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

Os conteúdos programáticos encontram-se distribuídos por 4 capítulos, sendo que o capítulo 1 do programa incide sobre a evolução histórica da estatística, bem como o seu objeto de estudo. O capítulo 2 favorece o conhecimento essencial dos níveis de medida e classificação das variáveis, que se considera essencial e fundamental para o correto uso das técnicas estatísticas apresentadas no capítulo 3. Só dominando o nível das medidas e conhecendo as técnicas da estatística univariada faz sentido abordar os conceitos da teoria da decisão estatística, bem como o uso dos testes paramétricos e não paramétricos.

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

The syllabus is divided into four chapters. Chapter 1 of the programme focuses on the historical evolution of statistics, as well as its object of study. Chapter 2 favours the essential knowledge of measurement and classification levels of variables, which is essential and fundamental for the correct use of the statistical techniques presented in chapter 3. Only when measurement levels are dominated and univariate statistical techniques are known, does it make sense to approach the theoretical concepts of the statistical decision, as well as the use of parametric and non-parametric tests.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas são de cariz teórico prático e orientação tutorial. Privilegia-se a demonstração da aplicação teórica à prática recorrendo ao uso do software estatístico, SPSS. A avaliação pode ser continuada ou final. Incide sobre os conteúdos programáticos e contempla três momentos de avaliação individual, cuja ponderação é de 35%, 35%, 30%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are of a theoretical and practical, and tutorial orientation nature. Emphasis is placed on the demonstration of the theoretical application to practical use, with the support of statistical software SPSS. The assessment may be continuous or final. It focuses on the syllabus and includes three individual assessments, which are worth 35%, 35% and 30%.

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

A unidade curricular de métodos estatísticos tem como principal objetivo dotar os alunos de competências necessárias à investigação em ciências sociais. A componente letiva divide-se em atividade teórico prática, onde são explanados os principais conteúdos relativos à história e objeto da estatística, estudo das variáveis e respetivas escalas de medida, bem como uma abordagem à estatística univariada e estatística inferencial. A aprendizagem das medidas de tendência central, dispersão, cálculo correlacional e estatística paramétrica e não paramétrica é consolidada com o recurso à principal ferramenta informática na análise de dados em ciências sociais, o Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Neste caso, para o enriquecimento das capacidades de investigação, as aulas práticas são ministradas em contexto de laboratório. Desta forma os alunos podem adequar os conhecimentos teóricos recorrendo à execução de diversos exercícios práticos que lhes permite uma autonomia e destreza no correto uso da estatística. As aulas de orientação tutorial permitem uma correta monitorização das técnicas básicas da estatística sobretudo ao nível da análise e tratamento de dados.

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

The statistical methods course has as its main objective to provide students with the necessary competences for investigation in social sciences. The academic component is divided into theoretical and practical activities, where there is a presentation on the main contents on the history and object of statistics, a study on the variables and respective measurement scales, and an approach to univariate statistics and inferential statistics. The learning of measures on central tendency, dispersion, correlation calculation and parametric and non-parametric statistics is consolidated with the use of the main IT tool for the analysis of data in social sciences: the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). In this case, to enrich the investigative capacities, practical classes are presented in the context of a laboratory. Thus, students can adapt their theoretical knowledge by carrying out several practical exercises which will give them autonomy and dexterity to correctly use statistics. Tutorial orientation classes will monitor if basic statistical techniques are being used correctly, especially with regards to analyses and treatment of data.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Bisquera, R.; Sarriera, J.C; Martínez, B. (2004). Introdução à estatística – Enfoque Informático com o pacote estatístico SPSS. São Paulo: Artmed editora.

Bryman, A. & Cramer, D. (2003). *Análise de dados em ciências sociais: Introdução às técnicas utilizando o SPSS para Windows*. (3.ª ed). Lisboa: Celta Editora.
Maroco, J., Bispo, R. (2003). *Estatística aplicada às ciências sociais e humanas*. Lisboa: Climepsi Editores.
Martínez, L. e Ferreira, A. (2007). *Análise de dados com o SPSS – primeiros passos*. Lisboa: Escolar Editora.

Mapa IX - Produção Vídeo I / Video Production I

6.2.1.1. Unidade curricular:

Produção Vídeo I / Video Production I

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

Francisco Guilherme de Albuquerque Amaral, 45h (T:14h; TP:25h; OT:6h)

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 produção vídeo;*
- *Integrar o vídeo em projectos para diversos suportes e plataformas;*
- *Ser capaz de organizar ideias para curtos trabalhos em vídeo;*
- *Executar pequenos guiões;*
- *Constituir equipas;*
- *Dominar os equipamentos a um nível das funções básicas;*
- *Dominar a linguagem videográfica de forma a comunicar com rigor as ideias;*
- *Conhecimentos básicos sobre o processo técnico inerente ao vídeo;*
- *Conhecimentos fundamentais sobre a constituição das equipas de trabalho e seu funcionamento;*
- *Conhecimentos fundamentais sobre a constituição e funcionamento dos equipamentos inerentes à produção Videográfica;*
- *Conhecimentos fundamentais sobre a linguagem Videográfica.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *To comprehend video production;*
- *To integrate video in projects fro various supports and platforms;*
- *To be able to organize ideas for short video projects;*
- *To execute small scripts;*
- *To constitute teams;*
- *To dominate equipment on a level of basic functions*
- *Fundamental knowledge on the constituting and functioning of teams;*
- *Fundamental knowledge on the constituting and functioning of equipment inherent to video graphic production;*
- *Fundamental knowledge of video graphic language.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Produção: processo e equipas
Quem faz o quê, quando e como
Criar as ideias : clustering e brainstorm.

2. Da criação da Imagem : Video Digital e câmara
Componentes da câmara de Video
Operações com a câmara

Olhando através do “viewfinder”**Composição das imagens****A linguagem dos planos.****Movimentos de Câmara – mecânicos e ópticos (efeitos produzidos)****3. Introdução à realização.****Problemas de continuidade****Uso prático e estético da componente áudio****Novos formatos – novas exigências****6.2.1.5. Syllabus:****1. Production: process and teams****Who does what, when and how****Creating ideas: clustering and brainstorm.****2. Of image Creation: Digital video and the camera****Components of the video camera****Operations with a camera****Looking through the view finder****Image composition****The language of plans****Camera movements – mechanic and optic (produced effects)****3. Introduction to directing****Problems of continuity****Practical and aesthetic use of the audio component****New formats-new demands****6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**

Nesta unidade curricular pretende-se iniciar os estudantes às técnicas de produção em vídeo. Para isso é não só necessário fazer com que saibam quem faz o quê, como e quando, mas também de que forma se podem desenvolver boas ideias ou mesmo como trabalhar ideias menos atraentes. Nesta fase inicial será necessário, em conformidade, que se aprenda a linguagem base da expressão videográfica, se reconheça as componentes básicas das câmaras, as características do digital e do HD, bem como o considerar a produção para novos suportes e respectiva distribuição.

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

This CU intends to initiate students in video production techniques. For that it is not only necessary to make known who does what, when and how, but also in what way can good ideas be developed or even how to work with less attractive ideas. In this initial stage it is necessary to learn the basic language of video graphic expression, to be able to recognise the basic components of cameras, the characteristics of digital and HD, as well as to consider the production for new supports and respective distribution.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas desenvolvem-se com o recurso sistemático a exemplos concretos. Para além do método expositivo onde se sistematizam informações, os alunos terão que analisar o material fornecido, desde vídeos até storyboards, passando por guiões e planificações de custos e acções. Realizarão dois trabalhos em vídeo com um máximo de 45 segundos, obrigando-os a pensar previamente toda a narração (sem recurso à palavra), antecipando a duração dos planos e os movimentos adequados. Fazem storyboards. Realizarão ainda um teste teórico.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are developed with systematic use of concrete examples. In addition to the expository method where information is systematised, the students have to analyse the material supplied, from videos to storyboards, or scripts, cost planning and actions. Students will realise two video works with a maximum of 45 seconds, which will force them to previously think through the narration (without the use of words), and to anticipate the duration of shots and adequate movements. Realization of storyboards and of a theoretical test.

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

Sendo os objectivos desta unidade curricular os que estão atrás definidos, não se vislumbra alternativa a uma metodologia activa que articula fortemente a exposição com a experimentação, a observação dos resultados e o incentivo à superação de deficiências sempre que detectadas. Prática e criação, sabendo utilizar os materiais e a linguagem inerente a este processo, são os pontos fulcrais que emergem do todo do ensino/aprendizagem propostos, materializados na avaliação projetada para esta unidade curricular.

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

Given that the objectives of this cu are those previously defined, an active methodology that strongly articulates expositor methods with experimentation, and the observation of results and incentive to overcoming deficiencies whenever detected, is the adopted methodology for this CU. Practice and creation, knowing how to use the materials and language inherent to this process, are the main points that emerge from the entire proposed teaching-learning, materialised in the evaluation projected for this CU.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*MILLERSON, Gerald (1999), Television Production. Burlington, MA: Focus Press.
ZETTL, Herbert (2011), Videolab 4 (DVD-ROM). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
ZETTL, Herbert (2009), Video Basics 6. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
ZETTL, Herbert (2000), Manual de Producción de Televisión. San Francisco State University: International Thomson Editores.*

Mapa IX - Marketing Internacional / International Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing Internacional / International Marketing

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

Filipe Alves Silva, 45h (T:20h; TP:20h; OT: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 desta unidade curricular, o aluno deverá ser capaz de:

- *Compreender a envolvente macro-ambiental em que a Organização atua, tendo em atenção as especificidades dos contextos local e global em que os negócios atualmente têm lugar;*
- *Compreender as motivações da internacionalização, bem como analisar as oportunidades internacionais e os diferentes modos de entrada;*
- *Entender e utilizar os conceitos, estratégias e práticas de marketing em ambiente competitivo internacional;*
- *Refletir sobre decisões de marketing internacional.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of this course, the student should be capable of:

- *Understanding the macro-environments where the Organisation acts, taking into consideration the specificities of the local and global contexts where business currently occurs;*
- *Understanding the motivations of internationalisation, as well as analyse the international opportunities and the different means of entry;*

- *Comprehending and using concepts, strategies and marketing practices in an internationally competitive environment;*
- *Reflecting on international marketing decisions.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Unidade 1 - Do conceito de Marketing ao Marketing Internacional

Unidade 2 - O Comércio Internacional

Unidade 3 - Globalização. A Empresa no Mercado Global

Unidade 4 - Unidade Dinâmica de Internacionalização. Opções Estratégicas. O Benchmarking e os sistemas de vigilância concorrencial

Unidade 5 - Processo de Internacionalização: Conceitos e Teorias, Estratégias de Internacionalização. O Processo Estratégico de Marketing Internacional, com base na Análise dos Mercados Internacionais e das respetivas formas de acesso

Unidade 6 - O Marketing-Mix Internacional (Produto, Preço, Comunicação e Distribuição)

Unidade 7 - A comunicação intercultural no Marketing internacional: abordagens e fatores influenciadores. Comunicação Organizacional Intercultural: aspetos culturais influenciando a comunicação entre organizações de diferentes países

Unidade 8 – A Gestão de Networking Internacional

6.2.1.5. Syllabus:

Unit 1 – From the concept of Marketing to International Marketing

Unit 2 – International Trade

Unit 3 - Globalisation. The Company in the Global Market

Unit 4 – Dynamic Internationalisation Unit. Strategic Options. Benchmarking and systems to monitor the competition

Unit 5 – The Process of Internationalisation: Concepts and Theories, Internationalisation Strategies. The Strategic Process of International Marketing, based on the Analysis of International Markets and their respective access formats

Unit 6 – The International Marketing Mix (Product, Price, Communication and Distribution)

Unit 7 – The intercultural communication in international Marketing: approaches and influential factors. Intercultural Organisational Communication: cultural aspects which influence communication between organisations of different countries

Unit 8 – International Networking Management

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos da unidade curricular. Os conteúdos da Unidade Curricular estão estruturados em 8 unidades temáticas. As primeiras abordam questões relacionadas com a globalização, o comércio internacional e o desafio das empresas perante estas realidades, enquanto as outras unidades temáticas são de carácter mais operacional, como resposta das empresas aos novos desafios.

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

The contents of the course are structured into 8 thematic units. The first ones approach topics related to globalisation, international trade and the challenges faced by companies when faced with these realities. The other units are of a more operational character, as the response of companies towards new challenges.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas assentam numa componente teórica – prática apelando à participação do aluno.

A avaliação continuada consiste em dois trabalhos práticos, baseados em artigos científicos relevantes para discussão na aula e numa prova escrita individual.

A avaliação final consiste na realização de uma prova escrita e na entrega de um trabalho.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are based on a theoretical-practical component which appeals to student's participation.

Continuous evaluation is based on two practical assignments, based on relevant scientific articles for class discussions, and an individual written exam.

Final evaluation is based on a written exam and an assignment.

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

Como os objetivos da Unidade Curricular assentam principalmente na aquisição de competências específicas no âmbito do saber e da sua aplicação, a metodologia de ensino adotada, procura promover um ambiente de exploração com a elaboração de trabalhos práticos baseados em modelos e teorias, promovendo desta forma um ambiente de estímulo e exploração para o aluno, bem como o fomenta do trabalho em equipa.

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

Given that the course objectives are based mainly on the acquisition of specific competences based on knowledge and its application, the adopted teaching method aims to promote an inquisitive environment with the creation of practical works based on models and theories. Thus, they promote a stimulating and inquisitive environment for the student, as well as encourage team work.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

CÂMARA, Pedro B (2008); "Gestão de Pessoas em Contexto Internacional", Publicações Dom Quixote, 1ª edição, Lisboa

CAPEL, Felix López; "El poder del networking", Netbiblo, 1ª ed, La Coruna, 2008

CAVUSGIL, S.T.; THORELLI, H.B. (1990); "International marketing strategy", Pergamon Press, 3rd ed., NY.

CHURRUCA, Ana Nieto; GRACIA-LOMAS, Olegário L. (1995); "Marketing Internacional", Ediciones Pirâmide, 1ª ed., Madrid

CIALDINI, Robert B.; "Influência", Ed. Sinais de Fogo, 1ª edição, Lisboa, 2008

CZINKOTA, Michael; RONKAINEN, Ilka (1995); "International Marketing", The Dryden Press, 4th ed, Texas

FREIRE, Adriano (1998); "Internacionalização – Desafios para Portugal", Verbo Editora, 1ª edição, Lisboa

VIANA, Carlos; HORTINHA, Joaquim (2002); "Marketing Internacional", Edições Sílabo, 2ª edição, Lisboa

Mapa IX - Fotografia Digital / Digital Photography**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Fotografia Digital / Digital Photography

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

Luís Miguel da Cruz Pato, 60h (T:15h; TP:25h;TC:14h;OT:6h)

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):

Os objetivos de aprendizagem da unidade curricular são:

1. *Aquisição de conhecimentos gerais acerca da composição de imagem e narrativa visual;*
2. *Obtenção de noções de normas e características essenciais à fotografia digital;*
3. *Conhecimentos criteriosos acerca dos níveis qualitativos de fotografia;*
4. *Aquisição de noções acerca do equipamento fotográfico e da utilização;*
5. *Obtenção de conhecimentos acerca dos processos de produção e narrativa fotográfica.*

Competências e aptidões a desenvolver na unidade curricular:

1. *Conhecimento das regras da estética e da composição fotográfica;*
2. *Compreensão e conhecimento da narrativa fotográfica;*
3. *Apreensão teórico-prática das diversas realidades que compõe a profissão: fotografo digital;*
4. *Aplicação prática e conhecimento das componentes e equipamentos da fotografia digital;*
5. *Compreensão dos critérios conceptuais das fotografias digitais;*
6. *Capacidade de análise da realidade da fotografia nos meios de massa e nos “novos media”.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The learning objectives of the course are:

1. *Acquiring general knowledge about image composition and visual narrative;*
2. *Understanding essential characteristics and standards of digital photography;*
3. *Gaining insightful knowledge about qualitative levels in photography;*
4. *Becoming familiar with photographic equipment and its use;*
5. *Knowing the production and photographic narrative processes.*

Skills and competences to be developed throughout the course:

1. *Knowing the rules of aesthetics and photographic composition;*
2. *Knowledge and understanding of the photographic narrative;*
3. *Theoretical and practical grasp of several contexts within the profession: digital photographer;*
4. *Practical application and knowledge of components and equipment of digital photography;*
5. *Understanding the conceptual criteria of digital photographs;*
6. *Ability to analyse photography's context within mass media and new media.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

A). FOTOGRAFIA DIGITAL

- 1 – *Definições Históricas & História*
- 2 – *Do Analógico ao Digital*
- 3 – *O que é o fotógrafo*
- 4 – *Noções Básicas da Fotografia Digital*

B). PROCESSO CRIATIVO

- 1 - *Composição*
- 2 – *Linha dos três terços*
- 3 – *Enquadramentos*
- 4 – *Equilíbrio*
- 5 – *Escalas e Significâncias*
- 6 – *Perspetiva*
- 7 – *Luz Sombra/ Contraluz*
- 8 – *Cor*
- 9 – *Valores, Refração, Transparência Comprimentos de Onda, Intensidade e Tonalidades*

C) LENTES, EQUIPAMENTOS & PROCESSOS

- 1 – *Processos Básicos da Ótica*
- 2 – *Processos Básicos acerca das Lentes*
- 3 - *Exposição*
- 4 – *Maquinas Fotográficas*
- 5 – *Objetivas*
- 6 – *Tripés, Iluminação e outros suportes*
- 7 – *Scanners*

D) CRIAÇÃO DA IMAGEM

- 1 – *Práticas Básicas de Fotografia digital*

- 2 – Operações básicas de fotografias de temas e sujeitos variados
- 3 – Criação de uma apresentação digital

E) FOTOGRAFIA DIGITAL E OS “MEDIA”

- 1 – Realidade Fotográfica nos media de massas e nos novos media
- 2 – Fotografia e Publicidade
- 3 – Fotografia Digital e Cross-Media

6.2.1.5. Syllabus:

A). DIGITAL PHOTOGRAPHY

- 1 – Historical Definitions & History
- 2 – From Analogue to Digital
- 3 – What is a photographer
- 4 – Basic Notions of Digital Photography

B). CREATIVE PROCESS

- 1 – Composition
- 2 – Rule of thirds
- 3 – Framing
- 4 – Balance
- 5 – Scales and Significance
- 6 – Perspective
- 7 – Light Shadow/ Backlighting
- 8 – Colour
- 9 – Values, Refraction, Transparency, Wavelength, Intensity, and Tonalities

C) LENSES, EQUIPMENT & PROCESSES

- 1 – Basic Processes in Optics
- 2 – Basic Processes about lenses
- 3 – Exposure
- 4 – Camera
- 5 – Objective lens
- 6 – Tripods, lighting, and other support equipment
- 7 – Scanners

D) IMAGE CREATION

- 1 – Basic Practice in Digital Photography
- 2 – Basic procedures for photographs of themes and various subjects
- 3 – Creating a digital presentation

E) DIGITAL PHOTOGRAPHY AND MEDIA

- 1 – Photography in mass and new media
- 2 – Photography and Advertising
- 3 – Digital Photography and Cross-Media

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
Como é possível verificar, há uma relação entre o que se pretende alcançar através dos objetivos propostos e os conteúdos programáticos. Esta realidade constata-se essencialmente através de uma preocupação de articulação do conhecimento teórico com a prática. Para além desta abordagem pedagógica, há igualmente um paralelismo entre os objetivos e os assuntos que compõem o programa proposto para a UC. Aliás, acerca deste propósito, pode ver-se que as cinco áreas progressivas que compõem o programa têm uma correlação intrínseca cumulativa ordenada para que coincida com os objetivos previstos a serem cumpridos nesta UC.

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

As we can see, there is a connection between the syllabus and what is trying to be accomplished through the objectives. This is made essentially through a concern with articulating theoretical knowledge and practice. Besides this pedagogical approach, a parallel is also drawn between the objectives and the subject-matters which form the syllabus for the course. In fact, in regard to this goal, we can see that the five progressive fields which compose the syllabus are cumulatively, orderly, and intrinsically correlated so

that the objectives of the course are met.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino-aprendizagem a seguir nesta unidade curricular centra-se num cruzamento entre o “saber-saber” e “saber-fazer”. Neste sentido, cruzam-se os métodos expositivos e demonstrativos com a participação dos estudantes, nomeadamente através da concretização de projetos. Daqui decorre que a avaliação desta UC segue os seguintes momentos distribuídos ao longo do semestre: trabalho de grupo prático, teste escrito e trabalho de grupo teórico. Para a avaliação final está prevista a realização de um teste teórico e de um trabalho prático individual.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching and learning methods of this course focus on a crossroads between the cognitive and psychomotor domains. Thus, the demonstrative and expositive methods are crossed with student participation, namely via production of projects. Consequently, the assessment in this course is divided throughout the semester into: group project, written test, and group essay. Final assessment comprises a theoretical test and an individual project.

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

Tendo como pressuposto a pretensão de lecionar uma UC teórico-prática, a metodologia selecionada demonstra esta intenção em ambas as modalidades de avaliação. No que concerne à avaliação contínua, pode constatar-se que ela é composta por vários momentos de avaliação contínua que decorrem ao longo do semestre. Nestas tarefas, os alunos pautam as suas atividades pela execução de trabalhos de natureza empírica e prática procedidos de apresentação pública nas sessões. Ora, aqui, pode ver-se que, para além de uma constante preocupação no que concerne à execução prática dos elementos lecionados numa abordagem teórica, há também a implementação de um exercício fundamental de quem trabalha profissionalmente nas áreas relativas à comunicação – o inerente estímulo à “exposição pública”. Convirá referir que, nesta UC e através desta abordagem, também se tenciona recolher elementos de ordem avaliativa e implementar um processo coletivo de crítica construtiva entre os alunos e o docente.

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

Since the goal is to teach a theoretical and practical course, the methods selected demonstrate this intention in both assessment modalities. In regard to continuous assessment, it will comprise several evaluations throughout the semester. In these tasks, students’ activities include projects of empirical and practical nature, preceded by public presentations in the classroom. This means that besides the constant concern regarding execution of the elements taught via a theoretical approach, there is also an implementation of a fundamental exercise for people working on a professional level in the fields covered by communication – the inherent stimulus to “public exposure”. It is significant to mention that in this course through this approach there is also the intention of collecting assessment elements and implement a collective process of constructive criticism between students and the MAS lecturer.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Alekan, Henri, Des Lumieres et des ombres, Paris, Collectionneur Ed., 1996.
Busch, David, Digital Photography and Imaging, Scottsdale – Arizona, Coriolis, 2002.
Galer, Mark, Photography Foundation, MA – USA, Focal Press, 2007.
Joly, Martine, A Imagem e a sua Interpretação, Lisboa, Arte e Comunicação – Eds. 70.2002.
Langford, Micheal, Andrews, Philip, Langford’s Starting Photography – The Guide to great images with Digital or Film, MA – USA, Focal Press, 2007.
Langford, Micheal, Bilissi, Efthimia, et., al., Advanced Photography – 7th Ed., MA – USA, Focal Press, 2008.
Peterson, Bryan, Learning th See Creatively – Design Color Composition in Photography, NY – USA, Amphoto Books, 2003.
Rand, Glenn, et. al., Digital Photographic Capture, MA – USA, Focal Press, 2005.
Simon, Dan, Digital Photography Bible – Desktop Edition, Indianápolis, Wiley Publishing, Inc., 2004.
Villafañe, Justo, Minguez, Norberto, Principios de la Teoria General de la Imagen, Madrid, Pirámide, 1996.

Mapa IX - Marketing de Serviços / Services Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:***Marketing de Serviços / Services Marketing*****6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo):*****Filipe Alves Silva, 60h (T:40h; TP:10h; TC:5h; OT: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 desta unidade curricular, o aluno deverá ser capaz de:***

- ***Estruturar conceptualmente, toda a teoria do marketing de serviços e fundamentos de gestão dos serviços;***
- ***Desenvolver capacidades de aplicação prática dos conceitos;***
- ***Despertar para os estudos das especialidades do marketing de serviços.***

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:***At the end of this course, students should be able to:***

- ***Conceptually structure all theory of services marketing and fundamentals of services management;***
- ***Develop ability to apply concepts practically;***
- ***Concentrate on studies of the domains of services marketing.***

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:***Unidade Temática 1: Os Serviços e as suas Especificidades***

- ***Definição e caracterização dos serviços;***
- ***A sociedade dos serviços, evolução;***
- ***Diferenças entre bens e serviços;***
- ***Classificação dos serviços;***
- ***O processo de compra dos serviços;***
- ***E-service.***

Unidade Temática 2: O Sistema de Servuction da Empresa de Serviços

- ***A gestão da participação do cliente;***
- ***Gestão do pessoal de contacto;***
- ***Gestão do suporte físico.***
- ***O Marketing-Mix na Empresa de Serviços em Rede***
- ***A oferta de serviços;***
- ***Política de comunicação;***
- ***A política de preços;***
- ***A gestão de redes de serviços;***
- ***Os novos serviços;***
- ***A gestão de serviços novos.***
- ***O Posicionamento e a Segmentação no Marketing Serviços***
- ***Conceitos e estratégias***

Unidade Temática 3: A Gestão da Qualidade nos Serviços

- ***Modelos: Medida de satisfação do cliente;***
- ***Gaps Model.***

Unidade Temática 4: Especificidades

- ***Marketing de Serviços Financeiros; Serviços Públicos; Serviços Turísticos; Serviços de Ensino.)***

6.2.1.5. Syllabus:

Thematic Unit 1: Services and their Specificities

- **Definition and characterisation of services;**
- **Services society, evolution;**
- **Differences between goods and services;**
- **Classification of services;**
- **Process of purchasing services;**
- **E-service.**

Thematic Unit 2: Servuction System and Services Company

- **Managing client participation;**
- **Management of staff in contact with customers;**
- **Management of the physical medium.**
- **Marketing-Mix in the Network Services Company**
- **Supply of Services;**
- **Communication policy;**
- **Pricing policy;**
- **Management of services networks;**
- **New services;**
- **Management of new services.**
- **Positioning and Segmentation in Services Marketing**
- **Concepts and strategies**

Thematic Unit 3: Management of Quality in Services

- **Models: Measurement of customer satisfaction;**
- **Gaps Model.**

Thematic Unit 4: Specificities

- **Marketing of Financial Services, Public Services, Touristic Services, Education Services.**

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

Os conteúdos da Unidade Curricular encontram-se estruturados em 4 unidades temáticas. A primeira unidade temática serve de base introdutória ao conceito de serviço e as suas especificidades

A 2ª e 3ª unidade temática exploram a capacidade prática de operacionalizar sistemas de produção de serviços, políticas e estratégias;

A 4ª Unidade tem por objetivo o aluno explorar algumas das especificidade do marketing de serviços em diversos setores.

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

The syllabus of the Course is structured in four thematic units. The first thematic unit is an introduction to the concept of service and its specificities.

The second and third thematic units explore the practical ability to operate systems of services, policies and strategies production.

The fourth thematic unit aims to have students explore some of the specificities of services marketing in various sectors.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas assentam numa componente teórica – prática apelando à participação do aluno.

A avaliação continuada consiste em dois trabalhos práticos, baseados em artigos científicos relevantes para discussão na aula e numa prova escrita individual.

A avaliação final consiste na realização de uma prova escrita e na entrega de um trabalho.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are based on a theoretical and practical component, encouraging student participation.

Continuous assessment comprises two individual papers, based upon scientific articles relevant for in class discussion, and an individual written assignment.

Final assessment comprises a written assignment and submission of a paper.

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

Como os objetivos da Unidade Curricular assentam principalmente na aquisição de competências específicas no âmbito do saber e da sua aplicação, a metodologia de ensino adotada, procura promover um ambiente de exploração com a elaboração de trabalhos práticos baseados em modelos e teorias, promovendo desta forma um ambiente de estímulo e exploração para o aluno, bem como o fomentar do trabalho em equipa.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes. Since the objectives of the Course are primarily aimed at acquiring specific competences within the domain of knowledge and respective application, the teaching method selected seeks to promote an atmosphere of exploration by developing projects based upon models and theories. This way it encourages a stimulating and exploratory environment for students, and will encourage teamwork.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ANTUNES, J. (1994) Marketing Financeiro. Texto Editora, Lisboa

BADOC, M. (2002) Marketing Financeiro. Gestão de marketing para instituições financeiras. Edições Sílabo, Lisboa.

EIGLIER, P. e LANGEARD, E. Servuction – A gestão de marketing de empresas de services, McGraw-hill, Lisboa.

HOFFMAN, K; BATESON (2006) Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos, Estratégias e casos. Thomson, São Paulo

LINDON, D. LENDREVIE, J.LÉVY, J. DIONÍSIO, P. RODRIGUES, J. (2004) Mercator XIX, Dom Quixote, Lisboa

LOVELOCK, C; VANDERMERWE, S; LEWIS, B. (1996) – Services Marketing – A European Perspective – Prentice Hall Europe

MARTINS, E.(2006) Marketing Relacional na banca . A fidelização e a venda cruzada, Vida Económica, Porto.

SAIAS, Luís (2007) Marketing de Serviços. Qualidade e fidelização de clientes, Universidade Católica Editora, Lisboa.

