

Caracterização do ciclo de estudos.

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

Fedespab - Fundação De Ensino E Desenvolvimento De Paços De Brandão

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

Fedespab - Fundação De Ensino E Desenvolvimento De Paços De Brandão

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

Instituto Superior De Paços De Brandão

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

Instituto Superior De Paços De Brandão

A3. Ciclo de estudos:

Marketing, Publicidade e Relações Públicas

A3. Study cycle:

Marketing, Advertising and Public Relations

A4. Grau:

Licenciado

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

Despacho nº 9205/2008, de 28 de Março

A6. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Marketing e Publicidade

A6. Main scientific area of the study cycle:

Marketing and Advertising

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

342

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

<sem resposta>

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

<sem resposta>

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

180

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

3 anos / 6 semestres

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

3 years / 6 semesters

A10. Número de vagas aprovado no último ano lectivo:

40

A11. Condições de acesso e ingresso:

São condições de acesso ao curso de licenciatura de Marketing, Publicidade e Relações Públicas:

1. Titularidade de um curso de ensino secundário ou de habilitação legalmente equivalente;

2. Realização, no ano da candidatura ou nos dois anos letivos anteriores, de uma das seguintes provas de ingresso (a que alude a alínea a) do art. 24º do DL nº 296-A/98, de 25.09) e obtido, nessa prova, uma classificação igual ou superior a 95 pontos numa escala de 0 a 200:

09-Geografia

11-História
18-Português

3. Apresentação, na nota de candidatura a que se referem os artigos 24º, al. c) e 26º do DL nº 296-A/98, de 25.09), de uma classificação igual ou superior a 95 pontos numa escala de zero a duzentos, calculada segundo a seguinte fórmula: classificação final do ensino secundário com um peso de 65% e classificação da prova de ingresso com um peso de 35%.

O ingresso no curso de Marketing, Publicidade e Relações Públicas está sujeito a limitações quantitativas decorrentes do número de 40 vagas.

A11. Entry Requirements:

The conditions regarding the entrance to the degree course of Marketing, Advertising and Public Relations are:

1. The ownership of a secondary school course or a legally equivalent qualification

2. To have in the year of application or during the 2 years preceding school, one of the following entrance exams (regarding the point a) article 24 of Dec-Law N.296-A98,25.09)

09-Geography

11-History

18-Portuguese

and obtained in this test, a rating equal to or superior than 95 points on a scale of 0 to 200

3. In the application mark referred to the articles 24, al. c) and 26 of Dec-Law N.296-A98,25.09) must be presented a rating equal to or superior than 95 points on a scale of zero to two hundred, calculated according to the following formula: final ranking of secondary education with a weight of 65% and classification of the entrance exam with a weight of 35%.

The entrance in the Marketing, Advertising and Public Relations course depends also from the number of vacancies, which is a maximum of 40.

A12. Ramos, opções, perfis...

Pergunta A12

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

Não

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

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

Opções/Ramos/... (se aplicável):

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

<sem resposta>

A13. Estrutura curricular

Mapa I - Não aplicável

A13.1. Ciclo de Estudos:

Marketing, Publicidade e Relações Públicas

A13.1. Study Cycle:

Marketing, Advertising and Public Relations

A13.2. Grau:

Licenciado

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

Não aplicável

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

Not applicable

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

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
Marketing / Marketing	MKT	52	0
Publicidade / Publicity	PUB	52	0
Relações Públicas / Public Relations	RP	34	0
Ciências da Comunicação / Communication Sciences	CC	18	0
Ciências Sociais e Humanas / Human and Social Sciences	CSH	12	0
Tecnologias da Informação e Comunicação / Information Technology and Communication	TIC	6	0
Línguas / Languages	LNG	6	0
(7 Items)		180	0

A14. Plano de estudos

Mapa II - Não aplicável - 1º Ano / 1º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:*Marketing, Publicidade e Relações Públicas***A14.1. Study Cycle:***Marketing, Advertising and Public Relations***A14.2. Grau:***Licenciado***A14.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***Não aplicável***A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***Not applicable***A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º Ano / 1º Semestre***A14.4. Curricular year/semester/trimester:***1st Year /1st Semester***A14.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Teoria da Comunicação I / Communication Theory I	CC	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Teoria e História da Publicidade / Theory and History of Advertising	PUB	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
Direito Empresarial / Business Law	RP	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
Metodologia nas Ciências Sociais / Methodology in Social Sciences	CSH	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Tecnologias da Informação e Comunicação / Information Technology and Communication	TIC	Semestral / Semester	162	TP-16; PL-48; OT-16	6	--
(5 Items)						

Mapa II - Não aplicável - 1º Ano / 2º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:*Marketing, Publicidade e Relações Públicas***A14.1. Study Cycle:***Marketing, Advertising and Public Relations*

A14.2. Grau:
Licenciado

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

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)
Not applicable

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
1º Ano / 2º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
1st Year / 2nd Semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Teoria da Comunicação II / Communication Theory II	CC	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Análise de Dados em Marketing / Data Analyses in Marketing	MKT	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
Teoria e História das Relações Públicas / Theory and History of Public Relations	RP	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
Noções de Contabilidade / Accounting Concepts	MKT	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
Psicologia da Publicidade / Psychology of Advertising	PUB	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
(5 Items)						

Mapa II - Não aplicável - 2º Ano / 1º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:
Marketing, Publicidade e Relações Públicas

A14.1. Study Cycle:
Marketing, Advertising and Public Relations

A14.2. Grau:
Licenciado

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

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)
Not applicable

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
2º Ano / 1º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
2nd Year / 1st Semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Inglês Aplicado / Applied English	LNG	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Comunicação Publicitária / Advertising Communication	PUB	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Marketing e Pesquisa de Mercado / Marketing and Market Research	MKT	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Comunicação de Risco e de Crise /		Semestral /				

Crisis and Risk Communication	RP	Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Direito da Comunicação e da Publicidade / Publicity and Communication Law (5 Items)	PUB	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--

Mapa II - Não aplicável - 2º Ano / 2º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Marketing, Publicidade e Relações Públicas

A14.1. Study Cycle:

Marketing, Advertising and Public Relations

A14.2. Grau:

Licenciado

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

Não aplicável

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

Not applicable

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º Ano / 2º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:

2nd Year / 2nd Semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estilo e Codificação Jornalística / Style and Journalistic Encoding	CC	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Gestão de Produtos e Marcas / Managing Products and Brands	MKT	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Comunicação Gráfica e Audiovisual I / Graphic Communication and Audiovisual I	PUB	Semestral / Semester	162	TP-16; PL-48; OT-16	6	--
Técnicas de Criatividade / Technical Creativity	PUB	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Ética e Cidadania / Ethics and Citizenship (5 Items)	CSH	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--

Mapa II - Não aplicável - 3º Ano / 1º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:

Marketing, Publicidade e Relações Públicas

A14.1. Study Cycle:

Marketing, Advertising and Public Relations

A14.2. Grau:

Licenciado

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

Não aplicável

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

Not applicable

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
3rd Year / 1st Semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Comunicação Gráfica e Audiovisual II / Graphic Communication and Audiovisual II	PUB	Semestral / Semester	162	TP-16; PL-48; OT-16	6	--
Planeamento e Gestão de Meios / Planning and Resource Management	MKT	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
Atelier de Agência / Agency Workshop	PUB	Semestral / Semester	162	TP-16; PL-48; OT-16	6	--
Organização e Gestão de Eventos / Organization and Event Management	RP	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Marketing Industrial e de Serviços / Industrial Marketing and Services	MKT	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
(5 Items)						

Mapa II - Não aplicável - 3º Ano / 2º Semestre

A14.1. Ciclo de Estudos:
Marketing, Publicidade e Relações Públicas

A14.1. Study Cycle:
Marketing, Advertising and Public Relations

A14.2. Grau:
Licenciado

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

A14.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)
Not applicable

A14.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
3º Ano / 2º Semestre

A14.4. Curricular year/semester/trimester:
3rd Year / 2nd Semester

A14.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Assessoria de Imprensa / Press Office	RP	Semestral / Semester	162	TP-32; PL-32; OT-16	6	--
Marketing Directo e Merchandising / Direct Marketing and Merchandising	MKT	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
Organização e Gestão de Empresas / Organization and Management	MKT	Semestral / Semester	162	TP-64; OT-16	6	--
Projeto / Estágio	Marketing, Publicidade e Relações Públicas	Semestral / Semester	324	S/E-80	12	--
(4 Items)						

Perguntas A15 a A16

A15. Regime de funcionamento:
Outros

A15.1. Se outro, especifique:

A15.1. If other, specify:

Day and Evening Classes.

A16. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos (a(s) respectiva(s) Ficha(s) Curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa VIII)

Sérgio Dominique Ferreira Lopes

A17. Estágios e Períodos de Formação em Serviço

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

Mapa III - Protocolos de Cooperação

Mapa III - Câmara Municipal de Espinho

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

Câmara Municipal de Espinho

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Município de Espinho.pdf](#)

Mapa III - Numérica - Produções Multimédia, Lda.

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

Numérica - Produções Multimédia, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Numérica - Produções Multimédia, Lda.pdf](#)

Mapa III - SSM - Sociedade de Serviço de Moldes, Lda.

