

# ACEF/1819/0104062 — Guião para a auto-avaliação

---

## I. Evolução do ciclo de estudos desde a avaliação anterior

### 1. Decisão de acreditação na avaliação anterior.

---

#### 1.1. Referência do anterior processo de avaliação.

ACEF/1112/04062

#### 1.2. Decisão do Conselho de Administração.

Acreditar com condições

#### 1.3. Data da decisão.

2013-10-24

### 2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE.

---

2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE (Português e em Inglês, PDF, máx. 200kB).

[2\\_mCE\\_sintese\\_summary.pdf](#)

### 3. Alterações relativas à estrutura curricular e/ou ao plano de estudos (alterações não incluídas no ponto 2).

---

#### 3.1. A estrutura curricular foi alterada desde a submissão do guião na avaliação anterior?

Sim

##### 3.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma explicação e fundamentação das alterações efetuadas.

*A área científica predominante do curso, Ciências da Comunicação, manteve o peso total de 102 créditos. Os 6 créditos da área científica de Letras e Humanidades foram suprimidos e alocados à área científica de Gestão. Estas alterações contribuíram para duplicar o peso da área científica de Gestão e Marketing no plano de estudos (12 créditos) e afirmar a ligação entre os campos da comunicação e da estratégia das organizações (ver ponto 2).*

##### 3.1.1. If the answer was yes, present an explanation and justification of those modifications.

*Communication Sciences, the main scientific area, kept the total weight of 102 credits in the Strategic Communication master. The 6 credits of the scientific area of Letters and Humanities were suppressed and allocated to the scientific area of Management. These changes helped to double the weight of the Management and Marketing scientific area in the syllabus (12 credits) and to affirm the link between the fields of communication and the organizations' strategy (see point 2).*

#### 3.2. O plano de estudos foi alterado desde a submissão do guião na avaliação anterior?

Sim

##### 3.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma explicação e fundamentação das alterações efetuadas.

*O atual plano de estudos inclui uma nova UC, "Estratégia Empresarial", lecionada pelo Departamento de Gestão e Economia, e que vem favorecer a correspondência entre a designação do ciclo de estudos e o seu conteúdo. No plano de estudos vigente optou-se pela supressão de algumas UCs opcionais (Psicologia, Produção Jornalística, e Comunicação Política) e pela passagem de outras UCs opcionais, mais centrais à área de estudos, a UCs obrigatórias (Assessoria de comunicação, Oficina de escrita criativa, e Oficina de imagem). Desta forma, consolidou-se o percurso formativo dos mestrandos no ano curricular, ao nível de conhecimentos, aptidões e competências adquiridas. De salientar também a inclusão da UC "Práticas de Trabalho Científico", no 2º ano do curso, que possibilita um acompanhamento mais efetivo dos estudantes na produção da sua dissertação. Outra alteração fundamental consistiu na introdução da opção de "Projeto com Relatório", em alternativa à elaboração de uma Dissertação ou Relatório de Estágio. Esta opção tem sido um estímulo ao seu espírito empreendedor e à ligação ao mercado (ver ponto 2).*

##### 3.2.1. If the answer was yes, present an explanation and justification of those modifications.

*In the current plan of studies was introduced a new CU, "Business Strategy", taught by the Department of Management and Economics. Some optional UCs (Psychology, Journalistic Production, and Political Communication) were suppressed or passed to be mandatory (Communication Office, Creative Writing Workshop, and Image Workshop). In this way, the curricular year was consolidated, at the level of knowledge, skills and acquired competences. Also noteworthy is the inclusion of the new CU "Practice of Scientific work" in the 2nd year of the course, which allows a*

*more effective follow-up of the students in the production of their dissertation. Another fundamental change was the introduction of the "Project with Report" option, as an alternative to the preparation of a Dissertation or Internship Report. This option has been a stimulus to their entrepreneurial spirit and the connection to the market (see section 2).*

#### **4. Alterações relativas a instalações, parcerias e estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem (alterações não incluídas no ponto 2)**

**4.1. Registaram-se alterações significativas quanto a instalações e equipamentos desde o anterior processo de avaliação?**  
*Sim*

**4.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma breve explicação e fundamentação das alterações efetuadas.**

*Os orçamentos anuais têm procurado renovar regularmente os equipamentos, dentro de constrangimentos financeiros existentes. Dentro da renovação geral de equipamento, foram adquiridos novos monitores de computadores, novas máquinas fotográficas e gravadores de áudio para apoio geral às aulas e ao trabalho dos alunos. No ano de 2015 procedeu-se a uma renovação e reequipamento do Estúdio e Régie de Televisão, no valor de aproximadamente 200 mil euros, com o objetivo de dar resposta à crescente modernização e inovação tecnológica e digital. As atualizações aportam vantagens ao nível do ensino, na medida em que permitem melhorar a componente prática das unidades curriculares e, por conseguinte, aumentar as possibilidades de criação de produtos audiovisuais.*

**4.1.1. If the answer was yes, present a brief explanation and justification of those modifications.**

*The annual budgets have sought to regularly renew equipment, within the existing financial constraints. For this equipment renovation, we purchased some new computer monitors, new cameras and audio recorders for general support for classes and student work. In 2015, the TV Studio was renewed and re-equipped, costing approximately 200 thousand euros, in order to respond to the growing digital modernization and innovation. The upgrades offer educational benefits by improving the practical component of curricular units and thus increasing the possibilities for the creation of audiovisual products.*

**4.2. Registaram-se alterações significativas quanto a parcerias nacionais e internacionais no âmbito do ciclo de estudos desde o anterior processo de avaliação?**

*Sim*

**4.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.**

*- Aumento do número de contratos ERASMUS + com universidades europeias, em especial, espanholas, turcas e italianas; Desde 2017, a UBI oferece aos mestrandos e docentes a oportunidade de intercâmbio com 12 países fora da EU, ao abrigo do programa Internacional Credit Mobility.  
- Assinatura de dois protocolos de cooperação, ao nível de docência e investigação, e intercâmbio de alunos, com a Universidade Estadual Paulista (Brasil) e com o Instituto Superior de Comunicação e Imagem (ISCIM), em Maputo.  
- Em curso – candidatura ao " COST Action Proposal OC-2018-2-23588 - Strategic communication for rural small and medium enterprises " (em conjunto com 10 universidades europeias e não europeias).*

**4.2.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.**

*- Increase of the ERASMUS+ mobility, especially with Spanish, Turkish, and Italian universities. From 2017, UBI also offers professors and students mobility opportunities with 12 non-EU countries, by the International Credit Mobility program.  
- Two cooperation agreements, for teaching and research, and student exchange, with the Paulista State University (Brazil) and the Higher Education College of Communication and Image, from Maputo (Mozambique).  
- Currently applying for the "COST Action Proposal OC-2018-2-23588 - Strategic communication for rural small and medium enterprises " (with ten more universities, European and non-European).*

**4.3. Registaram-se alterações significativas quanto a estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem desde o anterior processo de avaliação?**

*Sim*

**4.3.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.**

*Com vista a garantir mecanismos formais de auscultação dos estudantes, foi criado um novo órgão no ciclo de estudos, a Comissão de Coordenação Pedagógica, composto pelo diretor do curso, dois docentes e dois alunos representantes dos respectivos anos. Além disso, o diretor do curso solicita aos delegados de ano que promovam um debate entre os estudantes e que formulem as apreciações em reunião do órgão de coordenação pedagógica, de forma a constarem do relatório anual de funcionamento do curso e poderem ser reflectidas pelos órgãos próprios da faculdade.*

**4.3.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.**

*In order to secure formal mechanisms of student participation, a new committee was created for the study program – the Pedagogical Coordination Committee, with the Director of the Master program, two professors and two students, one for each year. Furthermore, the Director requests the students' representatives to promote a discussion among the students to formulate their opinions within this Committee's sessions, so they may be written in the Master's annual report and for the Faculty councils and committees to make their own reflections.*

**4.4. (Quando aplicável) registaram-se alterações significativas quanto a locais de estágio e/ou formação em serviço, protocolos com as respetivas entidades e garantia de acompanhamento efetivo dos estudantes durante o estágio desde o anterior processo de avaliação?**

*Sim*

**4.4.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.**

*O número e a diversidade de protocolos de estágio aumentou tanto a nível nacional como internacional. Quanto a protocolos em espaço nacional, destacam-se entidades parceiras relevantes no âmbito empresarial (eg. Dielmar; Grupo Twintex; Grupo Jerónimo Martins; Creative Minds; Grupo Delta; Sonae Sierra) e também no âmbito da administração pública local (eg. Municípios da Covilhã, Fundão, Guarda, Belmonte, Castelo Branco; Centro Hospitalar Cova da Beira). A nível internacional, foram firmados protocolos de estágio com diferentes entidades em Espanha (Hydra Social Media, Wild Wild Web Studio, Summon Press, Art Visual), em Inglaterra (SETsquared Partnership), em Itália (Sognando Casa), na Holanda (Aflatoun International) e na Polónia (WipJobs) O estudante, no desempenho da sua atividade de estagiário, é coordenado e acompanhado por um quadro da Organização de Acolhimento e por um Professor-Orientador, definido pela Comissão de Curso.*

**4.4.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.**

*The number and diversity of apprenticeship agreements increased both nationally and internationally. Regarding the national agreements, the main partners in the business realm are Dielmar, Twintex Group, Jerónimo Martins Group, Creative Minds, Delta Group, Sonae Sierra, and within the Public Administration, the main partners are the Municipalities of Covilhã, Fundão, Guarda, Belmonte, and Castelo Branco, as well as the Hospital of Cova da Beira. Internationally, several agreements were made with Spanish companies (Hydra Social Media, Wild Wild Web Studios, Summon Press, Art Visual), as well as in England (SETsquared Partnership), Italy (Sognando Casa), The Netherlands (Aflatoun International) and Poland (WipJobs). The intern, within his Masters curriculum, is directed by an employee of the receiving partner and advised by a professor, appointed by the Masters' Scientific Committee.*

## 1. Caracterização do ciclo de estudos.

**1.1 Instituição de ensino superior.**

*Universidade Da Beira Interior*

**1.1.a. Outras Instituições de ensino superior.**

**1.2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):**

*Faculdade de Artes e Letras (UBI)*

**1.2.a. Outra(s) unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):**

**1.3. Ciclo de estudos.**

*Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas*

**1.3. Study programme.**

*Strategic Communication: Advertising and Public Relations*

**1.4. Grau.**

*Mestre*

**1.5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (PDF, máx. 500kB).**

[1.5\\_DR-MCE.pdf](#)

**1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos.**

*Ciências da Comunicação*

**1.6. Main scientific area of the study programme.**

*Communication Sciences*

**1.7.1. Classificação CNAEF – primeira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos):**

*321*

**1.7.2. Classificação CNAEF – segunda área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3**

**dígitos), se aplicável:**

*<sem resposta>*

**1.7.3. Classificação CNAEF – terceira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:**

*<sem resposta>*

**1.8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau.**

*120*

**1.9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL n.º 74/2006, de 24 de março, com a redação do DL n.º 63/2016 de 13 de setembro):**

*4 semestres*

**1.9. Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, March 24th, as written in the DL no. 63/2016, of September 13th):**

*4 semesters*

**1.10. Número máximo de admissões.**

*20*

**1.10.1. Número máximo de admissões pretendido (se diferente do número anterior) e respetiva justificação.**

*Número de admissões pretendido: 30*

*Nos últimos anos houve um claro aumento na procura, tanto por parte de alunos nacionais como internacionais, especialmente oriundos do Brasil. Dado o elevado número de candidatos (2017/2018 – 49 candidatos; 2017/2018 - 70 candidatos; 2018/2019 - 83 candidatos), o aumento no número máximo de admissões irá contribuir para equilibrar oferta e procura. Este aumento do número de admissões não compromete a seriação de candidatos com melhor média, nem o bom funcionamento e qualidade do curso.*

**1.10.1. Intended maximum enrolment (if different from last year) and respective justification.**

*Maximum number on places: 30*

*In these last years there was a notorious increase in the applications, both from national and international students, being the formers especially from Brazil. For this high number of applications (2016/17 – 49 applications; 2017/18 – 70 applications; 2018/2019 – 83 applications), the increase in the available places will contribute to a balance between offer and demand. This increase will not harm the selection of the best students nor the good studying conditions or the quality of teaching.*

**1.11. Condições específicas de ingresso.**

*De acordo com o Regulamento ao grau de Mestre da UBI (Deliberação do Senado 41/2007) e do Regulamento do Grau de mestre interno aprovado pela Comissão de Curso, a seriação dos candidatos é feita com base nos factores seguintes: a) Classificação final do 1º ciclo de estudos; b) Natureza do curso e do estabelecimento de ensino em que foi obtida a aprovação no 1º Ciclo; c) Curriculum Académico ; d) Experiência profissional na área*

**1.11. Specific entry requirements.**

*Accordingly with the Regulation of the Master degree at UBI (Resolution of the Senate 41/2007) and the internal regulation of the master, the selection criteria set are as following: a) Final classification in the 1st cycle of studies; b) the nature of the course and high education institution where the approval on the 1st Cycle was obtained; c) Academic Curriculum; d) work experience in the area.*

**1.12. Regime de funcionamento.**

*Diurno*

**1.12.1. Se outro, especifique:**

*n.a.*

**1.12.1. If other, specify:**

*n.a.*

**1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:**

*Faculdade de Artes e Letras  
Avenida Marquês D'Ávila e Bolama  
6200-000 Covilhã*