Mapa IX - Empreendedorismo e Inovação / Entrepreneurship and Innovation

6.2.1.1. Unidade curricular:

Empreendedorismo e Inovação / Entrepreneurship and Innovation

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

Vasco Alves Sousa Almeida

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

João Manuel Machado Faria de Abreu, 60h (T:30h; TP:20h; TC:5h; OT:5h)

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

João Manuel Machado Faria de Abreu, 60h (T:30h; TP:20h; TC:5h; OT:5h)

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

- **Demonstrar conhecimentos em relação aos conceitos de empreendedorismo e inovação;**
- **Dar a conhecer as interligações e interdependências entre ambos os conceitos;**
- **Desenvolver capacidades de aplicação prática dos conceitos;**
- **Promover o seu espírito empreendedor;**
- **Identificar e avaliar fontes de criação de valor e oportunidades para a inovação.**
- **Identificar os fatores facilitadores e restritivos do empreendedorismo e dos processos de inovação organizacional.**
- **Elaborar um Plano de Negócios.**

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- **To demonstrate knowledge about entrepreneurship and innovation concepts;**

- *To understand the interconnections and interdependences between both concepts;*
- *To develop abilities of practical application of concepts;*
- *To promote students' entrepreneurial spirit;*
- *To identify and assess sources of value creation and innovation opportunities;*
- *To identify the factors that facilitate and restrict entrepreneurship and organisational innovation processes;*
- *To prepare a Business Plan.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Os “novos” empreendedores
Novos caminhos de mudança para o Empreendedorismo
O intra e inter empreendedorismo
Os mercados na era das microtendências
A atitude do empreendedor e os seus seis novos sentidos
O Marketing Mix Criativo para Empreendedores
Empreendedorismo e Inovação
Empreendedorismo e Gestão Criativa
Formas de empreendedorismo
Conhecimento e potencial inovador organizacional
Tipologias e classificações de inovação
Inovação e mercados
Empreendedorismo corporativo e social
O Processo empreendedor:
Empreendedorismo no local de trabalho
Criação de novas empresas: da ideia ao projeto e ao negócio
O Marketing da startup
Processo de elaboração de um Plano de Negócios
Incentivos e facilitadores
Gestão da Inovação
Fatores-Chave na gestão da inovação e a inovação como processo de gestão
Gestão da mudança
Novos modelos de negócios e acordos colaborativos
Networking e Crowdsourcing Criativo do Empreendedor e Redes Sociais

6.2.1.5. Syllabus:

The 'new' entrepreneurs
New paths of change for Entrepreneurship
Intra-entrepreneurship and inter-entrepreneurship
The markets in the age of the micro-trends
The entrepreneur's attitude and his/her 'six new senses'.
The Creative Marketing mix for Entrepreneurs
Entrepreneurship and Innovation
Entrepreneurship and Creative Management
Types of entrepreneurship
Organisational knowledge and innovative potential
Types and classifications of innovation
Innovation and markets
Corporate entrepreneurship and social entrepreneurship
The Entrepreneurial Process
Entrepreneurship at work
The creation of the companies: from the idea to the project and to business
Start-up marketing
The process of preparing a Business Plan
Incentives and facilitators
Innovation management
Key-factors for managing innovation and innovation as a management process
Change management
New business models and collaborative agreements - co-working
Entrepreneur and Social Network's Networking and Creative Crowdsourcing

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

Este programa alarga o campo de aplicação do conceito de Empreendedorismo e Inovação através de uma adequada planificação e intervenção pedagógica, fornecendo instrumentos operacionais, em ambientes competitivos e criativos, promovendo a aprendizagem vivencial de técnicas, estilos de gestão e comunicação.

Um ambiente criativo pressupõe motivação, disponibilidade, sentido de partilha e exige também modificação de atitudes, métodos de trabalho e comportamentos por parte de todos os que nele intervêm. Os alunos vão poder experimentar um regime de discussão crítica permanente e de colaboração entre todos.

O objetivo desta UC é proporcionar aos alunos um condensado de experiências vividas no processo empreendedor criativo, em busca da alta performance, procurando desenvolver conceitos como interdisciplinaridade, persistência, trabalho de equipa, autoconhecimento, partilha, sensibilidade, criatividade e inovação.

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

The syllabus expands the field of application of the concepts of Entrepreneurship and Innovation through a suitable pedagogic planning and intervention, which provides students with operating tools in competitive and creative environments, promoting learning through the experience of techniques and styles of management and communication.

A creative environment entails motivation, availability and a sense of sharing. It also demands the adaptation of attitudes, work methods and behaviours from all the participants.

Students will be able to experiment a regime of permanent analytical discussion and collaboration amongst everyone.

The goal of this course is to provide students with a set of experiences lived within the creative entrepreneurial process in order to reach high performance and develop competences such as interdisciplinarity, persistence, team work, self-knowledge, sharing, sensibility, creativity and innovation.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A estratégia pedagógica utilizada passará pelos métodos expositivo, demonstrativo e ativo, com recurso à organização de Workshops sub temáticos durante as aulas, apresentação de casos (com convidados), fomento da participação em eventos. Na avaliação continuada estão previstos dois momentos de avaliação que espelham os conteúdos programáticos e emanam dos objetivos de aprendizagem: teste escrito (70%) e trabalho de grupo (30%). Na avaliação final, os momentos decorrem da mesma lógica, sendo que estão previstos um teste escrito (80%) e um trabalho individual (20%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The pedagogic strategy used will include presentation, demonstration and participation, and will have recourse to the organisation of workshops during lessons, case studies (with guests) and the promotion of participation in events.

Continuous assessment

There will be two assessment moments: a written test (70%) and a group assignment (30%).

Final assessment

There will be two assessment moments: a written test (80%) and an individual assignment (20%).

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

Neste tipo de ambiente pedagógico tão particular serão utilizados métodos pedagógicos não diretivos. Tal escolha fundamenta-se na necessidade de haver uma facilitação da aprendizagem ao ritmo dos alunos em especial através do método ativo. Desta forma, procura-se colocar no centro das atenções o aluno e o seu processo de aprendizagem, atribuindo-lhe um papel dinâmico de acesso e descoberta do saber.

Concluindo, visa-se desencadear processos de autoformação, em que a tomada de consciência pelos alunos da sua autonomia na aprendizagem culminará na capacidade de resolver problemas e tomar decisões no âmbito das matérias lecionadas. Neste sentido, a metodologia de ensino materializada nos momentos de avaliação, está em consonância com os objetivos de aprendizagem.

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

In this particular type of pedagogic environment we chose to use non-directive pedagogic methods. Such choice is justified with the need to facilitate learning at students' rhythm, particularly via the active method.

*Thus, we look to put the students and their learning process at the centre of attentions, assigning them a dynamic role in the access to and discovery of knowledge.
finally, we aim to promote self-learning processes, in which raising students' awareness to their learning autonomy will develop their ability to solve problems and make decisions in the scope of the studied subjects.*

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*FREIRE, Adriano (2006), Inovação – Novos Produtos, Serviços e Negócios para Portugal. Verbo: Lisboa.
GASPAR, Fernando (2009), O Processo Empreendedor e a criação de Empresas de Sucesso. Edições Sílabo: Lisboa.
KAWASAKI, Guy (2006), A arte do começo. Rio de Janeiro: Edições Best Seller.
SARKAR, Soumodip (2007), Empreendedorismo e Inovação. Lisboa: Escolar Editora.*

Mapa IX - Fundamentos do Design / Design Principles

6.2.1.1. Unidade curricular:

Fundamentos do Design / Design Principles

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

Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral, 45h (T:12h; TP:15h; PL:12h; OT:6h)

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 unidade curricular de Fundamentos do Design tem como objetivos principais contextualizar a história e teorias do Design contemporâneo e capacitar os estudantes para a prática projetual. Neste sentido, assumem-se os seguintes objetivos de aprendizagem:

- 1. Aprofundar conceitos no âmbito da história e teoria(s) da arte e do design;*
- 2. Reconhecer os principais movimentos, grupos, tendências e escolas de design do último século;*
- 3. Entender o Design no contexto da Comunicação segundo a sua qualidade estética, funcional e aproximação a um contexto sócio-cultural;*
- 4. Compreender a importância do Design Thinking;*
- 5. Integrar a prática projetual no processo do Design;*
- 6. Dominar o conceito de espaço e a sua relevância no processo de Design;*
- 7. Reconhecer os diferentes domínios do Design;*
- 8. Identificar diferentes metodologias do Design;*
- 9. Saber projetar identidades corporativas e identidades visuais;*
- 10. Dominar as bases do Design.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The curricular unit of principles of design has the main goals of contextualising the history and theories of contemporary Design and to enable students to develop projects. Hence the following goals are sought:

- 1. To deepen concepts in the context of the history and theory of art and design;*
- 2. To recognize the main movements, trends, groups and schools of design in the last century;*
- 3. To comprehend design in the context of communication according to it's aesthetic and functional quality, and proximity to social and cultural context;*
- 4. Comprehend the importance of Design thinking*
- 5. Integrate project practices in the process of Design;*
- 6. To dominate the concept of space and it's relevance in the process of design*
- 7. To recognize the different domains of design;*

- 8. To identify the different methodologies of design;**
- 9. To know how to project corporate and visual identities**
- 10. Dominate the bases of Design**

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. História e Design

- a) A natureza do Design
- b) História e Teorias do Design Contemporâneo
- c) Movimentos históricos e estéticos
- d) Domínios do Design

2. Espaço

- a) Noção de espaço
- b) Espaço como suporte e como objeto de representação
- c) Concepções de espaço
- d) Espaço social e ambiente construído

3. Design e Comunicação

- a) Elementos de enunciação
- b) Análise do signo
- c) Escalas de iconicidade
- d) Relação signo/significado
- e) Denotação e conotação
- f) Do desenho ao design: percursos semióticos
- g) Design e comunicação no novo cenário urbano

4. Processo de Design

- a) Design e criatividade
- b) Design Thinking e conceito
- c) Prática projetual no processo de design
- d) Metodologias do Design e estratégias de pesquisa
- e) Linhas gráfica e identidade corporativa: manual de normas e métodos projetuais

5. Bases do Design

- a) Formas primárias
- b) Ponto, linha e área
- c) Dinâmica, ênfase e contraste
- d) A mecânica da tipografia
- e) Layout
- f) Organização
- g) Imagem
- h) Cor

6.2.1.5. Syllabus:

1. History and Design

- a) The nature of Design
- b) History and Theories of Contemporary Design
- c) Historic and aesthetic movements.
- d) Domains of Design

2. Space

- a) Notion of space.
- b) Space as a support and as an object of representation.
- c) Space conceptions
- d) Social space and constructed environment.

3. Design and Communication

- a) Elements of enunciation.
- b) Analysis of SIGNO
- c) Scales of iconicity

- d) *Relationship between SIGNO/meaning*
- e) *Denotation and connotation*
- f) *From drawing to design: semiotic paths*
- g) *Design and communication in the new urban scenario.*

4. Design process

- a) *Design and creativity*
- b) *Design thinking and concept*
- c) *Project practices in the process of design*
- d) *Design methodologies and research strategies*
- e) *Graphic lines and corporate identity: project norms and methods manual.*

5. Bases of Design

Primary forms

Point, line and area

Dynamic emphasis and contrast

The mechanics of typography

Layout

Organization

Image

Colour

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

Esta unidade curricular pretende constituir-se como um espaço privilegiado de reflexão sobre as teorias do design contemporâneo e as práticas projetuais em diferentes contextos pragmáticos.

Numa direta articulação com os objetivos de aprendizagem, considera-se imperativo estruturar os conteúdos programáticos em módulos sequenciais que permitam um enquadramento teórico sobre a história e teorias do Design contemporâneo; capacitar os estudantes para a prática projetual; fornecer teorias sobre espaço e ambientes construídos; fomentar a prática do Design Thinking; incentivar a criatividade e a importância dos elementos da Comunicação no processo de Design; dotar os estudantes de competências ao nível das bases e dos diferentes domínios do Design.

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

This curricular unit intends to constitute itself as a privileged space for the reflexion on the theories and practices of contemporary design and on the project practices in different programmatic contexts.

In direct articulation with the learning objectives, it is imperative to structure the syllabus contents in sequential modules which allow a theoretical framing on the history and theories of contemporary Design; to provide theories on space and constructed environments; to foment the practice of Design Thinking; incentivise creativity and the importance of communication elements in the process of design; develop students' skills in terms of the bases and different domains of design.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A natureza específica desta UC implica um cruzamento de metodologias de ensino-aprendizagem.

Valorizando-se o “saber-saber” e o “saber-fazer”, privilegia-se uma alternância dos métodos expositivo, demonstrativo e participativo.

Num primeiro momento, o enquadramento teórico será acompanhado de um método expositivo e demonstrativo. Num segundo momento, em que será privilegiada a componente prática da unidade curricular, a metodologia a adotar será participativa. Nesta fase, pretende-se incentivar uma reflexão em torno dos conceitos, teorias e abordagens do design contemporâneo e a valorização de uma dinâmica de grupos, fundamental numa área favorecida pelo trabalho de equipa.

A avaliação da unidade curricular prevê a avaliação dos conhecimentos, aptidões e competências delineados nos objetivos de aprendizagem. Neste sentido, estão previstos dois momentos de avaliação: Projetos Individuais e Projetos de Grupo. Em avaliação prevê-se a realização de um Teste Teórico e um Projeto Individual.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The specific nature of this CU implies the crossing of teaching-learning methodologies. Knowledge and know-how are valued, alternation of presentation methods between demonstrative and participative is privileged.

In the beginning the theoretical framing is supported by demonstrative presentations. Secondly, where the practical component of this unit is emphasised, the participative methodology is adopted. This stage is intended to stimulate reflexion in the concepts theories and different approached of contemporary design and the valuing of group dynamics, which are fundamental in area characterized by teamwork. The Evaluation of the CU foresees the evaluation of knowledge, skills and competences outlined in the learning outcomes. Hence there are two moments of evaluation: individual and group projects. The realization of a theoretical test and of an individual project is foreseen for the final evaluation.

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

A metodologia de ensino-aprendizagem adotada resulta da articulação entre três métodos – expositivo, demonstrativo e participativo – visando um estreito cruzamento com os objetivos de aprendizagem desenhados. No plano da aquisição de conhecimentos teórico-práticos, os métodos expositivos e demonstrativos serão conjugados com abordagens breves e uma metodologia de estudo de caso com o propósito de incentivar a aprendizagem dos módulos “História e Design”, “Espaço” e “Design e Comunicação” orientada aos seguintes objetivos: aprofundar conceitos no âmbito da história e teoria(s) da arte e do design; reconhecer os principais movimentos, grupos, tendências e escolas de design do último século; entender o Design no contexto da Comunicação segundo a sua qualidade estética, funcional e aproximação a um contexto sócio-cultural; dominar o conceito de espaço e a sua relevância no processo de Design.

No plano de aquisição de competências técnicas, a metodologia a adotar é a conjugação do método demonstrativo com o participativo, criando a simulação de cenários pragmáticos no contexto de práticas laboratoriais de multimédia. A adoção desta metodologia de ensino-aprendizagem, no segundo momento da unidade curricular, articula-se com os conteúdos programáticos correspondentes aos módulos “Processo de Design” e “Bases do Design”, norteando-se pelos objetivos: compreender a importância do Design Thinking; integrar a prática projetual no processo do Design; reconhecer os diferentes domínios do Design; identificar diferentes metodologias do Design; saber projetar identidades corporativas e identidades visuais; dominar as bases do Design.

No plano da avaliação, refira-se que os momentos previstos combinam um carácter predominantemente científico com a avaliação da integração dos conhecimentos teóricos com as competências técnicas. Atendendo a que os objetivos de aprendizagem da unidade curricular propõem a aquisição de capacidades analíticas e instrumentais que correspondem a um perfil específico de competências, a metodologia adotada visa 1). fornecer um ambiente estimulante que promova a exploração do potencial académico do estudante, tanto na discussão de modelos e teorias já existentes como na exposição de novas ideias; 2). desenvolver a capacidade de aprofundar os conhecimentos nas principais ferramentas e aplicações tecnológicas utilizadas; 3). promover a autonomia na utilização da técnica; 4). estimular a capacidade de comunicar e conceptualizar novas ideias; 5). fomentar o trabalho em equipa, orientado ao mercado profissional.

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

The teaching-learning methodology adopted results from the articulation of three methods – expository, demonstrative and participative - seeking a narrow conversion with the learning outcomes outlined. In the plan of theoretical-practical knowledge acquisition, the expository and demonstrative methods are combined brief approaches and a case study methodology designed to incentivise learning of the modules of History and Design, Space and Design and Communication, aimed at the following objectives: To deepen concepts in the context of the history and theory of art and design; To recognize the main movements, trends, groups and schools of design in the last century; To comprehend design in the context of communication according to it's aesthetic and functional quality, and proximity to social and cultural context; To dominate the concept of space and it's relevance in the process of design

In terms of the acquisition of technical competences, the methodology adopted is the conjugation of the demonstrative with the participative method, creating a simulation of pragmatic scenarios in the context of multimedia laboratorial practices. The adoption of this teaching-learning method, in the second moment of the CU, is articulated with the syllabus contents correspondent to the modules Design Process and Bases of Design, guided by the objectives: Comprehend the importance of Design thinking; Integrate project practices in the process of Design; To recognize the different domains of design; To identify the different methodologies of design; To know how to project corporate and visual identities; Dominate the bases of Design.

Given that the CU's learning outcomes propose the acquisition of analytical and instrumental skills which correspond to a specific competences profile, the adopted methodology seeks to: 1) provide a stimulating

environment that promotes the exploration of the academic potential of the students, whether through the discussion of existing models and theories or of new ideas; 2) to develop the capacity to deepen the knowledge of the main tools and technological applications used; 3) to promote autonomy in using techniques; 4) to stimulate the capacity to communicate and conceptualise new ideas, 5) to foment team work, orientating towards the job market.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BARBOSA, Conceição (2004). Manual Prático de Produção Gráfica: para Produtores Gráficos, Designers e Diretores de Arte. Cascais: Principia.
BARNICOAT, John (1972). A concise history of posters. London: Thames and Hudson
DORMER, Peter (1990). Os significados do design moderno. Porto: Centro Português de Design
GORDON, Bob; GORDON, Maggie (2003). Design Gráfico Digital, Centralivros
KELLER, TAUTE, CAPSULE (2012). Design Matters: an essential primer. Massachusetts: Rockport

Mapa IX - Sociologia da Comunicação / Sociology of Communication

6.2.1.1. Unidade curricular:

Sociologia da Comunicação / Sociology of Communication

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

Maria Fátima Toscano, 45h (T:35h; TP:5h; OT: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):

Os objetivos de aprendizagem da unidade curricular de Sociologia da Comunicação centram-se na análise e compreensão de duas vertentes:

- o papel social dos meios de comunicação, as distintas mediações que têm vindo a perpassar as audiências e os públicos ao longo dos tempos, bem como as mutações tecnológicas;*
- como as mudanças tecnológicas têm vindo a influenciar a experiência quotidiana e comunicacional dos atores sociais.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The learning objectives of the course in Sociology of Communication focus on the analysis and understanding of two perspectives:

- the social role of media, the distinct mediations which have been touching audiences and publics over time, as well as the technological mutations;*
- how technological changes have been influencing the daily and communicational experience of social players.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- Das Protoformas à Institucionalização dos Estudos de Comunicação*
- Compreensão das Análises em Comunicação; Opinião e Espaço Públicos*
- Mcluhan: Um Profeta dos Media*
- Espaço Físico vs. Virtual*
- Media e Publicidade*
- Os Media e os Seus Receptores*
- Estudos da Audiência*
- Estudos do Público*

- Os Media Contra a Cultura: O que é isso de Indústrias Culturais?

6.2.1.5. Syllabus:

- *From Protoforms to the Institutionalisation of Communication Studies*
- *Comprehension of Communication Analyses; Opinion and Public Spaces*
- *Mcluhan: A Prophet of the Media*
- *Physical vs Virtual Space*
- *Media and Adversiting*
- *The Media and its Receptors*
- *Studies on Audience*
- *Studies on Public*
- *The Media Against Culture: What are Industrial Cultures all about?*

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

O cruzamento de Objectivos e Conteúdos Programáticos da UC atinge alta coerência mediante a Metodologia complexa e diversificada da dinâmica pedagógica. Tal coerência objectiva-se, claramente, nos processos de construção do conhecimento “Dossiê-Catálogo” (DC) e sua “Apresentação Oral em Grupo”. Partindo da escolha de um exemplo/caso, os discentes realizam um catálogo cuja estrutura consiste na elaboração de curtas legendas analíticas e sistemáticas (tantas legendas quantos os conteúdos identificados no caso). Esta aplicação dos conteúdos visa evidenciar a sua dinâmica na modernidade tardia do risco e das oportunidades. A Apresentação Oral do DC é um contexto formativo de criatividade, debate e reflexividade, muito construtivo para relacionar e cimentar os conteúdos da UC.

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

The crossing of the Objectives and Syllabus of the course reaches a high coherence with the complex and diversified Methodology of the pedagogic dynamic. Such coherence clearly takes place during the “Portfolio-Catalogue” (PC) processes to build knowledge, as well as through its “Oral Group Presentation”. Following the selection of an example/case students organize a catalogue whose structure is based on the elaboration of short and systematic captions (the number of captions corresponds to the number of contents identified in the case). This content application aims to demonstrate the dynamic of late modernity of risk and of opportunities. The oral presentation of the PC aims to test creativity, debate and reflexivity. It is very constructive for relating and cementing the contents of the course.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A leccionação da UC articula Metodologias Expositivas e Activas — Debates; Pesquisa Orientada pela Docente; Construção de todos os Instrumentos em Sala — sendo, transversais, as Orientações Tutoriais inerentes à descoberta e construção do conhecimento. A avaliação Continuada contempla três Instrumentos: Teste individual Escrito (50% da classificação final); Dossiê-Catálogo Escrito em Grupo: “port-folio” (25 % da classificação final); Apresentação Oral em Grupo (25 % da classificação final). A avaliação final prevê, na procura da coerência com a Avaliação Continuada, dois Instrumentos com objetivos, tipos e estrutura equivalentes: Prova Individual, Presencial e Escrita (60% da nota final) e Dossiê-Catálogo Individual Não presencial (40% da classificação final).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The course's teachings articulate Expositive and Active Methods – Debates; Research Oriented by the lecturer; Construction of all of the Instruments in class – while being transversal, with TOs inherent to the discovery and construction of knowledge. Continuous assessment: 3 instruments: Individual written test (with questions which are to be answered directly on the test; duration 1:30; 50% of the final mark); Portfolio-Catalogue written in a group: “port-folio”- 25% of the final mark; Oral group presentation – 25% of the final mark. Final assessment: in the quest to be coherent with Continuous Assessment, there are 2 instruments with equivalent objectives, types and structures: Individual and presential written assessment: 60% of the final mark – and Individual Non-presential Portfolio-Catalogue – 40% of the final mark.

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

A dinâmica pedagógica e didáctica da UC resulta numa muito boa prática de aprendizagem em processo — tutoriada pela Docente e gradualmente elaborada em sala de aula, Biblioteca e contextos formativos adequados, a par de componentes mais expositivas.

Assim, destacam-se os critérios de Avaliação do Dossiê-Catálogo (DC): I.O DC: Seleção do Caso, Organização; II.O Trabalho do Grupo: Participação e Competências Inter-Pessoais; III. Criatividade Geral: organização do Dossiê e abordagem dos Conteúdos da UC. A Apresentação Oral em Grupo deste, mediante trabalho tutoriado, concretiza a realização de exposições à turma — orais, sem ler — geradoras de debates.

É através desta prática global — de descoberta, de aplicação e de relação crítica dos conhecimentos — que se cimentam os conteúdos, algo complexos e bastante reflexivos, programados na UC, concretizando, deste modo, os objetivos da aprendizagem da mesma.

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

The pedagogic and didactic dynamic of the course results in a very good learning practice – tutored by the lecturer and gradually developed in the classroom, library and other adequate contexts, along with more expositive components.

Thus, the Assessment criteria of the Portfolio-Catalogue are highlighted: I. The PC: Case selection; Organisation; II Group Work: Participation and Inter-Personal Competences; III. General Creativity: Organisation of the Portfolio and approaches to the Contents of the course. The Oral Group Presentation of the later, with tutored tasks, results in expositions to the class – oral, without being read – which aim to generate debates.

It is through this global practice – of discovery, of application and of creating critical relations with knowledge – that complex and reflective contents are cemented, as programmed for the course. Thus, the learning objectives are reached.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALVES, Aníbal (1999). Ciências da Comunicação, Área Interdisciplinar. In Comunicação e Sociedade 1. Braga, Universidade do Minho.

ALVES, Aníbal (2006). A Comunicação Interdisciplinaridade Obrigatória. In Conferência no 11º Encontro Nacional da Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa - APCE, realizado em Lisboa, em 14 e 15 de Novembro de 2000.

ESTEVES, Pissarra (1998). A Ética da Comunicação e os Media Modernos: Legitimidade e Poder nas Sociedades Complexas. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 497 pp.

RIEFFEL, Rémy (2003). Sociologia dos Media. Porto, Porto Editora, 238 pp.

MAIGRET, Éric (2005). Sociología de la Comunicación y de los Medios. Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 493 pp.

SANTOS, José Rodrigues dos (2001). Comunicação. Lisboa, Prefácio, 153 pp.

SILVEIRINHA, Maria João (2003). Novos Media, Velhas Questões. In Informação e Comunicação OnLine, volume III, Covilhã, UBI.

Mapa IX - Cibercultura / Cyberculture

6.2.1.1. Unidade curricular:

Cibercultura / Cyberculture

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

Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral, 45h (T:13h; TP:15h; PL:10h, OT:7h)

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 unidade curricular de Cibercultura tem como objetivo central colocar os estudantes em contacto com o novo cenário digital, pesquisa de informação na rede, tecnologias sociais e comunidades virtuais. Neste

sentido, assumem-se os seguintes objetivos de aprendizagem:

- 1. Analisar o fenómeno da virtualização do espaço público;*
- 2. Dominar os conceitos que compõem o novo cenário digital;*
- 3. Compreender a emergência dos self media;*
- 4. Dominar técnicas de pesquisa na rede;*
- 5. Conhecer os conceitos que compõem a esfera do fenómeno Web 2.0 e os social media;*
- 6. Dominar o contexto das comunidades online e dos mundos virtuais;*
- 7. Reconhecer as características das novas práticas comunicacionais e as novas relações sociais eletrónicas;*
- 8. Desenvolver noções sobre o fenómeno da netgeneration, ciberactivismo, cibercidadania e open source;*
- 9. Dominar as linguagens, tipos e formatos dos conteúdos digitais;*
- 10. Conhecer o universo técnico dos softwares de autoedição, social e/ou colaborativo.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The Cyberculture course's main goal is to put students in touch with the new digital landscape, network information research, social technologies and virtual communities. Thus, we define the following learning objectives:

- 1. To analyse the phenomenon of the virtualisation of the public space;*
- 2. To master the concepts that compose the new digital landscape;*
- 3. To understand the emergence of self media;*
- 4. To master network research techniques;*
- 5. To know the concepts that compose the the domain of the Web 2.0 phenomenon and the social media;*
- 6. To master the online communities and virtual worlds context;*
- 7. To recognise the features of the new communication practises and the new electronic social relations;*
- 8. To develop notions on the phenomenon of netgeneration, cyberactivism, cyber citizenship and open source;*
- 9. To master the digital languages, types and content formats;*
- 10. To know the technical universe of self-edition software, social and/or collaborative.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. A sociedade da e em rede*
 - a). Uma nova esfera tecnosocial*
 - b). Da massificação à individualização: mudança de paradigma comunicativo*
 - c). O ciberespaço enquanto esfera social: metáforas espacio-temporais*
 - d). O fenómeno da Web2.0*
 - e). O universo das comunidades virtuais*
 - f). Virtual Worlds*
 - g). As novas práticas comunicacionais e as novas relações sociais eletrónicas*
 - h). O fenómeno da “netgeneration”*
 - i). Novas formas de participação pública*
 - j). A era do open source*

2. Conteúdos na rede

- a). A pesquisa de informação na rede: recolha e seleção*
- b). Ferramentas de pesquisa*
- c). Métodos de pesquisa*
- d). Direitos de autor*

3. Tecnologias sociais

- a). Comunicações Mediadas por Computador*
- b). O conceito de Social Media*
- b). A blogosfera*
- c). A era das Wikis*
- d). Software social; tagging; social bookmarking; agregadores de notícias e outras ferramentas*
- e). Podcasting e videocasting*
- f). Redes sociais*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. The society of and on the network*
 - a). A new technosocial sphere*

- b). *From massification to individualisation: change of communicational paradigm*
- c). *Cyberspace as a social sphere: space and time metaphors*
- d). *Web2.0 phenomenon*
- e). *The universe of virtual communities*
- f). *Virtual Worlds*
- g). *The new communication practises and the new electronic social relations*
- h). *The “netgeneration” phenomenon*
- i). *New manifestations of public participation*
- j). *The open source era*

2. Online contents

- a). *Online information search: collection and selection*
- b). *Search tools*
- c). *Search methods*
- d). *Copyright*

3. Social technologies

- a). *Communication Mediated by Computer*
- b). *The concept of Social Media*
- b). *Blogosphere*
- c). *The Wiki era*
- d). *Social software; tagging; social bookmarking; news aggregators and other tools*
- e). *Podcasting and videocasting*
- f). *Social networks*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
Esta unidade curricular pretende constituir-se como um espaço privilegiado de reflexão sobre o cenário digital, procurando capacitar os estudantes de conhecimentos teóricos e competências técnicas para a produção numa lógica de convergência e rede digital.