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

SSM - Sociedade de Serviço de Moldes, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._SSM - Sociedade de Serviço de Moldes, Lda.pdf](#)

Mapa III - LACTOGAL Produtos Alimentares

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

LACTOGAL Produtos Alimentares

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Lactogal, Produtos Alimentares, SA.pdf](#)

Mapa III - EUROMOLA - Industria de Colchões de Molas, S.A.

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

EUROMOLA - Industria de Colchões de Molas, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Euromola - Indústria de Colchões de Molas, Lda.pdf](#)

Mapa III - MA Salgueiro, S.A.

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

MA Salgueiro, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._M.A Salgueiro.pdf](#)

Mapa III - Sociedade Portuguesa de Arlíquido, Lda.

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

Sociedade Portuguesa de Arlíquido, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Sociedade Portuguesa Arlíquido, Lda.pdf](#)

Mapa III - 1/2 de Publicidade, Lda.

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

1/2 de Publicidade, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._1.2 de Publicidade, Lda.pdf](#)

Mapa III - Américo Coelho Relvas, Sucrs, S.A.

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

Américo Coelho Relvas, Sucrs, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Américo Coelho Relvas, Sucrs, SA.pdf](#)

Mapa III - SOCORI - Sociedade de Cortiças de Rio Meão, S.A.

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

SOCORI - Sociedade de Cortiças de Rio Meão, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Socori- Soc. de Cortiças de Riomeão, SA.pdf](#)

Mapa III - Manuel A. P. Santos, Projetos e Construção, S.A.

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

Manuel A. P. Santos, Projetos e Construção, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Manuel A. P. Santos; Projectos e Construção, S.pdf](#)

Mapa III - SOREMA - Tapetes e Cortinas de Banho, S.A.

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

SOREMA - Tapetes e Cortinas de Banho, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Sorema - Tapetes e Cortinas de Banho, Sa.pdf](#)

Mapa III - FRASA, SGPS, S.A.

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

FRASA, SGPS, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Frasa, SGPS, Sa.pdf](#)

Mapa III - Realcork - Industria Transformadora de Cortiças, Lda.

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

Realcork - Industria Transformadora de Cortiças, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Realcork - Ind. Traformadora de Cortiças, Lda..pdf](#)

Mapa III - Papeleira Portuguesa, S. A.

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

Papeleira Portuguesa, S. A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Papeleira Portuguesa, Sa.pdf](#)

Mapa III - Fábrica de Papel da Zarrinha, S.A.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Fábrica de Papel da Zarrinha, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Fábrica de Papel e Cartão da Zarrinha, Sa.pdf](#)

Mapa III - Bi-Silque, Artigos para casa e escritório, S.A.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Bi-Silque, Artigos para casa e escritório, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Bi-Silque - Artigos para Casa e Escritório, SA.pdf](#)

Mapa III - Centro Tecnológico da Cortiça

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Centro Tecnológico da Cortiça

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Centro Tecnológico da Cortiça.pdf](#)

Mapa III - SDP Portugal - Serviços de Distribuição Frigorífica, Lda.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
SDP Portugal - Serviços de Distribuição Frigorífica, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._SDF Portugal - Serviços de Distribuição Frigorífica, Lda..pdf](#)

Mapa III - AGIREN, Lda.

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

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Agiren, Lda.pdf](#)

Mapa III - Faurecia - Assentos de Automóvel, Lda.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Faurecia - Assentos de Automóvel, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
<sem resposta>

Mapa III - CORK SUPPLY Portugal, S. A.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
CORK SUPPLY Portugal, S. A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Cork Supply Portugal, SA.pdf](#)

Mapa III - Feira Viva, Cultura e Desporto, E. M.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Feira Viva, Cultura e Desporto, E. M.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Feira Viva, Cultura e Desporto.pdf](#)

Mapa III - Álvaro Coelho & Irmãos, S. A.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Álvaro Coelho & Irmãos, S. A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Alvaro Coelho & Irmãos Sa.pdf](#)

Mapa III - Firstmodels, Unipessoal, Lda.

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

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._FirstModels - Unipessoal Lda.pdf](#)

Mapa III - Best Models, S.A.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Best Models, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Best Models, Sa.pdf](#)

Mapa III - Hospital de São Sebastião, E.P.E.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Hospital de São Sebastião, E.P.E.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Hospital de São Sebastião.pdf](#)

Mapa III - FROMAFERIES BEL PORTUGAL, S.A.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
FROMAFERIES BEL PORTUGAL, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Fromageries Bel Portugal.pdf](#)

Mapa III - SEDACOR - Sociedade Exportadora de Artigos de Cortiça, Lda.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
SEDACOR - Sociedade Exportadora de Artigos de Cortiça, Lda.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Sedacor Soc.Export.Artigos de Cortiça, Lda.pdf](#)

Mapa III - AEF - Associação Empresarial do Concelho de Santa Maria da Feira

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
AEF - Associação Empresarial do Concelho de Santa Maria da Feira

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._AEF - Assoc. Empresarial Concelho Stª M.Feira..pdf](#)

Mapa III - Aveifeira - Carnes e Aves da Feira, S.A.

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Aveifeira - Carnes e Aves da Feira, S.A.

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._Aveifeira - Carnes e Aves da Feira, SA.pdf](#)

Mapa III - A. R. S. do Centro Sub-Região de Saúde de Aveiro

A17.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
A. R. S. do Centro Sub-Região de Saúde de Aveiro

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[A17.1.2._ARS do Centro - Sub Região de Saúde de Aveiro..pdf](#)

Mapa III - Instituto da Qualidade em Saúde

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

Instituto da Qualidade em Saúde

A17.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[A17.1.2._Instituto da Qualidade em Saúde.pdf](#)

Mapa IV. Mapas de distribuição de estudantes

A17.2. Mapa IV. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.(PDF, máx. 100kB)

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

<sem resposta>

A17.3. Recursos próprios da instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes no período de estágio e/ou formação em serviço.

A17.3. Indicação dos recursos próprios da instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e períodos de formação em serviço.

Os estágios curriculares terão apoio e acompanhamento técnico, científico e pedagógico de uma equipa designada por Comissão Científico-Pedagógica de Projeto/Estágio, composta pelo Coordenador de Projeto/Estágio, que lhe preside, pelo Diretor de Curso, pelos Docentes responsáveis pela unidade curricular de Projeto/Estágio e pelos orientadores de Projeto/Estágio, e que, em matéria de estágios, tem as competências definidas no art. 50º do Regulamento de Projeto/Estágio.

Existe ainda no ISPAB um Coordenador de Projeto/Estágio que se encarrega de fazer a coordenação dos Estágios.

Todos os estágios decorrerão sob orientação científica e pedagógica de um docente do ISPAB pertencente à área técnico-científica em que se vai realizar o estágio, nomeado pela Comissão Científico-Pedagógica do Projeto/Estágio, sob proposta do Coordenador do Projeto/Estágio, e que se designa por Tutor de Estágio, tendo as competências definidas no art. 53º do Regulamento de Projeto/Estágio.

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

The curricular traineeships will have technical, scientific and pedagogical monitoring and support of a team known as Scientific Pedagogical Committee of the Project/Internship, composed by the Project/Internship Coordinator, who chairs it, by the Course Director, by the Teachers responsible for the curricular unit of the Project/Internship and by the mentors of the Project/Internship, that have the competences set out in article 50 of the Project/Internship Regulation.

There is also in ISPAB a coordinator Project/Internship which is responsible for the coordination of the traineeships.

All internships will take place under the guidance of a scientific and pedagogic teacher of ISPAB, who belongs to the scientific-technical area where the internship will take place. This teacher is appointed by the Scientific Pedagogical Commission of the Project/Internship, and is named as the Internship Tutor, having the competences set out in article 53 of the Project/Internship Regulation.

A17.4. Orientadores cooperantes

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

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

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

[A17.4.1._Regulamento Projeto-Estágio.pdf](#)

Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclos de estudos de formação de professores).

A17.4.2. Mapa V. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclo de estudos de formação de professores) / Map V. External supervisors responsible for following the students' activities (only for teacher training study cycles)

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

<sem resposta>

Pergunta A18 e A19

A18. Observações:

O ciclo de estudos de licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas resultou da adequação, no âmbito do Processo de Bolonha, do curso de licenciatura bietápica de Relações Públicas e Publicidade.

Visando formar profissionais com elevada qualificação técnica e científica nas áreas do marketing, da publicidade e das relações

públicas, dotados de uma sólida formação humana, a licenciatura em MPRP constitui um ciclo de estudos transversal, de "banda larga", com um plano de estudos multidisciplinar, não estruturado em especializações, composto por 29 unidades curriculares, todas obrigatórias, que, aproveitando as potencialidades científicas das diversas áreas do conhecimento abrangidas, se encontra especialmente orientado para o mercado de trabalho, capaz de dotar os diplomados de múltiplas competências técnicas, tornando-os polivalentes e, assim, aptos a corresponder a um vasto e extenso elenco de saídas profissionais.

O ciclo de estudos está organizado em áreas científicas que garantem a transversalidade de conhecimentos, cuja abrangência multidisciplinar leva a que o estudante contacte com todas as áreas da comunicação empresarial e organizacional - marketing, publicidade, relações públicas, jornalismo, contacte com as novas tecnologias da informação e comunicação aplicada, apreenda princípios éticos e deontológicos, aprenda e pratique Inglês aplicado e adote regras de metodologia de investigação e pesquisa em ciências sociais.