**1.14. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República (PDF, máx. 500kB).**

[1.14.\\_bv\\_legislacao\\_Regulamento CFAEP\\_UBI.pdf](#)

**1.15. Observações.**

*O mestrado em Comunicação estratégica: publicidade e relações públicas, com claro predomínio da área das Ciências da Comunicação, está organizado em dois anos letivos. O 1º ano letivo constitui a parte curricular do curso, organizado em 10 UCs obrigatórias. Ao longo do 1º ano, os alunos têm uma formação especializada em comunicação estratégica e a oportunidade de iniciar a sua investigação científica nesta área de estudos. Este 1º ano serve também para o estudante contactar e tomar conhecimento com as áreas de investigação e de produção científica dos diferentes docentes do curso, entre os quais poderá escolher o que orientará o seu trabalho de dissertação ou relatório de estágio/projeto, no 2º ano de curso. O objectivo final do primeiro ano do curso é permitir a elaboração de um projeto de investigação, avaliado no âmbito da UC Metodologias de investigação, e que será desenvolvido no 2º ano letivo. Os alunos podem optar por desenvolver uma dissertação, um estágio curricular em contexto profissional ou um projeto de comunicação estratégica, acompanhados da redação do respectivo relatório. De acordo com o Regulamento do Mestrado, o estágio constitui uma experiência profissional realizada numa empresa ou instituição com duração mínima de 90 dias.*

**1.15. Observations.**

*The Master's Degree in Strategic Communication: Advertising and Public Relations, with a clear focus on the scientific field of Communication Sciences, is organised in two school years. The first year is the lectures' year, with ten mandatory courses. Along this first year, students have specialised teaching and training in strategic communication, and they also have the opportunity to start their scientific research in this field of studies. This first year is also important for the student to contact with the different research activities of the Master's professors, among whom the students would choose their advisor for the work they should write on their second year. For this second year, students may choose to write a dissertation, to enter an internship or engage in a communication project, these last two followed by a written report. Respecting the Masters' Regulation, the internship must be a professional experience in an organisation, no shorter than 90 days.*

## 2. Estrutura Curricular. Aprendizagem e ensino centrados no estudante.

### 2.1. Percursos alternativos, como ramos, variantes, áreas de especialização de mestrado ou especialidades de doutoramento, em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável)

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

Opções/Ramos/... (se aplicável):

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

<sem resposta>

### 2.2. Estrutura curricular (a repetir para cada um dos percursos alternativos)

#### 2.2. Estrutura Curricular -

##### 2.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor, ou outra (se aplicável).

<sem resposta>

##### 2.2.1. Branches, options, profiles, major/minor, or other (if applicable)

<no answer>

#### 2.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à 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 Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*	Observações / Observations
Ciências da Comunicação	CC	102	0	
Filosofia	FIL	6	0	
Marketing	MK	6	0	
Gestão	G	6	0	

## 2.3. Metodologias de ensino e aprendizagem centradas no estudante.

**2.3.1. Formas de garantia de que as metodologias de ensino e aprendizagem são adequadas aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, favorecendo o seu papel ativo na criação do processo de aprendizagem.**

*O objetivo último deste curso é permitir que os alunos adquiram os conhecimentos e capacidades específicas essenciais para ingressar no mercado de trabalho assim como para levar a cabo uma investigação científica no domínio da publicidade e relações públicas. A oferta de atividades pedagógicas variadas (ex., trabalhos de campo, discussão de filmes) juntamente com metodologias de avaliação contínua viabiliza um ambiente de ensino/aprendizagem fortemente centrado no aluno e potenciador da sua autonomia, sentido crítico e capacidade de trabalho em equipa. A medição do nível de competência decorre da avaliação da parte curricular e da defesa pública de um relatório de estágio/ projeto ou de uma dissertação. Os alunos são motivados a apresentar os seus trabalhos em congressos da especialidade e também a publicá-los. Sempre que possível, o aluno é integrado nas atividades de investigação dos docentes do curso, desenvolvidas no âmbito do Labcom.IFP - Unidade de I&D reconhecida pela FCT.*

**2.3.1. Means of ensuring that the learning and teaching methodologies are coherent with the learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be achieved by students, favouring their active role in the creation of the learning process.**

*The goal of this degree is to allow students to acquire knowledge and specific skills essential for the labour market or for scientific research within advertising and public relations. Offering diversified pedagogical activities, like field work, or debating, along with continuous assessment methodologies allow a heavily student-centered learning environment with great development opportunities for their autonomy, critical sensibility, and teamwork skills. The assessment of each student's competence level is made by the individual assessments of each course and the public presentation of their final work, be it a dissertation, an internship or a project. Students are motivated to present their works in conferences, as well as submitting them to publishing. When it's available, students are included in the research activities carried by the professors, within LabCom.IFP, a research unit acknowledged by FCT.*

**2.3.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.**

*Todas as UC têm um valor em ECTS que se exprime na quantidade de trabalho em horas que cada estudante deverá cumprir para concluir a UC com êxito, ou seja, são contabilizadas as horas totais de contacto, de trabalho individual e de grupo, entre outras. Na UBI, estima-se que 1 ECTS corresponde a 28H de trabalho. O corpo docente faz uma estimativa das horas de trabalho de acordo com as atividades programadas, incluindo as avaliações, os conteúdos da UC e o material de estudo indicado aos estudantes. Os questionários pedagógicos semestrais, aplicados aos estudantes, constituem-se como um instrumento fundamental para obter informação sobre o tempo despendido por estes para adquirir as competências definidas nas UC. Neste inquérito, é perguntado aos estudantes se o tempo gasto na UC corresponde aos ECTS da UC e também se a UC exigiu mais tempo que o expectável. Adicionalmente, o delegado de ano reúne com o Diretor de Curso para exprimir as sensibilidades dos estudantes sobre esta matéria.*

**2.3.2. Means of verifying that the required average student workload corresponds to the estimated in ECTS.**

*All Curricular Units have a value expressed in ECTS, which corresponds to the total amount of hours (hours of contact time, hours of individual and/or group work, and others) that each student have to work in order to successfully complete the Curricular Unit. At UBI, one (1) ECTS corresponds to twenty-eight (28) working hours. Teaching staff estimates working hours based upon the programmed activities (assessments included), the syllabus and the student's study materials. A semi-annual pedagogical questionnaires applied to students constitute a fundamental instrument to obtain information about the working time needed to acquire the competences defined in the Curricular Unit plan. In this survey, students are asked to calculate working hours in addition to lecturing hours and to classify the correspondence between the amount of work and the number of ECTS. Furthermore, the year delegate meets with the Course Director to express students' sensitivities on this subject.*

**2.3.3. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objetivos de aprendizagem.**

*No início de cada semestre os docentes responsáveis pelas unidades curriculares informam os estudantes das competências que eles devem adquirir, das atividades de aprendizagem e das formas de avaliação. Cabe ao Diretor de Curso validar os critérios de avaliação que cada docente propõe para a sua UC, cabendo ao Diretor de Curso verificar em que medida esses estão de acordo com as orientações gerais definidas para o ciclo de estudo e com as competências de cada UC.*

*Os diferentes momentos de avaliação previstos permitem ao docente ter o feedback sobre as aprendizagens realizadas pelos estudantes. A existência de referenciação de Unidades Curriculares Críticas é uma das formas de deteção de discrepâncias entre as competências definidas e a sua avaliação.*

**2.3.3. Means of ensuring that the student assessment methodologies are aligned with the intended learning outcomes.**

*In the beginning of the semester the professors in charge for the curricular units are to inform the students about the skills the latter shall attain, the activities of learning and the evaluation models. It is up to the Course Director to validate the evaluation criteria that each teacher sets on its own Curricular Unit, being the Course Director the one who verifies how exactly these criteria are in agreement with the general guidelines set for the*

*cycle of studies and the skills of the CU.*

*The different moments of evaluation previewed allow the teacher to have more feedback from the students regarding the accomplished learning process. The existence of Critical Curricular Units is one of the forms of identifying divergences among the skills defined and their evaluation.*

## 2.4. Observações

### 2.4 Observações.

*Os mestrandos são incentivados a assistir aos eventos científicos do LabCom.Ifp diretamente relacionados com a área de estudo e, sempre que possível, a apresentarem comunicação. Entre os muitos eventos destacam-se os seguintes, de índole internacional: As indústrias da Persuasão: agentes, estratégias e discursos (2018); Cultura, Património e Turismo na Sociedade Digital(2017, 2018), Suspeitas e Culturas da Desconfiança (2017); Patologias e Disfunções da Democracia (2017; 2018); Designa (2016, 2017, 2018).*

*Para fomentar a ligação ao mercado, o curso convida regularmente profissionais no âmbito da publicidade e das relações públicas para partilharem o seu know-how e expertise. (por ex. Photoshop; Comunicação de crise; Assessoria de comunicação na saúde, Escrita humorística, entre outros). Alguns desses workshops foram organizados em conjunto com a UBIMEDIA – núcleo de estudantes de comunicação da UBI.*

### 2.4 Observations.

*Students are encouraged to be present in the LabCom.IFP scientific events that are directly connected to this field of studies, and, whenever is possible, to present a paper themselves. Among the large list of events events, the major ones were: Persuasion industries (2018); Culture, Patrimony, and Tourism in the Digital Society (2017, 2018), Suspitions and Cultures of Mistrust (2017), Pathologies and Disfunctions of Democracy (2017, 2018), Designa (2016, 2017, 2018).*

*For a better connection with the job market, the coordinators of the program invite regularly advertising and public relations professionals to share their know-how and expertise. Some workshops were organised jointly with UBIMEDIA – the communication studies' students' union. Examples, Photoshop, crisis communication, communication for the health sector, comedy writing).*

## 3. Pessoal Docente

### 3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

#### 3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

*Gisela Marques Pereira Gonçalves*  
*Professora auxiliar , 100%*

### 3.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

#### 3.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Eduardo José Marcos Camilo	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Gisela Marques Pereira Gonçalves	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Armanda Maria Finisterra do Paço	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Herlander Alves Elias	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Joaquim Paulo Serra	Professor Catedrático ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Ana Leonor Serra Morais dos Santos	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Filosofia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Helena Maria Baptista Alves	Professor Associado ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Sónia Manuela Martins de Sá	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Ciências da Comunicação	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Nuno André Amaral Jerónimo	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Sociologia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Cristina Maria Santos	Professor Auxiliar ou	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha</a>

Estevão	equivalente					submetida
Antónia do Carmo	Professor Auxiliar	Doutor	Sociologia	50		Ficha
Anginho Barriga	convidado ou equivalente					submetida
					<b>1000</b>	

<sem resposta>

### 3.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

#### 3.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

##### 3.4.1.1. Número total de docentes.

11

##### 3.4.1.2. Número total de ETI.

10

#### 3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

##### 3.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos em tempo integral / Number of teaching staff with a full time employment in the institution.\*

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº de docentes / Staff number	% em relação ao total de ETI / % relative to the total FTE
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of teaching staff with a full time link to the institution:	9	90

#### 3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

##### 3.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor / Academically qualified teaching staff – staff holding a PhD

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff holding a PhD (FTE):	10	100

#### 3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

##### 3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialised teaching staff of the study programme

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff holding a PhD and specialised in the fundamental areas of the study programme	8	80
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists not holding a PhD, with well recognised experience and professional capacity in the fundamental areas of the study programme	0	0

#### 3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

##### 3.4.5. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente / Stability and development dynamics of the teaching staff

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um	10	100



período superior a três anos / Teaching staff of the study programme with a full time link to the institution for over 3 years

Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / FTE number of teaching staff registered in PhD programmes for over one year

0

0

10

## 4. Pessoal Não Docente

### 4.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afeto à lecionação do ciclo de estudos.

*Sete funcionários em regime integral e dedicação exclusiva.*

### 4.1. Number and employment regime of the non-academic staff allocated to the study programme in the present year.

*Seven full-time employees with exclusive dedication.*

### 4.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à lecionação do ciclo de estudos.

*Dois funcionários habilitados com Mestrado*

*Dois funcionários habilitados com Licenciatura (5 anos)*

*Três funcionários com Ensino Secundário completo ou equivalente*

### 4.2. Qualification of the non-academic staff supporting the study programme.

*Two employees with a Master's degree*

*Two employees with a Bachelor's degree (5 years)*

*Three employees with complete Secondary Education or equivalent.*

## 5. Estudantes

### 5.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

#### 5.1.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

##### 5.1.1. Total de estudantes inscritos.

50

#### 5.1.2. Caracterização por género

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

Género / Gender	%
Masculino / Male	24
Feminino / Female	76

#### 5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.

##### 5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular / Students enrolled in each curricular year

Ano Curricular / Curricular Year	Nº de estudantes / Number of students
1º ano curricular	30
2º ano curricular	20
	50

## 5.2. Procura do ciclo de estudos.

### 5.2. Procura do ciclo de estudos / Study programme's demand

	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano/ Last year	Ano corrente / Current year
N.º de vagas / No. of vacancies	25	20	20

N.º de candidatos / No. of candidates	49	70	83
N.º de colocados / No. of accepted candidates	26	29	38
N.º de inscritos 1º ano 1ª vez / No. of first time enrolled	18	21	26
Nota de candidatura do último colocado / Entrance mark of the last accepted candidate	0	0	0
Nota média de entrada / Average entrance mark	0	0	0

### 5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes

#### 5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes.

*O número de estudantes relativos a 2018-19 (ano em curso) pode vir a sofrer actualizações, dado que, devido a problemas burocráticos nos países de origem, alguns alunos oriundos do Brasil e de países africanos têm ingressado no ciclo de estudos apenas alguns meses após o início do ano-lectivo, já próximo do final do 1º semestre.*