Numa direta articulação com os objetivos de aprendizagem, considera-se imperativo estruturar os conteúdos programáticos em módulos sequenciais que permitam um enquadramento teórico sobre o contexto dos novos media e a importância das redes na contemporaneidade; a compreensão os conceitos que compõem o novo cenário digital; o domínio de técnicas de pesquisa na rede; o fundamento teórico da virtualização do espaço público; o desenvolvimento de competências que permitam a compreensão da emergência dos self media e dos social media; a aquisição de competências que permitam dominar a estrutura de novas práticas comunicacionais; o domínio da dicotomia media tradicionais/novos media à luz do paradigma da convergência digital.

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

This course intends to be a privileged space for reflection on the digital landscape and aims to endow the students with theoretical knowledge and technical competences for production within a convergence and digital network logic.

Besides being closely articulated with the learning objectives, the syllabus is structured in sequenced modules in order to build a theoretical framework contextualising the new media and the importance of networks nowadays; the comprehension of the concepts that constitute the new digital landscape; the mastering of online search techniques; the theoretical background of the public space's virtualisation; the development of competences that enable the comprehension of self media and social media emergence; the acquisition of competences which allow to master the structure of new communicational practises; the mastering of the dichotomy traditional media/new media in light of the digital convergence paradigm.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A natureza específica desta unidade curricular implica um cruzamento de metodologias de ensino-aprendizagem. Valorizando-se o “saber-saber” e o “saber-fazer”, privilegia-se uma alternância dos métodos expositivo, demonstrativo e participativo.

Num primeiro momento da unidade curricular, o enquadramento teórico será acompanhado de um método expositivo e demonstrativo que se apoiará em abordagens breves (“skimming”) e numa metodologia de estudo de caso. Num segundo momento, em que será privilegiada a componente prática da unidade curricular, a metodologia a adotar será participativa.

A avaliação da unidade curricular prevê a avaliação dos conhecimentos, aptidões e competências delineados nos objetivos de aprendizagem. Neste sentido, estão previstos três momentos de avaliação:

Projeto Individual (25%); Teste Teórico (25%); Projeto de Grupo (50%). Em avaliação prevê-se a realização de um Teste Teórico (25%), Teste Prático (25%) e Projeto Individual (50%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The specific nature of this course implies an intersection of learning-teaching methodologies. By appreciating knowledge and know how, we privilege a shift between presentation, demonstration and participation.

On a first stage of the course, the theoretical background will be accompanied by presentations and demonstrations based on skimming and on a case study approach. On a second stage, on which the course's practical component will be privileged, the adopted methodology will be participation. The course's assessment includes the evaluation of knowledge, skills and competences established in the learning objectives. Therefore, three assessment moments are predicted: Individual Project (25%); Theoretical Test (25%); Group Project (50%). In final assessment, there will be a Theoretical Test (25%), a Practical test (25%) and an Individual Project (50%).

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

A metodologia de ensino-aprendizagem adotada resulta da articulação entre três métodos – expositivo, demonstrativo e participativo – visando um estreito cruzamento com os objetivos de aprendizagem desenhados. No plano da aquisição de conhecimentos teórico-práticos, os métodos expositivos e demonstrativos serão conjugados com abordagens breves e uma metodologia de estudo de caso com o propósito de incentivar a aprendizagem do módulo “A sociedade da e em rede”, orientada aos seguintes objetivos: analisar o fenómeno da virtualização do espaço público; dominar os conceitos que compõem o novo cenário digital; compreender a emergência dos self media; conhecer os conceitos que compõem a esfera do fenómeno Web 2.0 e os social media; dominar o contexto das comunidades online e dos mundos virtuais.

No plano de aquisição de competências técnicas, a metodologia a adotar é a conjugação do método demonstrativo com o participativo, criando a simulação de cenários pragmáticos no contexto de práticas laboratoriais de multimédia. A adoção desta metodologia de ensino-aprendizagem, no segundo momento da unidade curricular, articula-se com os conteúdos programáticos correspondentes aos módulos “Conteúdos na rede” e “Tecnologias sociais”, norteando-se pelos objetivos: dominar técnicas de pesquisa na rede; reconhecer as características das novas práticas comunicacionais e as novas relações sociais eletrónicas; desenvolver noções sobre o fenómeno da netgeneration, ciberactivismo, cibercidadania e open source; dominar as linguagens, tipos e formatos dos conteúdos digitais; conhecer o universo técnico dos softwares de autoedição, social e/ou colaborativo.

No plano da avaliação, refira-se que os momentos previstos combinam um carácter predominantemente científico com a avaliação da integração dos conhecimentos teóricos com as competências técnicas. Atendendo a que os objetivos de aprendizagem da unidade curricular propõem a aquisição de capacidades analíticas e instrumentais que correspondem a um perfil específico de competências, a metodologia adotada visa 1). fornecer um ambiente estimulante que promova a exploração do potencial académico do estudante, tanto na discussão de modelos e teorias já existentes como na exposição de novas ideias; 2). desenvolver a capacidade de aprofundar os conhecimentos nas principais ferramentas e aplicações tecnológicas utilizadas; 3). promover a autonomia na utilização da técnica; 4). estimular a capacidade de comunicar e conceptualizar novas ideias.

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

The adopted teaching-learning methodology results from the articulation between the three methods - exposition, demonstration and participation - aiming at a close intersection between the outlined learning objectives. As far as the theoretical and practical knowledge acquisition is concerned, exposition and demonstration will be conjugated with brief approaches and study cases in order to promote learning during the module "The society of and on the network", which has the following goals: to analyse the phenomenon of public space's virtualisation; to master the concepts that compose the new digital landscape; to understand the emergence of self media; to know the concepts that compose the scope of the Web 2.0 phenomenon and the social media; to master the context of online communities and virtual worlds.

Regarding technical competences acquisition, the adopted methodology is the conjugation of demonstration with participation, creating the simulation of practical situations in the context of multimedia laboratory classes. During the second stage of the course, the adoption of this teaching-learning methodology is articulated with the syllabus modules "Network contents" and "Social technologies" and aims at reaching the following goals: to master online search techniques; to recognise

the features of the new communicational practises and the new electronic social relations; to develop notions on the phenomenon of netgeneration, cyberactivism, cyber citizenship and open source; to master the languages, types and formats of digital contents; to know the technical universe of social and/or collaborative self-edition software.

The predicted assessment moments combine a mainly scientific character with the evaluation of the relations established between theoretical knowledge and technical competences.

Giving that the course's learning objectives propose the acquisition of analytical and instrumental abilities which correspond to a specific profile of competences, the adopted teaching methods aim at: 1) supplying a stimulating environment which promotes the students' academic potential concerning the discussion of existent models and theories and the presentation of new ideas; 2) developing the ability to strengthen the knowledge of the main technological tools and applications used; 3) promoting autonomy in the use of technique; 4) stimulating the ability to communicate and conceptualise new ideas.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BARBOSA, Elisabete e GRANADO, António (2004) Blogues: Diário de Bordo, Porto, Porto Editora

BAUDRILLARD, Jean, (1991), Simulacros e simulação, Lisboa, Relógio d'Água.

CAVANAGH, A. (2007), Sociology in the age of the Internet, Open University Press: UK

GILLMOR, Dan (2005), Nós os Media, Lisboa, Presença

GRANIERI, Giuseppe (2006), Geração Blogue, Lisboa, Editorial Presença

KERCKHOVE, Derrick de (1997), A Pele da Cultura, Lisboa, Relógio d'Água.

LÉVY, Pierre (2000), Cibercultura - relatório para o Conselho da Europa no quadro do projeto "Novas tecnologias: cooperação cultural e comunicação",

Lisboa, Instituto Piaget.

LÉVY, Pierre (2001), O que é o virtual?, Coimbra, Quarteto.

OTMAN, Gabriel (2001), Dicionário da Cibercultura, Lisboa, Instituto Piaget.

Mapa IX - Assessoria de Imprensa / Press Advisory

6.2.1.1. Unidade curricular:

Assessoria de Imprensa / Press Advisory

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

Carla Sofia de Carvalho Figueiredo, 50h (T:30h; TP:10h; TC:5h; OT: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):

Nesta unidade curricular pretende-se que o aluno:

- Compreenda o jornalismo enquanto campo social de mediação, onde se desenrola o processo noticioso entre as fontes da informação, jornalistas, empresas mediáticas e públicos.*
- Determine as funções de um Assessor de Imprensa.*
- Conheça a Importância que a Assessoria de Imprensa tem na Comunicação Empresarial, na sua gestão e na manutenção da imagem da organização.*
- Identifique a relação entre os profissionais da AI e os jornalistas.*
- Reconheça o papel dos Assessores enquanto fontes de informação.*
- Identifique os recursos inerentes à prática da Assessoria de Imprensa.*
- Saiba planear e gerir estratégias de comunicação.*
- Saiba lidar com os media em situações de crise.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Students should:

- *Understand journalism as a social mediation domain, in which the news process takes place amongst the sources of information, journalists, media companies and audiences.*
- *Determine the functions of a Press Advisor.*
- *Know the the importance that PA has on business communication, its management and the maintenance of the organisation's image.*
- *Identify the relationship between PA professionals and journalism.*
- *Recognise the part of Advisors while sources of information.*
- *Identify the resources inherent to the practise of Press Advisory.*
- *Know how to plan and manage communication strategies.*
- *Know how to deal with the media in crisis situations.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *A relação dialética entre os media e o espaço público.*
2. *A responsabilidade social do jornalista e a caracterização das rotinas inerentes à atividade.*
3. *Os critérios de noticiabilidade e de seleção de acontecimentos.*
4. *Tipos de acontecimentos jornalísticos.*
5. *A linguagem jornalística: subjetiva ou interpretativa?*
6. *A Opinião Pública no espaço público mediatizado*
7. *Os processos de gatekeeping, newsmaking e o agenda setting.*
8. *As fontes de informação. Tipos, funções e teorias de relacionamento entre os jornalistas e as fontes.*
9. *A Assessoria de Imprensa como fonte de informação: Funções do Assessor.*
10. *Recursos da Assessoria da Imprensa.*
11. *Gestão da Crise: a atuação perante os media*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *The dialectic relationship between the media and the public space.*
2. *The journalist's social responsibility and the characterisation of routines intrinsic to that activity.*
3. *News value and event selection criteria.*
4. *Types of journalistic events.*
5. *Journalistic language: subjective or interpretative?*
6. *Public opinion within the media-covered public space.*
7. *The processes of gatekeeping, newsmaking and agenda setting.*
8. *The sources of information. Types, functions and theories of relationship between journalists and their sources.*
9. *Press Advisory as source of information: Advisors' functions.*
10. *Press Advisory's resources.*
12. *Crisis management: performance before the media.*

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

Do ponto 1 ao ponto 7 do programa caracteriza-se o jornalismo e justifica-se a pertinência da assessoria, descrevendo-se as funções, objetivos e interesses mediáticos a que estas duas atividades estão subjugadas, na produção noticiosa. Noções chave: fonte de informação, newsmaking e gatekeeping, critérios de seleção e valor notícia.

A partir do ponto 8 são transmitidos os diversos recursos da assessoria, reforçando que o objetivo ultimo será o de influenciar o agenda setting, criando acontecimentos de interesse publico. Os restantes aspetos programáticos servem para ensinar a realizar o planeamento de uma estratégia de comunicação adequada aos recursos escolhidos pela assessoria. Ressalvando que, a exposição mediática inerente a estas atividades implica que sejam indicadas as formas de atuação perante os media em situações de crise.

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

From point 1 to point 7 of the syllabus, journalism is characterised and advisory's pertinence is justified through the description of the functions, goals and media interests to which these two activities are subdued in the scope of news production. Key Notions: source of information, newsmaking, gatekeeping, news value and selection criteria.

From point 8 onward, several advisory resources are listed, highlighting that the final goal will be influence, agenda setting, and creating public interest events. The remaining syllabus items aim at teaching how to plan a communication strategy in compliance with the resources chosen by advisory. We point out that the media exposure inherent to these activities demands that the modus operandi in crisis situations is described.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas decorrem numa alternância metodológica entre a exposição e a demonstração dos conteúdos, recorrendo a casos reais e a artigos de autores reconhecidos. Esta análise é efetuada individualmente, com posterior apresentação na turma. A definição de estratégias adequadas às diferentes situações colocadas pelo docente é outro dos elementos de avaliação continuada e serve para o reforço dos conceitos que vão sendo transmitidos nas aulas. No decurso destas são promovidas discussões temáticas orientadas. Estas reflexões servem para que os grupos, numa fase posterior, saibam elaborar um plano de comunicação em assessoria, o que conforma outra das componentes de avaliação, a que se junta o teste escrito. Na avaliação final realiza-se um teste escrito com a entrega de um plano de comunicação em assessoria, individual, e a sua defesa. As horas de Orientação Tutorial da disciplina servem para orientar os alunos na planificação do trabalho de planeamento.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Lesson methodology alternates between presentation and demonstration of contents having recourse to real cases and articles by renowned authors. This analysis is done individually and presented before the class. The definition of suitable strategies for the different situations proposed by the lecturer is another one of the continuous assessment elements and will also work as a means to consolidate the notions transmitted in the classroom. During the presentations there will be room for guided thematic discussions. These moments of reflection aim at enabling groups to develop an advisory communication plan, which is another assessment component alongside with the written test. In final assessment, students will have to do a written test, hand in an advisory communication plan and present its defence. The course's Tutorial Guidance hours intend to guide students' work regarding the planning assignment.

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

São alternadas a exposição com a demonstração e exemplificação de casos reais e a análise de artigos, especialmente na primeira abordagem teórica do conhecimento da atividade do jornalismo, para o reconhecimento do papel dos assessores enquanto fontes de informação e, esta última, enquanto uma ferramenta de gestão empresarial

A definição de estratégias perante situações colocadas pela docente no decurso das aulas a grupos de alunos definidos previamente é solicitado para a colocação em prática dos recursos da assessoria, na construção de um plano de comunicação (com uma grelha fornecida pelo docente) onde têm também de ser aplicadas as variáveis de resposta a possíveis situações de crise, especialmente, no que toca a formas de atuar e de lidar com os jornalistas (nesta fase da matéria, os alunos já reconhecem que a polémica, a estranheza ou a emoção, são, por norma, os critérios de noticiabilidade privilegiados na hora de definir um ângulo de abordagem).

A discussão orientada que é promovida ao longo das aulas, serve não só para aclarar conceitos e entendimentos de conteúdos que irão ser parte integrante do teste de avaliação, mas, especialmente, para vincar o conhecimento do jornalismo enquanto campo social de mediação, onde se desenrola o processo noticioso entre as fontes de informação, jornalistas, empresas mediáticas e públicos. Desta forma, os alunos ficam aptos, porque perfeitamente conhecedores das respostas estratégicas a emitir perante o planeamento de assessoria que lhes é solicitado.

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

Presentation alternates with the demonstration and exemplification of real-life cases and article analyses, especially during the first theoretical approach of the activity of journalism, in order to reveal advisors' role as sources of information and the latter a a tool for business management.

In order to put advisory resources into practice, the lecturer will propose situations for which students will have to define strategies and draw a communication plan (using guidelines provided by the lecturer). In the latter, students will have to apply variables of response to possible crisis situations, especially concerning ways of action and dealing with journalists (at this point, students already know that controversy, oddness and emotion are, usually, the privileged news value when it is necessary to define a perspective).

The guided discussion promoted throughout the lessons will be a means to clarify notions and contents which will be assessed on the written test. It will also stress the nature of journalism as a social mediation domain, in which takes place the news process involving sources of information, journalists, media-covered companies and audiences. Thus, students will be apt to work in this area, since they will be fully aware of the strategic answers to give when asked for advisory planning.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALVES, Dinis M. (2010), *A Informação ao Serviço da Estação – Promoções, Silêncios e Desvirtuações na TV, Mar da Palavra Edições, Coimbra.*
CAETANO, Joaquim; VASCONCELOS, Maria; VASCONCELOS, Paulo (2006), *Gestão de Crise, Editorial Presença, Lisboa.*
CORREIA, Fernando (1997), *Os Jornalistas e as Notícias, Ed. Caminho, Lisboa.*
GONÇALVES, Vítor (2006), *Nos Bastidores do Jogo Político, O Poder dos Assessores, Ed Minerva, Coimbra.*
MARTINS, Paixão Luis (2001), *Schiu...Está Aqui Um Jornalista, Editorial Notícias, Lisboa.*
MESQUITA, Mário (2003), *O Quarto Equívoco – O poder dos Media na Sociedade Contemporânea, Ed. Minerva, Coimbra.*
RAMONET, Ignácio (1999), *A Tirania da Comunicação, Porto, Campo das Letras.*
RODRIGO ALSINA, Miguel (1989), *La Construcción de la noticia, Barcelona, Paidós.*
SANTOS, Rogério (2003), *Jornalistas e Fontes de Informação, Coimbra, Ed. Minerva.*
TRAQUINA, Nelson (org.) (1993), *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias, Lisboa, Veja.*

Mapa IX - Ciência Política / Political Science

6.2.1.1. Unidade curricular:

Ciência Política / Political Science

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

Fernando Luís Torres de Almeida Marinho, 45h (T:30h; TP:10h; OT: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):

Os objetivos de aprendizagem da unidade curricular de Ciência Política são:

- Conhecer as origens, os fundamentos e os modelos de Estado e de Governo;*
- Conhecer as grandes organizações internacionais e os valores que defendem;*
- Conhecer o papel dos indivíduos e dos movimentos sociais na determinação das formas políticas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- To know the origins, the groundwork and the models of state and government.*
- To know the great international organisations and the values they advocate.*
- To know the role played by individuals and social movements in the establishment of political systems.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. O aparecimento histórico do Estado.*
- 2. As funções materiais do Estado.*
- 3. As funções do Estado à luz do critério orgânico ou funcional.*
- 4. O desenvolvimento do estado europeu.*
- 5. O Estado Britânico. O costume, os direitos fundamentais e o governo parlamentar.*
- 6. O sistema constitucional americano*
- 7. O Presidente dos Estados Unidos e o Primeiro Ministro Britânico*
- 8. O Sistema Constitucional Francês*
- 9. A lei fundamental de 1933 e a sua prática.*
- 10. O sistema de Governo*
- 11. A quarta (1997) e a quinta revisão constitucional (2002)*
- 12. O Sistema de fiscalização da constitucionalidade na atualidade*
- 13. A Constituição Europeia.*

14. O Sistema de Partidos. Ideologias.

15. O Sistema Eleitoral.

6.2.1.5. Syllabus:

1. *The historic appearance of State.*
2. *The material functions of State.*
3. *State's functions in light of the organic or functional criterion.*
4. *The development of the European State.*
5. *The British State. Custom, fundamental rights and parliamentary government.*
6. *The American Constitutional System.*
7. *The President of the United States and the British Prime Minister.*
8. *The French Constitutional System.*
9. *The fundamental law of 1933 and its practise.*
10. *The Government System.*
11. *The fourth (1997) and the fifth (2002) constitutional revisions.*
12. *The constitutionality review system nowadays.*
13. *The European Constitution.*
14. *The Party System. Ideologies.*
15. *The Electoral System.*

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

Os conteúdos programáticos estão em coerência com o primeiro objetivo da unidade curricular dado que o programa foi concebido para abordar de forma integrada a origem e evolução histórica do Estado bem como as suas funções. No que respeita ao segundo objetivo, os temas foram selecionados para mostrar os vários aspetos do Estado Europeu e os seus principais sistemas nacionais, não descurando a Constituição Europeia, a carta dos direitos Fundamentais e o Tratado de Lisboa garante dos direitos e liberdades dos cidadãos dos estados-membros. Por outro lado, no que toca ao terceiro objetivo, será trabalhado analisando e discutindo o sistema partidário e as duas distintas variantes bem como o sistema eleitoral.

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

The syllabus is coherent with the first objective of the course, given that the programme was designed to provide an approach of the origin and historic evolution of State, as well as of its functions. Regarding the second objective, the subjects were selected in order to reveal several aspects of the European State and its main national systems, not forgetting about the European Constitution, the Charter of Fundamental Rights and the Treaty of Lisbon, which guarantee the rights and freedoms of the member-states' citizens. The third objective was established in order to analyse and discuss the party system and its two distinct variants, as well as the electoral system

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia a adotar nesta unidade curricular é uma conjugação dos métodos expositivo e demonstrativo. Está prevista a participação ativa dos estudantes, com espaço de debate nas várias sessões.

As aulas compreendem um conjunto de 3h00 letivas semanais divididas entre teoria e análise de exemplos concretos. São três os elementos de avaliação obrigatórios, classificados até 20 valores cada um, na avaliação continuada: dois Testes com um peso de 80% na avaliação e uma discussão oral avaliada individualmente com 20%. Na avaliação final, há dois elementos: um Trabalho Escrito ou uma discussão oral, com 20% de peso na avaliação e um Teste, com os restantes 80%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Lessons have a three-hour duration divided into theory and example analysis. The three elements composing continuous assessment are mandatory and marked on a scale of 0 to 20 each: Two tests weighing 80% on the final mark and an oral presentation assessed individually with a weight of 20%. Final assessment is composed of only two elements: A written work or an oral presentation weighing 20% on the final mark and a test weighing the remaining 80%.

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

O ensino é fundamentalmente teórico sem desprezar uma componente de resolução prática de casos concretos, o que se projeta em três diferentes formas de avaliação: o teste escrito que avalia a teoria e a prática; a discussão oral sobre temas fulcrais da UC que incentiva exigindo uma boa preparação teórica apela à ginástica de raciocínio para resolver problemas práticos e um trabalho de pré investigação que obriga os alunos a estruturar o seu pensamento sobre questões teóricas essenciais aguçando o seu espírito de pesquisa e treinando a escrita. Neste sentido, considera-se que a metodologia de ensino-aprendizagem adotada se adequa aos objetivos delineados como norteadores dos conteúdos programáticos projetados.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.
Teaching is fundamentally theoretical, but the practical resolution of concrete cases is not neglected. This is reflected on three assessment elements. The written test assesses theory and practise. The oral presentation on subjects central to the course promotes a good theoretical preparation and demands reasoning effort to solve practical problems. The pre-research assignment forces students to structure their thoughts on essential theoretical issues, sharpening their research spirit and improving their writing.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Carvalho, Manuel Proença, Manual de Ciência Política e Sistemas Políticos e Constitucionais -3º edição
 Quid Juris - 2010
 Miranda, Jorge “Manual de Direito Constitucional” Tomo I, Coimbra Editora, 2003
 Tratado de Lisboa
 Constituição Portuguesa*

Mapa IX - Direito Empresarial / Corporate Law

6.2.1.1. Unidade curricular:

Direito Empresarial / Corporate Law

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

Fernando Luís Torres de Almeida Marinho, 45h (T:30h; TP:10h; OT: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):

*1. Enquadrar a formação técnico-jurídica do conceito de empresa, nas contingências do mercado global;
 2. Explicar o ambiente empresarial atual pelo recurso à história mercantil e ao alargamento dos mercados;
 3. Definir o conceito de mercado, como universo da atividade produtiva e relativizar a sua importância consoante as opções sociais e políticas alternativas, referenciáveis desde o post-guerra, bem como introduzir os conceitos essenciais de Direito Comercial;
 4. Introduzir na formação os quadros fundamentais sobre o tipo de funcionamento das empresas, bem como todos os parâmetros sociais e laborais que o enquadram.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*1. To frame the technical and legal training of the concep of company within the contingencies of the global market.
 2. To explain current corporate environment through mercantile history and markets expansion.
 3. To define the concept of market as the universe of productive activity and to downplay its importance according to alternative social and political options, referenced since the post-war, as well as to introduce the essential concepts of Commercial Law.*

4. To introduce in training the fundamental frameworks on the type of company functioning, as well as all the social and labour parameters that frame it.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. *O Direito Empresarial.*
2. *A Globalização e a Sociedade de Informação. Características.*
3. *Empresa e a Sociedade. A empresa como fator de organização social e satisfação de necessidades*
4. *A Construção europeia, como fator de alargamento dos mercados e primeiro sinal de globalização organizada. Do Mercado Comum (1956) ao Mercado Único (1986). Os Alargamentos. Da moeda única à União europeia.*
5. *Os Setores da atividade económica definidos na Constituição.*
6. *O Ambiente empresarial.*
7. *Os Modelos político-económicos.*
8. *Conceito Jurídico-mercantil de empresa. A extensão do conceito de empresa. As entidades públicas empresariais e as empresas públicas.*
9. *O Comerciante.*
10. *As Sociedades Comerciais.*
11. *Património e Capital Social. Obrigações e direitos dos sócios.*
12. *Os mercados de valores mobiliários.*
13. *Os Órgãos sociais; As deliberações sociais; A responsabilidade dos membros dos órgãos sociais.*
14. *A proteção da empresa e os direitos e autor.*
15. *A insolvência.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Corporate Law.*
2. *Globalisation and the Information Society. Characteristics.*
3. *Company and Society.*
4. *The European Construction.*
5. *The sectors of economic activity established in the Constitution.*
6. *Corporate Environment.*
7. *The political-economic models.*
8. *The legal-mercantile concept of company.*
9. *The Trader.*
10. *Commercial Societies.*
11. *Assets and Social Capital.*
12. *Securities markets.*
13. *Social organs.*
14. *Company protection and copyrights.*
15. *Insolvency.*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
Os conteúdos programáticos, que se desenvolvem em 15 grandes linhas, são os instrumentos teóricos de carácter económico, financeiro e constitucional que enquadram a vida da empresa. Para além disso, fornecem a técnica jurídica que permite conhecer a atividade mercantil e a dinâmica empresarial. De um ponto de vista geral e de um ponto de vista específico, atinge-se com este tipo de instrumentos teóricos o objetivo global da unidade curricular que é o da percepção das condicionantes e das dinâmicas em que se movimenta a unidade mercantil.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.
The syllabus, which is composed of 15 large topics, provides the theoretical tools, at the economic, financial and constitutional levels, which frame the company's life. Moreover, they supply the legal technique that allows to know mercantile activity and corporate dynamics. Both generally and specifically, with those types of theoretical tools, the main goal is to understand the conditionings and dynamics within which the mercantile unit moves.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia a adotar nesta unidade curricular é uma conjugação dos métodos expositivo e demonstrativo. Está prevista a participação ativa dos estudantes, com espaço de debate nas várias

sessões.

As aulas compreendem um conjunto de 3h00 letivas semanais divididas entre teoria e análise de exemplos concretos. São três os elementos de avaliação obrigatórios, classificados até 20 valores cada um, na avaliação continuada: dois Testes com um peso de 80% na avaliação e uma discussão oral avaliada individualmente com 20%. Na avaliação final, há dois elementos: um Trabalho Escrito ou uma discussão oral, com 20% de peso na avaliação e um Teste, com os restantes 80%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Lessons have a three-hour duration divided into theory and example analysis. The three elements composing continuous assessment are mandatory and marked on a scale of 0 to 20 each: Two tests weighing 80% on the final mark and an oral presentation assessed individually with a weight of 20%. Final assessment is composed of only two elements: A written work or an oral presentation weighing 20% on the final mark and a test weighing the remaining 80%.

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

O ensino é fundamentalmente teórico sem desprezar uma componente de resolução prática de casos concretos, o que se projeta em 3 diferentes formas de avaliação. O teste escrito que avalia a teoria e a prática. A discussão oral sobre temas fulcrais da UC que incentiva exigindo uma boa preparação teórica apela à ginástica de raciocínio para resolver problemas práticos e um trabalho de pré-investigação que obriga os alunos a estruturar o seu pensamento sobre questões teóricas essenciais aguçando o seu espírito de pesquisa e treinando a escrita.

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

Teaching is fundamentally theoretical, but the practical solution of concrete cases is not neglected. This is reflected on three assessment elements. The written test assesses theory and practise. The oral presentation on subjects central to the course promote a good theoretical preparation, which demands reasoning effort to solve practical problems, and previous research work, which forces students to structure their thoughts on essential theoretical issues sharpening their research spirit and improving their writing.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

**Almeida, António Pereira (2006), Sociedades Comerciais. Coimbra: Coimbra Editora. Código Comercial Constituição Portuguesa
Correia, Miguel J.A.Pupo (2009), Direito Comercial – Direito de Empresa. Lisboa: Ediforum.
Giddens. Anthony (2006), O Mundo na Era da Globalização. Lisboa: Editorial Presença.
Tratado de Lisboa**

Mapa IX - Produção Vídeo II / Video production II

6.2.1.1. Unidade curricular:

Produção Vídeo II / Video production II

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

Francisco Guilherme de Albuquerque Amaral, 60h (TP:24h; PL:14h; TC:16h; OT:6h)

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):

Nesta unidade curricular pretende-se que o estudante possa adquirir e desenvolver competências específicas no domínio da produção, tomada de vistas, tratamento e edição da imagem videográfica, bem como conceber e preparar um produto audiovisual para um público-alvo definido previamente e com base na formulação de uma ideia/conceito criativo ou num problema, necessidade ou encomenda institucional. Os objetivos de aprendizagem desta unidade curricular são:

- *Estudo e prática de técnicas para o domínio do vídeo digital, de forma a desenvolver as fases estudadas em Produção de Vídeo I;*
- *Introduzir o aluno na linguagem do vídeo digital tendo em conta o cenário dos novos media;*
- *Introdução à realidade dos vídeos-virais: vídeo nas redes sociais, a distribuição através da internet e a forte relação com marcas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

In this CU it is intended that the student may acquire and develop specific skills in the domain of production, view taking, treatment and editing of video graphic image, as well as to conceive and prepare an audio-visual product for a previously defined Target audience and based on the formulation of a creative idea/concept or problem, necessity or institutional order. The learning outcomes of this curricular unit are:

- *Study and practice of techniques for the digital video domain, in order to develop the stages studied in Video production I;*
- *Introduce the student to the language of digital video taking into consideration the new media scenario;*
- *Introduction to the reality viral videos: video on social networks, the Internet distribution and the strong relationship with brands.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- *Desenvolvimento do processo da Realização.*
- *Edição não linear - princípios.*
- *Luz. Cor. Iluminação.*
- *Som. Equipamentos.*
- *Efeitos de vídeo. Efeitos digitais. Chroma.*
- *Viral-Vídeo*
- *Vídeo na web*
- *Vídeo trends*

6.2.1.5. Syllabus:

- *Development of the directing process*
- *Non linear editing: principles*
- *Light, colour, lighting*
- *Sound. Equipment.*
- *Video effects. Digital effects. Chroma.*
- *Viral video*
- *Web videos*
- *Video trends*

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

Os conteúdos programáticos respondem aos objetivos definidos tendo em conta que se pretende um apuramento na capacidade de projetar e realizar vídeos para fins já muito específicos.