Trata-se de um ciclo de estudos de grande tendência profissionalizante patente no seu plano de estudos e nas competências abrangentes que visa conferir, alicerçadas numa formação de base humanista, através de um processo de ensino e aprendizagem ativo, atual, prático, autoreflexivo e personalizado, promovendo a capacidade crítica, criativa e empreendedora, com vista à formação de profissionais polivalentes, dotados de múltiplas competências técnicas e científicas, qualificando-os e capacitando-os, assim, para o desempenho de diversas funções.

No ciclo de estudos de MPRP, o desenvolvimento de conhecimentos e competências dos estudantes assenta em modelos de organização curricular e métodos de ensino e aprendizagem marcados por uma forte componente prática (prática laboratorial), com unidades curriculares dotadas de conteúdos programáticos que permitem simular a realidade profissional, orientados para desenvolver a criatividade dos estudantes, capacitando-os para o desenvolvimento de campanhas de marketing e de publicidade e para a assunção de funções de comunicação e relações públicas.

Para conclusão do ciclo de estudos os estudantes podem desenvolver um trabalho final de projeto numa área à sua escolha, em ambiente de seminário, ou poderão realizar um estágio, coorientado por um técnico pertencente à entidade acolhedora (supervisor) e por um docente do ISPAB (tutor), que culmina na elaboração de um relatório que será objeto de apresentação e discussão pública perante um júri de avaliação próprio.

A18. Observations:

The degree course in Marketing, Publicity and Public Relations has resulted from the adequacy of the Bologna Process, derived from the bietic degree with the same name, offered by ISPAB since 1990, date of the beginning of its operations. Its aim is to train professionals with a high scientific and technical qualification in the area of Marketing, Publicity and Public Relations, with a solid human formation. A degree in MPPR is a transversal study cycle of "broadband", with a multidisciplinary study plan, unstructured in specializations, composed of 29 curricular units, all of which are of obliged undertaking and has taken into consideration the advantage of scientific potential of the various areas of knowledge. It is especially geared to the labour market, being able to equip graduates of multiple skills, making them versatile and able to correspond with a wide and extensive cast of professional outputs.

The course is organized in scientific areas that ensure the transversality of knowledge, whose multidisciplinary enlargement leads the students to contact with all areas of the corporate and organizational communication-marketing, advertising, public relations, journalism, contact with the new technologies of information and applied communication, to seize ethical principles and business ethics, learn and practice Applied English and adopt rules of methodology and research in social sciences.

This is a course that ensures the transversality of knowledge, with a large tendency of professionalization present in its study plan and its skills that aims the human formation, through a process of active, current, practical, self-reflective and personalized teaching/ learning process, able to promote the critical, creative and entrepreneurial capacity, with the aim to train multifunctional professionals with multiple technical and scientific skills, qualifying them and empowering them for the performance of various professions in many areas of the course.

In the cycle of studies of MPPR, the development of knowledge and skills of the students is based on curricular organization models and methods of teaching/learning marked by a strong practical element (laboratory practice), with curricular units, which syllabus allow the simulation of professional realities, where students may develop their creativity and are able to develop marketing and publicity campaigns to assume communication and public relations functions.

To conclude the study cycle, the students may develop a final project report with a theme of their choice, in seminar environment, or they may do an internship supervised by a technician of an receiving entity (supervisor) and a teacher of ISPAB (tutor), that has its culmination in the elaboration of a consolidated report on the work done, which will be the subject of a public presentation and discussion in front of an assessment jury.

A19. Participação de um estudante na comissão de avaliação externa

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

Não

1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

1.1. Objectivos gerais definidos para o ciclo de estudos.

Formar profissionais especializados na comunicação empresarial e organizacional, aptos a atuar com competência técnica em domínios que englobam a análise, conceção, produção e implementação de ações de marketing, publicidade e relações públicas, quer em organizações públicas, quer em organizações privadas.

Este curso visa conferir os conhecimentos e as competências multidisciplinares necessários para que os futuros profissionais das áreas do marketing, publicidade e relações públicas, actuando no âmbito de equipas de trabalho, fiquem aptos a:

- Comunicar corretamente com os diversos públicos das empresas e de outras organizações;
- Conceber e desenvolver campanhas publicitárias e de promoção de vendas através da implementação de instrumentos de marketing no comércio, na indústria e nos serviços;
- Analisar e planificar a comunicação empresarial e institucional numa perspetiva ampla e integrada;
- Realizar estudos de mercado, organizar e gerir eventos, conduzir visitas.

1.1. Study cycle's generic objectives.

To train professionals specialised in corporate and organizational communication, able to act with technical competence in areas which include analysis, design, production and implementation of marketing, advertising and public relations actions in public

and private organizations.

This course aims to provide the knowledge and skills necessary for future multi-disciplinary professionals in the areas of marketing, advertising and public relations, within the scope of work teams. The professionals will be able to:

- Communicate properly with the various audiences of businesses and other organizations;
- Design and develop advertising campaigns and sales promotion through the implementation of marketing instruments in trade, industry and services;
- Analyze and plan corporate and institutional communication in a broad and integrated perspective;
- Perform market researches, organize and manage events, guide visits.

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

Os objetivos gerais deste ciclo de estudos encontram-se em total coerência com a missão e a estratégia do ISPAB enquanto instituição de ensino superior politécnico.

De acordo com o artigo 4º dos seus Estatutos, o ISPAB assume-se como centro de criação, transmissão e difusão da cultura e do saber de natureza profissional, através da articulação do estudo, do ensino, da investigação orientada e do desenvolvimento experimental e tem como objetivos primordiais:

- a) Promover e desenvolver a formação humana, cultural, científica e técnica;
- b) Educar para a vida cívica e para a vida ativa no respeito pela ética e pelos direitos humanos;
- c) Estimular a criação e a difusão cultural e o desenvolvimento do pensamento reflexivo e do espírito científico;
- d) Incentivar a educação ao longo da vida de modo a permitir a aprendizagem permanente;
- e) Assegurar a diversificação da formação técnica e profissional;
- f) Promover a divulgação de conhecimentos culturais que constituem o património da humanidade com vista a favorecer o entendimento do Homem e do meio em que vive;
- g) Incentivar a pesquisa, a investigação científica aplicada, o desenvolvimento experimental e a inovação tecnológica;
- h) Fomentar a interação com a comunidade envolvente, numa perspetiva de valorização recíproca;
- ...
- k) Contribuir para o desenvolvimento do país, particularmente da região em que se insere.

Para a prossecução destes objetivos, compete em especial ao ISPAB (nº 2 do art. 4º dos Estatutos):

- a) Promover e desenvolver a formação de nível superior politécnica com vista ao exercício de atividades profissionais;
- b) Ministar o ensino superior e conceder os graus académicos nos termos que lhe estão ou venham a estar autorizados pelo ministério que tutela o ensino superior;
- ...

Através destes objetivos e atribuições estatutários, verifica-se que o projeto educativo, científico e cultural do ISPAB consagra a promoção do ensino, da cultura, da formação e da educação da comunidade, numa perspetiva diversificada, polivalente e humanista, intervindo em áreas que se considerem importantes para o desenvolvimento da região e do país.

Encontrando-se implantado numa região caracterizada por uma grande concentração demográfica e uma forte densidade empresarial e organizacional, registando grande desenvolvimento e com relevante impacto na sociedade portuguesa e na economia do país, o ISPAB, assumindo a sua natureza de instituição de ensino superior politécnico e no exercício das suas atribuições de ministrar o ensino superior de natureza profissionalizante, oferece o curso de licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas, o qual, através de um programa formativo multidisciplinar, especialmente orientado para o mercado de trabalho, conduz à formação de técnicos polivalentes e especializados, dotando-os dos conhecimentos e das competências necessários ao exercício de diversas atividades profissionais determinantes para o desenvolvimento da região de Aveiro Norte e do país.

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

The General Objectives of this study cycle are in full consistency with the mission and strategy of ISPAB as a Polytechnical University.

In accordance with article number 4 of its statutes, ISPAB assumed itself as the centre of creation, transmission and dissemination of culture and knowledge of professional nature, through the articulation of the study, teaching, research and experimental development and has as fundamental objectives:

- a) To promote and develop the human, cultural, scientific and technical formation;
- b) To educate students to the civic life and active life while respecting ethics and human rights;
- c) To stimulate the creation and dissemination of culture and the development of reflective thinking and scientific spirit;
- d) To encourage lifelong education of permanent learning approach;
- e) To ensure the diversification of technical and vocational training;
- f) To promote the dissemination of knowledge that constitutes the cultural heritage of Humankind with the view to promote understanding of the Humanity and its Surroundings;
- g) To encourage scientific research, applied research, experimental development and technological innovation;
- h) To encourage interaction with the surrounding community, with a view to mutual appreciation;
- ...

- k) To contribute to the development of the country, particularly the region in which the school is integrated in;

To pursue these aims, The ISPAB (number 2 of article 4 of the Statute) has specially the duty:

- a) To promote and develop the training of Polytechnical University Level to make professional activities possible;
- b) To teach University Level and to concede academic degrees that were already or will be authorised by the Ministry that rules the University Level;

Through these goals and further assignments, it turns out that the educational, scientific and cultural plan of ISPAB promotes the teaching, the culture, the training and the community's education, in a diversified and comprehensive, humanistic perspective, intervening in areas which are considered important for the development of the region and the country.