*Para minimizar o problema destes alunos, tem-se permitido que eles iniciem o curso no 2º semestre do 1º ano, o que não apresenta dificuldades pedagógicas, pois essas unidades curriculares não têm precedência nas do 1º semestre (frequentando, por sua vez, estas disciplinas no semestre subsequente).*

*Quadro 5.2: Por não se tratar de um campo de preenchimento obrigatório para os 2º e 3º ciclos, não se apresentam valores relativos à nota de candidatura do último colocado e à nota média de entrada.*

#### 5.3. Eventual additional information characterising the students.

*It is possible that the number of students enrolled in 2018-19 will still be updated, due to late arrivals of students from Brasil and African countries. They face bureaucratic problems and some join the Master activities only in the 2nd semester of the first year. As there is no precedencies in the CU's, this students have been doing the 1st year in a converse way (starting with 2nd semester CU's, and then doing the 1st semester)*

*Table 5.2: As it is not compulsory to 2nd and 3rd cycles, it was not included figures related to the entrance mark of the last accepted student and the average entrance mark.*

## 6. Resultados

### 6.1. Resultados Académicos

#### 6.1.1. Eficiência formativa.

##### 6.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	Antepenúltimo ano / Two before the last year	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano / Last year
N.º graduados / No. of graduates	7	16	10
N.º graduados em N anos / No. of graduates in N years*	6	13	7
N.º graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	1	2	3
N.º graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	1	0
N.º graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

#### Pergunta 6.1.2. a 6.1.3.

**6.1.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (exclusivamente para cursos de doutoramento).**

*n.a.*

**6.1.2. List of defended theses over the last three years, indicating the title, year of completion and the final result (only for PhD programmes).**

*n.a.*

**6.1.3. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respetivas unidades curriculares.**

*O 1º ano do mestrado em Comunicação Estratégica apresenta dados elevados de sucesso escolar relativamente aos três últimos anos letivos. O sucesso escolar é transversal a todas as áreas científicas do ciclo de estudos, uma vez que*

*todas as unidades curriculares apresentam aprovações de 100%, ou superiores a 80%. Este sucesso escolar repete-se na UC de 2º ano, Práticas de Trabalho Científico em Comunicação Estratégica. Apenas a UC Dissertação/Estágio com Relatório/Projeto com relatório apresenta taxas de sucesso inferiores a 65%. Em 2016/2017, apenas 59,6% dos alunos terminaram o curso. Este facto deve-se a três motivos principais: (1) alguns alunos optam por ingressar no mercado de trabalho e desistem ou adiam a redação da sua dissertação/ relatório de estágio ou projeto; (2) muitos dos alunos estrangeiros, especialmente brasileiros, optam por regressar à sua terra natal no decorrer do 2º ano letivo, com consequências no nível de dedicação à investigação; (3) alguns alunos optam por ficar apenas com uma pós-graduação em comunicação estratégica (equivalente ao 1º ano do curso). Relativamente à eficiência formativa, a maioria do alunos graduados nos últimos 3 anos terminou o seu curso nos dois anos de curso. O número de alunos que terminou o curso em N+1 ou N+2 anos é residual.*

### **6.1.3. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study programme and the respective curricular units.**

*The first year of the Master has a significant level of academic success, regarding the last three academic years. This success spans for all scientific fields, as all curricular units present approval rates of 100% or over 80%. Only the final CU, Dissertation, Internship or Project presents an approval rate under 65%. In 2016/2017, only 59,6% of the students have finished their degree. This has three main reasons: (1) some students choose working and give up or delay finishing their degree; (2) many of the international students opt to return to their homelands during the second year, with clear consequences for their research; (3) some students prefer to get only the post-graduate diploma for their first year. Regarding the formative efficiency, most graduated students in the last three years have completed their degree within the planned two years. The number of students finishing the degree in N+1 or N+2 is very small.*

### **6.1.4. Empregabilidade.**

#### **6.1.4.1. Dados sobre desemprego dos diplomados do ciclo de estudos (estatísticas da DGEEC ou estatísticas e estudos próprios, com indicação do ano e fonte de informação).**

*Taxa de empregabilidade do Mestrado de Comunicação Estratégica:*

*2015 – 92,6%*

*2016 – 82,4%*

*2017 – 85,5%*

*Fonte: DGEEC - a Taxa de empregabilidade foi calculada com base no número de desempregados registados nos centros de emprego do IEFP, com habilitação de nível superior, a 31/12/2015, 30/06/2016, 31/12/2016, 30/06/2017 e 31/12/2017*

#### **6.1.4.1. Data on the unemployment of study programme graduates (statistics from the Ministry or own statistics and studies, indicating the year and the data source).**

*Employability rate of the Strategic Communication Master:*

*2015 – 92,6%*

*2016 – 82,4%*

*2017 – 85,5%*

*Source: DGEEC - Employability rate was calculated based on the number of unemployed registered in IEFP employment centres (31/12/2015, 30/06/2016, 31/12/2016, 30/06/2017 e 31/12/2017*

#### **6.1.4.2. Reflexão sobre os dados de empregabilidade.**

*A taxa elevada de empregabilidade dos graduados em Comunicação Estratégica pode ser explicados pela procura de profissionais com competências em comunicação estratégica tanto no mercado nacional como internacional, tanto no sector público como privado. Esta procura tem sido confirmada pelo número de alunos que transitam de estágio curricular para estágio profissional e/ou contrato de trabalho. A percentagem de diplomados que obtiveram emprego até um ano depois de concluído o ciclo de estudos tem vindo a crescer (Fonte: dados da direção de curso).*

#### **6.1.4.2. Reflection on the employability data.**

*The high level of employability of the Strategic Communication graduates can be explained by the market demand for professionals with skills in communication, advertising and public relations, whether in the private sector or in the public administration. This demand has been confirmed by the number of students that do their professional internship following the curricular internship. Some are even hired by the organisations where they practiced. The option for international internships, within the Erasmus program, in communication agencies in Valencia and Alicante, has also proved a real opener for the job market. The percentage of graduated students that got a job less than a year after the graduation has been increasing. (Source: Course Direction data)*

## **6.2. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas.**

### **6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica**

**6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua actividade científica / Research Centre(s) in the area of the study programme, where the teachers develop their scientific activities**

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados/ No. of integrated study programme's teachers	Observações / Observations
Labcom.lfp - Communication, Philosophy, and Humanities	Good	Universidade da Beira Interior	8	A maioria dos docentes do curso estão integrados no Labcom.lfp.
Nece - Research Center in Business Sciences	Good	Universidade da Beira Interior	3	Os docentes do departamento de gestão e economia estão integrados no NECE.

**Pergunta 6.2.2. a 6.2.5.**

**6.2.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, ou trabalhos de produção artística, relevantes para o ciclo de estudos.**

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/1131a7f6-d006-10ff-3aa4-5bc6627dfab3>

**6.2.3. Mapa-resumo de outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica:**

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/other-scientific-publication/formId/1131a7f6-d006-10ff-3aa4-5bc6627dfab3>

**6.2.4. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) científica(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos, e seu contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural, desportiva e artística.**

*Em matéria de cooperação com a comunidade e formação avançada nas áreas científicas do curso destacam-se: a organização de eventos científicos (conferências, colóquios, workshops), muitas vezes em articulação com as atividades científicas desenvolvidas no LabCom.lfp, dirigidos aos estudantes mas também à comunidade alargada; a realização de conferências em Escolas secundárias e outras instituições por parte da equipa docente; a publicação do jornal Urbi et Orbi, em versão online; as emissões regulares da Tubi e Rubi, a TV e Radio online da UBI; a produção de programas de rádios regionais; a colaboração regular no jornais “Notícias de Covilhã”, “Jornal do Fundão” e o “Interior”.*

*O relacionamento com o tecido empresarial e o sector público é promovido pelo Gabinete de Saídas Profissionais através de diversas parcerias criadas com empresas e instituições locais e nacionais. Através de workshops ou palestras são várias as empresas que visitam a UBI, possibilitando o contacto dos alunos com o mercado de trabalho. Os alunos são incentivados a participar em estágios não curriculares, por exemplo, no Gabinete de Relações Públicas da UBI ou no Gabinete de comunicação da Câmara Municipal da sua área de residência. No âmbito das UCs de teor mais prático do curso (1º ano letivo) e/ou dos projetos individuais de investigação dos mestrados (2º ano letivo), são elaborados projetos de extensão (exposições, debates, eventos de sensibilização, planos de comunicação) em parceria com entidades da comunidade envolvente (ex. Coolabora - Cooperativa de intervenção social; Instinto – Associação Protetora de Animais da Covilhã; NewHand Lab). Os alunos de mestrado, em atividades extra-curriculares, dão apoio, na área da publicidade e relações públicas, à realização de eventos da Faculdade de Artes e Letras e de outras Faculdades da UBI.*

*A produção de conhecimento, materializado nas dissertações de mestrado e relatórios de estágio/projeto, são disponibilizados em acesso aberto no Repositório online da UBI (Ubibliorum) e em publicações diversas, de teor científico e cultural. Os docentes, algumas vezes em conjunto com os mestrados, têm apresentado os seus trabalhos nas principais associações nacionais e internacionais no campo das ciências da comunicação (Sopcom, ECREA, IAMCR) e publicado em revistas e livros da especialidade. A atividade científica e tecnológica no âmbito deste ciclo de estudos está clara e fortemente ligada ao projeto de publicação online e de livre acesso do LabCom.IFP. Em especial, o projeto BOCC – Biblioteca de Ciências da Comunicação; a revista científica “Estudos em Comunicação” e a editora universitária LabComBooks.*

*Em relação à formação avançada realce-se ainda a participação de alguns docentes como formadores no CFIUTE – Centro de Formação Interação UBI Tecido Empresarial (ex. formação em escrita criativa).*

**6.2.4. Technological and artistic development activities, services to the community and advanced training in the fundamental scientific area(s) of the study programme, and their real contribution to the national, regional or local development, the scientific culture and the cultural, sports or artistic activity.**

*Regarding the cooperation with the community and advanced training in the scientific fields, these are the main deeds: organising scientific events (conferences, seminars, workshops), often joining the scientific activities promoted by the LabCom.IFP, both for students and the community; professors attending seminars in high schools and other institutions; publishing the online newspaper Urbi et Orbi; the regular broadcasting of Tubi and Rubi, the university's tv and radio stations; producing regional radio broadcasts; regular participation in newspapers, such as “Notícias da Covilhã”, “Jornal do Fundão” and “Interior”.*

*The relations with private companies and the public administration is promoted by the Office for Professional Opportunities with several partnerships with companies and other organisations. Organising workshops and seminars, several organisations visit the university, exposing the students to the labour market. Students are encouraged to participate in other internships, like in the Office for Public Relations or in the Communication Department of a municipality, usually near their residential area. Within the courses with practical activities, or during the second year, there are some extension projects (exhibits, debates, communication plans) with partners within the community (Coolabora – association for social intervention; Instinto – association for animal protection; New Hand Lab). The Master students can perform some extra-curricular activities supporting, in the field of advertising and public relations, to some events that occur at the University.*

*The knowledge produced, materialised in master's dissertations, project reports, or internship reports, have open*

access on the UBI's online archive (uBibliorum) and in several published editions, with cultural and scientific value. Professors, sometimes with their students, present their works in the main national and international associations for Communication Sciences (Sopcom, ECREA, IAMCR) and publish in specialised journals and books. The research and technological activity within this master program is clearly connected with the LabCom.IFP's open access online publishing project. Particularly, the BOCC (Library of Communication Sciences), the scientific journal Communication Studies, and the university publishing, LabComBooks.

Regarding advanced training, some professors also perform some formative activities within CFIUTE – Formative Centre, interaction UBI – companies (ex: creative writing workshops)

### 6.2.5. Integração das atividades científicas, tecnológicas e artísticas em projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais, incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido.

- Coordenação/participação de docentes do curso no WP4 – Comunicação e Difusão do EMaDes – Energia, Materiais e Desenvolvimento, Centros C- MAST, FibEnTec e LabCom.IFP, 1.4 milhões de euros.

- Participação de docentes do curso no projeto “Remedia.Lab – Laboratório e Incubadora de Media Regionais”, 209 mil euros, (SAICT/2017-IC&DT).

- Coordenação/participação de docentes do curso no projeto “Novos media e política: a participação nos sites dos partidos políticos portugueses”, 35 mil euros, (PTDC/CCI-COM/122715).

- Participação de docentes do curso no projeto ARTISAN – “AspiRing enTrepeneurl families to perpetuate cultural business Across geNerations” (Projectos Erasmus+ KA2)

- Participação de docentes do curso no SCIENT – “A European University-Business Alliance aiming to foster young SCIENTists’ ENTrepeneurl spirit” (Project Erasmus+ Knowledge Alliances-Sector Skills Alliances).

### 6.2.5. Integration of scientific, technologic and artistic activities in projects and/or partnerships, national or international, including, when applicable, the main projects with external funding and the corresponding funding values.

- Coordination/participation in the WP4 – EmaDes Communication and Dissemination, C- MAST, FibEnTec e LabCom.IFP, 1.4 millions euros.

- Participation in the project “Remedia.Lab – Regional Media Lab & Incubator. 209.000 euros, (SAICT/2017-IC&DT).

- Coordination/participation in the project “New media and political participation: citizen participation in the websites of Portuguese political parties”, 35.000 euros (PTDC/CCI-COM/122715).