A recente realidade do vídeo que invade a Web está também contemplada, pois serão estudados desenvolvidamente os fenómenos dos vídeos virais e a pretensão que potenciais clientes têm para procurar este tipo de produtos.

Será também abordada a realidade das novas formas de realizar trabalhos em vídeo para os novos suportes (computadores, tablets, telemóveis, consolas, ...) atendendo às escalas e ao tempo.

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

The syllabus contents respond to the objectives defined considering that what is intended is the honing in the capacity to project and accomplish videos for very specific purposes.

The recent reality of video that invades the Web is also contemplated, for the phenomenon of viral videos and the intention some clients have to look for this type of products are incrementally studied.

The reality of new forms of realising videos works for new supports (computers, tablets, phones, games

stations,...) taking into consideration the scales and time.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas desenvolvem-se com o recurso sistemático a exemplos concretos. Para além do método expositivo onde se sistematizam informações, os alunos terão que analisar o material fornecido, desde vídeos até storyboards, passando por guiões e planificações de custos e ações. Realizarão dois trabalhos em vídeo com um máximo de 45 segundos, obrigando-os a pensar previamente toda a narração (um admite recurso à palavra), antecipando a duração dos planos e os movimentos adequados. Fazem storyboards. Os dois trabalhos terão que ter em conta a sua distribuição através da internet e os diversos novos suportes em que poderão ser recebidos. Realizarão ainda um teste teórico.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are developed consistently using concrete examples. Additionally to the expository method, through which information is systematised, students will have to analyse the material supplied, from videos to storyboards, and including scripts, cost planning and actions. Students will realise two video works of a maximum of 45 seconds, which forces the, to previously think through the narration (one of the works may use language/words), anticipating the duration of shots and the adequate movements. Storyboards are also elaborated by the students. The two works must take into account the Internet distribution and the various new supports, which can receive them. A theoretical test must also be realised by the students.

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

Sendo os objetivos desta unidade curricular os que estão atrás definidos, não se vislumbra alternativa a uma metodologia ativa que articula fortemente a exposição com a experimentação, a observação dos resultados e o incentivo à superação de deficiências sempre que detetadas. Prática e criação, sabendo utilizar os materiais e a linguagem inerente a este processo, são os pontos fulcrais que emergem do todo do ensino/aprendizagem propostos e que se materializam na avaliação adotada.

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

Given that the objectives of this cu are those previously defined, an active methodology that strongly articulates expository methods with experimentation, and the observation of results and incentive to overcoming deficiencies whenever detected, is the adopted methodology for this CU. Practice and creation, knowing how to use the materials and language inherent to this process, are the main points that emerge from the entire proposed teaching-learning, materialised in the evaluation projected for this CU.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*MILLERSON, Gerald (1999), Television Production. Burlington, MA: Focus Press.
VOLTZ, Stephen (2012), The Viral Video Manifesto. New York: McGraw-Hill Professional.
ZETTL, Herbert (2011), Videolab 4 (DVD-ROM). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
ZETTL, Herbert (2009), Video Basics 6. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
ZETTL, Herbert (2000), Manual de Producción de Televisión. San Francisco State University: International Thomson Editores.*

Mapa IX - Marketing Organizações Políticas e Economia Social/Marketing in Political Organisations & Social Economy

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing Organizações Políticas e Economia Social/Marketing in Political Organisations & Social Economy

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

Maria João Ribeiro Curado Barata, 45h (T:20h; TP:20h; OT: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):

- *Aplicar a gestão de marketing em organizações sociais e políticas.*
- *Perceber a distinção entre marketing social e político e marketing comercial.*
- *Compreender a aplicabilidade do marketing a setores emergentes.*
- *Compreender o papel da comunicação no funcionamento dos sistemas políticos.*
- *Perceber o discurso político como instrumento estruturado de sedução do público – eleitor.*
- *Elaborar uma campanha para uma organização política e social.*
- *Compreender o impacto da revolução digital sobre a comunicação política.*
- *Refletir sobre a importância da imagem na escolha do eleitor.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- *Applying marketing management in social and political organisations.*
- *Understanding the difference between social and political marketing and commercial marketing.*
- *Understanding the applicability of marketing in emerging sectors.*
- *Understanding the role of communication on the functioning of political systems.*
- *Understanding political speech as a structured instrument to seduce the public - voter.*
- *Creating a campaign for a political and social organisation.*
- *Understanding the impact of the digital revolution on political communication.*
- *Reflecting on the importance of image on the voter's choice.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

**1. ORGANIZAÇÕES SOCIAIS E POLITICAS
REFERÊNCIAS HISTÓRICAS**

**2. O TERCEIRO SETOR
CONCEITOS, HISTÓRIA, PROTAGONISTAS**

3. MARKETING APLICADO AO 3º SETOR

**4. A COMUNICAÇÃO POLITICA
A COMUNICAÇÃO POLÍTICA NOS SISTEMAS POLÍTICOS
A PROPAGANDA
DISCURSO POLÍTICO
AS NOVAS TECNOLOGIAS E A COMUNICAÇÃO POLÍTICA
A IMAGEM E A ESCOLHA DO ELEITOR**

**5. AS ORGANIZAÇÕES POLÍTICAS E O MARKETING POLÍTICO
MARKETING POLÍTICO. CONCEITOS, EVOLUÇÃO, OBJETIVOS, FUNÇÕES; INSTRUMENTOS
SISTEMAS DE INFORMAÇÃO
IMPLEMENTAÇÃO
O MARKETING POLÍTICO NO PANORAMA PORTUGUÊS**

**6. MARKETING ELEITORAL / CAMPANHAS POLÍTICAS
CONCEITOS, EVOLUÇÃO, OBJETIVOS, FUNÇÕES, INSTRUMENTOS
ESTRATÉGIAS E ESPECIFICIDADES NO PODER CENTRAL/LOCAL**

6.2.1.5. Syllabus:

1. Social and Political Organisations
➤ *Historical references*

2. The Third Sector
➤ *Concepts, history, protagonists*

3. Marketing Applied to the Third Sector**4. Political Communication**

- > *Political communication in the political systems*
- > *Propaganda*
- > *Political Speech*
- > *The new technologies and political communication*
- > *Image and the voter's choice*

5. Political Organisations and Political Marketing

- > *Political Marketing: Concepts, Evolution, Objectives, Functions, Instruments*
- > *Information Systems*
- > *Implementation*
- > *Political Marketing in the Portuguese Panorama*

6. Electoral Marketing/ Political Campaigns

- > *Concepts, Evolution, Objectives, Functions, Instruments*
- > *Strategies and specificities in the central/local power*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
Os Pontos 1 e 2 do Programa fornecem o enquadramento básico quanto às especificidades das organizações políticas e sociais, justificativas de uma abordagem de marketing distinta do marketing comercial. Esta abordagem amplifica o entendimento do marketing, potenciando assim a sua aplicação a setores emergentes mais em geral. O Ponto 3 desenvolve a questão da aplicação do marketing ao 3º setor, ao passo que os Pontos 4, 5 e 6 o fazem em relação às organizações políticas. O relativo aprofundamento da questão do marketing nestas últimas justifica-se pela necessidade de, previamente, se fazer um enquadramento do marketing no contexto da própria comunicação política em geral. Dada a crescente importância profissional do fenómeno, dedica-se ainda um ponto (Ponto 6) a aprofundar o marketing das campanhas eleitorais.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.
Points 1 and 2 of the programme provide the basic framing as to the specificities of political and social organisations, where there is a distinct marketing approach compared to commercial marketing. This approach expands the understanding of marketing, thus expanding its application to emerging sectors in general. Point 3 develops the issue of applying marketing to the third sector. Points 4, 5 and 6 focus on the topic of marketing on political organisations. In these latter areas, marketing is approached in depth given the need to frame marketing in the context of political communication in general. Given the increased professional importance of this phenomenon, there is also a point (Point 6) dedicated to marketing in electoral campaigns.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Exposição dialogada da matéria teórica, com recurso a casos e exemplos ilustrativos.
 Realização de trabalhos de grupo de elaboração de planos de marketing e sua apresentação e discussão em aula (elemento da avaliação contínua).
 Trabalho individual de análise e discussão de tópico (elemento de avaliação final).
 Teste de avaliação de conhecimentos.
 A assiduidade e a participação nas aulas podem ponderar na nota da avaliação contínua.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

*Dialogued exposition on theoretical topics, with the use of illustrative cases and examples.
 Group work to create marketing plans, their presentation and discussion in class (an element taken into consideration for continuous evaluation).
 Individual analysis work and discussion of a topic (an element taken into consideration for final evaluation).
 Test to assess knowledge.
 Assiduousness and participation in class may also have an impact on the mark, in the case of continuous*

evaluation.

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

Uma grande parte das horas de contacto é destinada a expôr, explicar e ilustrar os conteúdos programáticos, com o objetivo de que os(as) alunos(as) os conheçam, compreendam e saibam aplicar. A realização de planos de marketing tem como objetivo exercitar a aplicação desses conteúdos. A dinâmica de grupo nos trabalhos amplifica a imaginação e a perspicácia envolvidas na planificação de marketing. Os testes de avaliação visam aferir da compreensão dos conceitos, da capacidade de os explicarem e de os aplicarem a conteúdos concretos, em termos individuais.

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

A great part of the contact hours will be used to present, explain and illustrate pragmatic contents, with the objective of enabling students to become familiar with them, understand them and apply them. The creation of marketing plans aims to provide the opportunity to practice and apply those contents. The group dynamic in tasks expands the imagination and perspicacity involved in marketing planning. The assessment tests aim to evaluate the understanding of concepts, the capacity to explain them and the capacity to apply them to specific contents, individually.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*DOMENACH, J. M., A Propaganda Política, Bertrand, Lisboa.
KOTLER, P., ANDREASON, A. (1995) Strategic Marketing for Non-Profit Organizations, Prentice Hall, Upper Saddle River.
NEWMAN, B. I. (1999) The Mass Marketing of Politics, Sage, Thousand Oaks.
O'SHAUGHNESSY, N. J., HENNEBERG, S. C. (2002) The Idea of Political Marketing, Praeger, Westport.
QUINTERO, A.P., (1993) História da Propaganda, Planeta Ed., Lisboa
SANTOS, M. R., (1996) Marketing Político, Cetop, Lisboa.
SEPÚLVEDA, A.J. (2000) Marketing Político na Internet, Coleção Sociedade de Informação -Centro Atlântico, Lisboa.*

Mapa IX - Macroeconomia / Macroeconomics

6.2.1.1. Unidade curricular:

Macroeconomia / Macroeconomics

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

Luís Miguel Couceiro Pizarro Beleza

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

Miguel Angelo Duarte Neves Matias, 35h (20T+10TP+5 OT)

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

Miguel Angelo Duarte Neves Matias, 35h (20T+10TP+5 OT)

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

Em termos de conhecimentos, o aluno deverá:

- adquirir uma compreensão geral dos movimentos agregados das economias de mercado contemporâneas.*
- ficar familiarizado com os modelos macroeconómicos de base que permitem compreender, mais especificamente, as flutuações transitórias (ciclos) das economias contemporâneas.*

O aluno deverá adquirir as seguintes competências e aptidões:

- Ser capaz de identificar as principais variáveis macroeconómicas e instrumentos de política económica.
- Compreender os mecanismos e avaliar consequências de medidas de política económica que influenciam a atividade das empresas.
- Ser capaz de analisar e avaliar consequências de choques externos na atividade económica.
- Desenvolver um espírito crítico e capacidade de interpretação e resolução de problemas macroeconómicos

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

With regards to knowledge, the student should:

- acquire a general understanding of the aggregate moves of contemporary market economies.
- become familiar with the basic macroeconomic models which specifically provide an understanding of transient fluctuations (cycles) of contemporary economies.

The student should acquire the following competences and aptitudes:

- To be able to identify the main macroeconomic variables and instruments of economic policy.
- To understand the mechanisms and evaluate the consequences of economic policy measures which influence the activity of companies.
- To be able to analyse and evaluate the consequences of external shocks on the economic activity.
- To develop a critical spirit and capacity to interpret and solve macroeconomic problems.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. O que é a Macroeconomia?

- 1.1. Objeto e Método
- 1.2. Génese da disciplina
- 1.3. Teoria e Política
- 1.4. Principais Problemáticas

2. A Medição da Atividade Económica

- 2.1. Agentes, Operações, Fluxos e Stocks
- 2.2. Contas Nacionais
- 2.3. Balança de Pagamentos
- 2.4. Grandezas nominais e reais

3. A Macroeconomia no Curto Prazo

- 3.1. Modelo Keynesiano simples
- 3.2. Modelo IS-LM
- 3.3. Comércio Internacional, Taxas de Câmbio e Taxas de Juro

4. A Macroeconomia no Curto-Médio-Longo Prazo

- 4.1. Procura Agregada
- 4.2. Oferta Agregada: Curto e Longo Prazo
- 4.3. Política Monetária e Política Orçamental
- 4.4. Curto-Médio-Longo Prazo: Ajustamento e Falhas de Ajustamento
- 4.5. Inflação e Produto Real: Curva de Phillips

6.2.1.5. Syllabus:

1. What is Macroeconomics?

- 1.1. Object and Method
- 1.2. Genesis of the discipline
- 1.3. Theory and Policy
- 1.4. Main Problematics

2. Measuring the Economic Activity

- 2.1. Agents, Operations, Flows and Stocks
- 2.2. National Accounts
- 2.3. Payment Equilibrium
- 2.4. Nominal and real values

3. Macroeconomics in the Short Term**3.1. The simple Keynesian model****3.2. The IS-LM model****3.3. International Trade, Exchange Rates and Interest Rates****4. Macroeconomics in the Short, Medium and Long-Term****4.1. Aggregate Demand****4.2. Aggregate Offer: Short and Long-Term****4.3. Monetary Policy and Budgetary Policy****4.4. Short, Medium and Long-Term: Adjustment and Adjustment Flaws****4.5. Inflation and Real Product: The Phillips Curve**

- 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**
Esta unidade curricular tem por objetivo fulcral dotar os alunos das primeiras competências necessárias para a compreensão dos movimentos agregados das economias de mercado contemporâneas.

Inicialmente discute-se o objeto, objetivo e método da macroeconomia e as questões técnicas básicas da medição da atividade económica agregada. Subsequentemente estuda-se os modelos básicos das flutuações macroeconómicas, primeiro atentando no curto prazo – modelos de preços rígidos – e em seguida atentando no médio-longo prazo – modelos de preços flexíveis com alguma inércia.

- 6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.**
This course has as its central objective to provide students with the first necessary competences for the comprehension of the aggregate movements of the contemporary market economies.

To begin, there will be a discussion on the object, objective and method of macroeconomics and the basic technical issues on measuring the aggregate economic activity. Afterwards, there will be a study on the basic models of macroeconomic fluctuations, starting with the short-term – rigid price models – followed by the medium-term – flexible price models with some inertia.

- 6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**
Para além de uma componente teórica expositiva e de uma componente prática, as aulas são organizadas de forma a apelar à participação dos alunos na discussão dos assuntos lecionados.

São apresentadas ferramentas analíticas e gráficas que permitem compreender e discutir os problemas macroeconómicos mais relevantes das modernas sociedades, nomeadamente inflação, desemprego, défice orçamental, dívida pública, eficácia das políticas orçamental e monetária e conflitualidade entre objetivos macroeconómicos.

As sessões de Orientação Tutorial servem para efetuar acompanhamento/ discussão e exploração de temas considerados relevantes e propostos aos alunos.

A avaliação da unidade curricular, quer seja por avaliação continuada ou final, está enquadrada no Regulamento Geral de Avaliação, em vigor, no ISMT, quer quanto ao número de momentos de avaliação, quer quanto ao tipo desses mesmos momentos.

- 6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):**
Besides using an expository theoretical component and a practical component, classes are organised in such a way as to encourage students to participate in discussions related to the topics presented.

Analytical and graphical tools are presented which will help to understand and discuss the more relevant macroeconomic problems of modern societies. This includes mainly inflation, unemployment, budget deficit, public debt, the efficiency of budgetary and monetary policies and conflicts between macroeconomic objectives.

The Tutorial Orientation sessions serve to accompany/discuss and explore topics which are considered to be relevant and which are presented to students.

The assessment of the course, whether it is through continuous or final assessment, complies with the General Assessment Regulation which is in force at the ISMT, both with regards to the number of assessment periods as well as to the type of period.

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

Como os conteúdos programáticos preveem um conjunto abrangente de conceitos introdutórios de macroeconomia, torna-se assim necessário que a atividade letiva possua uma componente teórica importante. Isso implica naturalmente que uma parte da atividade letiva assuma um caráter mais expositivo.

Porém, como os objetivos da unidade curricular compreendem, de igual forma a compreensão dos problemas macroeconómicos das economias contemporâneas, a atividade letiva inclui também uma componente prática que consiste na resolução de problemas e na discussão de textos de política económica.

A discussão e a aplicação dos temas estudados exigem, igualmente, um espaço letivo no qual o docente orienta o aluno na resolução de diversas questões teórico-práticas e no esclarecimento de dúvidas. Daí que uma parte letiva seja dedicada à orientação tutorial.

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

Given that the syllabus encompasses a variety of concepts to introduce macroeconomics, it is thus necessary that the teaching activity include an important theoretical component. That naturally implies that part of the teaching will focus on a more expository character.

However, since the objectives of the course also include the comprehension of macroeconomic problems of contemporary economies, the teaching activity also encompasses a practical component. It focuses on the resolution of problems and the discussion of texts on economic policy.

The discussion and application of the topics studied also require sessions where the academic staff member gives the student indications as to how several theoretical and practical issues can be resolved. These sessions will also be used to clarify doubts. Thus, there are also periods dedicated to tutorial orientation.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Fisher, S., Startz, R. e Dornbush, R. (2008), Macroeconomia, Ed McGraw Hill, 10ªed.

Louça, F., Amaral, J. F., Santos, S., Fontáinha, E. Ferreira, C. e Caetano, G. (2007), Introdução à Macroeconomia, Ed. Escolar Editora.

Samuelson, P e Nordhaus, W. (2006), Macroeconomia, Ed McGraw Hill, 18ªed.

Mapa IX - Antropologia Cultural / Cultural Anthropology

6.2.1.1. Unidade curricular:

Antropologia Cultural / Cultural Anthropology

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

Carlos Alberto Afonso, 45h (T:30h; TP:10h; OT: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 trata da relação entre cultura e economia, no mundo globalizado de hoje, representada pela indústria cultural, tecnologia digital, sistema de informação, cultura de consumo, cultura e justiça democrática, políticas de identidade e economia do conhecimento. Esta complexa economia global e pós-industrial, contraditoriamente, potencializa, por outro lado, a expansão de novos processos de marginalização, exclusão, desigualdade e violência social e política. Assim, a unidade curricular procura combinar a competência crítica sobre o contexto cultural da mudança social e económica, com a perspectiva de que o pensamento crítico precisa ser fundado em competências de leitura e escrita crítica.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This course addresses the relationship between culture and economy in today's globalised world. Such relationship is represented by cultural industry, digital technology, the information system, consumption culture and justice, identity politics and the knowledge economy. This complex global and post-industrial economy promotes, on the other hand, the expansion of new marginalisation processes, exclusion, inequity, and social and political violence. Thus, the course aims at combining critical competence towards the cultural context of social and economic change, bearing in mind that critical thought needs to be based on critical reading and writing competences. To reach this goal, the assessment model was divided into three assignments: i. An article review. ii. A book review. iii. An article, in which the student should establish connections between course topics and a subject or problem found in today's social reality.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

I: DIVERSIDADE CULTURAL, CULTURA DEMOCRÁTICA E OS PODERES DA VIOLÊNCIA

As crescentes possibilidades democráticas da cultura, na era da informação, são confrontadas, porém, com uma nova vulnerabilidade, em relação aos poderes da violência globalizada, terrorismo e guerra, mas também em relação à própria violência representada pela intensificação da marginalização económica e desigualdade social numa economia global que, em contraste, possui também uma vertiginosa capacidade de criação de riqueza, crescimento da complexidade e expansão tecnológica.

II: ECONOMIA DO CONHECIMENTO E MERCADO CULTURAL

O conhecimento, a tecnologia e a diferença cultural são a base da economia pós-industrial como um amplo mercado cultural. O crescimento da diferença de género, raça, classe e orientação sexual é parte constitutiva do dinâmico tecido cultural contemporâneo, mas a mercadorização da identidade é também o aspeto crucial da cultura e economia de consumo, incluindo suas disparidades e tensões sociais

6.2.1.5. Syllabus:

I. CULTURAL DIVERSITY, DEMOCRATIC CULTURE AND THE POWERS OF VIOLENCE

In the information era, culture's growing democratic possibilities are confronted with a new vulnerability regarding the powers of globalised violence, terrorism and war. However, violence, represented by the intensification of economic marginalisation and social inequity within a global economy, also has a dramatic capacity for creating wealth, complexity growth and technological expansion.

II. KNOWLEDGE-BASED ECONOMY AND CULTURAL MARKET

Knowledge, technology and cultural difference are the bases of post-industrial economy as a wide cultural market. The increase of gender, race, class and sexual orientation differences is a constituent part of the dynamic contemporary cultural fabric. Nonetheless, identity's commodification is also a crucial aspect of consumption culture and economy, including its disparities and social tensions.

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

A divisão do programa em duas partes é estrategicamente orientada para combinar uma abordagem das relações de violência na sociedade e economia global (Parte I) com uma abordagem da lógica cultural do processo económico contemporâneo (Parte II). O aluno desenvolve, assim, a compreensão de como o conceito de cultura (a questão crucial do estudo da antropologia) fornece um importante instrumento crítico para o estudo da cultura da comunicação no mundo de hoje.

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

The division of the syllabus into two parts is strategically oriented in order to combine an approach of the relationships between violence in society and global economy (Part I) with an approach of the cultural logic

of the contemporary economic process (Part II). The student thus develops the understanding of how the concept of culture (the core object of anthropology's study) provides an important critical instrument for the study of the culture of communication in today's world.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino-aprendizagem a adotar nesta UC centra-se em três pontos: 1. Discussão teórica, no campo da antropologia, estudos culturais e ciências sociais, sobre a conexão entre economia e cultura. 2. Leitura crítica de textos selecionados, segundo a sequência dos tópicos do programa e respetiva bibliografia. 3. Apresentação de casos práticos, retirados da literatura e da realidade contemporânea. A avaliação contempla: i. Comentário crítico de um texto. ii. Resenha de um livro. iii. Preparação de um artigo. Os três momentos de avaliação representam uma estratégia metodológica para introduzir o aluno à literatura contemporânea e, ao mesmo tempo, desenvolver a capacidade de escrever textos analíticos.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

1. Theoretical discussion, within anthropology, cultural studies and social sciences on the connection between economy and culture. 2. Critical reading of selected texts following the syllabus's sequence and corresponding bibliography. 3. Presentation of practical cases found in contemporary literature and reality. 4. The three assignments in the assessment model (i. Text review. ii. Book review. iii. Article) represent a methodological strategy to present students with contemporary literature and, simultaneously, develop their ability to write analytical texts. 5. Every other lesson, the lecturer provides guidance regarding individual assignments. The students who will present their questions or doubts concerning their assignments will be chosen beforehand so that all classmates may benefit from the discussion that day.

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

A conexão entre prática e teoria é constante ao longo do processo da unidade curricular. Este é o caso dos textos da bibliografia selecionados para a discussão na sala de aula, mas também da escolha de temas da realidade social contemporânea e respetivos estudos de caso. Sendo uma unidade curricular da licenciatura em Comunicação Empresarial, o propósito é introduzir os alunos à visão crítica da diversidade e da transformação social, do duplo ponto de vista, quanto à compreensão da realidade e quanto à leitura e escrita crítica. Nesse sentido, os três trabalhos de avaliação constituem exercícios sobre três tipos de textos. Em primeiro lugar, o aluno deve fazer o comentário crítico de um texto, sugerido a partir da bibliografia da unidade curricular, compreendendo que o comentário crítico é a base de toda a abordagem analítica de textos. A seguir, a resenha de um livro implica que o aluno deve propor o livro objeto da resenha, esforçando-se, desta forma, por pesquisar a literatura, no campo social, sobre economia, cultura e sociedade. A elaboração de um artigo (constituindo o terceiro momento de avaliação e correspondendo a 50% do processo de avaliação) é o corolário do trabalho na unidade curricular, esforçando-se o aluno por desenvolver um argumento crítico, de modo a reunir temas do programa curricular com uma questão da realidade da comunicação na sociedade e nas empresas que o próprio aluno identifica e investiga. O aluno desenvolve, assim, competências para relacionar teoria e realidade, construindo a sua própria abordagem. Uma dimensão importante, para este objetivo, é a instrução sobre os procedimentos metodológicos de como se escreve um comentário crítico, uma resenha e um artigo, com particular atenção, neste último caso, para as exigências de intertextualidade, ou como um artigo deve incorporar o pensamento de diversos autores sobre o tema em causa. Por outro lado, a interatividade seguida no acompanhamento dos trabalhos, conforme os alunos participam da discussão dos trabalhos dos colegas, ao longo dos três momentos de avaliação, é um recurso pedagógico para a experiência de rigor metodológico, capacidade crítica e eficácia analítica.

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

The connection between practise and theory will be constant throughout the course's development. Therefore, texts selected from the course's bibliography will be discussed in the classroom, but so will subjects arising from contemporary social reality and corresponding case studies. As a part of the first year of the degree in Social Communication and Business Communication, this course aims to introduce students to the critical vision of social diversity and transformation, regarding both the comprehension of reality and critical reading and writing. In this manner, the three assignments being assessed are no more than exercises on three types of texts. Firstly, the student should carry out a text review, suggested from the course's bibliography, bearing in mind that reviews are the foundation for every text analytical approach. Secondly, a book review demands that the student proposes a book to be reviewed, which will entail effort from the student who will have to search for literature within the social field, on economics,

culture and society. The writing of an article (which is the third assessment element and corresponds to 50% of the final mark) is the natural consequence of the work developed throughout the course. To be successful, the student must develop a critical argument in order to combine subjects from the syllabus and an issue, identified and researched by the student, from the communication reality in society and in businesses. The students thus develop competences to establish connections between theory and reality, building their own approach. To achieve this goal, the instructions on methodological procedures to adopt while writing article and book reviews as well as a critical article are of utter importance. As far as the latter is concerned, the notion of intertextuality and the citation of several authors on the chosen subject are also crucial. Also, the constant interaction taking place during the accomplishment of the assignments, since all students participate in the discussion of their classmates works throughout the three moments of assessment, is a pedagogical resource to promote the practise of methodological accuracy, critical ability and analytical efficacy.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Anheier, Helmut K. (2008). Cultures and Globalization: The Cultural Economy. Sage Publications.
Benkler, Yochai (2007). The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom. Yale University Press
Castells, Manuel (2009). The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture. Wiley-Blackwell.
Jenkins, Henry; Thornburn, Davis (coords.) (2004). Democracy and the New Media. Cambridge University Press e MIT.
Kaldor, Mary (2007). New and Old Wars: Organized Violence in a Global Era. Stanford University Press.
Massey, Garth M. (2011). Ways of Social Change: Making Sense of Modern Times. Sage Publications.
Rehbein, Boike (coord.) (2011). Globalization and Inequality in Emerging Societies. Palgrave Macmillan.
Shirky, Clay (2010). Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age. Penguin Press.
Williams, Glyn (2010). The Knowledge Economy, Language and Culture. Multilingual Matters.