Being deployed in a region characterized by a large demographic concentration and a strong organizational and business density, knowing a rapidly developing and with relevant impact on Portuguese society and in the economy of the country, the ISPAB, assumes itself as a Polytechnical University Institution and assuming its vocational nature for professionalizing, offers the degree course in marketing, advertising and public relations, which, through a multidisciplinary training programme, specially geared to the labour market, forms multipurpose and specialized technicians, giving them knowledge and tools required for the accomplishment of various professional activities crucial for the development of the North Region of Aveiro and the country.

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

Distribuição de documentação específica, designadamente guia de cursos, brochuras do curso e guia informativo;

Disponibilização de informação no sítio do ISPAB na internet;

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

*Distribution of specific documentation, including courses guide, course brochures and informational guide;
Provision of information on the site of ISPAB and on the internet;
Information and clarification at meetings of the Board of Course.*

2. Organização Interna e Mecanismos de Garantia da Qualidade

2.1 Organização Interna

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

Conselho de Direção ou Conselho Técnico-Científico: Propõem à Fundação instituidora do ISPAB (FEDESPAB), para que esta autorize e, conseqüentemente, requeira a acreditação e o registo, a criação, alteração, suspensão ou extinção de ciclos de estudos, depois de obtido parecer favorável do Conselho Técnico-Científico (se a proposta for do Conselho de Direção), do Conselho Pedagógico e do Conselho Geral - artigos 32º, al. k), 37º, nº 1, al. f), 42º, nº 1, al. i), 27º, al. f) e 14º, nº 2, al. d) e e) dos estatutos do ISPAB.

Revisão e actualização dos conteúdos programáticos: assegurada pelo Diretor do Curso, como responsável pela coordenação das atividades científicas e pedagógicas, depois de apreciada pelo Conselho de Curso - artigos 53º e 59º dos estatutos do ISPAB. Distribuição do serviço docente: proposta pelo Diretor de Curso, aprovada pelo Conselho Técnico-Científico e homologada pelo Presidente do ISPAB - artigos 53º, f), 37º, nº 1, f), 32º, nº 3, c) dos estatutos do ISPAB.

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

The Direction Council or Scientific-Technical Council: propose the Foundation Establishment of Ispab (FEDESPAB) to authorize and consequently require the accreditation and the registration, the creation, the modification, the suspension or the revocation of the study cycle, after obtaining the assent of the Scientific-Technical Council (if the proposal is from the Direction Council), of the Pedagogical Council and of the General Council -articles 32, al. k),37, no 1, al. f),42, no 1 al.1) 27, al. f) and 14, no 2, al. d) and e) of the ISPAB's Statutes.

Review and updating of the syllabus:ensured by the Course Director,responsible for coordinating pedagogical and scientific activities,after been examined by the Course Council -articles 53 and 59 of the ISPAB's Statutes.

Teacher service distribution is proposed by the Course Director,approved by the Scientific andTechnical Council and approved by the Chairman of ISPAB-articles 53, f),37, n 1, f),32, no.3,c) of the ISPAB's Statutes.

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

Orientando-se, entre outros, pelo princípio da gestão pedagógica participada, o ISPAB incentiva os seus docentes e estudantes a participar ativamente na vida da instituição.

Assim, é assegurada aos docentes e aos estudantes a sua representatividade nos diversos órgãos de gestão pedagógica, designadamente no Conselho Geral, no Conselho Pedagógico e nos Conselhos de Curso, o que permite a participação ativa nos processos de tomada de decisões que afectam o processo de ensino e aprendizagem - artigos 3º, 18º, 25º, 40º, 58º e 90º dos estatutos.

Os docentes gozam ainda do direito de se pronunciarem junto da entidade instituidora sobre matérias relacionadas com a gestão administrativa, científica e pedagógica do ISPAB - art. 90º, nº 2.

Os estudantes são chamados a pronunciar-se, regular e sistematicamente, através de inquéritos anónimos, sobre o desempenho docente e o funcionamento dos processos em cada unidade curricular, sendo a informação recolhida importante na tomada de decisão.

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

Guided,among others,by the principle of the participated educational management,ISPAB encourages teachers and students to actively participate in the life of the institution.

Thus it is ensured to teachers and students to their representativeness in the various educational management councils ,for instance,the General Council,the Educational and the Course Council, which allow active participation in decision-making processes that affect the process of teaching and learning-articles 3,18,25,40,58º and 90ºof the statu tes.

The teachers have also the right to express their views under the auspices of establishing authority on matters related to the administrative, scientific and pedagogical management of ISPAB-article.90,no.2.The students are called upon to pronounce themselves,regularly and systematically, through anonymous surveys,about the teachers performance and the functioning of the processes in each curricular unit.The collected information is important for the decision making.

2.2. Garantia da Qualidade

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

No ISPAB cada curso de graduação tem um Diretor e um Subdiretor, técnicos da ou das áreas profissionais do curso, que são os responsáveis pela coordenação da avaliação do ciclo de estudos e das atividades científicas e pedagógicas desenvolvidas nesse ciclo de estudos, (artigos 68º e 51º a 56º dos estatutos do ISPAB).

Por outro lado, em cada ciclo de estudos ministrado existe um Conselho de Curso, composto pelos docentes do ciclo de estudos e por representantes dos estudantes, que se encarrega do estudo e do debate das orientações, métodos e resultados das atividades de ensino do respetivo ciclo de estudos (artigos 57º e sgs dos estatutos).

Tanto os Diretor e Subdiretor de Curso como o Conselho de Curso, estando devidamente investidos dos poderes nesta área e assumindo um efetivo exercício destes poderes, em conjugação de competências com o Conselho Pedagógico (artigo 42º, al. c),

constituem importantes estruturas de garantia da qualidade do ensino ministrado em cada ciclo de estudos.

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

In ISPAB each graduation course has a Director and a Deputy Director, technical of one or more professional areas of the course, which are the responsible for the coordination of the evaluation of the course of study and scientific and pedagogical activities developed in this course of study, (art68and51to56of the Statute of ISPAB). On the other hand, in each course of study taught, there is a Class Council consisting of lecturers/teachers of the course of study and by representatives of students, who is in charge of the study and discussion of the guidelines, methods and results of teaching activities of the respective course (art57 and sequent of the statutes). Both the Director and Deputy Director of the course as well as the Council of Course are duly invested by the powers in this area and assuming an effective exercise of these powers, they constitute in conjunction with the Pedagogical Council (art 42, a.c) important quality assurance structures of instruction given in each course of study.

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

O responsável pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade é o docente Professor Doutor Diamantino Fernando Azevedo Lopes que desempenha, no ISPAB, o cargo de Promotor de Avaliação e Qualidade e, como tal, coordena as equipas encarregues da auto-avaliação e da implementação de procedimentos internos de garantia da qualidade. A avaliação e a garantia da qualidade é supervisionada pelo Conselho Pedagógico.

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

The responsible for the implementation of quality assurance mechanisms is the teacher Professor Diamantino Fernando Azevedo Lopes, who in ISPAB, has the position of Prosecutor of evaluation and quality and, as such, coordinates the teams responsible for self-evaluation and the implementation of internal quality assurance procedures. The evaluation and quality assurance is overseen by the Pedagogical Council.

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

Os procedimentos formais de recolha de informação, acompanhamento e avaliação periódica do ciclo de estudos, aprovados pelo Conselho Pedagógico, são os seguintes:

- Inquéritos pedagógicos anónimos realizados aos estudantes relativamente ao processo de ensino-aprendizagem (inquéritos pedagógicos) com vista a aferir sobre o desempenho dos docentes e o funcionamento das unidades curriculares;*
- Relatório de docência a elaborar pelo docente responsável de cada unidade curricular no final do período letivo e depois de realizada a avaliação de conhecimentos e competências, e no qual se pronuncia sobre as condições de ensino/aprendizagem, os seus resultados, efetua, caso entenda, a sua auto-avaliação e propõe medidas de melhoria dos resultados.*
- Informação estatística sobre a atividade letiva e os resultados da avaliação de conhecimentos e competências fornecida pelos Serviços Administrativos.*
- Inquéritos de empregabilidade dirigidos a diplomados.*
- Inquéritos aos empregadores.*

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

The formal procedures for collecting information, monitoring and periodic assessment of the course of study, approved by the Pedagogical Council are the following:

- Anonymous Teaching Surveys held for the students related to the process of teaching-learning (pedagogical surveys) with the goal to assess teachers ' performance and the functioning of the curricular units;*
- Report prepared by the teacher responsible for each curricular unit at the end of the academic period and after the assessment test of knowledge and skills, which shows the results of the teaching/learning conditions, and it also, if necessary, may be considered the teacher's self-evaluation and he/she may propose measures to improve results.*
- Statistical information on academic activity and the results of the assessment of knowledge and skills provided by the administrative services.*
- Surveys of employability aimed at graduates.*
- Employers ' surveys.*

2.2.4. Ligação facultativa para o Manual da Qualidade

<sem resposta>

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

Os resultados das avaliações do ciclo de estudos são do conhecimento do Conselho de Direção do ISPAB, do Diretor e Subdiretor de Curso e são submetidos a análise e discussão do Conselho Pedagógico e do Conselho de Curso com vista à definição e implementação das ações de melhoria de procedimentos consideradas pertinentes. Toda a informação recolhida através dos vários instrumentos, depois de devidamente tratada, é analisada e considerada na gestão pedagógica do ciclo de estudos: os resultados dos inquéritos pedagógicos aos estudantes e do relatório de docência elaborado pelos docentes para a definição de ações de melhoria do processo de ensino e aprendizagem, os resultados dos inquéritos dirigidos a diplomados e a empregadores destes para a definição de ações de melhoria da qualidade do ensino e de adequação do ciclo de estudos às necessidades da comunidade e do meio empregador.