- Participation in the project ARTISAN – “AspiRing enTrepeneurl families to perpetuate cultural business Across geNerations”. (Project co-financed by the program Erasmus+ KA2)

- Participation in the project SCIENT – “A European University-Business Alliance aiming to foster young SCIENTists’ ENTrepeneurl spirit”. (Project Erasmus+ Knowledge Alliances-Sector Skills Alliances).

## 6.3. Nível de internacionalização.

### 6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes

#### 6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes / Mobility of students and teaching staff

	%
Alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Foreign students enrolled in the study programme	33.1
Alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Students in international mobility programmes (in)	3.1
Alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Students in international mobility programmes (out)	0
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Foreign teaching staff, including those in mobility (in)	26.8
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Teaching staff mobility in the scientific area of the study (out).	39

### 6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

#### 6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

O curso recebe a visita de professores europeus e do Brasil ao abrigo do Programa Erasmus + e do Programa Santander Universidades, que dão módulos no mestrado. Existe protocolo com 48 IES distribuídas por 11 países europeus, para intercâmbio de alunos e docentes. Desde 2017, a UBI oferece também a oportunidade de intercâmbio com 12 países fora da UE, ao abrigo do programa International Credit Mobility. Parte do corpo docente é convidada para dar conferências e cursos em diferentes países europeus e no Brasil.

Os alunos podem escolher entre um vasto leque de acordos com diferentes IES para fazerem mobilidade internacional. Verifica-se que a mobilidade out dos alunos se tem realizado maioritariamente no 2º ano do curso, no âmbito dos estágios Erasmus +. Já a mobilidade in dos alunos estrangeiros ocorre apenas no ano curricular do curso.

### 6.3.2. Participation in international networks relevant for the study programme (excellence networks, Erasmus networks, etc.).

The master course is visited by european and Brazilian teachers under the Erasmus + Program and the Santander Universities Program, which provide modules in the Master's program. There is a protocol for students and teachers mobility with 48 universities, located in 11 European countries. Since 2017, UBI also offers the opportunity of mobility with 12 countries outside the EU under the International Credit Mobility program. Part of the teaching staff is invited to give lectures and courses in different European countries and in Brazil.

In the scope of the master's degree, the mobility out of the students has been realized mainly in the second year of the

course, in the scope of the Erasmus + internship programmes. The mobility in of foreign students only occurs in the curricular year of the course.

## 6.4. Eventual informação adicional sobre resultados.

---

### 6.4. Eventual informação adicional sobre resultados.

A direção e comissão científica do curso tem incentivado a publicação dos trabalhos de investigação desenvolvido pelos alunos e supervisionados pelos docentes. Entre as publicações mais recentes destacam-se:

- Theodoro, V. & Gonçalves, G. (2018). *Ética das relações públicas: os casos da Public Relations Review e Journal of Public Relations Research*. Revista *Organicom*. Vol 14, nº 27. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2017.144106>
- Rodrigues, S.S., Paço, A. (2018). *Rotulagem ecológica: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal*. Revista *GESTO: Revista de Gestão Estratégica de Organizações*, 6(2), 2-18. <http://dx.doi.org/10.31512/gesto.v6i2.2713>.
- Paço, A., & Rodrigues, S.S. (2018). *Ecological labelling: a comparative study between Brazil and Portugal*. *Proceedings of the 17th Congress of IAPNM, 6-7th September, Bournemouth, UK (ISBN: 978-1-78926-644-3)*.
- Gonçalves, G. & Lisboa, J. (2017). *ONGs e Comunicação dialógica: A AMI em estudo de caso*. In C. Cerqueira & S. Lamy (Org.), *Voices Plurais – A comunicação das organizações da sociedade civil* (pp. 49-64). Lisboa: Documenta.
- Paço, A., & Oliveira, S. (2017). *Influence Marketing in the Fashion and Beauty Industry*. *Communication Studies*, 25(1), 119-136.
- Santos, A.L.M. & Grafolin, T. (2017). *Ética na comunicação em saúde: o papel da assessoria de imprensa durante um surto de legionella*. In *Revista Comunicação Midiática*, vol. 12, nº 2, pp. 132-147

Acompanhado a aposta na política de acesso aberto definida pela UBI e pelo LabCom, os docentes do mestrado têm apostado na publicação de manuais e na edição ou co-edição de livros coletivos na editora Livros Labcom. Destaque para a coleção luso-brasileira lançada em 2014 - “Relações Públicas e Comunicação Organizacional – Dos fundamentos às práticas”, que conta já com 5 livros coletivos editados.

Relativamente à inexistência de mobilidade out dos alunos de mestrado, estes resultados podem ser explicados por duas razões principais: 1) 30% do anos alunos inscritos no mestrado são brasileiros e portanto estão já deslocados do seu país de residência; 2) muitos alunos portugueses optaram já por fazer mobilidade no 1º ciclo de estudos e já não repetem no mestrado. Em contrapartida, há uma tendência positiva no número de alunos que opta por desenvolver o seu estágio curricular, ao abrigo do programa Erasmus, em diferentes países europeus.

### 6.4. Eventual additional information on results.

The Master’s coordinators have been encouraging the students to present and publish their research. The most recent publications are:

- Theodoro, V. & Gonçalves, G. (2018). *Ética das relações públicas: os casos da Public Relations Review e Journal of Public Relations Research*. Revista *Organicom*. Vol 14, nº 27. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2017.144106>
- Rodrigues, S.S., Paço, A. (2018). *Rotulagem ecológica: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal*. Revista *GESTO: Revista de Gestão Estratégica de Organizações*, 6(2), 2-18. <http://dx.doi.org/10.31512/gesto.v6i2.2713>.
- Paço, A., & Rodrigues, S.S. (2018). *Ecological labelling: a comparative study between Brazil and Portugal*. *Proceedings of the 17th Congress of IAPNM, 6-7th September, Bournemouth, UK (ISBN: 978-1-78926-644-3)*.
- Gonçalves, G. & Lisboa, J. (2017). *ONGs e Comunicação dialógica: A AMI em estudo de caso*. In C. Cerqueira & S. Lamy (Org.), *Voices Plurais – A comunicação das organizações da sociedade civil* (pp. 49-64). Lisboa: Documenta.
- Paço, A., & Oliveira, S. (2017). *Influence Marketing in the Fashion and Beauty Industry*. *Communication Studies*, 25(1), 119-136.
- Santos, A.L.M. & Grafolin, T. (2017). *Ética na comunicação em saúde: o papel da assessoria de imprensa durante um surto de legionella*. In *Revista Comunicação Midiática*, vol. 12, nº 2, pp. 132-147

Along with the open access policy that UBI and LabCom.IFP follow, the professors have published handbooks and collective works on LabCom publishing series. The collection “Public Relations and Organisational Communication – from the foundations to practices”, that already has five available titles.

Regarding the non-existence of outgoing mobility for the master students, this low level can be explained by two major reasons: (1) about 30% of the students are from Brazil, so they are already out of their country; (2) a lot of students have already enrolled in an Erasmus experience during their undergraduate years, and they opt not to for the master’s degree. Otherwise, there has been an increase in the number of the students who choose to do their internship in different European countries, within the Erasmus program.

## 7. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

### 7.1 Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES

---

#### 7.1. Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES (S/N)?

Se a resposta for afirmativa, a Instituição tem apenas que preencher os itens 7.1.1 e 7.1.2, ficando dispensada de preencher as secções 7.2.

Se a resposta for negativa, a Instituição tem que preencher a secção 7.2, podendo ainda, se o desejar, proceder ao preenchimento facultativo dos itens 7.1.1 e/ou 7.1.2.

Não

### 7.1.1. Hiperligação ao Manual da Qualidade.

<http://www.ubi.pt/Ficheiros/Entidades/50821/GABQ/MQ%20UBI.pdf>

### 7.1.2. Anexar ficheiro PDF com o último relatório de autoavaliação do ciclo de estudos elaborado no âmbito do sistema interno de garantia da qualidade (PDF, máx. 500kB).

<sem resposta>

## 7.2 Garantia da Qualidade

**7.2.1. Mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos e das atividades desenvolvidas pelos Serviços ou estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem, designadamente quanto aos procedimentos destinados à recolha de informação (incluindo os resultados dos inquéritos aos estudantes e os resultados da monitorização do sucesso escolar), ao acompanhamento e avaliação periódica dos ciclos de estudos, à discussão e utilização dos resultados dessas avaliações na definição de medidas de melhoria e ao acompanhamento da implementação dessas medidas.**

*Para promover uma cultura da qualidade para a UBI, definiram-se como desígnios da Política da Qualidade (Referencial 1): Garantir a qualidade do ensino, da investigação, da internacionalização e da interação com a sociedade, de acordo com os preceitos legais, as normas internas e os padrões de exigência externa, nacionais e internacionais aplicáveis; Promover um modelo de organização, funcionamento, gestão e governo da Universidade centrado na eficiência, na qualidade, na transparência e na responsabilidade; Implementar um Sistema Interno de Garantia da Qualidade adequado, simples, desburocratizado e eficaz, de forma a garantir a prossecução da missão da universidade, sedimentado numa estratégia de avaliação, monitorização do desempenho, prospeção e dinâmica de melhoria contínua; Fomentar uma cultura de envolvimento de toda a comunidade académica e da sociedade de modo a assegurar a eficácia dos processos e atividades do Sistema Interno de Garantia da Qualidade.*

*A política para a qualidade privilegia a cooperação com a sociedade e a participação dos parceiros internos e externos mais relevantes nos processos de planeamento estratégico, sendo de destacar a participação na composição de órgãos de governo e órgãos consultivos da UBI e a auscultação regular através de variados mecanismos.*

*Em 2009, a Instituição solidificou a Política de Garantia da Qualidade com a criação de uma Pró-Reitoria para a Qualidade e do Gabinete da Qualidade, em alinhamento com o planeamento estratégico da Universidade da Beira Interior (UBI). O Gabinete da Qualidade, como órgão supervisor da gestão e governança da Qualidade, criou, em cada uma das Faculdades existentes, a Comissão de Qualidade da Faculdade – em reestruturação –, composta pela presidência, docentes, estudantes e não docentes, a quem cabe a responsabilidade de implementar a política e os procedimentos da qualidade nas faculdades, conjuntamente com as Comissões de Curso.*

*De referir que a certificação do Sistema Interno de Garantia da Qualidade integra os objetivos estratégicos da UBI no médio prazo, estando, para tal, a serem implementadas medidas de melhoria do sistema, com base no levantamento de necessidades/fragilidades.*

*Em matéria de admissão, progressão, reconhecimento e certificação (Referencial 4), refira-se que estão disponíveis, na página online da UBI, as condições de admissão a cada um dos cursos (em forma de provas de ingresso para os ciclos de formação inicial ou requisitos de admissão para os 2.º e 3.º Ciclos) e a respetiva regulamentação, bem como outros elementos que poderão ser do interesse dos candidatos, designadamente, a certificação dos cursos através da Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior. A divulgação e regulamentação relativas aos Concursos Especiais de Acesso são também feitas através da página própria dos Serviços Académicos da UBI. Na página web, é também disponibilizada a funcionalidade para candidaturas online para os 2.º e 3.º Ciclos e Concursos Especiais de Acesso. A UBI instituiu, através do Despacho Reitoral N.º 17/2004, a emissão automática e gratuita do Suplemento ao Diploma em Português e Inglês para todos os diplomados que concluíam os cursos conducentes aos graus de Licenciado, Mestre e Doutor, conjuntamente com os respetivos Diplomas – carta de Curso/Magistral e Doutoral devidamente regulamentada.*

*Através da página da UBI, é feita a divulgação das condições de apoio para que o estudante prossiga o seu percurso académico, com evidências para o apoio social através dos Serviços de Ação Social da UBI (SASUBI), em termos de bolsas, alojamentos, prática desportiva, apoio médico e respetivas cantinas para alimentação. A proximidade com a comunidade estudantil é reforçada pelo Provedor do Estudante, legalmente previsto, responsável pela promoção dos direitos legítimos dos estudantes, exercendo este a sua ação com autonomia e imparcialidade face aos órgãos e serviços da UBI. Em termos de mecanismos de apoio, deverão ainda ser considerado os Serviços de Informática, que criam e permitem acesso aos estudantes a email próprio e plataformas digitais de conteúdos de interesse como o Moodle, Balcão Virtual, Bibliotecas Digitais, Mobilidade Internacional, etc.*

*Os mecanismos de garantia da qualidade do ciclo de estudos, de monitorização contínua e revisão periódica (Referencial 5) são essencialmente assegurados pelas Direção e Comissão de Curso, a quem compete zelar pelo seu bom funcionamento nos aspetos científicos, pedagógicos e organizativos. Em reuniões periódicas, a Comissão de Curso analisa o contexto, identifica os aspetos positivos e os constrangimentos associados ao ciclo de estudos, delinea estratégias de atuação futura, propõe alterações, implementa medidas corretivas e, anualmente, elabora um relatório de autoavaliação que permite uma visão holística sobre o funcionamento do ciclo de estudos. Os resultados das avaliações externas, que servem de complemento a este documento, são analisados e discutidos primeiramente pela comissão de curso, que propõe formas efetivas de melhoramento. Têm também parte ativa na criação, alteração e melhoria contínua do funcionamento dos cursos o Conselho Científico da Faculdade e o Conselho Pedagógico da Faculdade, que ratifica e aprova todas modificações e criações dos cursos, constituindo-se como os órgãos estatutariamente legais na sua aprovação. Também o Delegado de Ano – estudante eleito pelos seus pares – desempenha um papel importante, enquanto elo entre os estudantes, o Diretor de Curso e a Comissão da Qualidade da Faculdade, promovendo o envolvimento e reflexão sobre o curso na sua plenitude.*

*A Instituição está dotada de mecanismos que possibilitam o planeamento, a gestão e a subsequente tomada de*

decisões de melhoria dos seus serviços e recursos materiais (Referencial 10), de forma a permitir aos estudantes desenvolver um percurso de aprendizagem adequado. Em termos de recursos de apoio às aprendizagens, dispõe de laboratórios onde se simulam e estudam processos adaptados à realidade industrial, instalações com bons índices de luminosidade, conforto climático e sonoro, salas dotadas de ligação à rede wireless, salas de informática, salas de estudo e de trabalhos em grupo, biblioteca com acesso durante 24H durante todo o ano. No que às Necessidades Educativas Especiais diz respeito, tem sido envidado um esforço, no sentido de apoiar os estudantes para que possam alcançar os seus objetivos académicos. A estratégia de apoio é traçada caso-a-caso, consoante as necessidades individuais, e reajustada sempre que necessário. É antecipado o contacto com as escolas da região, no sentido de auscultar as características dos prováveis candidatos à UBI com NEE, para que seja preparada a sua receção. No caso dos estudantes internacionais, a UBI disponibiliza um acompanhamento próximo, através do seu Gabinete de Internacionalização, responsável, entre outros, pelo processo de acolhimento, integração e acompanhamento de estudantes internacionais.