Mapa IX - Protocolo / Protocol

6.2.1.1. Unidade curricular: *Protocolo / Protocol*

6.2.1.2. Docente responsável e respectivas horas de contacto na unidade curricular (preencher o nome completo): *Carla Sofia de Carvalho Figueiredo 45h (T:30h; TP:10h; TC:5h; OT: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):

Os objetivos de aprendizagem desta unidade curricular são os seguintes:

- Compreender a importância do Protocolo para a Imagem Empresarial e Institucional;*
- Usar profissionalmente os meios de comunicação escrita e oral;*
- Aprender algumas indicações sobre Organização de Eventos - o seating, a receção e os programas sociais paralelos;*
- Conhecer hábitos e costumes em alguns países estrangeiros;*
- Perceba o conceito de protocolo como elemento de cultura, identidade;*
- Aplique os diferentes domínios do protocolo , empresarial e oficial, como ferramenta de comunicação;*
- Compreenda a importância do cerimonial, sua natureza e normas;*
- Saiba planear e gerir estratégias de comunicação integradas, na organização de eventos (promocionais e institucionais).*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The learning objectives of this course are:

- *Understanding the significance of Protocol for Corporate and Institutional Image;*
- *Professional use of oral and written means of communication;*
- *Grasping some notions of Event Planning - seating, reception, and parallel social programmes;*
- *Knowing habits and customs of some foreign countries;*
- *Understanding the concept of protocol as an element of culture, identity;*
- *Applying the different domains of corporate and official protocol as a communication tool;*
- *Understanding the significance of ceremonial, its nature and norms;*
- *Knowing how to plan and manage integrated communication strategies in event planning (promotional and institutional).*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Unidade temática 1 - O Protocolo - a Imagem Empresarial e Institucional:

- *Protocolo: Empresarial, Oficial, Diplomático e Internacional, Autárquico, Universitário e Desportivo;*
- *Importância do Protocolo para a Imagem Empresarial e Institucional;*
- *Importância da Imagem Pessoal para a Imagem Empresarial e Institucional;*
- *O Manual Interno de Protocolo.*

Unidade temática 2 - O Protocolo no Escritório:

- *Regras protocolares da comunicação escrita (cartas, cartões, convites e outros);*
- *Cortesia ao telefone e ao telemóvel;*
- *Cortesia na comunicação electrónica.*

Unidade temática 3 - A Organização de Eventos:

- *Definição e Tipologia de eventos;*
- *Logística;*
- *Recepção e acolhimento de participantes;*
- *As precedências;*
- *A Relação com os Meios de Comunicação Social;*
- *Segurança e Protocolo.*

Unidade temática 4 – O Protocolo Internacional:

- *Comunicação intercultural;*
- *Organização de viagens de trabalho no estrangeiro.*

6.2.1.5. Syllabus:

Thematic Unit 1 - Protocol – Corporate and Institutional Image:

- *Protocol: Corporate, Official, Diplomatic and International, Municipal, University and Sports;*
- *Significance of Protocol for Corporate and Institutional Image;*
- *Significance of Personal Image for Corporate and Institutional Image;*
- *The Internal Manual of Protocol.*

Thematic Unit 2 - Protocol in the Office:

- *Protocol rules of written communication (letters, cards, invitations and others);*
- *Courtesy on the telephone and on the mobile phone;*
- *Courtesy in electronic communication.*

Thematic Unit 3 – Event Planning:

- *Definition and Typology of events;*
- *Logistics;*
- *Reception and welcoming participants;*
- *Precedence;*
- *Relation with the Media*
- *Safety and Protocol.*

Thematic Unit 4 – International Protocol:

- *Intercultural communication;*
- *Planning business trips abroad.*

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

O programa da disciplina estrutura-se por forma a correlacionar o protocolo com as restantes vertentes da comunicação empresarial, já apreendidas pelos alunos até esta fase curricular. Todas as unidades programáticas servem para ensinar a realizar o planeamento de uma estratégia de comunicação, aplicando os diferentes domínios do protocolo (incluem-se as barreiras da comunicação intercultural), adequando-os aos recursos e situações. A exposição mediática inerente a estas atividades implica que sejam apreendidas normas de cortesia e de protocolo empresarial que não coloquem em causa a imagem e identidade institucional.

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

The syllabus of the course is structured in order to correlate protocol with the remaining sides of corporate communication, already understood by students in this stage. All units aim to teach how to plan a communication strategy, applying the different protocol domains (including intercultural communication barriers), adjusting them to resources and situations. The media exposure inherent to these activities implies that students learn courtesies and corporate protocol norms which do not call the institutional identity and image into question.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas decorrem numa alternância metodológica entre a exposição e a demonstração dos conteúdos, recorrendo a casos reais e a artigos de autores conhecidos, apresentados pelos alunos em aula. A definição de estratégias adequadas às diferentes situações colocadas pelo docente é um dos elementos de avaliação continuada e serve para o reforço dos conceitos que vão sendo transmitidos nas aulas. No decurso destas são promovidas discussões temáticas orientadas. Estas reflexões servem para que individualmente, e numa fase posterior, se elabore e planifique a organização de um evento, sendo atribuídas funções aos vários elementos da turma, posteriormente. A organização deste ato constitui outro dos momentos de avaliação continuada, a que se junta o teste escrito de avaliação. Na avaliação final realiza-se um teste escrito com a entrega de um artigo científico e a sua defesa. A Orientação Tutorial serve para apoiar os alunos no planeamento dos trabalhos práticos e/ou do artigo científico.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are divided into two methods, exposition and demonstration, using real cases and articles by known authors, presented by students in the classroom. Defining adequate strategies for different situations imagined by the MAS lecturer is one of the elements of continuous assessment and is used to strengthen concepts taught in classes. In them, the MAS lecturer will orient thematic discussions. These reflections will be the basis during a posterior phase of an individual planning of an event, with the tasks being distributed by several students, afterwards. The organization of this act is another part of continuous assessment, as well as a written test. Final assessment is divided into a written test and submission of a scientific paper and respective defence. Tutorial Orientation is meant to help students plan their projects and/or scientific paper.

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

São alternadas a exposição com a demonstração e exemplificação de casos reais e a análise de artigos, especialmente na primeira abordagem teórica do conhecimento da importância do domínio do protocolo e as suas variáveis na aplicabilidade empresarial. A discussão orientada, das aulas, serve para firmar o conhecimento relativo às noções de cultura e identidade, como aspetos diferenciadores de instituição para instituição e que condicionam e determinam a planificação de qualquer estratégia de comunicação. Posteriormente, o pedido de definição de estratégias perante situações colocadas pela docente no decurso das aulas serve para propor à turma a organização de um evento (institucional/científico) que lhes permita aplicar variáveis do protocolo empresarial, a escrita e o envio de convites, a receção de convidados, a organização do seating, o cumprimento de gestos e normas de cortesia no pré, durante e pós evento.

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

Exposition alternates with demonstration and exemplification of real cases and analysis of articles, especially on the first theoretical approach to the significance of fully understanding protocol and its variables within corporate use.

Oriented debate in the classroom is meant to confirm knowledge of the notions of culture and identity, as

differentiating aspects in institutions and which condition and determine the planning of any communication strategy. Later, the MAS lecturer will present students with possible situations in order for them to define strategies accordingly. This is meant to have the class organize an event (institutional/scientific) which will enable them to apply variables of corporate protocol, writing and sending out invitations, welcoming guests, organizing a seating chart, and complying with courtesy gestures and norms before, during, and after the event.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*AMARAL, Isabel (2000) "Imagem e Internacionalização, Como ter Êxito no Mercado Global", Verbo, Lisboa.
AMARAL, Isabel (1997) "Imagem e Sucesso, Guia de Protocolo para Empresas", Verbo, Lisboa.
FERNÁNDEZ, Fernando (2008) "El Protocolo de empresa – Herramientas para crear valor", Netbiblo, La Coruña.
RAMOS, Fernando (2007) "Estratégias e Protocolo para a Comunicação Corporativa – Um valor acrescentado para empresas e instituições", MEDIA XXI – Formalpress, Lisboa.
SÁNCHEZ, Gerardo (2004) "La Empresa y su Protocolo – El procedimiento de calidad en la organización de sus actos", Ediciones Protocolo, Madrid.*

Mapa IX - Sondagens e Estudos de Opinião Pública / Poles and studies of public opinion

6.2.1.1. Unidade curricular:

Sondagens e Estudos de Opinião Pública / Poles and studies of public opinion

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

Fernanda da Conceição Bento Daniel

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

Ilda Maria Morais Massano Cardoso, 55h (T:20h; TP:20h; PL:10h; TC:5h)

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

Ilda Maria Morais Massano Cardoso, 55h (T:20h; TP:20h; PL:10h; TC:5h)

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

Os objetivos de aprendizagem desta unidade curricular são:

- Planear e realizar inquéritos e sondagens de opinião;*
- Conhecer as diferentes técnicas de amostragem;*
- Analisar e interpretar os resultados das sondagens;*
- Analisar e interpretar os resultados obtidos em inquéritos e sondagens à opinião pública;*
- Conhecer a legislação sobre sondagens.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The learning objectives of this curricular unit are:

- Plan and realise questionnaires and opinion poles;*
- To know the different techniques of sampling;*
- Analyse and interpret the results of poles*
- Analyse and interpret the results obtained in questionnaires and public opinion poles;*
- Know the legislation on poles*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Evolução do conceito de sondagem

- a. Sondagem como metodologia de pesquisa*
- b. Opinião Pública*

2. Processo de realização de uma sondagem

- a. Definição do problema e objetivos**
- b. Recolha de informação**
- c. Definição da população alvo**
- d. Explicitar condicionalismos de precisão e confiança**
- e. Explicitar limitações orçamentais e de tempo**
- f. Elaborar o cronograma**

3. Etapas de realização de uma sondagem

- a. Conceção do questionário**
- b. Plano amostral**
 - i. Técnicas de amostragem**
 - ii. Amostragem probabilística ou aleatória**
 - iii. Amostragem não probabilística**
- c. Trabalho de campo**
- d. Preparação dos dados**
- e. Análise dos dados**
- f. Redação do relatório final**

4. A participação nas sondagens

5. A construção de um questionário

- a. As perguntas**
- b. As respostas**

6. Legislação sobre sondagens e opinião pública

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Evolution of the concept of poles**
 - a. Poles as a research, methodology**
 - b. Public opinion**

2. Process of realizing a pole

- a) Definition of problem and objectives**
- b) Information collection**
- c) Definition of Target population**
- d) Making precision and trust conditions explicit**
- e) Making budget and time constraints explicit**
- f) Elaborating the chronogram**

3. Stages of realizing a pole

- a. Questionnaire Conception**
- b. Sampling plan**
 - i. Techniques of sampling**
 - ii. Probabilistic or random sampling**
 - iii. Non-probabilistic sampling**
- c. Field work**
- d. Data preparation**
- e. Data analysis**
- f. Redaction of final report**

4. Participation in poles

5. Construction of a questionnaire

- a) Questions**
- b) Answers**

6. Legislation on poles and public opinion

- 6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.**
O programa desta unidade curricular apresenta-se estruturado em 6 capítulos. Pretende-se, numa primeira

fase, apresentar a evolução do conceito de sondagem, bem como as principais fases do processo (capítulo 1 e 2). Com o capítulo 3 pretende-se que os alunos dominem as etapas de um processo de sondagem e apreendam as principais técnicas de amostragem exigidas num estudo desta natureza. Igualmente importante é a reflexão teórica sobre a participação em estudos de sondagem (objetivo do capítulo 4) e perceber as principais razões de recusa e aceitação à participação. O domínio das técnicas essenciais de construção de um questionário é discutido no penúltimo capítulo do programa. A legislação que suporta a difusão pública dos estudos de sondagens e opinião pública, de acordo com a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) é um dos assuntos de relevo e discussão desta unidade curricular.

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

The syllabus of this CU is structured into 6 chapters. It is intended, during an initial stage, to present the evolution of the concept of poles, as well as the main stages of the process (chapters 1 and 2). With chapter 3 it is intended that students dominate the stages of the process of a pole and learn the main techniques of sampling demanded by a study of this nature. The theoretical reflection on participation in poles (objective of chapter 4) and the understanding of the main causes of refusal or acceptance of participation are equally important. The domain of techniques essential to the construction of a questionnaire is discussed in the penultimate chapter of the syllabus. The legislations that supports the public diffusion of the studies of poles and public opinion, in accordance with the regulating entity for social communication (ERC) is one the relevant matters of discussion and study in this CU.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas são de cariz teórico, prático e trabalho de campo. Privilegia-se a demonstração da aplicação teórica à prática recorrendo à pesquisa e elaboração de inquéritos e tratamento de dados com o software estatístico, SPSS. A avaliação incide sobre os conteúdos programáticos e contempla três momentos de avaliação. Um momento de avaliação individual e dois momentos com apresentação de trabalhos de grupo e cuja ponderação é de 30%, 35%, 35% respetivamente.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are mainly theoretical, practical and of field work. The demonstration of application of theory to practice, using research and the elaboration of questionnaires and treatment of data using statistic software, SPSS, are privileged. Evaluation is founded on the syllabus contents and contemplates three different components. One of individual evaluation and the presentations of two group works worth 30%, 35%, and 35% respectively.

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

Como o principal objetivo desta unidade curricular é a compreensão do que se entende por um estudo de sondagem e opinião pública, quais os seus limites e potencialidades para o exercício da democracia pretende-se que os alunos dominem as principais teorias de investigação aplicadas à estatística de modo a conseguirem realizar estudos, apenas de cariz académico, seguindo as principais etapas de um estudo de sondagem. De referir que a aprendizagem é suportada pela exposição da legislação em vigor, nomeadamente emanada pela ERC, para que os alunos percebam que existe um conjunto de procedimentos técnicos e metodológicos em todo este processo que não pode se descurado. Com o trabalho de grupo (em contexto de aulas práticas e trabalho de campo), os alunos tomam contacto com o preenchimento da ficha técnica de depósito (exigida na lei) e assumem a compreensão da necessidade de conhecer quais as empresas credenciadas para a difusão pública de resultados de sondagens. São exigidos o domínio das principais técnicas estatísticas na análise e tratamento de dados, bem como a apresentação dos seus resultados. O recurso ao software informático SPSS é essencial aos objetivos desejados.

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

The main objective of this CU is the comprehension of what is understood by a study pole and public opinion, respective limits and potential for the exercise of democracy, as well as the domain of the main theories of research applied to statistics, in order to carry out studies, of merely academic character, following the main stages of a study pole. It is worth mentioning that presenting the current legislation, namely, supports learning that of ERC, in order for students to understand that there is a set of technical and methodological procedures in the entirety of the process, which cannot be overlooked. With the group

work (in the context of practical and field classes, the students have contact with filling out the technical form of the deposit (demanded by law) and assume the comprehension of the necessity of knowing which companies are accredited for the public diffusion of pole results. The domain of the main statistic techniques in analysis and treatment of data are demanded as well as the presentation of respective results. The use of software such as SPSS is also essential to the outlined goals.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Antoine, J. (2005). A Sondagem como Instrumento de Marketing. Mem Martins: Edições Cetop.
Burns, R. B. (2000). Introduction to Research Methods. London: Sage Publications.
Fowler, Jr., Floyd. J. (2002). Survey Research Methods. London: Sage.
Hill, M. M., Hill, A. (2002). Investigação por Questionário. Lisboa: Edições
Magalhães, P. (2011). Sondagens, eleições e opinião pública. Lisboa: FFMS e Relógio d'Água.
Vicente, P., Reis, E., Ferrão, F. (2001) Sondagens – A amostragem como fator decisivo de qualidade.
Lisboa: Edições Sílabo.*

Mapa IX - Produção e Administração de Conteúdos para a Web / Production and Administration of Contents for Web

6.2.1.1. Unidade curricular:

Produção e Administração de Conteúdos para a Web / Production and Administration of Contents for Web

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

Inês de Oliveira Castilho e Albuquerque Amaral, 45h (T:10h; TP:30h; OT: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 capacitar a produção multiplataforma numa era de convergência digital. Adotam-se os seguintes objetivos de aprendizagem: conhecer o cenário dos media interativos; dominar fundamentos teóricos e conhecimentos práticos sobre Digital Storytelling; compreender os conceitos de interação Humano-Computador, navegabilidade e arquitetura da informação; conhecer os fundamentos do guião multimédia; discutir os conceitos envolvidos na criação, avaliação e manutenção de portais Web; desenvolver capacidades técnicas para a utilização de ferramentas para a construção de hipertextos e hipermedias; conceptualizar produtos interativos para variados suportes; conhecer os fundamentos do Blended Marketing e as novas dinâmicas no contexto da rede; dominar o conceito de prosumer; conhecer e saber utilizar, de forma produtiva, ferramentas de recolha de dados de consumo digital; compreender a lógica dos Cross-Media, Crowdsourcing e Crowdfunding.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This course aims to focus on multiplatform production in an era of digital convergence. The following learning objectives are adopted: understanding the scenario of interactive media; dominating theoretical fundamentals and practical knowledge on Digital Storytelling; understanding the concepts of Human-Computer interaction, navigability and the architecture of information; understanding the fundamentals of the multimedia script; discussing the concepts involved in the creation, evaluation and maintenance of Web portals; developing technical capacities to use tools to build hypertexts and hypermedia; conceptualizing interactive products for various supports; understanding the fundamentals of Blended Marketing and the new dynamics in the context of the network; dominating the concept of prosumer; knowing and using, in a productive manner, tools to collect data on digital consumption; understanding the logic of Cross-Media, Crowdsourcing and Crowdfunding.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:**1. Blended Marketing**

- a) *Internet lifestyle: evoluções sociais e tecnológicas*
- b) *Características da Internet e Desafios ao marketing*
- e) *A geração Y*
- d) *Novos padrões de consumo, utilizações de media, ferramentas*
- f) *Modelos de negócio da nova economia*
- g) *Alterações de paradigma nas diferentes variáveis do marketing*
- h) *O novo consumidor: a era dos prosumers*
- i) *Fontes de informação e ferramentas de recolha, análise e personalização.*

2. O cenário digital

- a) *Digital Storytelling*
- b) *Novas fontes de produção de conteúdo*
- c) *A nova audiência*
- d) *Web 2.0 e estratégias de comunicação na rede*

3. Produção de conteúdos digitais

- a) *Navegabilidade*
- b) *Design da Interação, Arquitetura da Informação e Guionismo Multimédia*
- c) *Ferramentas Web*
- d) *Widgets*
- e) *conceptualização de conteúdos mobile e para mundos virtuais*
- f) *A lógica do Cross-media, crowdsourcing e crowdfunding*

4. Gestão de conteúdos

- a) *Princípios*
- b) *Funcionalidades*
- c) *Aplicações*
- d) *Gestão de conteúdos orientada ao consumo*

6.2.1.5. Syllabus:**1. Blended Marketing**

- a). *Internet lifestyle: social and technological evolutions*
- b). *The characteristics of the Internet and challenges for marketing*
- c). *Generation Y*
- d). *New consumption patterns, use of media, tools*
- e). *Business models in the new economy*
- f). *Paradigm alterations in the different variables of marketing*
- g). *The new consumer: the era of prosumers*
- h). *Sources of information and tools for collection, analysis and personalization*

2. The digital scenario

- a). *Digital Storytelling*
- b). *New sources of content production*
- c). *The new audience*
- d). *Web 2.0 and strategies to communicate on the network*

3. Production of digital contents

- a). *Navigability*
- b). *Interaction design, Information Architecture and Multimedia Scripting*
- c). *Web Tools*
- d). *Widgets*
- e). *Creating mobile contents and for virtual worlds*
- f). *The logic of Cross-media, crowdsourcing and crowdfunding*

4. Content Management

- a). *Principles*
- b). *Functionalities*
- c). *Applications*
- d). *Content Management Consumer-oriented*

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

Esta unidade curricular pretende constituir-se como um espaço privilegiado de reflexão e ação, procurando capacitar os estudantes de conhecimentos teóricos e competências técnicas para a produção multimédia integrada numa lógica de convergência digital e num contexto de multiplataformas.

Numa direta articulação com os objetivos de aprendizagem delineados, considera-se imperativo estruturar os conteúdos programáticos em módulos sequenciais que permitam um enquadramento teórico sobre o contexto do novo ecossistema de negócio potenciado pelo digital; compreensão dos novos modelos de negócio no cenário digital; domínio dos modelos de digital storytelling e os princípios do multimédia; fundamento teórico e aplicação prática de guiões multimédia; desenvolvimento de capacidades técnicas de produção integrada orientada à lógica da multiplataforma decorrente do paradigma da convergência digital; a aquisição de competências teóricas e técnicas para a implementação de estratégias de crossmedia.

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

This course aims to be a privileged space for reflection and action, by providing students with theoretical knowledge and technical competences for the production of multimedia integrated in a logic of digital convergence, and in a multiplatform context. With a direct articulation with the outlined learning objectives, it is thus imperative that the syllabus is structured into sequential modules which offer a theoretical frame under the context of the new business ecosystem supported by digital processes; the comprehension of new business models in the digital scenario; domain of the digital storytelling models and the principles of multimedia; theoretical fundamental and the practical application of multimedia scripts; development of technical capacities on integrated production oriented towards the logic of multiplatforms deriving from the paradigm of digital convergence; the acquisition of theoretical and technical competences for the implementation of cross-media strategies.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A natureza específica desta unidade curricular implica um cruzamento de metodologias de ensino-aprendizagem. Valorizando-se o “saber-saber” e o “saber-fazer”, privilegia-se uma alternância dos métodos expositivo, demonstrativo e participativo.

Num primeiro momento, o enquadramento teórico será acompanhado de um método expositivo e demonstrativo que se apoiará em abordagens breves (“skimming”) e em estudos de casos. Num segundo momento, em que será privilegiada a componente prática da unidade curricular, a metodologia a adotar será participativa.

Estão previstos três momentos de avaliação continuada: Teste Teórico; Projeto Individual: ensaio sobre um tema da área dos media sociais; Projeto de Grupo: conceptualização e implementação de um conceito original para um projeto de Blended Marketing. Em avaliação final, os estudantes devem realizar Teste Teórico, Teste Prático e um Projeto Individual (conceptualização de um conceito original para um projeto de Blended Marketing).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The specific nature of this course implies crossing teaching-learning methodologies. “Know-know” and “know-do” are valued, while it is also encouraged that there is an alternation in the expository, demonstrative and participative methods.

In a first moment, the theoretical framing will be accompanied by an expository and demonstrative method, which will be supported by brief approaches (“skimming”) and case studies. In a second moment, the focus will be on a practical component, where the adopted methodology will be participative.

Three continuous assessment periods are planned: Theoretical Test; Individual Project: essay on a topic in the area of social media; Group Project: conceptualization and implementation of an original concept for a Blended Marketing project. In final assessment, students will have a Theoretical Test, Practical Test and an Individual Project (conceptualisation of an original project for Blended Marketing).

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

A metodologia de ensino-aprendizagem adotada resulta da articulação entre três métodos – expositivo, demonstrativo e participativo – visando um estreito cruzamento com os objetivos de aprendizagem desenhados.

No plano da aquisição de conhecimentos teórico-práticos, os métodos expositivos e demonstrativos serão conjugados com abordagens breves e uma metodologia de estudo de caso com o propósito de incentivar a aprendizagem dos módulos 1 e 2, orientada aos seguintes objetivos: 1). Conhecer os fundamentos do Blended Marketing e as novas dinâmicas no contexto da rede; 2). dominar o conceito de prosumer; 3). conhecer e saber utilizar, de forma produtiva, ferramentas de recolha de dados de consumo digital; 4). dominar fundamentos teóricos sobre modelos de narrativa interativa e competências práticas sobre Digital Storytelling.

No plano de aquisição de competências técnicas, a metodologia a adotar é a conjugação do método demonstrativo com o participativo, criando a simulação de cenários pragmáticos no contexto de práticas laboratoriais de multimédia. A adoção desta metodologia de ensino-aprendizagem, no segundo momento da unidade curricular, articula-se com os conteúdos programáticos correspondentes aos módulos 3 e 4, norteando-se pelos objetivos 5). conceber guiões multimédia para diferentes aplicações, plataformas e conteúdos; 6). compreender os conceitos de interação Humano-Computador, navegabilidade e arquitetura da informação; 7). conhecer os fundamentos do guião multimédia; 8). discutir os conceitos envolvidos na criação, avaliação e manutenção de portais Web; 9). desenvolver capacidades técnicas para a utilização de ferramentas para a construção de hipertextos e hipermedias; 9). conceptualizar produtos interativos para variados suportes (mundos virtuais, Web, mobile...); 11). compreender a lógica dos Cross-Media, Crowdsourcing e Crowdfunding do ponto de vista da Comunicação.

No plano da avaliação, refira-se que o teste teórico assume um carácter predominantemente científico e avalia a compreensão da articulação genérica dos conteúdos programáticos por parte do estudante. Nos outros dois momentos de avaliação procura-se a avaliação da integração dos conhecimentos teóricos com as competências técnicas.

Atendendo a que os objetivos de aprendizagem da unidade curricular propõem a aquisição de capacidades analíticas e instrumentais que correspondem a um perfil específico de competências, a metodologia adotada visa 1). fornecer um ambiente estimulante que promova a exploração do potencial académico do estudante, tanto na discussão de modelos e teorias já existentes como na exposição de novas ideias; 2). desenvolver a capacidade de aprofundar os conhecimentos nas principais ferramentas e aplicações tecnológicas utilizadas; 3). promover a autonomia na utilização da técnica; 4). estimular a capacidade de comunicar e conceptualizar novas ideias; 5). fomentar o trabalho em equipa, orientado ao mercado profissional.

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

The adopted teaching-learning method results from an articulation between three methods – expositive, demonstrative and participative. It aims to cross the learning objectives which have been outlined.

In the plan on the acquisition of theoretical and practical knowledge, the expositive and demonstrative methods will be conjugated with brief approaches and a case study method which aims to encourage the learning of modules 1 and 2. They have the following objectives: 1). Present the fundamentals of Blended Marketing and the new dynamics in the context of the network; 2). Dominate the concept of prosumer; 3). Knowing and knowing how to use in a productive way tools to collect data on digital consumption; 4). Dominating the theoretical fundamentals on models of interactive narrative and practical competences on Digital Storytelling.

In the plan for the acquisition of technical competences, the adopted method is a conjugation of the demonstrative and participative method, creating a simulation of pragmatic scenarios in the context of multimedia labour practices. The adoption of this teaching-learning method, during the second moment of the course, is articulated with syllabus contents corresponding to modules 3 and 4, which are oriented by the following objectives: 5). Developing multimedia scripts for different applications, platforms and contents; 6). Understanding the concepts of Human-Computer interaction, navigability and information architecture; 7). Become familiar with the fundamentals of multimedia script; 8). Discuss the concepts involved in the creation, assessment and maintenance of Web portals; 9) Develop technical skills for the use of tools for the creation of hypertext and hypermedia; 10). Conceptualise interactive products for various supports (virtual worlds, Web, mobile...); 10). Understand the logic of Cross-Media, Crowdsourcing and Crowdfunding through the point of view of Communication.

In the assessment plan, this topic assumes a mainly scientific character and assesses the student's comprehension in the generic articulation of the syllabus. The other two assessment moments aims to evaluate the integration of the theoretical knowledge with technical competences.

Given that the learning objectives propose the acquisition of analytical and instrumental skills which correspond to a specific profile on competences, the adopted method aims to: 1). Provide the student with a stimulating environment which promotes the exploration of the student's academic potential, both with regards to the discussion of existing models and theories, as well as to the exposition of new ideas; 2). To develop the capacity to deepen the knowledge of the main tools and technological applications used; 3). To promote autonomy in technical use; 4). To stimulate the capacity to communicate and conceptualise new ideas; 5). To encourage group work, oriented towards the professional market.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*DIONÍSIO, Pedro; RODRIGUES, Joaquim Vicente; FARIA, Hugo; CANHOTO, Rogério; NUNES, Rui Correia (2009). B-Mercator, Alfragide, Dom Quixote
CARDOSO, Gustavo; ESPANHA, Rita; ARAÚJO, Vera (orgs.) (2009). Da Comunicação de Massa à*

Comunicação em Rede, Porto, PortoEditora
CARRERA, Filipe (2009). Marketing Digital na versão 2.0, Lisboa, Edições Sílabo
KRUG, Steve (2000). Don't make my think, New Riders Press
MCGOVERN, Gerry, NORTON, Rob e O'DOWD, Catherine (2002). The Web Content Style Guide: An Essential Reference for Online Writers, Editors, and Managers. New York, Financial Times Prentice Hall
MEMÓRIA, Filipe (2006). Design para a Internet, Rio de Janeiro, Elsevier
ORDUÑA, Octavio et al. (2007). Blogs: revolucionando os meios de comunicação, Brasil, Thomson
ORIHUELA, José Luis; SANTOS, María Luisa (2000), Introducción al diseño digital, Madrid, Anaya Multimedia
SCOTT, David Meerman (2008). As novas regras de Marketing e Relações Públicas, Porto, PortoEditora

Mapa IX - Publicidade Digital / Digital Advertising

6.2.1.1. Unidade curricular:

Publicidade Digital / Digital Advertising

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

Ricardo Manuel da Silva Malheiro, 45h (T 16h; TP 23h; OT 6h)

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):

Objetivos: A unidade curricular de Publicidade Digital pretende demonstrar que a Internet, como meio, é um mecanismo apropriado para a veiculação de mensagens e estímulo da procura de produtos e serviços.

Competências a desenvolver:

- Conhecer os atores do setor online;*
- Conhecer as características do meio de comunicação publicitária;*
- Caracterizar os principais formatos publicitários na Internet;*
- Conceber e entender uma campanha publicitária online;*
- Conhecer as tendências na publicidade online;*
- Saber utilizar de uma forma correta ferramentas informáticas para maximizar o retorno da publicidade;*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Objectives:

The Digital Advertising course aims to demonstrate that the Internet, as a means, is an appropriate mechanism for disseminating messages and stimuli on the search for products and services.