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

The results of the evaluations of the course of study are known by the Direction Board of ISPAB, by the Director and Deputy Director of the course and are subjected to analysis and discussion of the Pedagogical Council and of the Council Course with the aim to define and implement actions of improvement procedures which are considered relevant. Any information gathered through the different instruments, after having been fully treated, is analysed and considered in pedagogical management of the cycle studies such as the results of the teaching surveys to the students and the teaching report prepared by the teachers for the definition of actions to improve the teaching and learning process, the results of the surveys to the graduates and employers to define actions to improve the quality of the teaching and the adequacy of the course of study to the needs of the community and of the employer.

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

Adequação ao regime jurídico fixado pelo Decreto-Lei nº74/2006, de 24.03, que consagrou em Portugal o novo regime de

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

Suitability to the legal framework set by the Decree-Law No. 74/2006, of 24.03 which enshrined by law in Portugal, the new system of organization of University courses determined by the Bologna Agreement.

3. Recursos Materiais e Parcerias

3.1 Recursos materiais

3.1.1 Instalações físicas afectas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços lectivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.).

Mapa VI - Instalações físicas / Map VI - Spaces	
Tipo de Espaço / Type of space	Área / Area (m2)
Armazém e Arquivo Morto / Warehouse and Archive	60
Arrumos / Storage Area	40
Auditório / Auditorium	270
Biblioteca - Centro de Documentação e Informação / Library - Documentation and Information Center	70
Centro de Desenvolvimento de Competências / Competences Development Centre	50
Espaço da Tuna Masculina - Loco Mui Tuna / Male Student's Musical Group (academic)	15
Gabinete Conselho de Direcção / The Executive Office	30
Instalações Sanitárias (12 wc) / Sanitary Facilities (12 wc)	180
Laboratório de Audio-visuais / Audio-visual Lab	40
Laboratório de Informática - Formação Profissional / Computer Lab - Professional Training	45
Laboratório de Informática 1 / Computer Lab 1	58
Laboratório de Informática 2 / Computer Lab 2	40
Laboratório de Informática 3 / Computer Lab 3	40
Laboratório de Projecto Profissional em Simulação Empresarial / Entrepreneurial Simulation Project Lab	70
Laboratório de Química / Chemistry Lab	66
Laboratório de Revelação de Fotografia / Photo Laboratory	15
Reprografia / Photocopy Centre	25
Sala 1 / Room 1	80
Sala 10 / Room 10	40
Sala 11 / Room 11	40
Sala 12 / Room 12	40
Sala 13 / Room 13	40
Sala 14 / Room 14	45
Sala 15 / Room 15	50
Sala 16 / Room 16	40
Sala 17 / Room 17	80
Sala 18 / Room 18	40
Sala 2 / Room 2	40
Sala 3 / Room 3	50
Sala 4 / Room 4	45
Sala 5 / Room 5	40
Sala 6 / Room 6	40
Sala 7 / Room 7	40
Sala 8 / Room 8	40
Sala 9 / Room 9	56
Sala Sede da Associação de Estudantes - AAISPAB / Students' Association Room	46
Sala de Convívio de Estudantes / Common Students' Area / Game Room	40
Sala de Reuniões / Meeting Room	15
Sala de Reuniões para Docentes / Teachers' Room	25
Sala dos Docentes / Teachers' Room	30
Serviços Administrativos / Administrative Services	60
Serviços Financeiros / Financial Services	40
Snack-Bar / Cafeteria / Snack Bar	70
Área bruta dos dois pisos / Two floors total area	4800
Área de implantação do edifício / Building geographical area	5500

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

materiais e TICs).

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

Equipamentos e materiais / Equipment and materials	Número / Number
Laboratórios de Informática / Computer Labs	3
- Computadores PC com acesso à internet / Computers with access to internet	39
- Impressoras / Printers	3
- Scanners / Scanners	2
Laboratório de Audiovisuais / Audiovisual Lab	1
- Computadores PC com acesso à internet / Computers with access to internet	3
- Computador Macintosh / Macintosh Computer	1
- Impressora / Printer	1
- Scanner / Scanner	1
- MovieBox USB Pinnacle Systems / MovieBox USB Pinnacle Systems	1
- Mesa de montagem de audio e video semi-profissional / Semi-professional audio and video mixer	1
- Monitores de vídeo / Video Monitor	2
- Câmara de Vídeo 8mm / Video Camera 8mm	1
- Tela de projecção e projector de luz / LCD projector	1
- Leitor/gravador de CDs e DVDs / CD and DVD player	1
- Máquinas fotográficas / Cameras	3
- Aparelhagem de som / Stereo Sound	1
Laboratório de Revelação de Fotografia / Photography Lab	1
- Ampliadores de revelação / Amplifying photography equipment	5
- Bancada de revelação / Photography developing Stands	1
Videoprojectores / video projectors	4
Televisores / TV sets	2
Leitor/gravador de vídeo VHS / VHS player	2
Quadros interactivos / interactive whiteboards	4
Toda a área do edifício está coberta por uma rede wireless de acesso livre / The overall building area is covered by a free wireless lan	1

3.2 Parcerias

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

No âmbito do I Encontro de Oportunidades de Negócios Brasil - Portugal, o ISPAB outorgou um protocolo de cooperação com base no qual se criou uma parceria internacional em que são intervenientes: a Associação Comercial de Santos, a FIESP - Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, o CIESP - Centro das Indústrias do Estado de São Paulo, o CEDV - Conselho Empresarial do Entre Douro e Vouga, a ESAN - Escola Superior de Aveiro Norte da Universidade de Aveiro, a FORESP - Escola Tecnológica de Vale de Cambra/Associação para a Formação e Especialização Tecnológica, o ISVOUGA - Instituto Superior de Entre Douro e Vouga, a UNISANTOS - Universidade Católica de Santos e a UNISANTA - Universidade Santa Cecília (Santos).

3.2.1 International partnerships within the study cycle.

Within the framework of the First Meeting of Opportunities of Business, Brazil-Portugal, ISPAB awarded a cooperation protocol with which was created an international partnership in which are involved: the Associação Comercial de Santos, the FIESP-Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, CIESP-Centro das Indústrias do Estado de São Paulo, the CEDV-Conselho Empresarial de Entre Douro e Vouga, the ESAN-Escola Superior de Aveiro Norte of Aveiro University, FORESP-Escola Tecnológica de Vale de Cambra/Association for Training and Technological Expertise, the ISVOUGA-Instituto Superior de Entre Douro e Vouga, the UNISANTOS-Universidade Católica de Santos and the UNISANTA- Universidade de Santa Cecília (Santos)

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

O ISPAB assinou protocolo de cooperação, ao abrigo do qual constituiu um consórcio denominado "Rede Atlântico", com IESF - Instituto de Estudos Financeiros e Fiscais, ISVOUGA - Instituto Superior de Entre Douro e Vouga, ISLA - Leiria, Instituto Superior de Línguas e Administração (Grupo UNISLA) e o IPVC - Instituto Politécnico de Viana do Castelo, tendo por objetivos, entre outros, formar alunos nas diferentes áreas do conhecimento em que os consorciados ministram ensino, desenvolver iniciativas conjuntas para a realização da investigação, promover iniciativas de publicação conjunta de documentos resultantes do trabalho ou investigação de docentes, investigadores e alunos das instituições signatárias, promover a construção de soluções úteis e aplicáveis à realidade das empresas, prestação de serviços à comunidade, estabelecer fórmulas de cooperação com instituições públicas ou privadas, no âmbito científico e pedagógico, promover o intercâmbio de alunos, docentes e investigadores.

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

ISPAB signed a protocol of cooperation, with IESF-Instituto de Estudos Financeiros e Fiscais, ISVOUGA-Instituto Superior de Entre Douro e Vouga, ISLA-Leiria, Instituto Superior de Línguas e Administração (UNISLA Group) and the IPVC- Instituto Politécnico de Viana do Castelo, under which it constituted a consortium called "Rede Atlântico". The objectives, among others are to train students in different areas of knowledge in which the educational organisations are teaching, to develop joint initiatives for the realization of research, to promote initiatives for joint publication of documents work or investigation arising from teachers, researchers and students of the signatory institutions, to promote the construction of useful and applicable solutions to the reality of companies, the provision of services to the community, to establish formulas of cooperation with public or private institutions, in scientific and pedagogical area, promote the exchange of students, teachers and researchers.

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

A cooperação interinstitucional no ciclo de estudos deve ser feita com base no estabelecimento de formas de colaboração, associação, participação ou acordos cooperação com entidades públicas ou privadas, suportados em contratos ou protocolos a assinar pelo Presidente do ISPAB.

A proposta de estabelecimento de formas de cooperação interinstitucional constitui uma das competências partilhadas do Diretor do Curso, do Conselho de Curso, do Conselho Técnico-Científico, do Conselho de Direção e do Conselho Geral do ISPAB.

Qualquer docente poderá estabelecer contactos com entidades externas com vista à identificação de interesses comuns e poderá propor a celebração de contratos de colaboração, associação ou protocolos de cooperação.