Em termos de gestão da informação (Referencial 11), a principal fonte de informação é constituída pelo Sistema de Informação Académica (Balcão Virtual), com outra obtida a partir de plataformas digitais associadas ao ciclo de estudos, ou facultada pelo GQ, pela presidência da Faculdade ou por outros serviços de apoio institucional. Pode ainda ser considerada toda a informação que resulte de inquéritos ou reuniões com a comunidade do ciclo de estudos (docentes e discentes) e com outras entidades externas à universidade, sempre que necessário. O GQ, em articulação com os Serviços de Informática, coopera com as estruturas locais, providenciando indicadores e informação que facilitem a monitorização, a reflexão, a autoavaliação e a adoção de medidas oportunas. Esta recolha de informação permite a tomada de decisões de gestão dos ciclos de estudos e/ou atividades que permitam incrementar melhorias na vida académica.

**7.2.1. Mechanisms for quality assurance of the study programmes and the activities promoted by the services or structures supporting the teaching and learning processes, namely regarding the procedures for information collection (including the results of student surveys and the results of academic success monitoring), the monitoring and periodic assessment of the study programmes, the discussion and use of the results of these assessments to define improvement measures, and the monitoring of their implementation.**

*The commitment of the University of Beira Interior (UBI) with quality goes back to its creation. In the preamble to its Statutes, UBI identifies as one of the defining presuppositions of its existence and normative principles of its action: "Quality teaching associated with internationally recognized merit investigation" and, in order to comply with this principle, it is committed to "Establish a culture of evaluation as a fundamental element for the promotion of quality". UBI's Internal System of Quality Assurance (IQAS): covers the nuclear processes of UBI's mission; collaborates with strategic management; is supported by information and communication systems, human and material resources; and includes structures, agencies and services. It favours open communication, transparency, inclusion, collective accountability for institutional performance and values evaluation (internal and external) as a catalyst for raising and leveraging quality assurance and improvement in UBI.*

*In order to promote a culture of quality for UBI, purposes of the Quality Policy (Reference 1) were defined as follows: To guarantee the quality of teaching, of research, of internationalization and interaction with society, in accordance with applicable legal norms, internal norms and external, national and international standards of exigency; To promote a model of organization, operation, management and governance of the University centred on efficiency, quality, transparency and responsibility; To implement an adequate IQAS, simple, non-bureaucratic and effective, in order to guarantee the pursuit of the mission of the university, based on a strategy of evaluation, performance monitoring, prospect and continuous improvement dynamics; To promote a culture of involvement of the entire academic community and society in order to ensure the effectiveness of the processes and activities of the IQAS.*

*The quality policy favours cooperation with society and the participation of the most relevant internal and external partners in strategic planning processes, with particular emphasis on participation in the composition of governing agencies and advisory bodies of the UBI and regular evaluation through a variety of mechanisms.*

*In 2009, the Institution consolidated the Quality Assurance Policy with the creation of the Pro-Rectorate for Quality along with the Quality Office, in alignment with the strategic planning of the UBI. The Quality Office, as a supervisory body for quality management and governance, has created, in each of the existing Faculties, the Quality Committee of the Faculty (which is being restructured) and is constituted by the President, teachers, students and non-teachers. This entity is responsible for implementing quality policy and procedures in faculties, in association with Course Committees.*

*It should be taken into account that the certification of the IQAS integrates UBI's strategic objectives in the medium-term.*

*To that end, measures to improve the system are being implemented, based on a needs / weaknesses assessment.*

*In terms of admission, progression, recognition and certification (Reference 4), it is noted that the conditions of admission to each of the courses are available on the institutional webpage (in the form of admission exams for the initial training courses or admission requirements for the 2nd and 3rd cycles of studies), as well as the respective regulations and other elements that may be of applicants interest, namely the certification of courses through the Agency of Evaluation and Accreditation of Higher Education. The disclosure and regulation regarding the Special Contests for Admissions are also made through the UBI Academic Services own website. On the webpage, the functionality for online applications for the 2nd and 3rd cycles and Special Contests for Admissions is also available. UBI instituted, through the Rectoral Dispatch No. 17/2004, the automatically and free of charge issue of the Diploma Supplement in Portuguese and English languages for all graduates who complete the courses leading to Bachelor, Master and Ph.D. degrees, together with the corresponding formal certificates, duly regulated.*

*Through the UBI website, the conditions of support for the student to continue his academic career are published, with evidence for social support through the UBI Social Services (SASUBI), in terms of scholarships, accommodation services, sports, medical support and refectories and meals services.*

*Proximity to the student community is reinforced by the legally established Student Ombudsman, whose purpose is to defend and promote the legitimate rights and interests of students, exercising his or her action with autonomy and impartiality regarding UBI's bodies and services. In terms of support mechanisms, it should also be considered the IT Services, which create and allow students access to their own email and digital platforms such as Moodle, Online Services, Digital Libraries, International Mobility, and so on.*

*The quality assurance, continuous monitoring and periodic review mechanisms of the study cycle (Reference 5) are*



*essentially guaranteed by the Management and Course Committee, who are responsible for ensuring their proper functioning in scientific, pedagogical and organizational aspects. At regular meetings, the Course Committee analyses the context, identifies positive aspects and constraints associated with the study cycle, outlines strategies for future action, proposes changes, implements corrective measures and annually prepares a self-assessment report that provide a holistic view of the functioning of the study cycle. The results of the external evaluations, which complement this document, are analysed and discussed first by the Course Committee, which proposes effective ways of improving. The Scientific and Pedagogical Councils of the Faculty also have an active part in the creation, alteration and continuous improvement of the working state of the courses, since both ratifies and approves all changes and creations of the courses, constituting themselves as statutory bodies in their approval. The Delegate of each year – a student elected by his peers – also plays an important role as a link between the students, the Course Director and the Quality Committee of the Faculty, promoting the involvement and reflection on the course in its fullness. The Institution is equipped with mechanisms that allow the planning, management and subsequent decision making to improve its services and material resources (Reference 10), in order to allow students to develop an adequate learning path. In terms of resources to support learning, UBI has laboratories where processes adapted to the industrial reality are simulated and studied, facilities with proper light levels, climatic and sound comfort, rooms equipped with wireless network connection, computer rooms, study and group work rooms, a library with 24-hour access throughout the year. With regard to Special Educational Needs, an effort has been made to support students so that they can achieve their academic goals. The support strategy is drawn on a case-by-case basis, depending on individual needs, and adjusted whenever necessary. It is anticipated the contact with the schools of the region, in order to ascertain the characteristics of the probable applicants with Special Educational Needs, so that its reception is prepared. Concerning the international students, UBI provides close follow-up, through its Office of Internationalization and Professional Exits, responsible, among others, for the process of welcoming, integrating and accompanying international students. In terms of information management (Reference 11), the main source of information is the Academic Information System (Online Services), among other information obtained from digital platforms associated with the study cycle, or provided by Quality Office, by the Faculty President or other institutional support services. Any information resulting from surveys or meetings with the study cycle community (teachers and students) and other entities outside the university are necessary considered. The Quality Office, in liaison with the IT Services, cooperates with local structures, providing indicators and information that facilitate monitoring, reflection, self-assessment and timely action. This collection of information allows the decision-making of the management of the study cycles and / or activities that allow improvements in the academic life.*

#### **7.2.2. Indicação da(s) estrutura(s) e do cargo da(s) pessoa(s) responsável(eis) pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos.**

*Prof.ª Ana Catarina Carapito, Pró-reitora para a Qualidade; Responsável pelo Gabinete de Qualidade da UBI*

#### **7.2.2. Structure(s) and job role of person(s) responsible for implementing the quality assurance mechanisms of the study programmes.**

*Professor Ana Catarina Carapito, Pro-rector for Quality; Responsible for the Quality Assurance Office of the UBI*

#### **7.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.**

*Os docentes são avaliados com base no Regulamento de Avaliação do Desempenho dos Docentes (RAD) que incide nas vertentes de: Investigação (investigação científica, criação cultural ou desenvolvimento tecnológico); Ensino (desempenho pedagógico, ajustado ao resultado dos inquéritos de avaliação do desempenho preenchidos pelos estudantes, acompanhamento e orientação de estudantes); Transferência de Conhecimento e Tecnologia (extensão universitária, divulgação científica e valorização económica e social do conhecimento); e Gestão Universitária (participação na gestão da instituição e em tarefas relevantes atribuídas pelos órgãos competentes, no âmbito da atividade de docente universitário). Para a permanente atualização dos docentes contribui a implementação de uma política de estímulo à investigação de qualidade, realizada pelo Instituto Coordenador da Investigação, com o objetivo de incentivar projetos de investigação e reconhecer o mérito dos investigadores mais destacados.*

#### **7.2.3. Procedures for the assessment of teaching staff performance and measures for their continuous updating and professional development.**

*Academic staff evaluation is based on the Regulation of Performance Evaluation of Teachers (RAD) which focuses on: Research (scientific research, cultural creation or technological development); Teaching (teaching performance, adjusted to the feedback from the students' questionnaire for assessing teacher performance; student guidance and supervision); Transfer of Knowledge and Technology (university extension, dissemination of science and economic and social enhancement of knowledge); University Management (participation in the management of the institution and other relevant tasks assigned by the competent bodies, falling under the activity of a faculty member). Amongst the measures that contribute to the permanent updating, there is the implementation of a policy in favour of the quality of research, conducted by the Coordinator Institute of Research, with the aim of both encouraging research projects and distinguishing the merit of the most prominent researchers.*

##### **7.2.3.1. Hiperligação facultativa ao Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente.**

<https://dre.pt/application/file/55135285>

#### **7.2.4. Procedimentos de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.**

*O pessoal não-docente é avaliado segundo o SIADAP. Periodicamente, são determinados por Despacho Reitoral: fixação de objetivos em função do Plano de Atividades; transcrição dos objetivos e competências para a plataforma informática; ponderação dos parâmetros da classificação final; composição do Conselho de Coordenação da Avaliação (CCA); constituição da equipa de trabalho para acompanhamento; calendarização; realização de eleições para os vogais representantes dos funcionários na Comissão Paritária (CP) e nomeação dos representantes da Administração na CP. O processo de avaliação compreende: definição de objetivos e competências; monitorização dos objetivos e competências; autoavaliação; avaliação; a harmonização das avaliações e homologação das classificações. Através do CFIUTE, são disponibilizados cursos de formação inicial e contínua, promovidos pela UBI, por instituições externas ou em parceria, e financiados por programas ou pela UBI.*

#### **7.2.4. Procedures for the assessment of non-academic staff performance and measures for their continuous updating and professional development.**

*Non-Academic Staff is evaluated in accordance with the Performance Evaluation System, the (so-called) SIADAP. A Rector's Order often determines: objectives established according to UBI's Operational Plan; upload of the information (objectives/competencies) to the system; weighting of the evaluation parameters; composition of the Evaluation Coordination Council; constitution of the monitoring team; timescale; elections for non-teaching staff representatives to the Joint Committee (JC) and the appointment of the Administration representatives to the JC. Evaluation process comprehends: the definition of objectives/competencies; monitoring of objectives/competencies; self-evaluation; evaluation; harmonisation of the evaluations and homologation of the results. CFIUTE, the Centre for Training and Interaction of the University with the Business Sector, provides Initial and Continuous Training, promoted by UBI And / Or external institutions and financed by UBI itself or through programmes.*

#### **7.2.5. Forma de prestação de informação pública sobre o ciclo de estudos.**

*O mestrado encontra-se publicitado no site, em local próprio e de fácil acesso. O respetivo conteúdo é submetido na plataforma informática pelos docentes e/ou diretor de curso e escrutinados pelo Gabinete de Qualidade. A informação estatística é da responsabilidade da DGES e é atualizada no site da UBI, em tempo real. A divulgação dos cursos é feita pelo Gabinete de Relações Públicas, através de notícias para o site e órgãos de comunicação regionais e nacionais, elaboração de conteúdos para as redes sociais e outros suportes dirigidos à faixa etária do público-alvo, bem como brochuras, folhetos, cartazes e publicidade em guias de ensino superior. Estes materiais são distribuídos em visitas organizadas à UBI, em certames nacionais e internacionais de orientação escolar e de outros âmbitos, e em locais públicos de grande afluência de jovens. Atividades como a Universidade de Verão e a Academia Júnior de Ciência servem, também, para promover os cursos.*