Competences:

- Knowledge of the players of the online sector*
- Knowledge of the characteristics of advertising media*
- Characterising the main advertising formats on the Internet*
- Developing and understanding an online advertising campaign*
- Knowledge of tendencies in online advertising*
- Knowing how to correctly use informatics tools to maximise the return on investment for publicity*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução à Publicidade Digital

- a). Considerações sobre a Publicidade Digital*
- b). Tipos de Publicidade Digital*

- c). *Exemplos de Publicidade Digital*
- d). *O poder do consumidor no mundo digital*

2. Campanha de Publicidade Online e Ferramentas Fundamentais

- a). *Google Adwords*
- b). *Facebook Ads*
- c). *Twitter, LinkedIn*
- d). *Definir campanha publicitária*
- e). *Google AdSense*
- f). *Web Analytics para avaliação do desempenho do site*
- g). *SEO*

3. Interatividade na Publicidade

- a). *Publicidade móvel*
- b). *Advergaming e In-Game Advertising*
- c). *Email Advertising*
- d). *Over the Page Advertising*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. Introduction to Digital Advertising**
- 1. Considerations on Digital Advertising**
- 2. Types of Digital Advertising**
- 3. Examples of Digital Advertising**
- 4. The power of the consumer in the digital world**

2. Online Advertising Campaign and Fundamental Tools

- 1. Google Adwords**
- 2. Facebook Ads**
- 3. Twitter, LinkedIn**
- 4. Defining an advertising campaign**
- 5. Google AdSense**
- 6. Web Analytics to assess the performance of a website**
- 7. SEO**

3. Interactivity in Advertising

- 1. Mobile advertising**
- 2. Advergaming and In-Game Advertising**
- 3. Email Advertising**
- 4. Over the Page Advertising**

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

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que ao longo dos vários capítulos é explicada a forma de implementação de uma campanha publicitária online. Além disso são exploradas todas as ferramentas, plataformas para publicitar e para obter retorno através de uma campanha.

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

The contents of the syllabus are coherent with the objectives of the course, given that throughout various chapters it is explained the way in which an online advertising campaign is implemented. Furthermore, there is an investigation into all of the tools, platforms for advertising and for obtaining return on investment on a campaign.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os conteúdos teóricos da unidade curricular serão expostos através de aulas ilustradas sempre que possível com casos práticos. Os estudantes serão motivados para aplicar as competências adquiridas através de atividades práticas, incluindo a análise e discussão de estudos de caso e exercícios. A partilha de experiências profissionais relevantes será encorajada ao longo destas atividades. A avaliação compreende a implementação de uma campanha publicitária, a realização de um teste e a realização de um portfólio de exercícios para avaliação.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The theoretical contents of the course will be presented through examples whenever possible, including with practical cases. Students are encouraged to apply the competences they acquire through practical activities. This includes the analysis and discussion of case studies and exercises. The sharing of relevant professional experiences will also be encouraged. The assessment includes the implementation of an advertising campaign, a test and a portfolio with exercises to be evaluated.

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

Pretende-se que os alunos, no final do semestre, consigam implementar uma campanha publicitária online utilizando todos os meios atuais à disposição. Para atingir tais objetivos, a grande maioria das aulas terá uma tipologia mista, i.e., a primeira parte da aula terá uma tipologia expositiva, tentando fomentar sempre a participação dos alunos, enquanto a segunda parte deverá normalmente corresponder à aplicação prática dos conhecimentos transmitidos na primeira parte da aula, através de casos de estudo e fichas práticas para resolução com papel e caneta ou com ferramentas informáticas, dependendo da matéria em questão. A planificação da unidade curricular terá uma sequência lógica considerada ideal, por parte do docente, no sentido de serem atingidos os objetivos previamente definidos para a unidade curricular e no sentido de os alunos adquirirem as competências consideradas fundamentais para esta unidade curricular. A avaliação (teste, portfólio e projeto) pretende verificar se as aprendizagens previstas foram atingidas.

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

At the end of the semester, students should be able to implement an online advertising campaign using all of the means currently at their disposal. To reach these objectives, most classes will have a mixed presentation – e.g. the first part of the class will focus on an expository focus, while always trying to encourage students to participate; the second part should normally correspond to the practical application of the teachings presented in the first part of the class, through case studies and practical exercises to be solved using pen and paper or informatics tools, depending on the case. The course planning will have a logical sequence which is considered to be ideal by the lecturer, in order for the aforementioned course objectives to be reached, and in order for students to acquire the competences which are considered to be fundamental for this course. The assessment (test, portfolio and project) aims to verify if the student reached the learning objectives.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*CARRERA, Filipe (2012), Marketing Digital 2.0. Lisboa: Ed. Sílabo.
CONRADO, Adolpho (2012), Os 8Ps do Marketing Digital. Lisboa: Editora Texto.*

Mapa IX - Marketing Interno / Internal Marketing**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Marketing Interno / Internal Marketing

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

José Vicente Duarte Serrano, 45h (T:20h; TP:10h; TC:10h; OT: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 desta unidade curricular, o aluno deverá ser capaz de:

- *Desenvolver e aplicar os principais conceitos e ações estratégicas que as organizações praticam nas relações com o seu público interno;*
- *Identificar fatores que promovam vantagens competitivas no mercado, a partir de corretas técnicas e instrumentos de Recursos Humanos;*
- *Unificar e homogeneizar a gestão externa e interna, que resulta na construção do modelo de Marketing Integrado;*
- *Utilizar conceitos, ferramentas e métodos para melhorar a gestão de pessoas através de ações de diagnóstico, relacionamento e comunicação;*
- *Elaborar um Plano de Marketing Interno.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of this course, students should be able to:

- *Develop and apply the main concepts and strategic actions that organisations practice on the internal market;*
- *Identify factors that promote competitive advantages on the market, through correct Human Resources techniques and instruments;*
- *Unify and homogenize internal and external management, which results in the construction of the Integrated Marketing model;*
- *Use concepts, tools and methods to improve people management through diagnoses, relationship and communication;*
- *Create an Internal Marketing Plan.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Unidade temática 1: Os princípios teóricos do Marketing Interno

- *Organizações de trabalho: organizações, pessoas e interações positivas*
- *Do Marketing global ao Marketing Interno*
- *O Marketing Interno como modelo conceptual de abordagem: definições e características*
- *As dimensões do marketing interno: Atrair, fidelizar e desenvolver o cliente interno*
- *Aplicações, premissas e canais do Marketing Interno*
- *Marketing Interno e Responsabilidade Social*

Unidade temática 2: Os elementos fundamentais do Marketing Interno

- *A Cultura Organizacional: definições, características e tipologias*
- *O Comprometimento organizacional*
- *O Marketing Interno e as componentes motivacionais*
- *A Comunicação de coesão e as ações de team building*
- *A Gestão da mudança*

Unidade temática 3: Inovação no Marketing Interno

- *A Matriz de Planeamento de Projetos Internos por Objetivos*
- *A Árvore de objetivos*
- *O Mapa de Medidas e os Quadros de Atividades por Medida*
- *Networking Interno*
- *Coaching e Liderança Positiva*

6.2.1.5. Syllabus:

Thematic unit 1 – Theoretical principles of Internal Marketing

- *Work organizations: organizations, people, and positive interaction*
- *From global Marketing to Internal Marketing*
- *Internal Marketing as a conceptual model of approach: definition and characteristics*
- *The dimensions of internal marketing: Attract, develop and secure the loyalty of the internal customer*
- *Application, premises and channels of Internal Marketing*
- *Internal Marketing and Social Responsibility*

Thematic unit 2 – The fundamental elements of Internal Marketing

- *Organizational Culture: definitions, characteristics and typologies*
- *Organizational Commitment*
- *Internal Marketing and motivational components*
- *Cohesion Communication and team building actions*
- *Management of change*

Thematic unit 3 – Innovation in Internal Marketing

- *The Planning Matrix of Internal Goal-based Projects*
- *Objective Tree*
- *Measurement Map and Activities Measurement Chart*
- *Internal Networking*
- *Coaching and Positive Leadership*

6.2.1.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos da unidade curricular.
Os conteúdos da Unidade Curricular estão estruturados em 3 unidades temáticas. As primeiras unidades temáticas servem de base introdutória, aos princípios teóricos do marketing interno e comprometimento organizacional. A terceira unidade temática explora teorias e procedimentos para a implementação e controlo de um plano de marketing interno.

6.2.1.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives.
The syllabus of the Course is structured in three thematic units. The first thematic units are introduction to the theoretical principles of internal marketing and organizational commitment. The third thematic unit explores theories and procedures to implement and control an internal marketing plan.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas assentam numa componente teórica – prática apelando à participação do aluno. A avaliação continuada consiste em dois trabalhos práticos, baseados em artigos científicos relevantes para discussão na aula e numa prova escrita individual. A avaliação final consiste na realização de uma prova escrita e na entrega de um trabalho.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are based on a theoretical and practical component, encouraging student participation. Continuous assessment comprises two individual papers, based upon scientific articles relevant for classroom discussion, and an individual written assignment. Final assessment comprises a written assignment and submission of a paper.

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

Como os objetivos a Unidade Curricular assentam principalmente na aquisição de competências específicas no âmbito do saber e da sua aplicação, a metodologia de ensino adotada, procura promover um ambiente de exploração com a elaboração de trabalhos práticos baseados em modelos e teorias, promovendo desta forma um ambiente de estímulo e exploração para o aluno, bem como o fomenta do trabalho em equipa.

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

Since the objectives of the Course are primarily aimed at acquiring specific competences within the domain of knowledge and respective application, the teaching method selected seeks to promote an atmosphere of exploration by developing projects based upon models and theories. This way it encourages a stimulating and exploratory environment for students, and will encourage teamwork.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

CÂMARA, Pedro B; GUERRA, Paulo B; RODRIGUES, J. Vicente (2001); Humanator, Publicações Dom Quixote, 4ª edição, Lisboa
CUNHA, Miguel Pina; REGO, Arménio (2010); Liderança Positiva, Edições Sílabo, 2ª edição, Lisboa
CUNHA, Miguel Pina; REGO, Arménio; CUNHA, Rita Campos (2006); Organizações Positivas, Publicações Dom Quixote, 1ª edição, Lisboa
FERRAZI, Keith, RAZ, Tahl (2006); Nunca almoce sozinho – o guia para as relações profissionais de sucesso, Atual Editora, 1ª edição, Lisboa
MIGUEL, António; ROCHA, Ana; ROHRICH, Oliver (2008); Gestão Emocional de Equipas, FCA Editora, Lisboa

Mapa IX - Seminário / Seminar

6.2.1.1. Unidade curricular:

Seminário / Seminar

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

José Vicente Serrano, 35h

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

Carla Sofia Figueiredo, 35h

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

Carla Sofia Figueiredo, 35h

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

No final desta unidade curricular, o aluno deverá ser capaz de:

- Dominar as regras científicas para elaboração de trabalhos académicos e de investigação;*
- Desenvolver a capacidade crítica;*
- Explorar investigações sobre temas do seu interesse no âmbito da Licenciatura;*
- Adquirir noções de metodologia de investigação qualitativa, utilização de conceitos e instrumentos de análise/diagnóstico em Marketing;*
- Desenvolver trabalhos práticos na área da imagem e da comunicação.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

At the end of this course, students should be able to:

- Know scientific rules to write academic and research papers;*
- Develop critical thinking;*
- Explore research on themes that interest them and valuable for their Degree;*
- Gain notions of methodology and qualitative investigation, use concepts and instruments of analysis/diagnosis within the Marketing field;*
- Develop projects in the field of image and communication.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*Regras científicas, para a elaboração de trabalhos
Exploração e discussão de artigos.
Acompanhamento do aluno na elaboração de artigo.*

6.2.1.5. Syllabus:

*Scientific rules to write papers.
Study and discussion of articles.
Assisting students to write a paper.*

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

Os conteúdos da Unidade Curricular estão estruturados para que o aluno adquira hábitos de trabalho utilizando regras científicas e desenvolva a sua capacidade crítica, para lhe permitir Explorar teorias e modelos de diagnóstico e previsão em Marketing.

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

The syllabus in this course is structured so that students acquire work habits using scientific norms and develop critical thinking, in order for them to study diagnostic and forecasting theories and models in the Marketing field.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*As aulas assentam numa componente teórica-prática apelando à participação do aluno.
A avaliação continuada e final consiste em dois trabalhos de autor.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Classes are based on a theoretical and practical component, encouraging student participation. Continuous and final assessment comprises two individual papers.

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

Como os objetivos a Unidade Curricular assentam principalmente na aquisição de competências específicas no âmbito do saber e da sua aplicação, a metodologia de ensino adotada, procura promover um ambiente de exploração com a elaboração de trabalhos práticos baseados em modelos e teorias, promovendo desta forma um ambiente de estímulo e exploração para o aluno, bem como o fomentar do trabalho em equipa.

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

Since the objectives of the Course are primarily aimed at acquiring specific competences within the domain of knowledge and respective application, the teaching method selected seeks to promote an atmosphere of exploration by developing projects based upon models and theories. This way it encourages a stimulating and exploratory environment for students, and will encourage teamwork.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*ISMT (2012) Regras para a elaboração de trabalhos científicos
Malhotra, K.N. (2006). Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. (4.ª ed.). Porto Alegre: Bookman.
Maroco, J., Bispo, R. (2003). Estatística aplicada às ciências sociais e humanas. Lisboa: Climepsi Editores.*

Mapa IX - Estágio / Business Communications Internship**6.2.1.1. Unidade curricular:**

Estágio / Business Communications Internship

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

Manuel Domingos Menezes da Silva, 60h

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

*Maria Manuela Serra Augusto, 60h
Maria João Ribeiro Curado Barata, 60h
Carla Sofia de Carvalho Figueiredo, 60h*

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

*Maria Manuela Serra Augusto, 60h
Maria João Ribeiro Curado Barata, 60h
Carla Sofia de Carvalho Figueiredo, 60h*

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

O Estágio apresenta-se como um espaço privilegiado de acompanhamento do processo de confirmação dos conhecimentos teóricos em contexto de trabalho, bem como na elaboração do trabalho final de estágio.

O trabalho final deve refletir os conhecimentos resultantes da experiência adquirida, segundo parâmetros teóricos e metodológicos.

Assim, objetivos são os seguintes:

- 1. Aprofundar a capacidade de análise das problemáticas da Comunicação Empresarial;*
- 2. Analisar a conjuntura social e o mercado de implantação das empresas;*
- 3. Aprender e analisar a diversidade das práticas profissionais;*
- 4. Desenvolver capacidades no âmbito dos processos de planificação, organização e operacionalização;*

5. *Desenvolver a capacidade de diálogo e de relação com a empresa e os clientes e a capacidade de inserção multidisciplinar;*
6. *Desenvolver uma postura de pesquisa a partir da prática profissional, que equacione novas formas de intervenção empresarial e o repensar de respostas para os problemas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The internship is a privileged space for guidance of the process of confirmation of theoretical knowledge in a work context, as well as in the elaboration of a final internship work. The final work should reflect the knowledge obtained through the acquired experience, according to theoretical and methodological parameters.

Hence the goals are as follows:

1. *To deepen the capacity for the analysis of the main issues in business Communications.*
2. *To analyse the social conjuncture and the business implementations market.*
3. *To learn of and analyse the diversity of business practices.*
4. *To develop skills in the processes of planning, organization and operationalization.*
5. *To develop dialogue and relationship skills with the company and the customers, and the capacity for multidisciplinary insertion.*
6. *To develop a research posture based on professional practice, which elaborates new corporate intervention strategies and rethinks answers for problems.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

O Estágio desenvolve-se em espaço empresarial, e constitui-se como uma instância pedagógica de formação para o aprofundamento da relação teórico-prática e confronto com a realidade profissional aliando-se a práticas de investigação. Tem um cariz de experiência pré-profissional. Compete fazer o acompanhamento pedagógico e científico do estagiário procedendo à análise teórica e metodológica das práticas, sua reflexão crítica e respetiva elaboração do trabalho final de estágio a partir do Projeto de Estágio.

A supervisão do estágio tem como principais conteúdos programáticos:

1. *Acompanhamento pedagógico e científico do estagiário;*
2. *Análise teórica e metodológica e ética das práticas e sua reflexão crítica;*
3. *Desenvolvimento da problemática de investigação através das estratégias teórico-metodológicas definidas no projeto de estágio;*
4. *Conceção e construção do relatório que dá corpo ao trabalho final de curso.*

6.2.1.5. Syllabus:

The Internship takes place in a corporate setting, and constitutes a pedagogic training experience for deepening the theoretical-practical relationship and for confronting the professional reality, associated with research practices. It is of a pre-professional experience character. The internship focuses on the pedagogic and scientific guidance of the trainee, proceeding to the analysis of the theoretical and methodological practices, the respective critical reflexion, and the elaboration of a final internship work based on the internship project

The supervision of the internship has the following main contents:

1. *Scientific and pedagogic guidance of the trainee*
2. *Theoretical and methodological and ethical analysis of practices and respective critical reflection.*
3. *Development of the research issues through theoretical and methodological strategies defined in the internship project;*
4. *Conception and construction of a report that is the backbone of the final project.*

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

As diferentes temáticas de estágio, na área da Comunicação Empresarial, tornam-se particularmente interessantes como instrumento para exercitar a capacidade de compreensão crítica dos estudantes. Cumpre-se assim o objetivo fundamental de os colocar perante um objeto de estudo que exige não apenas uma ampla colheita de informações mas também, e sobretudo a capacidade de confrontar a bagagem teórica, as práticas profissionais e os resultados obtidos.

A permanência nas empresas permite apreender os temas centrais e um amplo leque de escolhas para atingir bons resultados empresariais e a satisfação dos clientes e dos recursos humanos.

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

The different themes of the internship, in the area of business communications, become particularly

interesting as an instrument in exercising the critical comprehension capacity of students. Hence the fundamental objective of facing students an object of study which not only demands a vast information gathering, but also, and most importantly, the capacity to confront theoretical baggage, professional practices and obtained results.

The presence in the companies enables students to learn the central themes and wide range of choices to achieve positive business results and customer and human resources satisfaction.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino são as seguintes:

- *Apresentação de um projeto de estágio*
- *Trabalhos escritos resultantes de análises diversas e do trabalho realizado em contexto profissional*
- *Exposição oral*
- *Esclarecimento de dúvidas*
- *Debates*
- *Análises de fontes*
- *Reflexões de grupo*
- *Reflexões individuais*

A avaliação é a seguinte:

- *Apresentação em sala do trabalho final de estágio.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methodologies are as follows:

- *Presentation of an internship project*
- *Written works resulting from various analysis and from the work carried out in a professional context*
- *Oral presentation*
- *Clarification of doubts*
- *Debates*
- *Analysis of sources*
- *Group reflection*
- *Individual reflexions*

Evaluation is as follows:

- *Presentation in class of a final internship work.*

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

A finalidade das metodologias utilizadas tem em vista atingir os objetivos delineados e a implementação de uma pedagogia ativa:

- *O docente deve transmitir os saberes, facilitando e incentivando a pesquisa e a reflexão dos alunos.*
- *O aluno tem direito a uma aprendizagem de excelência, utilizando metodologias ativas, que o motivem para a descoberta e aprofundamento de novas temáticas. A consulta e análise de fontes proporcionarão o contacto direto com produção científica*
- *O aluno deve desenvolver aptidões de observação e reflexão.*
- *O aluno deve incrementar as vivências do trabalho em grupo, tendo como finalidade o debate de ideias, a produção e o aperfeiçoamento das relações em grupo.*
- *O aluno deve adquirir as competências da disponibilidade para a aprendizagem e a autoavaliação.*

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

The methodologies applied seek to fulfill the outlined goals and the implementation of an active pedagogy:

- *The teacher should transmit knowledge, facilitating and incentivising research and reflexion on the students' part.*
- *The student has the right to an excellent learning experience, using active methodologies, which stimulate them to discover and deepen new themes. The consultation and analysis of sources provide direct contact with scientific production.*
- *The students should develop observation and reflection capacities;*
- *The students should increment the experiences of teamwork, having as the main goal the debate of ideas, production and honing group relations.*

The students should make themselves available for learning and self-evaluation.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- CASTRO, J. (2002) *Comunicação de Marketing, Sílabo Gestão, Lisboa***
- DESS, G. G. e ROBINSON, R. B. (1984). *Measuring organizational performance in the absence of objective measures: the case of the privately – held firm and conglomerate business unit. Strategic Management Journal, 5 (3), 265 – 273***
- LAMBIN, J. (2000) *Marketing estratégico, McGraw-Hill, New York.***
- LINDON, D.; LENDREVIE, J.; LÉVY, J.; DIONÍSIO, P. & RODRIGUES, J. V. (2004), *Mercator XXI. Lisboa: Publicações Dom Quixote***
- KITCHEN, F. (1999) *Marketing Communications: Principles and Practice. Thompson Learning***
- MORGAN, G (2006) *Imagens da organização, Editora Atlas, São Paulo***
- RAMOS F(2002) *La comunicación corporativa e institucional: de la imagen al protocolo. Universitas, 2002, Madrid***
- RASCÃO, José, (2001) *Análise estratégica, Edições Sílabo, Lisboa.***
- REIS J. (2000) *O Marketing Personalizado e as tecnologias da informação, Centro Atlântico, Matosinhos***

Mapa IX - Edição de Vídeo Digital / Digital video editing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Edição de Vídeo Digital / Digital video editing

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

Ilda Teresa de Castro Ferreira, 36h (TP: 18; PL: 23; TC: 12; OT: 7)

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

Márcia Loureiro Rodrigues de Figueiredo, 24h (TP: 18; PL: 23; TC: 12; OT: 7)

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

Márcia Loureiro Rodrigues de Figueiredo, 24h (TP: 18; PL: 23; TC: 12; OT: 7)

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

- a) *Compreender o posicionamento da edição na Produção Audiovisual;*
- b) *Conhecer os principais parâmetros da historiografia e teoria da edição;*
- c) *Ser capaz de analisar o complexo audiovisual, em termos de forma e conteúdo;*
- d) *Conhecer e utilizar as principais ferramentas do processo de edição;*
- e) *Compreender o alcance e a significação da edição, enquanto experiência de criação e receção.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- a) *To comprehend the role of editing in audio-visual production.*
- b) *To know the main parameters of historiography and editing theory.*
- c) *To be able to analyse the audio-visual complex in terms of form and content*
- d) *To know and utilize the main tools of the editing process.*
- e) *To understand the reach and meaning of editing as an experience creation and reception.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

As diferentes fases da Produção Audiovisual.

A edição na sua dupla vertente: domínio técnico e sensibilidade artística.

História e Teoria da Montagem. Diferentes conceitos e técnicas de edição. Montagem Paralela, por Antítese, por Sincronismo, por Leitmotiv, Flash-back, a Elipse. Continuidade, raccord, rutura.

Edição online e edição offline - sistemas de vídeo analógico e digital. Os diferentes componentes de uma ilha de edição.

Introdução ao software de edição Adobe Premiere. Apresentação do espaço de trabalho: a timeline, menus, ferramentas (tipos de transição, efeitos de vídeo e efeitos sonoros). Captura de vídeo e importação de vários tipos de ficheiros (áudio, imagens, grafismos). Correção de cor. Edição de áudio. Criação de títulos, textos e legendas. Exportação e os formatos disponíveis.

A importância do som na construção de um produto audiovisual. Sincronismos áudio e vídeo. Espaço e

tempo sonoros. O som como elemento de continuidade e como elemento expressivo.

6.2.1.5. Syllabus:

The different stages of audio-visual production.

Editing in its double components: technical domain and artistic sensitivity.

History and theory of montage. Different concepts and techniques of editing. Parallel montage, by antithesis, synchronism, Leitmotiv, flashback, ellipse. Continuity, raccord, ruptures.

Online and offline editing – systems of analogic and digital video. The different components of an editing Island.

Introduction to the editing software Adobe Première. Presentation on the workspace: timeline, menus, tools 8types of transition, video effects and sound effects. Video capture and importing various types of files (audio, images, graphics). Colour correction. Audio editing. Creating titles, texts and subtitles.

Exporting and the available formats.

The importance of sound in constructing an audio-visual product. Audio and video synchronisms. Sound time and space. Sound as a continuity element and as an expressive element.

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

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que o programa foi concebido para abordar de forma integrada as intenções propostas, começando com uma introdução ao processo de produção audiovisual nas várias fases e metodologias que o enformam, seguindo depois para o enfoque sobre a edição propriamente dita, nas suas vertentes teórica, prática, técnica e artística, tendo em consideração a percepção do objeto audiovisual como um todo, nos seus diferentes tipos de discurso, processuais e criativos.

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

The syllabus contents are coherent with the unit's curricular objectives given that it was conceived to approach in an integrated manner the proposed intentions, beginning with an introduction to the process of audio-visual production in it's various stages and methods, followed by a focus on editing, it's theoretical, practical and artistic components, considering the perception of the audio-visual product as a whole, in it's different types of discourse, process and creative.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A exposição das matérias da disciplina recorrerá a cruzamentos significativos entre a teoria e a história da edição/montagem, visando uma ilustração efetiva dos conteúdos conceptuais do programa. A introdução de módulos exemplificativos no decurso da exposição possibilita o desenvolvimento da importante componente prática da disciplina.

A avaliação da disciplina consiste numa prova presencial (frequência), na entrega de uma análise fílmica no ponto de vista da edição (até 8000 caracteres) e na realização/produção de um exercício prático videográfico.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The presentations of knowledge will resort to crossing information between theory and history of editing/montage, seeking to effectively illustrate the concepts in the contents of the syllabus. The introduction of exemplary modules during presentations allows the development of the important practical component of the unit.

The evaluation consists of assiduity, the submission of a film analysis from the editing perspective (maximum of 8000 characters) and the production of a videographic practical exercise.

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que a exposição do programa associada à apresentação e análise de casos práticos e à resolução de exercícios, possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos. Nomeadamente:

- 1) no confronto/visionamento de obras audiovisuais de referência;*
- 2) na análise teórico/prática do procedimento criativo da edição, em obras de terceiros;*
- 3) na experiência teórico/prática e criativa de um objeto videográfico personalizado.*

O regime de avaliação foi concebido para estimular a compreensão e apreensão dos conteúdos programáticos, e medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The teaching methodologies are coherent with the unit's goals given that that the presentation of the contents associated with the analysis of practical cases and to the resolution of exercises, enables the adequate exploration of the contents. Namely:

1) In viewing audio-visual works of reference.

2) In the theoretical/practical analysis of the creative procedures of editing, in the works of others

3) In the theoretical, practical and creative experiencing of a personalised videographic object

The evaluation regime was conceived to stimulate the comprehension and apprehension of the syllabus contents, and to measure the degree of skills' development.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Amiel, Vincent, Estética da Montagem, Texto & Grafia, 2010.

Arnheim, Rudolf, Film as Art, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, London, 1957.

Bazin, André, O que é o Cinema?, Livros Horizonte, 1992.

Carvalho, Jorge Correia, Cinema e Tecnologia Pós-produção e a Transformação da imagem, Lisboa, Edições Universitárias Lusófonas, 2007.

Chion, Michel, A Audiovisão – Som e Imagem no Cinema, Texto & Grafia, 2011.

Deleuze, Gilles, Imagem-Movimento, Assírio e Alvim, 2004.

Deleuze, Gilles, Imagem-Tempo, Assírio e Alvim, 2006.

Eisenstein, Sergei, A Forma do Filme, Jorge Zahar Editor, 2002.

Grilo, João-Mário, As Lições do Cinema, Colibri, 2007.

Kuleshov, Lev, L'art du cinema et autres écrits, L'Age d'Homme, 1994.

Nogueira, Luis, Planificação e Montagem, Manuais de Cinema III, Livros LabCom 2010.

6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem**6.3.1. Adaptação das metodologias de ensino e das didáticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.**

A natureza específica deste ciclo de estudos implica um cruzamento de metodologias de ensino-aprendizagem, adequados às aulas teóricas, teórico-práticas, laboratoriais e de trabalho de campo. Valorizando-se o “saber-saber” e o “saber-fazer”. No plano da aquisição de conhecimentos teórico-práticos, os métodos expositivos e demonstrativos são conjugados com abordagens breves e metodologias de estudo de caso. No plano de aquisição de competências técnicas, conjuga-se o método demonstrativo com o participativo, criando a simulação de cenários pragmáticos no contexto de práticas laboratoriais.

As metodologias adotadas visam favorecer a participação ativa e crítica do estudante, baseada numa pedagogia de investigação, em detrimento do ensino baseado apenas na transmissão do conhecimento. O que contribui para que o aluno se envolva no processo de aprendizagem, em formas dispare e que se adequam à especificidade de horas de contacto de cada uma das disciplinas.

6.3.1. Adaptation of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

The specific nature of this cycle of studies implies crossing methodologies on teaching-learning, which are adapted to theory classes, theory-practice classes, laboratory and fieldwork. “Know-know” and “know-do” are valued. In the plan on the acquisition of theory-practice knowledge, the expositive and demonstrative methods are conjugated with brief approaches and case study methods. In the plan on the acquisition of technical competences, the demonstrative and participative methods are conjugated, thus creating the simulation of pragmatic scenarios in the context of practice laboratories.