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

Interinstitutional cooperation is one of the goals of ISPAB, in pursuit of them, it promotes and invigorates technical, pedagogical, scientific and cultural contacts with national or international institutions that pursue the same goals.

Interinstitutional cooperation in the course of study must be made based on the establishment collaboration, participation, association, ways or cooperation agreements with public or private entities, supported on contracts or protocols to be signed by the Chairman of ISPAB.

The proposal for the establishment of interinstitutional cooperation is one of the shared competences of the Course Director, the Course Council, the Scientific-Technical Council, the Direction Council and of the General Council of ISPAB.

Any teacher can establish contacts with external entities with the intention to identify common interests and may propose the conclusion of cooperation contracts, association or cooperation protocols.

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

A interação com a comunidade envolvente numa perspectiva de valorização recíproca constitui um dos objetivos do ISPAB, que, em sua prossecução, tem recorrido a vários mecanismos e instrumentos que conduzem à concretização de interfaces ensino/empresa e através dos quais tem estabelecido um intercâmbio constante com as empresas e outras organizações, do setor privado e do setor público, tais como associações empresariais, instituições de ensino e formação, instituições bancárias e autarquias.

Utilizando os recursos inerentes a cada um dos cursos ministrados, o ISPAB organiza com regularidade conferências, seminários, jornadas e outorga protocolos de cooperação com as mais diversas organizações e aos mais diversos níveis de atividades.

A relação do ciclo de estudos com o tecido empresarial manifesta-se ainda ao nível da realização de estágios curriculares, da oferta de ações de formação profissional à medida das necessidades das empresas e na prestação de serviços.

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

Interaction with the surrounding community in a perspective of reciprocal appreciation is one of the goals of ISPAB, which, in his pursuit has resorted to various mechanisms and instruments that lead to implementation of learning/teaching and through which it has established a constant interchange with businesses and other organizations, of the private and the public sector, such as business associations, education and training institutions, banks and local authorities.

Using the inherent abilities in each of the courses taught, ISPAB regularly organizes conferences, seminars, workshops and provides cooperation protocols with the most diverse organizations and various levels of activities.

4. Pessoal Docente e Não Docente

4.1. Pessoal Docente

4.1.1. Fichas curriculares

Mapa VIII - Ana Mafalda Moreira Rodrigues Rola

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

Ana Mafalda Moreira Rodrigues Rola

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

<sem resposta>

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

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

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

63

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa VIII - Ana Patrícia Pereira Dias do Espírito Santo

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

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
99

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

Mapa VIII - Cristina Isabel Assis de Moraes Miguens

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Cristina Isabel Assis de Moraes Miguens

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
63

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

Mapa VIII - António dos Santos Pereira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
António dos Santos Pereira

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

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

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

Mapa VIII - António Luís Marques da Silva

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
António Luís Marques da Silva

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

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

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

Mapa VIII - Fernando Francisco Casal Moreira Gomes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Fernando Francisco Casal Moreira Gomes

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
63

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

Mapa VIII - Gonçalo Manuel Lencastre Silos de Medeiros

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Gonçalo Manuel Lencastre Silos de Medeiros

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

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

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

Mapa VIII - Joaquim Jorge Alves Moreira Guerra

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Joaquim Jorge Alves Moreira Guerra

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

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

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

Mapa VIII - José Luís Cunha Martins da Silva Couto

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
José Luís Cunha Martins da Silva Couto

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

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

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

Mapa VIII - Manuela Cristina da Costa Ferreira Dias de Rezende Pinto

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Manuela Cristina da Costa Ferreira Dias de Rezende Pinto

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
63

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

Mapa VIII - Mário Raúl de Sousa Cunha

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Mário Raúl de Sousa Cunha

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
<sem resposta>

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

Mapa VIII - Susana Rute de Almeida Alves

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Susana Rute de Almeida Alves

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

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

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

Mapa VIII - Sílvia Mónica Costa Alves

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Sílvia Mónica Costa Alves

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%):
63

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

Mapa VIII - Sérgio Dominique Ferreira Lopes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Sérgio Dominique Ferreira Lopes

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Equiparado a Professor Coordenador ou equivalente

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

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

Mapa VIII - Helena Luísa de Lima Oliveira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Helena Luísa de Lima Oliveira

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

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

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

Mapa VIII - Shital Jayantilal

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

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

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

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

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

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

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

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

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Ana Mafalda Moreira Rodrigues Rola	Licenciado	Direito	63	Ficha submetida
Ana Patrícia Pereira Dias do Espírito Santo	Licenciado	Direito	99	Ficha submetida
Cristina Isabel Assis de Moraes Miguens	Mestre	Ciências Empresariais especialização em Marketing	63	Ficha submetida
António dos Santos Pereira	Mestre	Informática de Gestão	100	Ficha submetida
António Luís Marques da Silva	Licenciado	Relações Públicas e Internacionais	100	Ficha submetida
Fernando Francisco Casal Moreira Gomes	Mestre	Relações Interculturais	63	Ficha submetida
Gonçalo Manuel Lencastre Silos de Medeiros	Doutor	Engenharia Química	100	Ficha submetida
Joaquim Jorge Alves Moreira Guerra	Licenciado	Relações Públicas e Internacionais	100	Ficha submetida
José Luís Cunha Martins da Silva Couto	Licenciado	Jornalismo Internacional	100	Ficha submetida
Manuela Cristina da Costa Ferreira Dias de Rezende Pinto	Mestre	Ciências Empresariais - Especialização em Marketing	63	Ficha submetida
Mário Raúl de Sousa Cunha	Mestre	História Medieval		Ficha submetida
Susana Rute de Almeida Alves	Mestre	Design e Marketing	100	Ficha submetida
Sílvia Mónica Costa Alves	Licenciado	Línguas e Literaturas Modernas, variante de Estudos Ingleses e Alemães	63	Ficha submetida
Sérgio Dominique Ferreira Lopes	Doutor	Marketing	100	Ficha submetida
Helena Luísa de Lima Oliveira	Mestre	Matemática Aplicada	100	Ficha submetida
Shital Jayantilal	Licenciado	Economia	100	Ficha submetida
			1314	

<sem resposta>

4.1.3. Dados da equipa docente do ciclo de estudos

4.1.3.1.a Número de docentes em tempo integral na instituição
12

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

91,3

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

6

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

45,7

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

3

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

22,8

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

<sem resposta>

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

<sem resposta>

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

2

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

15,2

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

6

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

45,7

Perguntas 4.1.4. e 4.1.5

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

A avaliação do desempenho do pessoal docente do ISPAB é promovida pelo Conselho Pedagógico e pelo Conselho Técnico-Científico do ISPAB, e tem como objetivo evidenciar o mérito técnico-científico-pedagógico dos docentes, em obediência aos seguintes princípios:

- *Universalidade, visando a aplicação do regime de avaliação a todos os docentes do ISPAB;*
- *Adequação e flexibilidade, permitindo considerar as especificidades próprias de cada área disciplinar e a situação concreta de cada docente;*
- *Transparência e imparcialidade, assegurando que todas as disposições e critérios de avaliação utilizados sejam claros e previamente conhecidos;*
- *Igualdade e coerência, garantindo que os parâmetros de avaliação considerados sejam iguais para todos e obedeçam aos mesmos critérios;*
- *Obrigatoriedade, garantindo que os avaliados se envolvam no processo de avaliação;*
- *Simplicidade, reduzindo ao mínimo indispensável as formalidades e os procedimentos de avaliação.*

Atualmente, a avaliação do desempenho pedagógico do pessoal docente do ISPAB é realizada através de inquéritos pedagógicos dirigidos aos alunos sobre a perceção que têm da lecionação ministrada pelos docentes nas unidades curriculares de que são responsáveis, da análise do relatório de docência que elaboram e através da análise do seu currículo.

A realização regular e sistemática de reuniões dos Conselhos de Curso e a participação em órgãos de gestão, por designação ou por eleição, bem como em comissões de trabalho, constituem importantes mecanismos de recolha de informação sobre a verificação das condições necessárias para o exercício da docência e o mérito pedagógico e técnico-científico de cada docente. Neste contexto, as informações prestadas pelo Diretor de Curso, no desempenho de funções de coordenação, revelam-se como muito importantes para garantir a qualidade da equipa de docentes a lecionar no ciclo de estudos.

Num muito breve prazo, através de regulamentação que se encontra a ser preparada, pretende-se que este processo evolua e consagre um sistema em que sejam tomadas em consideração todas as vertentes da atividade dos docentes enunciadas na lei, nos estatutos do ISPAB e no regime de contratação do pessoal docente em vigor na instituição, agrupadas em três componentes, pedagógica, técnico-científica e organizacional, incidindo sobre um relatório das atividades desenvolvidas pelo docente durante o período da avaliação a elaborar por este, uma ficha de auto-avaliação, os resultados de inquéritos pedagógicos aos estudantes e a ponderação curricular.