#### **7.2.5. Means of providing public information on the study programme.**

*The master is advertised on the website, and in a location that is easy to access. Its contents are introduced in the platform by the teachers and/or course director and scrutinized by the Office of Quality. DGES is responsible for the statistical data which are updated on the UBI website in real time. Publicity of the courses is supported by the Office of Public Relations, through news for the site and regional and national media, elaboration of contents for social networks and other niche supports directed to the age range of the target audience, as well as brochures, leaflets, posters and advertising in higher education guides. These materials are distributed in organized visits to the UBI, in national and international exhibitions of educational guidance and other scopes, and in public places of great affluence of young people. Activities such as the Winter/Summer University and the Junior Science Academy also serve to promote the courses.*

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

*n.a.*

#### **7.2.6. Other assessment/accreditation activities over the last 5 years.**

*n.a.*

## **8. Análise SWOT do ciclo de estudos e proposta de ações de melhoria**

### **8.1 Análise SWOT global do ciclo de estudos**

#### **8.1.1. Pontos fortes**

- *Coerência dos objetivos do curso com a missão e estratégia da universidade*
- *Coerência entre os objetivos do curso, os conteúdos das disciplinas e as metodologias de ensino-aprendizagem*
- *Estrutura organizacional bem definida e facilidade de comunicação entre as diferentes sub-unidades orgânicas*
- *Relacionamento de proximidade entre docentes e estudantes, possibilitando a identificação de problemas e sua resolução*
- *Curso com elevada procura por parte de alunos nacionais e estrangeiros, visível sobretudo no número de alunos brasileiros (33 % do total de alunos inscritos)*
- *Corpo docente altamente qualificado (100% doutorado) com experiência relevante de ensino e investigação na área de especialização do curso*
- *Corpo docente integrado maioritariamente na unidade de I&D LabCom.IFP, que dirige e/ou participa em projetos de investigação nacionais e internacionais*
- *Número de docentes, de diferentes áreas de investigação, envolvidos na orientação de dissertações e relatórios de*

**estágio/projetos**

- *Docentes envolvidos em atividades de transferência de conhecimento (ex., palestras e workshops abertos à comunidade, publicação em suportes de acesso aberto; ações de formação)*
- *Oferta de UCs com forte componente prática e aproximação ao mundo do trabalho (ex. Atelier de Comunicação estratégica, Assessoria de comunicação) e desenvolvimento de projetos na e com a comunidade envolvente*
- *Número de protocolos com empresas e instituições públicas para o desenvolvimento de estágios curriculares em crescimento*
- *Incentivo aos alunos à publicação em revistas científicas e participação com comunicação em eventos científicos*
- *Parte dos diplomados prossegue estudos no 3º ciclo da UBI*
- *Qualidade das infraestruturas e oferta de espaços para a realização de trabalhos fora das horas letivas (ex. salas de estudo e biblioteca aberta 24 horas)*
- *Estruturas de apoio atualizadas (ateliers, biblioteca, estúdio de rádio e TV) e equipamentos especializados (computadores, câmaras de filmar, máquinas fotográficas)*
- *Infraestruturas residenciais e cantinas para docentes e estudantes próximas*

**8.1.1. Strengths**

- *Coherence of the Master degree goals with the University's mission and strategy*
- *Coherence between the Master degree objectives, the syllabus, and the teaching methodologies and learning outcomes.*
- *A well-defined structure of organization and the easy communication between the different organic sub-units of UBI*
- *A relationship of proximity among students and professors, making possible the problem identification and their resolution*
- *A Master degree with high demand by national and foreign students, especially visible in the increase of Brazilian students (33% of the total enrolled students)*
- *Highly qualified teaching staff (100% with PhD), and specialized in the fundamental areas of the study programme*
- *Teaching staff mostly integrated in the R&D LabCom.IFP unit, which runs and /or participates in both national and international research projects*
- *A good number of professors with different areas of research, engaged in mentoring dissertations and both internship and Project reports.*
- *Teaching staff involved in knowledge transfer activities (conferences/workshops open to the community, publishing in open access supports)*
- *Some curricular units with a strong practical component and the proximity to the professional world (eg. Strategic Communication Workshop, Communication Consultancy) and the development of strategic communication projects with/in the surrounding community*
- *The number of protocols with companies and public institutions for the development of curricular internships is increasing*
- *Incentive to students to publishing in scientific journals and participate with communication in scientific events*
- *Some of the graduated students proceed to a PhD in UBI*
- *Quality of infrastructures and the offer of spaces to accomplish works beyond the teaching schedule (rooms for study and a 24/7 open library)*
- *Updated backup structures (ateliers, library, radio and television studio) and special gear (computers, film cameras and photography cameras)*
- *Residential infrastructures and food courts for both students and professor in the vicinity.*

**8.1.2. Pontos fracos**

- *Decréscimo no número de alunos licenciados em Ciências da Comunicação pela UBI que se candidatam a este mestrado*
- *Número ainda reduzido de projetos pedagógico-científicos diretamente ligados ao tecido empresarial*
- *Ausência de Ucs opcionais, que permitam ao aluno selecionar as mais adequadas ao seu perfil e interesses académicos na área do marketing/gestão; 2 UCs com nome desadequado aos objetivos, conteúdos, e metodologias de ensino-aprendizagem*
- *Número relativamente baixo de docentes em mobilidade (in e out) apesar do largo leque de protocolos já assinados em diferentes países.*
- *Cooperação com os ciclos de estudo nacionais da área ainda insuficientes*
- *Fraco domínio da língua inglesa por parte de alguns estudantes*
- *Taxa baixa de co-autoria de artigos entre mestrandos e docentes/orientadores com publicação em revistas científicas*
- *Inexistência de uma estratégia sustentada de ligação aos antigos alunos para desenvolvimento de projetos em comum*
- *Ausência de um laboratório de comunicação estratégica constituído por alunos e supervisionado por docentes, de apoio ao ensino e investigação*
- *Taxa de conclusão das dissertações de mestrado e relatórios de estágio/projeto relativamente baixa*

**8.1.2. Weaknesses**

- *Decrease in the number of graduate students in Communication Sciences at UBI that apply for this Master degree*
- *Reduced number of both educational and scientific projects connected with the industry*
- *The absence of optional CUs, that allow the student to select the units that fit most his profile and academic interests; two Curricular Units names non-correspondent with the objectives, syllabus and teaching-learning methodologies*
- *A relatively low number of teachers in mobility (in and out)*
- *Weak cooperation with other national cycles of studies*
- *Student's weak proficiency of the english language*

- *Low number of publications co-authored by professors and students in scientific journals*
- *Relationships with former students is not yet fully explored*
- *The lack of a communication laboratory constituted by students and supervised by professors, designed for supporting teaching and research.*
- *The conclusion rate of Master dissertations and internship/ project reports is relatively low*

### 8.1.3. Oportunidades

- *Universidade com boa reputação, integrada em rankings de excelência no ensino e investigação, atrativa para docentes e discentes de alta qualidade*
- *Sendo a única IES na região a oferecer um mestrado em comunicação estratégica, publicidade e relações públicas, continuará a captar alunos das regiões circundantes (por ex. Castelo Branco, Guarda, Abrantes, Portalegre)*
- *Pela sua localização, numa cidade de média dimensão e com bom índice de qualidade de vida, a UBI e o curso beneficiam de condições favoráveis ao recrutamento de estudantes nacionais, mas também estrangeiros, especialmente oriundos dos países da CPLP*
- *A proximidade com Espanha facilita o aumento do número de intercâmbios pedagógico-científicos*
- *A oferta de cursos livres de línguas na UBI, permite a qualificação do corpo docente e discente em inglês ou outras línguas.*
- *Possibilidade de desenvolver projetos científicos e pedagógicos de cariz interdisciplinar devido à inserção do curso numa Faculdade de Artes e Letras e numa Universidade com uma estrutura matricial.*
- *A proximidade dos cursos de design, cinema e jornalismo oferece a oportunidade de criação de projetos pedagógico-científicos comuns*
- *O Labcom.ifp é uma unidade de I&D que permite a integração dos mestrados nos seus projetos de investigação e eventos científicos.*
- *Variedade de acordos assinados com outras IES, oferece um vasto leque de oportunidades de internacionalização, a docentes e discentes*
- *Existência de mecanismos de apoio ao aluno para inserção na vida ativa (gabinete de estágios e saídas profissionais)*

### 8.1.3. Opportunities

- *University with good reputation, integrating excellence ratings in teaching and research, attractive to students and professors of high-quality*
- *Being the only Higher Education Institution in the region to offer a master degree in Public Relations and Advertising, it will continue to attract students from the surrounding areas (e.g., Castelo Branco, Guarda, Abrantes, Portalegre)*
- *Due to its location, in a city of an average dimension with a good living quality, the UBI and the Master degree benefit from the positive conditions for the recruitment of national students, and foreign as well, especially those coming from Portuguese speaking countries*
- *The proximity with Spain makes easier to increase the number of educational and scientific exchange projects*
- *The offer of courses of languages in UBI allows the qualification of both student and teaching staff*
- *The opportunity to develop pedagogical and scientific projects with a cross-disciplinary nature due to the insertion of the Master degree in the Faculty of Arts and Letters and the fact that the course stands in a matrix-like structure University*
- *The proximity with design, cinema and journalism courses provides the opportunity to create educational and scientific projects in common*
- *LabCom.IFP is a R&D unit that allows the integration of the Master degree students in the research projects and in scientific events*
- *The increasing number of protocols and partnerships with foreign universities for the exchange of both students and professors*
- *The existence of support mechanisms to introduce the student in the market (office for internships and professional integration)*

### 8.1.4. Constrangimentos

- *Localização da Universidade no Interior sofrendo por isso todos os constrangimentos da interioridade, assim como a concorrência das universidades do litoral*
- *Tecido empresarial regional de dimensão reduzida dificulta a criação de parcerias de qualidade e sustentáveis*
- *Limitações financeiras podem colocar em risco a contratação de pessoal docente e não docente, a progressão na carreira e a formação contínua*
- *Decréscimo demográfico nacional, principalmente no interior, poderá levar a uma diminuição do número de candidatos*
- *As barreiras linguísticas dificultam a captação de estudantes internacionais fora da comunidade de países de língua portuguesa ou do espaço ibero-americano*
- *Afastamento dos grandes centros, em especial da capital, dificulta a interligação com o mundo empresarial (nomeadamente, com agências de comunicação e de publicidade)*
- *Existência de uma percentagem de trabalhadores-estudantes com disponibilidade reduzida para assistir às aulas*
- *Estudantes com residência fora da Covilhã, com pouca disponibilidade para investigar e estudar na UBI, no 2º ano letivo do curso*
- *Limitações de espaço na Faculdade de Artes e Letras dificultam a atribuição de espaços adequados a projetos experimentais de alunos (por ex., agência de publicidade, agência de RP)*
- *Burocracia e demora na concessão de vistos dificulta a mobilidade dos alunos estrangeiros em tempo útil para frequentarem o curso desde o início do ano letivo.*

### 8.1.4. Threats

- *Location of the university in the Interior region, hence suffering of all the constraints of interiority, as well as the competition from universities located in the coast*

- *Local businesses reduced in number and size, that makes it hard to establish partnerships of quality and sustainable in time*
- *Financial limitations may put at risk the hiring of teaching and non-teaching personnel, the career progression and the on-going education*
- *Decrease in the number of candidates because of the national demographic decline, mainly in the Interior region*
- *The linguistic barriers difficult the engagement with international students outside of the Portuguese and Spanish speaking countries*
- *Standing far from the major urban centres, especially away from the capital city, makes harder the interlink with the market (eg. with advertising and PR agencies)*
- *The existence of a percentage of students who have a job and thus have reduced free time to attend the classes*
- *Students non-residents in Covilhã, with low availability to develop research in UBI, especially in the second year of the Master degree*
- *Space limitations in the Faculty of Arts and Letters make it hard to address the spaces fit to students' experimental projects (e.g. PR agency, advertising agency)*
- *Bureaucracy and the time consuming length in the authorization visa makes it hard for foreign students to start classes in the beginning of the semester*

## 8.2. Proposta de ações de melhoria

---

### 8.2. Proposta de ações de melhoria

#### 8.2.1. Ação de melhoria

*Aumentar o número de ações de esclarecimento junto das turmas de licenciatura. Criar eventos especialmente dedicados aos alunos de 1º ciclo, organizados e protagonizados pelos alunos e alumni de mestrado.*

#### 8.2.1. Improvement measure

*To increase the number of information actions for UBI undergraduate students.  
Create events especially dedicated to 1st cycle students, organized and carried out by master's students and alumni.*

#### 8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

*Alta: implementação contínua/anual*

#### 8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.

*High: annual implementation and in a continuous way*

#### 8.1.3. Indicadores de implementação

*Realização de 2 sessões de esclarecimento/eventos por ano letivo*

#### 8.1.3. Implementation indicator(s)

*Two information sessions/events per lective year*

### 8.2. Proposta de ações de melhoria

#### 8.2.1. Ação de melhoria

*Melhorar a relação de cooperação com diferentes organizações e/ou associações profissionais relevantes na área do ciclo de estudos, para realização de projetos comuns*

#### 8.2.1. Improvement measure

*To improve the cooperation with organizations and/or professional associations in the key-areas of the cycle of studies*