The methods which are adopted aim to favour the active and critical participation of the student, based on an investigation pedagogy, over a teaching method based solely on the transmission of knowledge. This encourages the student to become involved in the learning process, in disparate manners and which are adapted to the specificity of the contact hours in each discipline.

6.3.2. Verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

Por UC, os métodos de aprendizagem são traduzidos em ECTS que discriminam horas de contacto (aula) e horas extra. Estas são aferidas pela planificação que o docente elabora e na folha de sumário informatizada. Este foi um procedimento muito útil para a instituição atendendo a que o professor, de

acordo com o nº de horas atribuídas a cada tipologia estabelece uma metodologia adequada, e sumaria. São detalhadas as horas de contacto por demonstrativa (laboratorial ou TP), expositiva (T), trabalho no exterior (TC) ou em seminários, participação em conferências, aulas abertas (O). As Orientações Tutoriais são sumariadas de forma independente para que haja um esforço do docente em conseguir distinguir estas das restantes horas de contacto e, por isso, usá-las para esclarecer ou ajudar a refletir/aprofundar determinadas teorias ou conceitos. As horas extras são geridas por cada docente na proposta do volume de trabalho a desenvolver fora de aula.

6.3.2. Verification that the required students average work load corresponds the estimated in ECTS.

In each CU, the learning methods are translated into ECTS which itemize the contact hours (class) and extra hours. They are assessed by the planning which is organised by the lecturer and on the digitized summary sheet. This was a very useful process for the institution given that the professor, in accordance with the number of hours which have been attributed to each typology, establishes an adequate method, and summarises it. Details are provided as to the demonstrative contact hours (laboratory or TP), expositive (T), fieldwork (FW) or in seminars, participation in conferences, open classes (O). The Tutorial Orientation are summarised in an independent manner so that the lecturer makes an effort in being able to distinguish these from the remaining contact hours, and thus use them for clarifications to help to reflect on/deepen certain theories or concepts. The extra hours are managed by each lecturer in the proposed work volume which is to be developed outside of the classroom.

6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As várias unidades curriculares são sequenciais pelo que os processos de avaliação seguem uma linha comum entre os grupos de disciplinas teóricos, teórico-práticos e laboratoriais. A Coordenação estabeleceu a necessidade dos docentes comunicarem aos estudantes os momentos e datas de avaliação na primeira semana de aulas. Definiu-se ainda que os conteúdos programáticos a avaliar no contexto da avaliação continuada têm de assumir um carácter sequencial e lógico, integrando diferentes momentos em prazos aceitáveis de acordo com o Regulamento Geral de Avaliação. A avaliação final deve corresponder a uma avaliação concentrada dos momentos de avaliação desenvolvidos na época continuada, podendo assumir várias vertentes e elementos. A forma de garantir que os instrumentos para avaliação se adequam aos objetivos de aprendizagem e às metodologias das unidades curriculares e do ciclo de estudos é a verificação, no início de cada semestre, dos documentos enviados pelos docentes à Coordenação.

6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning outcomes.

The several course units are sequential in that the assessment processes follow a common line between the theory, theory-practice and laboratory groups of disciplines. The Coordination established the need for lecturers to communicate to students the periods and dates of assessment in the first week of classes. It was also defined that the syllabuses to be assessed in the context of continuous assessment has to assume a sequential and logical character, integrating different periods in acceptable deadlines, according to the General Assessment Regulation. Final assessment should correspond to an assessment focused on the assessment periods developed in the continuous season, while it can assume several scopes and elements. The way to guarantee that the assessment instruments are suitable for the learning objectives and for the methods of the courses and cycle of studies is to verify, at the beginning of each semester, the documents which were delivered by lecturers to the Coordination.

6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.

Os métodos de avaliação contribuem para o desenvolvimento de competências na concretização dos objetivos do ciclo de estudos e servem também como uma primeira abordagem para o contacto dos alunos com o processo de investigação científica. Na elaboração de alguns trabalhos de avaliação, os alunos desenvolvem competências de pesquisa bibliográfica, de revisão de literatura e de reflexão crítica. Na apresentação e defesa oral dos trabalhos têm a oportunidade de aplicar, refletir e consolidar os conhecimentos desenvolvidos. O acompanhamento tutorial, através do contacto individual e privilegiado professor-aluno, permite criar um espaço de discussão para o desenvolvimento de uma perspectiva crítica e reflexiva sobre a construção do conhecimento científico, promovendo a autonomia do aluno. Possibilita ainda a prática e consolidação de conhecimentos adquiridos nas aulas. Estes métodos são essencialmente aplicados nas uc's teóricas e teórica-práticas.

6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.

The assessment methods contribute towards the development of competences in achieving the objectives of the cycle of studies, as well as serve as an initial approach for the contact of students with the process of scientific research. In elaborating some assessment assignments, students develop competences in bibliographic research, in the revision of literature and on critical reflection. In the presentation and oral defence of their assignments, they have the opportunity to apply, reflect and consolidate the knowledge developed. Tutorial accompaniment, through individual and privileged contact between lecturer and student, allows for the creation of a space for discussion and the development of a critical and reflexive perspective on the construction of scientific knowledge, thus promoting the student's autonomy. Furthermore, it allows for the practice and consolidation of knowledge acquired in classrooms. These methods are essentially applied in theory and theory-practice courses.

7. Resultados

7.1. Resultados Académicos

7.1.1. Eficiência formativa.

7.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	2009/10	2010/11	2011/12
N.º diplomados / No. of graduates	47	32	33
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	46	31	25
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	1	1	7
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	0	1
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	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 taxa de aproveitamento nos vários anos do ciclo de estudos é significativamente positiva. Refiram-se que as taxas de aprovação de 90.5%, 83.5% e 82.95% nos anos letivos de 2009/2010, 2010/2011 e 2011/2012. As uc's das áreas científicas de Marketing e Ciências da Comunicação têm taxas de aprovação sempre superiores a 80%. As uc's da área das Tecnologias da Comunicação e da Informação, diretamente articuladas com as da área do Marketing, têm um sucesso escolar muito positivo e sempre superior a 85%. Nas restantes áreas científicas do ciclo de estudos, as unidades curriculares apresentam igualmente um sucesso escolar muito positivo, nunca inferior a 70%. A lógica da organização das uc's releva-se como um elemento que contribui para bons resultados escolares, no sentido em que a taxa global de reprovações nos anos letivos de 2009/2011, 2010/2011 e 2011/2012 assume uma média de 14.34%, evidenciando-se a área da Economia como a de menor sucesso escolar.

7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study cycle and related curricular units.

The success rate in the various years of the cycle of studies is significantly positive. In the 2009/2010, 2010/2011 and 2011/2012, the approval rates reached 90.5%, 83.5% and 82.95%, respectively. The curricular units in the scientific areas of Marketing and Communication Sciences have approval rates which are always above 80%. The curricular units in the areas of Information and Communication Technologies, which are directly articulated with the curricular units in the area of Marketing, have a very positive school success rate, which is never below 70%. The logic in the organisation of curricular units is one of the elements which contributes towards the good results at school, in that the global failure rate in the 2009/2010, 2010/2011 and 2011/2012 school years assumed an average of 14.34%. The area of Economy presents the lowest school success rate.

7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de

acções de melhoria do mesmo.

Os resultados da monitorização do sucesso escolar permitem à Coordenação do ciclo de estudos perceber quais as áreas de estudo em que os alunos têm mais dificuldades e correspondentes unidades curriculares que deverão ser alvo de análise. A coordenação leva a cabo ações no sentido de tentar perceber as possíveis causas das dificuldades (ex.: utilização dos inquéritos aos alunos sobre os docentes e as unidades curriculares).

Os resultados apurados podem ser usados no sentido de possíveis adequações dos conteúdos programáticos e das metodologias de ensino sempre com o objetivo de melhorar os resultados sem nunca desvirtuar os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. Este trabalho é normalmente efetuado em conjunto com o docente.

Os resultados são igualmente relevantes para proporcionar a auto-avaliação do desempenho do próprio docente que assim poderá perceber as ações necessárias a tomar para melhorar o seu desempenho.

7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.

The school success monitoring results enable the Coordination of the cycle of studies to understand in which areas of study students have the most difficulties and which corresponding curricular units should be analysed. The coordination will carry out actions so as to understand the possible causes of these difficulties (e.g. use of surveys among students on the lecturers and the courses)

The results which are obtained can be used to possibly adapt course contents and teaching methods, so as to improve results but without deviating for the learning objectives of the curricular unit. This task is normally carried out in cooperation with the lecturer.

The results are also relevant for the self-assessment of the lecturer's performance, so that he/she can understand what actions need to be taken to improve his/her performance.

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	35.3
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de actividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	23.5
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	40

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.

Alguns docentes do ciclo de estudos integra o Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade (Linha Sociedade, Cultura e Comportamento; Grupo Economia, Sociedade e Política do Portugal Contemporânea) - Diários da República n.o 13 de 16.1.1990, n.o 100 de 29.4.1999 (alterações) e n.o 244 de 21.12.2006 (alterações). Fundação para a Ciência e a Tecnologia (2007/2008): Muito Bom.

Alguns docentes fazem parte de outros Centros de Investigação: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho - avaliação FCT (2007/2008): Excelente. LABCOM da Universidade da Beira Interior - avaliação FCT (2007/2008): Muito Bom. Centro de Estudos de Comunicação e Linguagem da Universidade Nova de Lisboa - avaliação FCT (2007/2008): Bom. Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra - avaliação FCT Laboratórios Associados (2008): Excelente. Centro de Informática e Sistemas da Universidade de Coimbra - avaliação FCT (2007/2008): Muito Bom.

7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study cycle and its mark.

Some lecturers in the cycle of studies are integrated in CEPESE, the Research Centre for the Study of Population, Economy and Society (In the line of Society, Culture and Behaviour; Group of Economy,

Society and Politics of Contemporary Portugal - Official Journal (Diário da República) no. 13 of January 16, 1990; no. 100 of April 4, 1999 (alterations), and no. 244 of December 21, 2006 (alterations). Fundação para a Ciência e a Tecnologia (2007/2008): Very Good.

Some lecturers also belong to other research centres: Communication and Society Research Centre of University of Minho - FCT assessment (2007/2008): Excellent. LABCOM of University of Beira Interior - FCT assessment (2007/2008): Very Good. Centre for Language and Communication Studies of New University of Lisbon - FCT assessment (2007/2008): Good. Centre for Social Studies of University of Coimbra - FCT assessment Associate Laboratory (2008): Excellent.

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.

16

7.2.3. Outras publicações relevantes.

Para além do número de publicações em revistas internacionais com revisão por pares (16 artigos), nos últimos 5 anos, o corpo docente tem desenvolvido uma atividade científica significativa com outro tipo de publicações. A este título, destaca-se: a) publicação de 20 livros (mercado nacional e internacional); b) 11 capítulos de livros (nacionais e internacionais); c) 13 artigos em revistas internacionais com revisão por pares publicados antes de 2008; d) 20 artigos publicados em revistas nacionais; 18 comunicações publicadas em actas internacionais; 3 comunicações publicadas em actas nacionais. Sublinhe-se que os trabalhos destacados se referem às áreas que se consideram as linhas mestras do ciclo de estudos, a saber: Marketing, Ciências da Comunicação, Ciências Sociais e Humanas, TIC, e Economia. Destaca-se ainda a publicação de livros com apoio Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte e Gabinete para os Meios de Comunicação Social.

7.2.3. Other relevant publications.

Besides the number of publications in international journals with peer reviewing (16 papers), in the last five years the teaching staff has developed a significant scientific activity with other types of publications. This includes: a) the publication of 20 books (national and international market), b) 11 chapters in books (national and international); 16 papers in international journals with peer reviewing published before 2008; d) 20 articles published in national journals; 18 oral communications published in international proceedings; 3 oral communications published in national proceedings. The works identified refer to the strategic guidelines of the cycle of studies, namely: Marketing, Communication Sciences, Social and Human Sciences, ICT and Economy. Relevance is also given to books published with the support of the North Regional Coordination and Development Commission and the Social Communication Media Cabinet.

7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.

A credibilização académica e científica dos docentes a tempo integral centra-se na participação em congressos nacionais e internacionais, publicação de trabalhos e na intervenção direta nas empresas e na sociedade. Atividades de marketing, consultadoria, formação, comunicação e imagem são desenvolvidas na esfera profissional por uma grande parte do corpo docente, o que traduz uma dicotomia complementar entre a vertente científica e a vertente profissional. Neste sentido, e com o apoio das uc's de Estágio e Seminário, considera-se que o ciclo de estudos tem um impacto real no desenvolvimento económico local e regional mas também nacional. Destacam-se ainda, em sinergias com outros cursos do ISMT, atividades tecnológicas e artísticas com impacto na comunidade. A título de exemplo, refira-se o convite a docentes serem referees das revista internacionais "Journal of Women, Politics, and Policy" e "European Journal of Communication".

7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.

The academic and scientific credibility of full-time lecturers is focussed on their participation in national and international conferences, the publication of papers and in their direct intervention in companies and in society. Marketing activities, consultancy, training, communication and image are developed in the professional sphere by a large part of the teaching staff, which results in a complementary dichotomy between the scientific and professional aspects. In this sense, with the support of the CU in Internship and Seminar, it is considered that the cycle of studies has a real impact on the development of the local and regional economy, as well as on the national economy. Through synergies with other courses at ISMT,

there are also technological and artistic activities with an impact on the community. As an example, lecturers were invited to be referees for following international magazines: "Journal of Women, Politics, and Policy" and "European Journal of Communication".

7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.

Vários docentes integram projetos nacionais e/ou internacionais no domínio de atividades científicas, tecnológicas e artísticas mas também no contexto de intervenção em políticas públicas. Destacam-se as participações nos seguintes projetos: a) Ancorp e SER (Laboratório de Sistemas e Tecnologias da Informação do ISMT); b). parceira com a Associação para a Formação Tecnológica e Profissional da Beira Interior na formação em Técnicas de Produtividade" e Técnicas OLAP e de Data Mining; c). EUROPEAN MEDIA LITERACY EDUCATION STUDY; d). COST Action: Joint Research Proposal 'Twitter and the European Public Sphere'; e). consultadoria científica num projeto promovido pela ANIMAR; f). consultor do projeto "Universidade vai à Baixa" no âmbito da classificação pelo UNESCO da Universidade de Coimbra como Património Mundial; g). coordenação do projeto ESEC TV.

7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.

Several lecturers also participate in national and/or international projects in the area of scientific, technological and artistic activities, as well as in the context of interventions in public policies. Among others, there were participations in the following projects: a) Ancorp and SER (Laboratory of Systems and Information Technologies of the ISMT); b) partnership with Association for Technical and Vocational Training of Beira Interior in providing training in the area of Productivity Techniques and OLAP Techniques and Data Mining; c) EUROPEAN MEDIA LITERACY EDUCATION STUDY; d) COST Action: Joint Research Proposal 'Twitter and the European Public Sphere'; e) scientific consultancy in a project on new practices in organisational citizenship in local development promoted by ANIMAR; f) consultant in the project "Universidade vai à Baixa" as part of UNESCO classification of the Universidade de Coimbra as a World Heritage; g) coordinator in the ESEC TV project.

7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.

Todos os anos a Coordenação do Ciclo de Estudos promove reuniões informais e temáticas onde se apresentam as atividades científicas, tecnológicas e artísticas desenvolvidas, no sentido de aumentar a atividade de criação de projetos, incluindo jovens investigadores e jovens em situação de primeiro emprego. Sublinhe-se ainda que a participação de docentes em projetos nacionais e internacionais, e ainda em contexto de intervenção ativa e direta em políticas públicas e empresas, é frequentemente apresentada em aulas abertas e seminários, divulgando assim o trabalho desenvolvido e apostando numa lógica de monitorização associada à ideia de responsabilidade social e cívica.

7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.

Every year, the Coordination of the Cycle of Studies promotes informal and thematic meetings which are used to present scientific, technological and artistic activities which have been developed. They aim to increase the activity in the creation of projects, including of young investigators and young adults with their first place of employment. Furthermore, the participation of lecturers in national and international projects, although they are made in the context of an active and direct intervention in public and corporate policies, is often presented in open classes and seminars, thus presenting the work which was developed and betting on a monitoring logic associated with the idea of social and civic responsibility.

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.

O ciclo de estudos desenvolve com regularidade atividades tecnológicas e artísticas e de prestação de serviços à comunidade, nomeadamente: Formação no âmbito do Ano do Envelhecimento Ativo e da Solidariedade entre Gerações: projeto direcionado a sêniores da ANAI (Coimbra) e a pessoal não docente do ISMT com vista a desenvolver competências digitais. Livro "Estórias de Hemisférios": projeto artístico

com vista a valorizar a palavra no combate à exclusão social e com as receitas das vendas do livro a reverter a favor da Associação Hemisférios Solidários. Aulas abertas à comunidade sobre Empreendedorismo e Inovação, Relações Públicas e Marketing Político. Jornalismo Hiperlocal: projeto concebido nas uc's de comunicação digital para desenvolver com suporte em crowdfunding. O ciclo de estudos oferece Formação Avançada em Marketing em Blended Learning, nomeadamente Search Engine Optimization, Social Media Optimization, Oficina de Escrita Criativa, Assessoria de Imprensa.

7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training.

The cycle of study regularly develops technological and artistic activities in the provision of services to the community, namely: Training as part of the Year for Active Ageing and Solidarity between Generations: a project which targets seniors of the ANAI (Coimbra) and non-teaching staff at the ISMT, to help them develop digital competences. Book 'Estórias de Hemisférios': artistic project which aims to make use of words to fight against social exclusion, where revenues with the sale of the book were forwarded to the Associação Hemisférios Solidários. Open classes for the community on Entrepreneurship and Innovation, Public Relations and Political Marketing. Hyperlocal Journalism: project developed in curricular units on digital communication to be developed with the support of crowdfunding. The cycle of studies offers Advanced Training in Marketing on Blended Learning, namely on Search Engine Optimisation, Social Media Optimisation, Creative Writing Workshop and Press Advisor.

7.3.2. Contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a acção cultural, desportiva e artística.

O ciclo de estudos apresenta contributos para a sociedade. Refiram-se, a título de exemplo, as presenças de docentes em defesas de projetos de final de curso e de mestrados noutras instituições nacionais e internacionais, publicação de trabalhos em revistas científicas e livros, apresentação de comunicações em congressos nacionais e internacionais, integração de comissões científicas internacionais, integração de painéis de avaliação de outros ciclos de estudos nacionais. Destacamos ainda os projetos de Escrita Criativa e Vídeo desenvolvidos pelos alunos, bem como intervenções culturais de docentes e a publicação de livros literários. No que concerne ao desenvolvimento nacional, regional e local, o curso e os seus docentes prestam serviços de consultadoria e voluntariado a partir da Comunicação na área de igualdade de género e oportunidades, solidariedade geracional, promoção de vida sustentável e combate à exclusão social.

7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.

The cycle of studies presents contributions for society. Some examples include: the participation of lecturers in the defence of dissertations for the conclusion of courses or for master's degrees at other national and international institutions, the publication of works in scientific journals and books, the presentation of communications in national and international conferences, the integration in international scientific committees and the integration of assessment panels in other national cycles of studies. Furthermore, Creative Writing and Video projects developed by students, as well as the cultural interventions of lecturers and the publication of literary books. With regards to national, regional and local development, the course and its lecturers provide services in the area of consultancy and volunteer work from Communication in the area of equality of gender and opportunities, solidarity between generations, promotion of sustainable lifestyles and combating social exclusion.

7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado.

A comunicação institucional do ISMT e do ciclo de estudos em particular centra-se numa dupla abordagem, procurando estabelecer pontes com os diferentes públicos-alvo. Neste sentido, o ciclo de estudos divulga as suas atividades nos media tradicionais nacionais e locais, site do ISMT, Facebook, Twitter e Google Plus, newsletter oficial do ISMT. Existe ainda uma divulgação regular via email junto dos parceiros do ciclo de estudos bem como da comunidade académica e local. O ISMT está igualmente presente em feiras regionais e nacionais, sendo que o ciclo de estudos marca regularmente presença com docentes e discentes disponíveis para esclarecer dúvidas e mostrar projetos desenvolvidos no curso. Outra importante forma de divulgação é a presença regular para apresentações em escolas secundárias dos conteúdos programáticos, projetos desenvolvidos e questões de acesso ao ciclo de estudos.

7.3.3. Adequacy of the information made available about the institution, the study cycle and the education given to students.

The institutional communication of the ISMT and of the cycle of studies in particular focuses on a double approach which seeks to create bridges with different target publics. In this sense, the cycle of studies disseminates its activities through the traditional national and local media, the ISMT website, Facebook, Twitter and Google Plus, the official newsletter of the ISMT. There is also a regular dissemination through e-mail with the partners of the cycle of studies, as well as with the academic and local community. The ISMT is also present in regional and national fairs, where the cycle of studies is present regularly with lecturers and students available to clarify doubts and present projects which have been developed as part of the course. Another important way in which information is presented is through presentations at secondary schools of the syllabuses, projects which have been developed and questions on access to the cycle of studies.

7.3.4. Nível de internacionalização

7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros / Percentage of foreign students	1.8
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade / Percentage of students in international mobility programs	5.3
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

- i) Objectivos do ciclo de estudos focados no incentivo da mobilidade, da empregabilidade e da competitividade;*
- ii) Objectivos definidos tendo de em vista a capacitação dos estudantes para o desafio da liderança;*
- iii) Objectivos do ciclo de estudos refletidos na organização curricular através de uma adequada gestão das horas de contato;*
- iv) Organização do ciclo de estudos em consonância com a estrutura curricular de outras instituições de ensino superior nacionais e internacionais de referência.*

8.1.1. Strengths

- i) Objectives of the study cycles focused on the incentive of mobility, employability and competitiveness;*
- ii) Objectives defined taking into consideration giving the students the capacity to handle the challenge of leadership;*
- iii) Objectives of the study reflected in the organisation of the course through an adequate management of contact hours;*
- iv) Organisation of the study cycle in agreement with the course structure of other reference national and international higher education institutions.*

8.1.2. Pontos fracos

- i) Apesar do envolvimento dos docentes em linhas de investigação relacionadas com as áreas dominantes do ciclo de estudos, o objetivo do “fomento das linhas de investigação de I&D que permitam incrementar o desempenho pedagógico do ciclo de estudos” é ainda limitado;*
- ii) Desenvolvimento, ainda limitado, na prestação de serviços à comunidade, na área do ciclo de estudos;*
- iii) Divulgação limitada, principalmente a nível externo, dos objetivos do ciclo de estudos.*

8.1.2. Weaknesses

- i) In spite of lecturers' involvement in investigation lines related with the dominant areas of the study cycle, the objective of “promoting investigation lines in R&D which will increase the pedagogic performance of the study cycle” is nonetheless limited;*
- ii) Development of rendering services to the community, although still limited, in the area of the cycle of*

studies;

iii) Limited propagation, especially on an external level, of the objectives of the cycle of studies.

8.1.3. Oportunidades

O atual cenário socioeconómico é uma oportunidade, tendo em conta:

- i) A necessidade de gestores qualificados no contexto da globalização e as exigências de competitividade;**
- ii) O ênfase na necessidade de formação contínua;**
- iii) O reforço da responsabilidade individual na procura da formação ao longo da vida;**
- iv) A valorização da centralidade do conhecimento.**

8.1.3. Opportunities

The current socio-economic scenario is an opportunity, given:

- i) The need for qualified managers in the context of globalisation and the demands of competitiveness;**
- ii) The emphasis on the need for continuous training;**
- iii) The reinforcement on individual responsibility in the search for training throughout life;**
- iv) The valuing of the centrality of knowledge.**

8.1.4. Constrangimentos

A atual conjuntura socioeconómica pode conduzir a:

- i) Diminuição dos recursos das famílias e diminuição da capacidade de frequência do ensino superior;**
- ii) Diminuição da população jovem, fruto de uma diminuição progressiva das taxas de natalidade;**
- iii) Excesso de vagas no ensino superior público.**

8.1.4. Threats

The current socio-economic conjuncture can lead to:

- i) A decrease in families' resources and a decrease in the capacity to attend higher learning institutions;**
- ii) A decrease in the younger population, as a result of the progressive decrease in birth rates;**
- iii) Excess offer in public higher learning institutions.**

8.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

8.2.1. Pontos fortes

- i) Interação entre a coordenação do ciclo de estudos e os órgãos de gestão do ISMT;**
- ii) Parecer do coordenador do curso na contratação de pessoal docente com formação académica e experiência profissional adequadas aos objetivos, conteúdos e metodologias de cada unidade curricular;**
- iii) Adequação dos objetivos definidos aos conteúdos programáticos e métodos pedagógicos das unidades curriculares;**
- iv) Contacto entre docentes, discentes e funcionários através de plataformas integradas de comunicação flexíveis e céleres, designadamente "e-serviços académicos", "moodle", o "software sophia" e a "plataforma de sumários";**
- v) Sinergias com outros ciclo de estudos, nomeadamente, Gestão de Recursos Humanos e Informática de Gestão;**
- vi) Existência de um sistema de avaliação de desempenho dos docentes;**
- vii) Revista Interações, publicação científica do ISMT, indexada na Latindex;**
- viii) O ISMT é sócio coletivo do CEPESE, centro de investigação creditado na FCT com a classificação de muito bom.**

8.2.1. Strengths

- i) Interaction between the coordination of the cycle of studies and the management committees of ISMT;**
- ii) Opinion of the course's coordinator when hiring lecturers with the academic training and professional experience which are in line with the objectives, contents and methods of each course;**
- iii) Adequacy of the objectives defined for the syllabus and teaching methods of the courses;**
- iv) Contact between lecturers, students and clerks through integrated platforms with flexible and swift communication, namely "academic e-services", "moodle platform", "software sophia" and "plataforma de sumários" (summary platform);**
- v) Synergies with other cycles of studies, namely, Management of Human Resources and IT Management;**
- vi) Existence of a system to assess the performance of lecturers;**

- vii) Interações magazine, a scientific publication from the ISMT, indexed on Latindex;*
- viii) The ISMT is a member of CEPESSE, an investigation centre accredited by the FCT with a classification of very good.*

8.2.2. Pontos fracos

- i) Não obstante a existência de um Departamento de Investigação e Desenvolvimento no ISMT, este ainda não foi creditado pela FCT;*
- ii) Dificuldade em articular as linhas de investigação do Departamento de Investigação e Desenvolvimento do ISMT e do CEPESSE com as áreas dominantes do ciclo de estudos;*
- iii) Apesar dos mais diversos procedimentos de qualidade existentes no ISMT, em geral, e no ciclo de estudos, em particular, não existe ainda um modelo global de garantia da qualidade e um manual da qualidade.*

8.2.2. Weaknesses

- i) Even though there is a Research and Development Department at the ISMT, it has not yet been accredited by the FCT;*
- ii) Difficulty in articulating research fields from the Research and Development Department at the ISMT and from CEPESSE with the dominant area of the cycle of studies;*
- iii) Despite the most diverse quality procedures which exist at the ISMT, in general, and in the cycle of studies, in particular, there is not yet a global model to guarantee the quality and a quality manual.*

8.2.3. Oportunidades

- i) O processo em curso de autoavaliação pode estimular a reflexão respeitante à organização e funcionamento do ciclo de estudos;*
- ii) Ênfase crescente, por parte das organizações, nos mecanismos de qualidade e avaliação.*

8.2.3. Opportunities

- i) The current process for self-assessment may stimulate reflection with regards to the organisation and functioning of the cycle of studies;*
- ii) Increased emphasis, on behalf of organisations, on the mechanisms of quality and assessment.*

8.2.4. Constrangimentos

- i) Redução do financiamento para ações de formação em políticas de qualidade, de curta duração, no ensino superior.*

8.2.4. Threats

- i) Reduced financing for training actions on quality policies, with a short duration, in higher learning.*

8.3. Recursos materiais e parcerias

8.3.1. Pontos fortes

- i) Centralidade geográfica dos vários edifícios do ISMT*
- ii) Existência das condições necessárias para a lecionação, apoio pedagógico e acompanhamento dos estudantes, designadamente, salas de aulas, 2 auditórios, gabinetes de docentes, biblioteca, salas e laboratórios de informática, gabinete de apoio informático, gabinete de ação social, reprografia para atender às necessidades dos estudantes e docentes, rede wireless em todos os edifícios do ISMT, dois servidores, espaço físico amplo para a Associação de Estudantes e bar com serviço de refeições*
- iii) Elevado número de protocolos assinados com instituições sociais e organismos oficiais*
- iv) Parcerias para mobilidade dos estudantes do ciclo de estudos com 10 universidades estrangeiras*
- v) Parceria com a empresa Profiforma no âmbito da formação profissional*
- vi) Gabinete de Relações Internacionais disponibilizando a discentes e docentes a oportunidade de estabelecerem parcerias com diferentes instituições do ensino superior internacionais*

8.3.1. Strengths

- i) Geographic centrality of ISMT's various buildings;*

- ii) Existence of the necessary conditions for teaching, providing pedagogic support and accompaniment to students, namely with, 2 auditoriums, lecturers' offices, library, informatics rooms and laboratories, informatics support office, social action office, photocopy room to meet the needs of students and lecturers, wireless network in all ISMT buildings, two servers, wide physical space for the Students' Association with a snack bar and meal services;*
- iii) A high number of protocols signed with social institutions and official organisations;*
- iv) Partnerships for student mobility within the cycle of studies with 10 foreign universities;*
- v) Partnership with the Profiforma company, in the area of professional training;*
- vi) International Relations Office, which offers to students and lecturers the opportunity to create partnerships with different international higher learning institutions.*