Os órgãos do ISPAB responsáveis pela gestão pedagógica (Conselho Pedagógico, Conselho de Curso e Diretor de Curso), em cumprimento das suas atribuições estatutárias, têm promovido cursos ou ações de curta duração com vista à formação e atualização pedagógica dos docentes, podendo referir-se como exemplos mais recentes as sessões de formação sobre a utilização do Moodle como plataforma de ensino à distância e dos quadros interativos

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

Performance evaluation of the ISPAB's teaching staff is fostered by the ISPAB's Pedagogical Council and the Scientific-Technical Council, and aims to highlight the scientific and technical merit of its teachers. This evaluation is in accordance with the following principles:

- Universality, aiming to apply the system of assessment to all ISPAB's teachers;
- Adequacy and flexibility, allowing that the specificities of each subject area and the specific situation of each teacher can be taken into consideration;
- Transparency and fairness, ensuring that all applicable rules and evaluation criteria are clear and known in advance;
- Equality and consistency, ensuring that the assessment parameters are equal for everyone and meeting the same criteria;
- Obligation, ensuring that all teachers that are being evaluated engage in the evaluation process;
- Simplicity, reducing to a minimum the formalities and procedures for evaluation;

Currently, the performance evaluation of the ISPAB's teaching staff is accomplished through surveys answered by students about their perception of their teacher's teaching qualities, and by analysing their annual report and CV.

The fact that the Course Council meets regularly, and that it takes part in management bodies, either by appointment or election, as well as in working commissions, are important mechanisms of gathering information and checking the conditions for the teaching practice and the pedagogical and technical merit of each teacher. In this context, the information provided by the Course Director, as the one in charge of coordinating functions, turn out to be very important to ensure the quality of the group of teachers teaching the same study cycle.

In a very short term, through regulation that is being prepared, it is intended that this process evolves and provides for a system where all aspects of the teachers' activity are taken into consideration in ISPAB's statutes and in the rules for the recruitment of teaching staff, which will be grouped into three components: educational, scientific-technical and organizational. It will take into consideration the teachers' report of activities during the evaluation period, a self-assessment worksheet, the results of surveys answered by the students and the teachers' CV.

ISPAB's Pedagogical Council, the Course Council and the Course Director in length of their statutory duties, have promoted courses or short-term actions for the training and upgrading of teachers' pedagogical skills, such as, and just to mention the most recent ones, the training sessions on how to use the Moodle platform for distance learning and the interactive whiteboard.

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

http://www.ispab.pt/pdfs/regulamentos/regulamento_desempenho_pessoal_docente.pdf

4.2. Pessoal Não Docente

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

O pessoal não docente afeto à leccionação do ciclo de estudos é constituído pelas seguintes pessoas:

- Presidente do ISPAB
- Administrador (Diretor de Serviços Financeiros)
- Secretária-Geral (Chefe de Departamento)
- 1 Técnica Oficial de Contas
- 4 Assistentes Administrativos
- 1 funcionária de limpeza

O Presidente do ISPAB, o Administrador (Diretor de Serviços Financeiros), a Secretária-Geral (Chefe de Departamento), a Técnica Oficial de Contas e duas Assistentes Administrativas, prestam serviço no ISPAB a tempo total e ao abrigo de contrato de trabalho subordinado.

Dois Assistentes Administrativos e a funcionária de limpeza desempenham as suas funções no ISPAB a tempo parcial, os primeiros ao abrigo de contrato de trabalho subordinado e a última ao abrigo de contrato de prestação de serviços.

Sempre que se mostre necessário, presta serviços de limpeza no ISPAB uma empresa do setor, em regime de "outsourcing".

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

The non-teaching staff is made up of the following elements:

- The Chairperson of ISPAB
- The Administrator (financial services director)
- Chief of the Administrative Services
- 1 accountant
- 4 administrative assistants
- 1 Cleaner

The Chairperson, the financial services Director, the Chief of the Administrative Services, the accountant and two administrative assistants work full-time under contract of employment. Two other administrative assistants work part-time under contract of employment. The cleaner works on a part-time basis under payment service agreement.

Whenever it is needed, ISPAB hires a cleaning company under outsourcing agreement.

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

- Presidente do ISPAB: Licenciado em Direito, pós-graduado em Criminologia
- Administrador (Diretor de Serviços Financeiros): Licenciado em Economia
- Secretária-Geral (Chefe de Departamento): Licenciada em Gestão e Contabilidade
- Técnica Oficial de Contas: Licenciada em Gestão e contabilidade
- Assistentes Administrativos: 3 com o 12º ano de escolaridade, 1 com o 9º ano de escolaridade
- Funcionária de limpeza: 9º ano de escolaridade.

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

- The Chairperson of ISPAB: Graduated in Law, with post-graduation studies in Criminology
- Administrator - (Financial Services Director): Graduated in Economics
- Chief secretary (Department Chief): Graduated in Management and Accountancy
- Accountant : Graduated in Management and Accountancy
- Administrative Assistants: 3 have completed the 12th grade and 1 has completed the 9th grade
- Cleaning lady: 9th grade

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

A avaliação do pessoal não docente é promovida pela Direção do ISPAB e visa:

- A avaliação do desempenho profissional tendo em conta os conhecimentos, competências e as qualidades humanas evidenciadas no exercício das funções;
 - A valorização individual e a melhoria da eficácia profissional;
 - O conhecimento das situações de trabalho com vista ao diagnóstico de eventuais problemas e à adoção de medidas tendentes à sua correção e melhoria.
- O procedimento de avaliação, que obedece a critérios pré-estabelecidos e variáveis de acordo com a especificidade de cada função, contempla a realização de inquéritos anónimos a alunos, a docentes, a colegas e a superiores hierárquicos, sobre diferentes aspetos do desempenho profissional, bem como a auto-avaliação, tendo em conta os seguintes parâmetros: Assiduidade e pontualidade, trabalho em equipa, adequação do comportamento, atitude perante o trabalho, conhecimentos, capacidades técnicas, e resultados obtidos em função dos objetivos fixados.

4.2.3. Procedures for assessing the non academic staff performance.

The non-teaching staff assessment is promoted by the ISPAB executive board and aims:

- the professional performance assessment with regard to the knowledge, competences and human qualities shown when performing activities;
- the personal enrichment and the improvement of professional effectiveness;
- the awareness of working conditions for eventual problem diagnosing and adoption of correction and improvement measures;
- The assessment procedures, that comply not only with established criteria but also with variables of each function, depend on the anonymous surveys applied to students, teachers and hierarchical superiors about different professional performance aspects, such as self-assessment. This is done taking several parameters into account: attendance, punctuality, team work, behavioural adequacy, attitude towards work, knowledge, technical skills and competences as well as the results obtained according to established goals.

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

Todo o programa de formação profissional, formação contínua e atualização de conhecimentos promovido e desenvolvido pelo CDC - Centro de Desenvolvimento de Competências existente no ISPAB está aberto ao pessoal não docente deste estabelecimento de ensino superior.

Assim, o pessoal não docente do ISPAB já beneficiou dos seguintes cursos de formação profissional, contínua, atualização de conhecimentos ou, tão só, valorização pessoal:

- Informática
- Instalação e manutenção de redes
- Francês comercial
- Inglês comercial
- Atendimento
- Falar em público
- Sistema de normalização contabilística
- Formação inicial de formadores

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

The entire training program, and knowledge updating that is promoted and developed by the ISPAB's 'CDC - Centro de Desenvolvimento de Competências' (Center for the Development of Skills) is open to non-teaching staff of this institution of higher education.

Thus, the non-teaching staff of the ISPAB has already benefited from the following training courses for continuous knowledge updating or simply for professional development:

- Computers
- Network installation and maintenance
- Business French
- Business English
- Attending to the public
- Speaking in public
- Accounting Standards System
- Initial Training of Trainers

5. Estudantes e Ambientes de Ensino/Aprendizagem

5.1. Caracterização dos estudantes

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

5.1.1.1. Por Género

5.1.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	59.6
Feminino / Female	40.4

5.1.1.2. Por Idade

5.1.1.2. Caracterização por idade / Characterisation by age

Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	10.6
20-23 anos / 20-23 years	8.5
24-27 anos / 24-27 years	17
28 e mais anos / 28 years and more	63.8

5.1.1.3. Por Região de Proveniência

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

Região de proveniência / Region of origin	%
Norte / North	93.6
Centro / Centre	4.2
Lisboa / Lisbon	0
Alentejo / Alentejo	0
Algarve / Algarve	2.1
Ilhas / Islands	0

5.1.1.4. Por Origem Socioeconómica - Escolaridade dos pais

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

Escolaridade dos pais / Parents	%
Superior / Higher	5.7
Secundário / Secondary	15.7
Básico 3 / Basic 3	10
Básico 2 / Basic 2	10
Básico 1 / Basic 1	58.6

5.1.1.5. Por Origem Socioeconómica - Situação profissional dos pais

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

Situação profissional dos pais / Parents	%
Empregados / Employed	45.7
Desempregados / Unemployed	2.9
Reformados / Retired	31.4
Outros / Others	20

5.1.2. Número de estudantes por ano curricular

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

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
1º ano curricular	15
2º ano curricular	13
3º ano curricular	19
	47

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

5.1.3. Procura do ciclo de estudos / Study cycle demand

	2009/10	2010/11	2011/12
N.º de vagas / No. of vacancies	40	40	40
N.º candidatos 1.ª opção / No. 1st option candidates	15	10	7

N.º colocados / No. enrolled students	15	10	7
N.º colocados 1.ª opção / No. 1st option enrolments	15	10	7
Nota mínima de entrada / Minimum entrance mark	95	95	95
Nota média de entrada / Average entrance mark	143.8	122	126
	323.8	287	282

5.2. Ambiente de Ensino/Aprendizagem

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

O ciclo de estudos dispõe de um Diretor de Curso, que, para além de responsável pela coordenação das atividades científicas e pedagógicas, funciona como um interlocutor privilegiado junto dos estudantes e a quem estes poderão recorrer para colocar todo o tipo de questões de natureza pedagógica, inclusive de aconselhamento sobre o percurso académico.