#### 8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

*Média: 3 anos*

#### 8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.

*Medium: 3 years*

#### 8.1.3. Indicadores de implementação

*Criar um Prémio na área da comunicação em conjunto com uma organização representativa da área (por ex. a APCE – Associação Portuguesa de Comunicadores de Empresa) .*

#### 8.1.3. Implementation indicator(s)

*Create a Communication Prize in partnership with a representative organization of the field (eg APCE - Portuguese Association of Business Communicators).*

**8.2. Proposta de ações de melhoria****8.2.1. Ação de melhoria**

*Criação de um grupo de UCs opcionais na área da gestão/marketing; Alteração na denominação de 2 UCs*

**8.2.1. Improvement measure**

*Creation of an optional group of curricular units in the management/marketing area; Changing the label of two curricular units*

**8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida**

*Alta: implementação imediata*

**8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.**

*High: immediate implementation*

**8.1.3. Indicadores de implementação**

*Entrada em vigor do novo plano de estudos*

**8.1.3. Implementation indicator(s)**

*Implementation of the new plan of studies*

**8.2. Proposta de ações de melhoria****8.2.1. Ação de melhoria**

*Continuar a incentivar os docentes a lecionarem por períodos curtos de tempo, em universidades estrangeiras.*

**8.2.1. Improvement measure**

*To encourage the international mobility of the teaching staff.*

**8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida**

*Alta: implementação imediata, numa base anual*

**8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.**

*High: immediate implementation, in an annual basis*

**8.1.3. Indicadores de implementação**

*Realização, no mínimo, de duas mobilidades de docentes do curso por ano.*

**8.1.3. Implementation indicator(s)**

*Two course teachers on mobility per year, minimum.*

**8.2. Proposta de ações de melhoria****8.2.1. Ação de melhoria**

*Melhorar a relação de cooperação com os ciclos de estudos nacionais da área, nomeadamente através do intercâmbio de docentes.*

**8.2.1. Improvement measure**

*To improve the cooperation with the national cycles of studies in the field, namely through teaching staff exchange.*

**8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida**

*Média: 3 anos; periodicidade anual*

**8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.**

*Medium: 3 years ; annual periodicity*

**8.1.3. Indicadores de implementação**

*Realização anual de dois intercâmbios de docentes com ciclos congéneres nacionais*

**8.1.3. Implementation indicator(s)**

*Two exchanges of teachers with national similar high institutions, in an annual base.*

**8.2. Proposta de ações de melhoria****8.2.1. Ação de melhoria**

*Oferecer UCs em língua inglesa; Incentivar os estudantes à frequência de cursos de idiomas leccionados na UBI*

**8.2.1. Improvement measure**

*To offer CUs in English language; to promote UBI language courses*

**8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida**

*Média: 3 anos*

**8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.**

*Medium: 3 years*

**8.1.3. Indicadores de implementação**

*Aumento na frequência de cursos de línguas; Oferecer 2 UCs em inglês*

**8.1.3. Implementation indicator(s)**

*Increase in the frequency of language courses; Offer 2 CUs in english*

**8.2. Proposta de ações de melhoria****8.2.1. Ação de melhoria**

*Estimular a autoria e coautoria de artigos conjuntos de alunos e docentes, através da inclusão desses artigos científicos na componente da avaliação das UCs de cariz mais teórico.*

**8.2.1. Improvement measure**

*To stimulate the authorship and co-authorship of articles concluded by students and professors, through the inclusion of a scientific article as an evaluation component in the some theoretical CUs.*

**8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida**

*Alta: implementação contínua*

**8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.**

*High: continuous implementation*

**8.1.3. Indicadores de implementação**

*Incluir a submissão/publicação de um artigo a uma revista científica na avaliação de 1 UC por semestre*

**8.1.3. Implementation indicator(s)**

*to Include the processo of submission / publication of an article to a scientific journal in the evaluation of 1 UC per semester*

**8.2. Proposta de ações de melhoria****8.2.1. Ação de melhoria**

*Criação de uma base de dados sobre os alumni do curso; planificar eventos que propiciem o seu regresso à UBI, por ex. colóquios ou workshops*

**8.2.1. Improvement measure**

*Creating a database about the alumni of the Master; to promote special events with their participation (ex. Workshops, conferences).*

**8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida**

*Média: em 3 anos, base anual*

**8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.**

*Medium: 3 years, annual basis*

**8.1.3. Indicadores de implementação**

*Organização anual de um evento com antigos alunos (alumni).*

**8.1.3. Implementation indicator(s)**

*Annual organization of an event with alumni.*

**8.2. Proposta de ações de melhoria****8.2.1. Ação de melhoria**

*Definição da equipa e criação formal de um laboratório de comunicação, com um espaço e equipamento adequado ao seu funcionamento.*

**8.2.1. Improvement measure**

*Defining a team and creating formally a Communication Lab with adequate space and equipment to its performance.*

**8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida**

*Média: 3 anos*

**8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.**

*Medium: in 3 years*

**8.1.3. Indicadores de implementação**

*Entrada em funcionamento do laboratório de comunicação.*

**8.1.3. Implementation indicator(s)**

*Start up of the communication laboratory.*

**8.2. Proposta de ações de melhoria****8.2.1. Ação de melhoria**

*Implementar medidas de aferição do progresso do aluno através da criação de momentos de avaliação intercalares da dissertação/relatório, ao longo do ano letivo.*

**8.2.1. Improvement measure**

*Implement measures to learn the progress of the student through the creation of intermediate evaluation moments of the dissertation / report, throughout the school year.*

**8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida**

*alta: contínua*

**8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.**

*High: continuous*

**8.1.3. Indicadores de implementação**

*Aumento do número de alunos que entregam e defendem a sua dissertação/relatório.*

**8.1.3. Implementation indicator(s)**

*Increase in the number of students who submit and defend their dissertation / report.*

**9. Proposta de reestruturação curricular (facultativo)****9.1. Alterações à estrutura curricular**

---



**9.1. Síntese das alterações pretendidas e respectiva fundamentação**

*Através da análise SWOT do Mestrado de comunicação estratégica foi possível detetar algumas fragilidades no plano de estudos passíveis de minimizar com as seguintes alterações na estrutura curricular:*

*a) Introduzir um grupo de 3 UCs opcionais na área científica de gestão/ marketing: "Marketing", "Marketing não Lucrativo e Responsabilidade Social" e "Empreendedorismo". O aluno poderá optar por frequentar a UC que melhor corresponda ao seu perfil e interesses académicos. Desta forma, os alunos que têm já formação em marketing no 1º ciclo podem optar por uma UC mais especializada no mestrado.*

*b) Alteração da nomenclatura de 2 UCs – a UC "Oficina de Escrita Criativa" passa a denominar-se "Oficina de Criatividade" e a UC "Oficina de Imagem", passa a chamar-se "Estratégias de Comunicação". A nova nomenclatura proposta reflecte de forma mais fidedigna os objetivos e conteúdos dessas duas UCs.*

**9.1. Synthesis of the proposed changes and justification.**

*With the swot analysis of the Master Programme it was possible to detect some weaknesses in the study plan that could be minimized with the following changes in the curricular structure:*

*a) Introduce a group of 3 optional UCs in the area of management/marketing: Marketing; Non-Profit Marketing and Social Responsibility; and Entrepreneurship. The student may choose to attend the UC that best matches his profile and academic interests. In this way, students who already had marketing training in the 1st cycle can opt for a more specialized UC in the master's degree.*

*b) Change on the label of 2 CUs - the CU "Creative Writing Laboratory" is now called "Creativity Workshop" and the UC "Image Workshop" becomes "Communication Strategies". The new proposed nomenclature reflects better the objectives and contents of these CUs.*

**9.2. Nova estrutura curricular pretendida (apenas os percursos em que são propostas alterações)****9.2.****9.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):**

*<sem resposta>*

**9.2.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable).**

*<no answer>*

**9.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and number of credits to award the degree**

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*	Observações / Observations
Ciências da Comunicação	CC	102	0	
Marketing/Gestão	MKT/G	0	6	
Filosofia	FIL	6	0	
Gestão	G	6	0	
<b>(4 Items)</b>		<b>114</b>	<b>6</b>	

**9.3. Plano de estudos****9.3. Plano de estudos - - 1/1****9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):**

*<sem resposta>*

**9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**

*<no answer>*

**9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:**

*1/1*

**9.3.2. Curricular year/semester/trimester:**

*1/1*

**9.3.3 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 Argumentação	CC	Semestral	168	45-TP;15-OT	6	
Ética Aplicada	FIL	Semestral	168	45-TP;15-OT	6	
Oficina de Escrita Criativa	CC	Semestral	168	45-TP;15-OT	6	
Estratégias de Comunicação	CC	Semestral	168	45-TP;15-OT	6	
Marketing	MKT	Semestral	168	45-TP;15-OT	6	UC optativa
Marketing não-lucrativo e Responsabilidade Social	MKT	Semestral	168	30 TP	6	UC optativa
Empreendedorismo	G	Semestral	168	60 TP	6	UC optativa

(7 Items)

**9.3. Plano de estudos - - 1/2****9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***<sem resposta>***9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***<no answer>***9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:***1/2***9.3.2. Curricular year/semester/trimester:***1/2***9.3.3 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)
Modelos de Comunicação	CC	Semestral	168	45-TP; 15-OT	6	
Metodologias de Investigação para a Comunicação Estratégica	CC	Semestral	168	45-TP; 15-OT	6	
Atelier de Comunicação Estratégica	CC	Semestral	168	45-TP; 15-OT	6	
Estratégia Empresarial	G	Semestral	168	45-TP; 15-OT	6	
Assessoria de Comunicação	CC	Semestral	168	45-TP; 15-OT	6	

(5 Items)

**9.3. Plano de estudos - - 2 (anual)****9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***<sem resposta>***9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***<no answer>***9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:***2 (anual)***9.3.2. Curricular year/semester/trimester:***2 (Annual)***9.3.3 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
---	--	---------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	------	-------------------------------

Práticas de Trabalho Científico em Comunicação Estratégica	CC	Anual	224	OT: 30	8
Dissertação/Estágio com Relatório/Projeto com Relatório	CC	Anual	1456	OT: 30	52

(2 Items)

## 9.4. Fichas de Unidade Curricular

---

### Anexo II - Empreendedorismo

#### 9.4.1.1. Designação da unidade curricular:

*Empreendedorismo*

#### 9.4.1.1. Title of curricular unit:

*Entrepreneurship*

#### 9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

*G*

#### 9.4.1.3. Duração:

*semestral*

#### 9.4.1.4. Horas de trabalho:

*168*

#### 9.4.1.5. Horas de contacto:

*60 TP*

#### 9.4.1.6. ECTS:

*6*

#### 9.4.1.7. Observações:

*<sem resposta>*

#### 9.4.1.7. Observations:

*<no answer>*

#### 9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

*Luís Manuel do Carmo Farinha - 60TP*

#### 9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

*<sem resposta>*

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

*Desenvolver nos estudantes comportamentos empreendedores baseados em fatores de inovação tecnológica, estimulando atitudes de iniciativa e de assunção de riscos calculados, para que estes possam atuar como agentes de mudança nas organizações ou no sentido de criar o seu próprio negócio. É esperado que os alunos consigam desenvolver ou melhorar produtos, processos e ou métodos de negócio, que permitam a exploração económica dos seus conhecimentos e ideias. As principais competências e conhecimentos a adquirir pelo estudante no âmbito da unidade curricular são: conhecer os principais conceitos de empreendedorismo e inovação; concretizar o planeamento estratégico, de marketing e operacional do negócio; realizar um projeto de investimento e analisar a sua viabilidade económica e financeira; elaborar o plano de negócio; conceber e apresentar um pitch.*

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

*Develop entrepreneurial behaviours in students, encouraging attitudes of initiative, innovation and calculated risk-taking, so that they can act as change agents in organizations or to create their own business, developing or improving products, processes and or business methods that allow the economic exploitation of their knowledge and ideas. The key skills and knowledge acquired by the student in the course are: to understand the main concepts of entrepreneurship and innovation; to perform business strategic, marketing and operational planning; to develop a business plan and evaluate financial and economic viability; to write and present a pitch.*

**9.4.5. Conteúdos programáticos:***Da ideia ao plano de negócio*

- 1.1. *Introdução ao empreendedorismo e à inovação*
- 1.2. *Determinantes do empreendedorismo*
- 1.3. *Formas jurídicas da nova empresa*
- 1.4. *Modelação de negócios*
- 1.5. *Projetos de vocação empreendedora*
2. *Estratégia e marketing*
  - 2.1. *A visão, missão e o modelo de negócio*
  - 2.2. *Análise da envolvente*
  - 2.3. *Fatores chave para o sucesso*
  - 2.4. *Planeamento estratégico do negócio*
  - 2.5. *Desenvolvimento do marketing-mix do negócio*
  - 2.6. *Análise dos mercados (B2B e B2C)*
3. *Proteção da propriedade intelectual*
  - 3.1. *Propriedade intelectual*
  - 3.2. *Formas de proteção*
  - 3.3. *Requerimentos formais de pedido de patentes*
4. *Estudo da viabilidade económico-financeira*
  - 4.1. *Dossier de investimento*
  - 4.2. *Principais indicadores de análise económico-financeira*
  - 4.3. *Análise económico-financeira histórica*
  - 4.4. *A estrutura de um projeto de investimento*
  - 4.5. *Projeções económico-financeiras*
  - 4.6. *Formas de financiamento*
5. *Elaboração e apresentação do plano de negócio*