8.3.2. Pontos fracos

- i) Adequação limitada de alguns espaços, principalmente a Biblioteca do ISMT, para pessoas com mobilidade reduzida;*
- ii) Número limitado de gabinetes para docentes;*
- iii) Apesar da renovação constante dos recursos informáticos, desatualização de algum software e hardware, devido à sua efemeridade.*

8.3.2. Weaknesses

- i) Limited suitability of some spaces, mainly the ISMT's library, for people with reduced mobility;*
- ii) Limited number of offices for lecturers;*
- iii) In spite of constant upgrades to informatics resources, some software and hardware are not updated, due to their ephemeral nature.*

8.3.3. Oportunidades

- i) Pelas exigências do meio envolvente, a cultura organizacional interna tem evoluído no sentido de uma atenção crescente dada à necessidade de criação de sinergias internas, tendo em vista a otimização de recursos;*
- ii) A evolução recente do ambiente no ensino superior a nível nacional e internacional tem-se traduzido no reforço da importância no estabelecimento de parcerias, o que poderá resultar na criação de novos projetos de intervenção e de investigação.*

8.3.3. Opportunities

- i) Given the demands of the surrounding environment, the internal organisational culture has been evolving so as to increase its focus on the need to create internal synergies, with the objective of optimising resources;*
- ii) The recent evolution of the higher learning environment on a national and international level has resulted in the strengthening of the need to establish partnerships, which may result in the creation of new investigation and intervention projects.*

8.3.4. Constrangimentos

- i) Efemeridade dos recursos informáticos e audiovisuais;*
- ii) Limitações no investimento em novos recursos, tendo em conta o contexto económico-financeiro.*

8.3.4. Threats

- i) Ephemeral nature of informatics and audio-visual resources;*
- ii) Limits on investments on new resources, taking into consideration the economic-financial context.*

8.4 Pessoal docente e não docente

8.4.1. Pontos fortes

- i) Corpo docente qualificado em tempo integral, tendo a maioria o grau de doutoramento; os restantes estão em fase final de doutoramento;*
- ii) Corpo docente com significativo trabalho de investigação e/ou relevante experiência profissional nas áreas dominantes do ciclo de estudos;*
- iii) Disponibilidade e proximidade no atendimento a estudantes;*

- iv) Pessoal docente com capacidade de comunicação e transmissão de conhecimentos, factos maioritariamente reconhecidos pelos estudantes nas várias avaliações de desempenho realizadas;*
- v) Pessoal não docente qualificado e experiente com capacidade de resposta adequada às solicitações de docentes e discentes.*

8.4.1. Strengths

- i) Qualified full-time teaching body, where most have a doctoral degree; the remaining lecturers are in the final phase of obtaining their doctoral degrees;*
- ii) Teaching body with significant research work in the dominant areas of the cycle of studies;*
- iii) Availability and proximity in services for students;*
- iv) Lecturers with the capacity to communicate and transmit knowledge, as is evident through the assessments on performance made by students;*
- v) Qualified and experienced non-teaching staff with the capacity to provide the adequate response to requests presented by lecturers and students.*

8.4.2. Pontos fracos

- i) Número limitados docentes na área científica do ciclo de estudos em exclusividade no ciclo de estudos;*
- ii) Participação, por vezes, limitada dos docentes em regime de prestação de serviços em reuniões e outras atividades do ISMT;*
- iii) Dificuldades de inserção da área do ciclo de estudos na linha de investigação existentes no ISMT.*

8.4.2. Weaknesses

- i) Limited number of lecturers in the scientific area of the cycle of studies working exclusively in the cycle of studies;*
- ii) Sometimes limited participation of lecturers to provide services in meetings or other ISMT activities;*
- iii) Difficulties in inserting the area of the cycle of studies in the lines of research existing at ISMT.*

8.4.3. Oportunidades

- i) O reforço da concorrência no ensino superior e a crescente necessidade de especialização dos docentes é uma fator de incentivo à sua qualificação e à promoção da investigação;*
- ii) O processo de avaliação e acreditação em curso no ciclo de estudos pode constituir uma fator de motivação para a qualificação do corpo docente e não docente.*

8.4.3. Opportunities

- i) The increased competition within higher learning and the increased need for lecturers to become specialised is an incentive for lecturers to increase their qualifications and for the promotion of investigations;*
- ii) The assessment and accreditation process used in the cycle of studies can become a factor of motivation for the qualification of the teaching and non-teaching staff.*

8.4.4. Constrangimentos

A atual conjuntura económica tende a provocar na generalidade do ensino superior:

- i) Congelamento de carreiras;*
- ii) Menor estabilidade do corpo docente;*
- iii) Aumento da carga letiva com impacto na disponibilidade dos docentes para o desenvolvimento de projetos de investigação.*

8.4.4. Threats

The current economic conjuncture affects higher learning in general, with:

- i) Freezes in careers;*
- ii) Less stability for teaching staff;*
- iii) Increased teaching hours, which affect the availability of lecturers to develop research projects.*

8.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

8.5.1. Pontos fortes

- i) Gabinete de apoio ao estudante com o objetivo de promover o seu bem-estar psicossocial;*
- ii) Proximidade e facilidade na comunicação com os docentes e órgãos do ISMT;*
- iii) Promoção das relações de incoming e outgoing, através do Gabinete de Relações Internacionais, no âmbito do programa Erasmus;*
- iv) Existência de uma Associação de Estudantes com representação nos órgãos de gestão do ISMT;*
- v) Dimensão adequada das turmas tendo em vista um ensino acompanhado e interativo;*
- vi) Facilidade nos processos administrativos e de apoio pedagógico devido à informatização dos serviços;*
- vii) Existência de medidas de apoio social destinadas aos estudantes em situação económica desfavorável;*
- viii) Taxa boa de sucesso escolar para o conjunto das áreas científicas .*

8.5.1. Strengths

- i) The student support office has as its objective to promote the psychosocial development;*
- ii) Proximity and ease in communicating with lecturers and the management committees of the ISMT;*
- iii) Promotion of incoming and outgoing relations, through the International Relations Office, as part of the Erasmus programme;*
- iv) Existence of a Student Association which is represented in the ISMT's management committees;*
- v) Adequate size of classes so as to provide an accompanied and interactive teaching environment;*
- vi) Ease with administrative processes and pedagogic support to the computerisation of services;*
- vii) Existence of social support measures for students with an unfavourable economic situation;*
- viii) Good school success rate for the various scientific areas.*

8.5.2. Pontos fracos

- i) Dificuldades na gestão da avaliação continuada;*
- ii) Por vezes, participação reduzida, dos estudantes na vida académica e nas atividades do ISMT;*
- iii) Existência de alguma resistência, por parte dos estudantes, na introdução de formas mais ativas e inovadoras de ensino;*
- iv) Utilização limitada de bibliografia em língua estrangeira;*
- v) Dificuldades na aprendizagem de matérias com grau mais elevado de abstração, designadamente, na área da matemática;*
- vi) Défice de cultura geral e de domínio da escrita.*

8.5.2. Weaknesses

- i) Difficulties in managing continuous assessment;*
- ii) Sometimes there is a reduced participation in the academic life and activities of the ISMT;*
- iii) Existence of some resistance, on behalf of students, on the introduction of more active and innovative teaching methods;*
- iv) Limited use of bibliography in foreign languages;*
- v) Difficulties in learning material with a high level of abstraction, mainly in the area of mathematics;*
- vi) Deficit in general knowledge and writing skills.*

8.5.3. Oportunidades

- i) A crescente mobilidade dos estudantes a nível nacional e internacional incentiva igualmente os estudantes do ISMT à internacionalização;*
- ii) As pressões e constrangimentos no mercado de trabalho podem constituir um incentivo para a qualificação académica;*
- iii) A globalização, a crescente internacionalização das empresas e o reforço da competitividade pode despertar a consciência sobre a necessidade de aprendizagem.*

8.5.3. Opportunities

- i) The increased mobility of students on a national and international level also encourages ISMT's students to seek internationalisation;*
- ii) The pressures and constraints of the labour market may be an incentive for academic qualification;*
- iii) Globalisation, the increased internationalisation of companies and the increased competitiveness may raise awareness as to the need to learn.*

8.5.4. Constrangimentos

- i) Limitações das competências de base com as quais os estudantes ingressam no ensino superior;*

- ii) Os constrangimentos no mercado de trabalho podem levar os estudantes a uma perspetiva meramente utilitarista do ensino, descurando a sua componente formativa e preparação para a vida profissional;*
- iii) Os constrangimentos no mercado de trabalho e a crise do emprego podem contribuir para o exacerbamento da competição entre estudantes, prejudicando o ambiente de aprendizagem.*

8.5.4. Threats

- i) Limits with basic competences with which students enrol in higher learning;*
- ii) The constraints with the labour market may lead students to adopt a merely utilitarian perspective of teaching, while neglecting its formative component and preparation for professional life;*
- iii) The constraints with the labour market and employment crisis may contribute to the exacerbated competition between students, thus deteriorating the learning environment.*

8.6. Processos

8.6.1. Pontos fortes

- i) Objetivos do ciclo de estudos e das unidades curriculares, competências e saídas profissionais claramente definidos e de acesso público no site do ISMT e na plataforma moodle;*
- ii) Preocupação com a atualização e com a melhoria dos diversos procedimentos e regulamentos;*
- iii) Desburocratização de procedimentos e utilização de um portal do cidadão académico online na interação entre docentes/serviços/discentes;*
- iv) Cooperação com os restantes ciclos de estudos, principalmente, com Multimédia, Design e Comunicação Social .*
- v) Processo eficaz de atribuição de competências profissionais;*
- vi) Aprendizagem interativa das matérias das unidades curriculares.*

8.6.1. Strengths

- i) The objectives of the cycle of studies and the courses, competences and professional opportunities clearly defined and publicly accessible through the ISMT website and moodle platform;*
- ii) Concern with updating and improving the various procedures and regulations;*
- iii) Decrease in bureaucracy with procedures and use of an online academic citizen's portal for interaction between lecturers/services/students;*
- iv) Cooperation with the remaining cycles of study, mainly with Management of Human Resources and IT Management;*
- v) Efficient process for the attribution of professional competences;*
- vi) Interactive learning of material in courses.*

8.6.2. Pontos fracos

- i) Apesar dos mais diversos procedimentos existentes que promovem a qualidade (cf. 8.2.1), não existe ainda um modelo global de garantia da qualidade e um manual da qualidade.*

8.6.2. Weaknesses

- i) In spite of the most diverse procedures which exist to promote quality (cf. 8.2.1), there is not yet a global model to guarantee the quality and a quality manual.*

8.6.3. Oportunidades

- i) Exigência de reflexão através do processo de autoavaliação e implementação ou inversão em algumas políticas institucionais;*
- ii) Ambiente académico favorável ao estabelecimento de parcerias com instituições nacionais e internacionais;*
- iii) Crescente importância concedida, a nível nacional e internacional, no paradigma da qualidade organizacional e respetiva certificação.*

8.6.3. Opportunities

- i) Demand for reflection through the self-assessment process and the implementation or inversion of some institutional policies;*
- ii) Academic environment favourable for the establishment of partnerships with national and international*

institutions;

iii) Increased importance granted on a national and international level, based on the paradigm of organisational quality and its respective certification.

8.6.4. Constrangimentos

i) O processo de Bolonha e a diminuição do número de anos de aprendizagem pode limitar o envolvimento dos estudantes na investigação científica;

ii) Reforço do espírito de competição no ambiente geral do ensino, levando à perda de importância da componente formativa da aprendizagem.

8.6.4. Threats

i) The Bologna Process and the reduction in the number of learning years may limit students' involvement in scientific research;

ii) The strengthening of the spirit of competition in the general learning environment, which leads to a loss in the importance of the formative component of learning.

8.7. Resultados

8.7.1. Pontos fortes

i) Taxa significativas de sucesso escolar na generalidade das áreas científicas do ciclo de estudos (superior a 80%);

ii) Taxas de empregabilidade acima da média nacional;

iii) Número crescente de publicações dos docentes, algumas das quais na Revista Interações do ISMT;

iv) Envolvimento de vários docentes do ciclo de estudos em projetos de investigação não só no CEPESE, como em outros centros de investigação.

8.7.1. Strengths

i) Significant school success rate in the general scientific areas of the cycle of studies (above 80%);

ii) Employability rates above the national average;

iii) Increased number of items published by lecturers, some of which are included in the ISMT's Interações journal.

iv) The involvement of various lecturers from the cycle of studies in investigation projects, not just with CEPESE, but with other research centres as well.

8.7.2. Pontos fracos

i) Apesar da taxa elevada de sucesso escolar na generalidade das áreas científicas do ciclo de estudos, as médias finais do curso nem sempre atingem a classificação de "Bom";

ii) Em algumas áreas científicas, as médias das classificações finais são relativamente baixas (nomeadamente na área da Economia), o que explica, em parte, a situação referida no ponto anterior;

iii) O esforço de publicações científicas é desigual entre o corpo docente;

iv) Internacionalização e mobilidade limitada do corpo docente.

8.7.2. Weaknesses

i) In spite of the high school success rate in general scientific areas of the cycle of studies, the final averages of the course do not always reach the classification of "Good";

ii) In some scientific areas, the averages of final classifications are relatively low, mainly in the area of Economy, which in part implies the situation identified in the previous point;

iii) The effort of scientific publications is uneven between the teaching staff;

iv) Limited internationalisation and mobility of the teaching staff.

8.7.3. Oportunidades

i) A importância crescente do paradigma da competitividade pode constituir um incentivo para a obtenção de melhores resultados, por parte dos estudantes;

ii) O ambiente académico nacional e internacional potencia a necessidade de investigação e de publicações;

iii) A crescente consciência da necessidade de densificação das interações entre ensino e mundo

empresarial pode constituir um fator de desenvolvimento e externalização do ciclo de estudos.

8.7.3. Opportunities

- i) The increased importance of the competitiveness paradigm may serve as an incentive for obtaining better results, on behalf of students;*
- ii) The national and international academic environment reinforces the need for research and publications;*
- iii) The increased awareness on the need to strengthen interactions between learning and the entrepreneurial world may serve as a development and externalisation factor in the cycle of studies.*

8.7.4. Constrangimentos

- i) Apesar de uma taxa de empregabilidade acima da média nacional, a atual conjuntura económica condiciona a futura obtenção de emprego dos estudantes do ciclo de estudos;*
- ii) Reforço do espírito de competição no ambiente geral do ensino, levando à valorização excessiva da obtenção do grau, em detrimento do processo de aprendizagem.*

8.7.4. Threats

- i) In spite of the employability rate being above the national average, the current economic situation conditions students' capabilities to obtain a job in the cycle of studies;*
- ii) The strengthening of the spirit of competition in the general learning environment, which leads to an excessive obtaining of degree, in detriment of the learning process.*

9. Proposta de acções de melhoria

9.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

9.1.1. Debilidades

- i) Desenvolvimento, ainda limitado, das linhas de investigação na área do ciclo de estudos;*
- ii) Desenvolvimento, ainda limitado, na prestação de serviços à comunidade;*
- iii) Limitações no processo de divulgação interna e externa do ciclo de estudos.*

9.1.1. Weaknesses

- i) Development, still limited of research in the area of the cycle of studies;*
- ii) Development, still limited, in providing services to the community;*
- iii) Limits with the process to divulge internally and externally the cycle of studies.*

9.1.2. Proposta de melhoria

- i) Criação de novas linhas de investigação na área do ciclo de estudos;*
- ii) Criação de serviços dirigidos à comunidade;*
- iii) Reforçar as estratégias de comunicação entre o ciclo de estudos e a comunidade;*
- iv) Melhorar e diversificar a divulgação dos objetivos do ciclo de estudos junto de outras comunidades, designadamente, junto dos países da CPLP.*

9.1.2. Improvement proposal

- i) Creation of new lines of research in the area of the cycle of studies;*
- ii) Creation of services for the community;*
- iii) Strengthening of communication strategies between the cycle of studies and the community;*
- iv) Improve and diversify the publicizing of objectives in the cycle of studies among other communities, namely among the Community of Portuguese Language Speaking Countries (CPLP).*

9.1.3. Tempo de implementação da medida

Médio prazo (2 anos) para todas as propostas.

9.1.3. Implementation time

Medium term (2 years) for all proposals.

9.1.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)
Alta, para todas as propostas.

9.1.4. Priority (High, Medium, Low)
High, for all proposals.

9.1.5. Indicador de implementação
i) Número de docentes, de projetos e de publicações incluídos nas linhas de investigação a criar;
ii) Número de serviços dirigidos à comunidade;
iii) Evolução do número de inscrições no ciclo de estudos;
iv) Diversificação da origem sociogeográfica dos estudantes.

9.1.5. Implementation marker
i) Number of lecturers, of projects and of publications included in the lines of research to be created;
ii) Number of services provided to the community;
iii) Evolution of the number of enrolments in the cycle of studies;
iv) Diversification of the socio-geographic origin of students.

9.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade.

9.2.1. Debilidades
i) Inexistência de um centro de investigação do ISMT creditado pela FCT;
ii) Envolvimento limitado dos docentes nas linhas de investigação existentes do Departamento de Investigação do ISMT e no CEPESE;
iii) Ausência de um modelo global de garantia de qualidade e manual de qualidade, apesar dos mais diversos procedimentos de qualidade existentes no ISMT, em geral, e no ciclo de estudos, em particular.

9.2.1. Weaknesses
i) Inexistence of a research centre at the ISMT accredited by the FCT;
ii) Limited involvement of lecturers in the lines of research existing at the Research Department of the ISMT and CEPESE;
iii) Absence of a global model to guarantee the quality and a quality manual, in spite of the most diverse quality procedures existing at the ISMT, in general, and in the cycle of studies, in particular.

9.2.2. Proposta de melhoria
i) Intensificação dos esforços para a creditação do centro de investigação no ISMT;
ii) Incentivar a inclusão os docentes das linhas de investigação;
iii) Construção de um modelo global de qualidade.

9.2.2. Improvement proposal
i) Intensification of the efforts for the accreditation of ISMT's research centre;
ii) Encourage the inclusion of lecturers in lines of research;
iii) Construction of a global quality model.

9.2.3. Tempo de implementação da medida
i) e iii) médio prazo, mas não depende apenas do ciclo de estudos; ii) curto prazo.

9.2.3. Improvement proposal
i) and iii) medium term, but it does not depend only on the cycle of studies.; ii) short term.

9.2.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta, para todas as propostas.

9.2.4. Priority (High, Medium, Low)

High, for all proposals.

9.2.5. Indicador de implementação

- i) Creditação pela FCT do centro de investigação do ISMT;*
- ii) Número de docentes envolvidos nas linhas e nos projetos de investigação existentes no Departamento de Investigação do ISMT e no CEPESE;*
- iii) Criação de um sistema de qualidade.*

9.2.5. Implementation marker

- i) The FCT's accreditation of ISMT's research centre;*
- ii) Number of lecturers involved in lines and in research projects existing at the Research Department of the ISMT and CEPESE;*
- iii) Creation of a system of quality.*

9.3 Recursos materiais e parcerias

9.3.1. Debilidades

- i) Efemeridade dos recursos informáticos e audiovisuais;*
- ii) Adequação limitada de alguns espaços para pessoas com mobilidade reduzida;*
- iii) Número limitado de gabinetes para docentes.*

9.3.1. Weaknesses

- i) Ephemeral nature of informatics and audio-visual resources;*
- ii) Limited suitability of some spaces for people with reduced mobility;*
- iii) Limited number of offices for lecturers.*

9.3.2. Proposta de melhoria

- i) Atualização dos recursos informáticos e audiovisuais;*
- ii) Adequação da utilização dos espaços e flexibilização dos serviços para pessoas com mobilidade reduzida.*

9.3.2. Improvement proposal

- i) Upgrading of informatics and audio-visual resources;*
- ii) Space use suitability and flexibility of services for people with reduced mobility.*

9.3.3. Tempo de implementação da medida

- i) Médio prazo, dependendo das condicionamentos financeiros e das decisões dos órgãos de Gestão do ISMT.*

9.3.3. Implementation time

- i) Medium term, depending on financing conditions and the decisions of the management committees of the ISMT.*

9.3.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta, para todas as propostas.

9.3.4. Priority (High, Medium, Low)

High, for all proposals.

9.3.5. Indicador de implementação

- i) Número de aquisição de novos computadores e de software;*
- ii) Implementação de um sistema de ascensão para pessoas com mobilidade reduzida na Biblioteca do ISMT.*

9.3.5. Implementation marker

- i) Number of new computers and software acquired;*
- ii) Implementation of a lift system for people with reduced mobility at the ISMT's library.*

9.4. Pessoal docente e não docente

9.4.1. Debilidades

- i) Número limitado de docentes em regime de tempo integral ou dedicação exclusiva na área da Gestão;*
- ii) Participação limitada dos docentes em regime de prestação de serviços em várias atividades e eventos do ISMT.*

9.4.1. Weaknesses

- i) Limited number of lecturers working full-time or with exclusive dedication to the area of Management;*
- ii) Limited participation of lecturers to provide services in meetings or other ISMT activities and events.*

9.4.2. Proposta de melhoria

- i) Contratação de novos docentes na área do Marketing e da Comunicação;*
- ii) Sensibilizar a participação e envolvimento dos docentes em regime de prestação de serviços nas atividades do ISMT.*

9.4.2. Improvement proposal

- i) Hiring of new lecturers for the area of Marketing and of Communication;*
- ii) Encourage the participation and involvement of lectures to provider services for the ISMT's activities.*

9.4.3. Tempo de implementação da medida

- i) Curto prazo.*

9.4.3. Implementation time

- i) Short term.*

9.4.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

- Alta, para todas as propostas.*

9.4.4. Priority (High, Medium, Low)

- High, for all proposals.*

9.4.5. Indicador de implementação

- i) Número de docentes em regime de tempo integral e/ou em dedicação exclusiva na área da Gestão;*
- ii) Número de presenças em reuniões, conferências e outros eventos dos docentes em regime de prestação de serviços.*

9.4.5. Implementation marker

- i) Number of lecturers working full-time or with exclusive dedication to the area of Management;*
- ii) Number of lecturers present in meetings, conferences and other events under the regime to provide services.*

9.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

9.5.1. Debilidades

- i) Dificuldades na gestão da avaliação continuada;*
- ii) Por vezes, participação reduzida na vida académica e nas atividades do ISMT;*
- iii) Existência de alguma resistência, por parte dos estudantes, na introdução de formas mais ativas e inovadoras de aprendizagem;*
- iv) Utilização limitada de bibliografia em língua estrangeira;*
- v) Défice de cultura geral e de domínio da escrita.*

9.5.1. Weaknesses

- i) Difficulties in managing continuous assessment;*
- ii) Sometimes there is a reduced participation in the academic life and activities of the ISMT;*
- iii) Existence of some resistance, on behalf of students, on the introduction of more active and innovative teaching methods;*
- iv) Limited use of bibliography in foreign languages;*
- v) Deficit in general knowledge and the grasp of writing skills.*

9.5.2. Proposta de melhoria

- i) Adequação dos momentos de avaliação e respetivos critérios de exigência ao número de unidades curriculares por semestre;*
- ii) Incentivar a participação dos estudantes na vida académica e nas atividades do ISMT;*
- iii) Oferta de cursos complementares de formação em língua estrangeira, essencialmente, língua inglesa;*
- iv) Incentivar hábitos de leitura;*
- v) Estimular a realização de trabalhos escritos na avaliação continuada;*
- vi) Apoio a iniciativas culturais da Associação de Estudantes.*

9.5.2. Improvement proposal

- i) Adapting the assessment periods and the respective criteria demands to the number of curricular units per semester;*
- ii) Encourage students to participate in academic life and in the activities of the ISMT;*
- iii) Offer complementary educational courses in foreign languages, namely in English.*
- iv) Encourage reading habits,*
- v) Encourage written assignments in continuous assessment;*
- vi) Support cultural initiatives with the Students' Association.*

9.5.3. Tempo de implementação da medida

- i) Durante os dois próximos anos letivos.*

9.5.3. Implementation time

- i) During the next two school years.*

9.5.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Média para todas as propostas.

9.5.4. Priority (High, Medium, Low)

Medium, for all proposals.

9.5.5. Indicador de implementação

- i) Proporção relativa do número de estudantes com sucesso na avaliação continuada em relação ao número total de estudantes;*
- ii) Número de presenças dos estudantes em eventos da vida académica e institucional do ISMT;*
- iii) Número de cursos complementares de formação em língua estrangeira oferecidos pelo ISMT;*
- iv) Número de requisições de livros, realizadas por estudantes do ciclo de estudos, na Biblioteca do ISMT;*
- v) Proporção relativa do número de trabalhos escritos de avaliação, em relação às provas escritas de avaliação.*

9.5.5. Implementation marker

- i) Proportion of students who succeed in continuous assessment, in comparison to the total number of students;*
- ii) Number of students present in events related to the academic and institutional life of the ISMT;*
- iii) Number of complementary educational courses in foreign languages offered by the ISMT;*
- iv) Number of books checked out by students in the cycle of studies, at the ISMT's library.*
- v) Proportion of assignments written for assessment, in comparison to the number of tests written for assessment purposes.*

9.6. Processos

9.6.1. Debilidades

- i) Ausência de um modelo global de qualidade e de um manual de qualidade.*

9.6.1. Weaknesses

- i) Absence of a global model on quality and a quality manual.*

9.6.2. Proposta de melhoria

- i) Elaboração e aplicação de um modelo global de qualidade.*

9.6.2. Improvement proposal

- i) Creation and application of a global quality model.*

9.6.3. Tempo de implementação da medida

- i) Iniciar a curto prazo e concluir a médio prazo, tendo em conta a complexidade do processo.*

9.6.3. Implementation time

- i) To begin in the short term and to be concluded in the medium term, taking into consideration the complexity of the process.*

9.6.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

- Alta.*

9.6.4. Priority (High, Medium, Low)

- High.*

9.6.5. Indicador de implementação

- i) Elaboração de um manual de qualidade;*
- ii) Certificação da qualidade.*

9.6.5. Implementation marker

- i) Creation of a quality manual;*
- ii) Certification of quality.*

9.7. Resultados

9.7.1. Debilidades

- i) Apesar da taxa elevada de sucesso escolar na generalidade das áreas científicas do ciclo de estudos, as médias finais do curso nem sempre atingem a classificação de “bom”;*
- ii) Em algumas áreas científicas, as médias das classificações finais são relativamente baixas;*
- iii) O esforço de publicações científicas é desigual entre o corpo docente;*
- iv) Internacionalização e mobilidade limitada do corpo docente.*

9.7.1. Weaknesses

- i) In spite of the high school success rate in general scientific areas of the cycle of studies, the final averages of the course do not always reach the classification of 'good';*
- ii) In some scientific areas, the averages of final classifications are relatively low;*
- iii) The effort of scientific publications is uneven between the teaching staff;*
- iv) Limited internationalisation and mobility of the teaching staff.*

9.7.2. Proposta de melhoria

- i) Reforço do acompanhamento tutorial, principalmente nas áreas científicas onde as médias das classificações finais são relativamente baixas;*
- ii) Acompanhamento e monitorização da produção científica dos docentes;*
- iii) Reforçar as parcerias internacionais e o acesso a fontes de financiamento.*

9.7.2. Improvement proposal

- i) Increase tutorial accompaniment, mainly in scientific areas where the averages of final classifications are relatively low;*
- ii) Accompany and monitor the scientific production of lecturers;*
- iii) Strengthen international partnerships and the access to sources of financing.*

9.7.3. Tempo de implementação da medida

Médio prazo para todas as respostas.

9.7.3. Implementation time

Medium term for all answers.

9.7.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Média.

9.7.4. Priority (High, Medium, Low)

Medium.

9.7.5. Indicador de implementação

- i) Médias das classificações finais das unidades curriculares;*
- ii) Número de publicações por cada docente;*
- iii) Número de parcerias estabelecidas para mobilidade internacional dos docentes;*
- iv) Número de docentes em mobilidade internacional;*
- v) Participação de docentes em eventos científicos internacionais.*

9.7.5. Implementation marker

- i) Average final classifications of courses;*
- ii) Number of publications per lecturer;*
- iii) Number of partnerships created for the international mobility of lecturers;*
- iv) Number of lecturers with international mobility;*
- v) Participation of lecturers in international scientific events.*

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:***Comunicação empresarial***10.1.2.1. Study Cycle:***Business communication***10.1.2.2. Grau:***Licenciado***10.1.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***<sem resposta>***10.1.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***10.1.2.4 Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure**

Área Científica / Scientific Area Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
(0 Items)	0	0

*<sem resposta>***10.2. Novo plano de estudos**

Mapa XII – Novo plano de estudos**10.2.1. Ciclo de Estudos:***Comunicação empresarial***10.2.1. Study Cycle:***Business communication***10.2.2. Grau:***Licenciado***10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***<sem resposta>***10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**

<sem resposta>

10.2.4. Curricular year/semester/trimester:

<no answer>

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units (0 Items)	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
---	---------------------------------------	------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------	--------------------------------

<sem resposta>

10.3. Fichas curriculares dos docentes

Mapa XIII

10.3.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

<sem resposta>

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>