**9.4.5. Syllabus:***From idea to business plan*

- 1.1. *Introduction to entrepreneurship and innovation*
- 1.2. *Conditionings to entrepreneurship*
- 1.3. *Firm legal forms*
- 1.4. *Business modelling*
- 1.5. *Entrepreneurship projects*
2. *Strategy and marketing*
  - 2.1. *Business vision, mission and the business model*
  - 2.2. *Business environment analysis*
  - 2.3. *Key success factors*
  - 2.4. *Strategic business planning*
  - 2.5. *Business marketing-mix development*
  - 2.6. *Market analysis (B2B e B2C)*
3. *Protection of intellectual property rights*
  - 3.1. *Intellectual Property Rights*
  - 3.2. *Means to protect IPR*
  - 3.3. *Formal procedures for patenting request*
4. *Study on the economic and financial viability*
  - 4.1. *Investment actions and its business relevance*
  - 4.2. *Main economic and financial indicators*
  - 4.3. *Historic economic-financial analysis*
  - 4.4. *The investment project structure*
  - 4.5. *Economic-financial projections*
  - 4.6. *Means of funding to a new business*
5. *Development and submission of a business plan*

**9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular**

*Os conteúdos da UC permitem que o estudante adquira os conhecimentos e competências preconizadas. O primeiro capítulo transmite os conhecimentos sobre o processo empreendedor, as competências e atitudes que fomentam o espírito empreendedor, visando a geração de novos negócios e projetos. O segundo capítulo foca-se na importância da gestão estratégica para a nova empresa, explicando como se pode desenvolver vantagem competitiva no mercado. O terceiro capítulo fornece conhecimento sobre os ativos de propriedade intelectual e permite que o aluno compreenda a natureza das patentes, dos direitos que elas permitem, e o processo para a sua apresentação. O quarto capítulo fornece os conceitos básicos relativos às principais demonstrações económicas e financeiras e à elaboração e preparação de um dossier de investimento., incluindo a preparação de um projeto de investimento e análise da sua viabilidade. O quinto capítulo consiste no desenvolvimento e apresentação de um plano de negócio.*

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

*The course syllabus allows student to acquire the knowledge and skills advocated as follows. The first chapter discusses entrepreneurship, seeking to stimulate entrepreneurial behaviour, attitudes of initiative and innovation, targeting new businesses. The second chapter highlights the importance of strategic management, explaining how market competitive advantages may be sought. The third chapter provides knowledge on IPR assets, the patent request and presentation procedure and, patent rights. The fourth chapter explains the main concepts of economic and*

*financial demonstrations, including the how to create an investment application. Finally, the fifth chapter is focused on creating and presenting a business plan.*

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

*O ensino é baseado no método expositivo com interação com os estudantes e estudo de casos (aprendizagem baseada em problemas). Realização de trabalhos em grupo e apresentação e discussão coletiva dos trabalhos na sala de aula.*

*A avaliação de conhecimentos por frequência e por exame final envolve obrigatoriamente a realização de uma prova escrita, um trabalho prático (Plano de Negócios) e um Pitch. Nota-se que o trabalho prático e o pitch têm de ser entregues por escrito e apresentados oralmente. A nota mínima em qualquer das componentes identificadas é de 8,5 valores em 20. A Nota Final é obtida da seguinte forma:*

*Nota Final = 40% (Nota da prova escrita) + 45% (trabalho prático) + 15% (pitch).*

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

*Teaching is based on the expositive method with student interaction, case studies (problem based learning) and group assignment works with presentation and discussion in the classroom.*

*Assessment by frequency or by final exam mandatory includes one written test, one case study (business plan) and one pitch. The case study and the pitch must be submitted in written form and presented (oral presentation).*

*The minimum score on each component is 8.5 out of 20 values. The final grade is obtained according to the following formula:*

*Final grade = 40%(written test) + 40%(case study) + 15% pitch.*

#### **9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*Os objetivos da unidade curricular são atingidos através da articulação da componente expositiva com a componente de aprendizagem baseada em problemas, casos de estudo e realização de trabalhos de grupo com discussão coletiva. Com esta abordagem metodológica pretende-se incentivar o espírito crítico e possibilitar que o estudante obtenha os conhecimentos e adquira e consolide as competências estabelecidas.*

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

*The Course unit's objectives are achieved through the combination of the expositive and problem-based learning components, case studies and group assignment work with open discussion in the class room. This methodological approach intendeds to enable the student with necessary knowledge and skills, whilst contributing towards the student social abilities and self-critical awareness.*

#### **9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:**

*Ferreira, M., Santos, J., Serra, F. (2008). Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa. Edições Sílabo.*

*Pigneur, Y. and Alexander O. (2011). Criar Modelos de Negócio. Edições D. Quixote.*

*Duarte, C. and Esperança, J.P. (2014). Empreendedorismo e Planeamento Financeiro: Transformar oportunidades em negócios. Criar micro, pequenas e médias empresas (2ª Edição). Edições Sílabo.*

*Park, C. (2016) Contemporary Engineering Economics, 6th Edition, Perason*

*Kuratko, D.(2015). Introduction to Entrepreneurship, 9th Edition, International Edition.*

*J. Sepulveda, W. Souder, B. Gottfried. (1984). Schaum´s outlines of theory and problems of Engineering Economics, MacGraw-Hill.*

*Carmo Farinha, L. M., Ferreira, J. J. ., Smith, H. L., & Bagchi-Sen, S. (2015). Handbook of research on global competitive advantage through innovation and entrepreneurship. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8348-8>*

## **Anexo II - Marketing não lucrativo e responsabilidade social**

### **9.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

*Marketing não lucrativo e responsabilidade social*

### **9.4.1.1. Title of curricular unit:**

*Nonprofit Marketing and Social Responsibility*

### **9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:**

*MKT*

### **9.4.1.3. Duração:**

*semestral*

**9.4.1.4. Horas de trabalho:**

168

**9.4.1.5. Horas de contacto:**

30 TP

**9.4.1.6. ECTS:**

6

**9.4.1.7. Observações:**

&lt;sem resposta&gt;

**9.4.1.7. Observations:**

&lt;no answer&gt;

**9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):**

Arminda Maria Finisterra do Paço - 30TP

**9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:**

&lt;sem resposta&gt;

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

*Pretende-se dotar o aluno de competências genéricas e específicas essenciais para quando ingressar no mercado de trabalho e/ou levar a cabo uma investigação científica. Em termos gerais espera-se que desenvolva um apurado sentido crítico, que gere novas ideias e seja criativo, que aprenda a trabalhar em equipa e que desenvolva capacidades para investigar um determinado problema no âmbito do marketing não lucrativo e/ou social. Especificamente, espera-se que defenda a importância do papel que a função 'Marketing' deve assumir na gestão das organizações não lucrativas; que identifique as especificidades do marketing público, através da análise de dimensões relacionadas com o serviço público e com o "cliente" desse serviço; identifique ações de marketing social levadas a cabo pelos organismos públicos, pelas associações de desenvolvimento e pelas empresas públicas; e que identifique e planifique práticas sustentáveis.*

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

*This discipline aims to provide a wider perspective of the marketing management, in the current context, as well as to indicate how to design the marketing concepts and implement the adequate tools at the marketing mix level. In general terms, it is hoped that students could develop a refined critical sense, generate new ideas and be creative, learn to work in group and develop abilities to solve marketing problems in organisations. Specifically, it is intended that the student defends the importance of the Marketing function in a organisation; that he/she will be able to clearly distinguish the strategic and the operational functions; and that he/she knows to apply the acquired knowledge about the marketing mix, to simulate the implementation of a plan including the product, price, distribution and communication politics.*

**9.4.5. Conteúdos programáticos:**

1. *Alargamento do âmbito do Marketing*
2. *Marketing Não lucrativo*
  - 2.1. *Introdução*
  - 2.2. *Organizações Não Lucrativas (ONL)*
  - 2.3. *Marketing público*
  - 2.4. *Marketing político e eleitoral*
3. *Marketing Social*
  - 3.1. *Definição e âmbito*
  - 3.2. *Elementos do MS*
  - 3.3. *Processo de gestão*
  - 3.4. *Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Marketing de Causas*
4. *Sustentabilidade e Marketing Ambiental*
  - 4.1. *Desenvolvimento sustentável*
  - 4.2. *Sustentabilidade nos negócios*
  - 4.3. *Green marketing*

**9.4.5. Syllabus:**

1. *Broadening the scope of Marketing*
2. *Non-Profit Marketing*
  - 2.1. *Introduction*
  - 2.2. *Non-Profit Organizations (NPO)*
  - 2.3. *Public Marketing*
  - 2.4. *Political and electoral marketing*

- 3. Social Marketing
  - 3.1. Definition and scope
  - 3.2. Elements of MS
  - 3.3. Management process
  - 3.4. Corporate Social Responsibility (CSR) and Cause Related Marketing
- 4. Environmental Sustainability and Marketing
  - 4.1. Sustainable development
  - 4.2. Business Sustainability
  - 4.3. Green marketing

**9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular**

*Os temas abordados (alargamento do âmbito do marketing, marketing não lucrativo, marketing social, responsabilidade social e sustentabilidade) visam dotar o aluno de conhecimentos gerais e específicos essenciais para quando ingressar no mercado de trabalho e/ou levar a cabo uma investigação científica. Dadas as problemáticas abordadas (ex. sector público vs privado, marketing público vs político, etc.), espera-se que os alunos desenvolvam um apurado sentido crítico e discutam os temas argumentando convenientemente. Estes conteúdos mostram ao estudante a importância do papel que a função 'Marketing' deve assumir na gestão das organizações públicas e das organizações não lucrativas e ajudam-no a identificar e planificar práticas sustentáveis.*

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

*The topics covered (scope of marketing, non-profit marketing, social marketing, social responsibility and sustainability) aim to provide the student with general and specific knowledge essential to when entering in the job market and/or carrying out scientific research. Given the issues addressed (e.g., public vs private sector, public vs political marketing, etc.), students are expected to develop a keen critical sense and discuss the issues arguing conveniently. These contents show the student the importance of the role that the Marketing function should play in the management of public organizations and non-profit organizations and help them to identify and plan sustainable practices.*

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

*As aulas funcionam em regime teórico-prático. Ao longo do semestre são apresentados os conteúdos teóricos, incentivando-se os alunos a intervir nas aulas. No final de cada subcapítulo é disponibilizada ao aluno uma tarefa que pode consistir na resolução de casos práticos, procura de casos reais, investigação de um problema, etc.*

*A avaliação é contínua e os discentes serão avaliados com base em:*

*(1) Trabalho de grupo (60%) - elaboração de um estudo de caso devendo contemplar uma organização, ou um aspeto dessa organização (ex. marketing mix, política de responsabilidade social ou sustentabilidade, mercado) pertencente ao sector público, terceiro sector ou entidade privada; pode focar qualquer tema abordado nas aulas.*

*(2) Teste individual (35%)*

*(3) Presença nas aulas (5% - cerca de 80% das aulas)*

*Os alunos com classificação final inferior a 6 valores (0-20) e assiduidade inferior a 50% não são admitidos a exame (excluindo-se desta modalidade os trabalhadores-estudantes).*

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

*The lectures are theoretical and practical. The lecturer teaches the theoretical concepts and the students are called to intervene in the classes; at the end of each chapter the student should do a task - resolution of practical cases, search for some topic, solve a marketing problem, etc.*

*Assessment is ongoing and students will be assessed on the basis of:*

*(1) Group work (60%) - preparation of a case study that should include an organization, or an aspect of that organization (eg marketing mix, social responsibility or sustainability policy, market, etc.) public, third sector or private entity; can be focused on any topic addressed in class.*

*(2) Individual test (35%)*

*(3) Presence in class (5% - about 80% of classes)*

*Students with a final grade of less than 6 (0-20) and attendance of less than 50% are not admitted to the exam (excluding work students).*

**9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.**

*As aulas teórico-práticas são adequadas ao programa da UC, pois permitem a aprendizagem dos conteúdos teóricos e a prática de exercícios de estudo de caso.*

*Os métodos de avaliação utilizados permitem verificar se os alunos sabem elaborar, apresentar e discutir convenientemente um estudo de caso e o teste individual permite verificar se os principais conceitos teóricos foram apreendidos.*

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

*The theoretical-practical classes are appropriate to the curricular unit program, as they allow the learning of theoretical contents and the practice of case study exercises.*

*The evaluation methods used allow to verify if the students know how to elaborate, present and discuss a case study, and the individual test allows to verify if the main theoretical concepts have been apprehended.*

**9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:**

*Andreasen, A. R. (1995), Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development and the Environment, Jossey-Bass Publications, San Francisco.*

*Chapman, D.; Cowdell, T. (1998), New Public Sector Marketing, Financial Times Management/Pitman Publishing, London.*  
*Drucker, Peter F. (1990), Managing the Non-Profit Organization, Butterworth Heinemann, Oxford.*  
*Kotler, P., Lee, N. (2005), Corporate Social Responsibility John Wiley & Sons Inc.*  
*Kotler, P. ; Andreasen, A. (2003), Strategic Marketing for Non-Profit Organisations, 6th Ed., Prentice Hall Inc., NJ.*  
*Lovelock, C.; Weinberg, C. (1984), Marketing for Public and Nonprofit Managers, John Wiley & Sons, NY.*  
*Sargeant, A. (2005), Marketing Management for Nonprofit Organizations, 2nd Ed., Oxford University Press, Oxford.*  
*Young, S., Dhanda, K. (2013). Sustainability – Essentials for Business. Sage Publications, Inc. California, USA.*

## 9.5. Fichas curriculares de docente

---

### Anexo III - Luís Manuel do Carmo Farinha

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

*Luís Manuel do Carmo Farinha*

#### 9.5.2. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)