Por outro lado, pela pequena dimensão do ISPAB e pela relação próxima e amigável que se estabelece entre todos os docentes e os estudantes, estes dispõem da possibilidade de, para além das sessões letivas, beneficiar de todo o tipo de apoio pedagógico e de aconselhamento variado sobre diversas questões colocadas, num clima de grande disponibilidade dos docentes.

Identificadas situações insatisfatórias, incrementam-se os procedimentos adequados com vista à resolução dos problemas e à melhoria contínua dos resultados. Estas medidas deverão ser promovidas pelos Diretores de Curso, enquanto, em sintonia com os docentes das uc.s respetivas.

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

The study cycle has a Course Director, who, besides being responsible for the coordination of scientific and pedagogical activities, also works as a privileged partner to whom students can address to discuss all sorts of issues regarding the teaching process, including counseling on their academic path.

On the other hand, the small size of ISPAB and the close and friendly relationship established among all faculty and students, makes it possible for students to benefit, in addition to the classes, from all kinds of educational support and counseling on various issues, since teachers' availability is total.

After having identified the unsatisfactory situations, it will be taken the proper procedures for the problem-solving and continuous improvement of the results. All these measures should be promoted by the Course Directors, while, in line with the teachers of the curricular units.

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

A dimensão do ISPAB, associada ao ambiente familiar que se vive e à relação muito próxima que se estabelece entre os diversos corpos que constituem a comunidade escolar, muito facilita a integração dos estudantes na comunidade académica, construindo-se uma forte relação de pertença.

Consciente de que o bem estar no ISPAB e no curso constitui um fator determinante do sucesso académico, o ISPAB promove e assegura a plena integração dos estudantes através de sessões de acolhimento aos novos alunos, incentivo à participação nos organismos académicos existentes (associação de estudantes, tuna masculina, equipa de futsal), total disponibilização de informação institucional e do curso, incentivo à participação ativa na vida da instituição designadamente na organização de eventos e em ações de divulgação, integração em órgãos de gestão, praxe académica e apoio conjugado dado por funcionários, docentes, Associação Académica, Provedor do Estudante, Direção de Curso e Direção do ISPAB.

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

The size of ISPAB associated with the familiar environment and the close relationship established between everyone making part of the school community, makes far easier the students' integration in the academic community, building a strong relationship of belonging.

Aware that the well-being in ISPAB and in the course is determinant to the academic success, the ISPAB promotes and ensures the students' full integration, through host sessions for new comers, encouraging them to take part in the existing academic bodies (student association, male students' musical group, futsal team), giving them institutional and course information, encouraging their active participation in the institution's life, namely through the organization of events and dissemination actions, integration in management structures, 'Praxe Académica' and full support and assistance given by staff, faculty, Student Association, Student's Ombudsman, Director of the course and the ISPAB's direction board.

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

No ISPAB existem os Serviços Financeiros, os quais, dirigidos pelo Administrador, prestam apoio e aconselham sobre as possibilidades de recurso ao financiamento para frequência de cursos no âmbito do protocolo existente com a Caixa Geral de Depósitos, bem como do recurso a bolsas de estudo, quer as concedidas pela Direção Geral do Ensino Superior, quer as concedidas pela entidade instituidora do ISPAB (FEDESPAB).

Para prestar apoio à empregabilidade dos diplomados pelo ISPAB, a entidade instituidora do ISPAB dispõe de uma UNIVA - Unidade de Inserção na Vida Ativa a qual, em conjugação de esforços com o CDC-Centro de Desenvolvimento de Competências do ISPAB, entre outras atribuições, promove a inserção dos diplomados pelo ISPAB no mercado de trabalho, oferecendo e gerindo uma bolsa de emprego e acompanhando o seu percurso profissional.

O acompanhamento do percurso profissional dos graduados revela-se importante para aferir da necessidade de atualizar e adequar a formação ministrada.

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

In ISPAB, the Financial Services are directed by the Administrator, and provide support and advise on the possibilities of using the funding to attend courses under the protocol with CGD, as well as to the necessary requirements to apply to scholarships, to those granted by the General Director for Higher Education, or to those granted by the ISPAB founding entity (FEDESPAB). To support the employability of ISPAB's graduated students, the ISPAB founding entity has a UNIVA - Unit of Insertion in the Active Life, which, in conjunction with the efforts of the CDC (ISPAB Skills Development Center) and among other things, promotes the insertion of the ISPAB graduates in the labour market, providing and managing an employment pool and monitoring the students' professional path. Tracking graduates' career paths proved to be important to assess the need to update and adapt the training provided.

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

No final das atividades letivas do 1º e do 2º semestres e dando cumprimento a resoluções tomadas pelos C.s Pedagógico e Técnico-Científico, são realizados inquéritos pedagógicos aos estudantes com o objetivo de conhecer a sua opinião e aferir do seu grau de satisfação sobre aspetos relacionados com o funcionamento das uc´s frequentadas e com o desempenho técnico-científico-pedagógico dos respetivos docentes.

Cada docente toma conhecimento dos resultados dos inquéritos da u.c. que leciona com vista a fazer uma autoanálise e a melhorar o seu desempenho. Os resultados destes inquéritos vão ainda ao conhecimento do Diretor de Curso e do C. de Direção que, sobre eles, elaborará um relatório a submeter a apreciação do Conselho de Curso e dos C.s Pedagógico e Técnico-Científico.

Os resultados destes inquéritos são, assim, devidamente analisados com vista a identificar eventuais situações-problema e introduzir as medidas de gestão necessárias à melhoria do processo de ensino/aprendizagem.

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

At the end of the 1st and 2nd semesters and giving length to resolutions adopted by the Pedagogic and Scientific Council, students will answer a questionnaire in order to assess their opinion and gauge their level of satisfaction regarding the contents of the curricular units and their teachers' scientific and pedagogical performance.

Each teacher will then get information on the results of these students' satisfaction inquiries in order to make a self-assessment and improve his/her performance. The Course Director and the Direction Board will draw up a report for submission to the Course Council and the Pedagogic and Scientific Council.

The results of these inquiries are thoroughly analyzed to identify potential problems and implement management measures necessary to the improvement of the teaching/learning process.

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

Para promover a mobilidade e a internacionalização existe, no ISPAB, o Promotor de Internacionalização que é, simultaneamente, o Coordenador ERASMUS.

A adequação do c.e. ao modelo de Bolonha implicou uma reorganização do plano de estudos e uma reestruturação curricular com base num processo de uniformização de denominações, duração de estudos e de correspondência em créditos ECTS, que muito facilitou os movimentos de estudantes de e para o c.e., bem como reforçou a participação do ISPAB no programa de mobilidade internacional ERASMUS.

Adoptaram-se regras de correspondência com a escala europeia de comparabilidade de classificações e emitiu-se o suplemento ao diploma, que muito favorecem a mobilidade.

Para reconhecimento de créditos de estudantes em mobilidade nacional ou internacional, o ISPAB criou regulamentação própria e constituiu uma Comissão de Validação e Creditação que analisa os processos e elabora propostas para serem submetidas a aprovação do Conselho Técnico-Científico.

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

To promote mobility and internationalization, there is at ISPAB an Internationalization Attorney that is simultaneously the ERASMUS coordinator.

The adequacy of the course to the Bologna model implied a reorganization of the syllabus and curriculum based on a process of standardization of vocabulary, duration of studies and correspondence to ECTS credits, which has made easier the movement of students from and to the cycle of study and strengthened ISPAB participation in the international mobility program - ERASMUS.

Rules of correspondence with the European ratings were adopted and it was also issued a supplement to the Diploma, which has greatly promoted students' mobility. In order to recognize credits of students in national and international mobility, ISPAB has created its own regulation and established a Commission for Validation and Accreditation that analyzes the processes and prepares proposals to be submitted for approval by the Pedagogic and Scientific Council.

6. Processos

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

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

A licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas (MPRP), no âmbito das competências gerais do licenciado, pretende que os graduados possuam conhecimentos e capacidade de compreensão na sua área de formação, a um nível que, sustentando-se nos conhecimentos de nível secundário, os desenvolva e aprofunde; se apoie em materiais de ensino de nível avançado e lhes corresponda, se situe ao nível dos conhecimentos de ponta.

Deve ainda o licenciado saber aplicar esses conhecimentos e a capacidade de compreensão adquiridos, de forma a evidenciar uma abordagem profissional ao trabalho desenvolvido. Possuir capacidade de resolução de novos problemas, construindo e fundamentando a sua própria argumentação. Ter a capacidade de recolher, seleccionar e interpretar a informação relevante na sua área de formação. Desenvolver competências que lhe permitam comunicar informações, ideias, problemas e soluções, a nível escrito e oral, tanto a públicos constituídos por especialistas como por não especialistas. Aprender ao longo da vida, de forma autónoma, demonstrando capacidades empreendedoras, para se adaptar a diferentes contextos e situações.

O licenciado em MPRP deverá ainda possuir aptidões específicas numa das três grandes áreas profissionais que integram o curso: Relações Públicas, Marketing e Publicidade. O perfil deste licenciado inclui uma elevada competência humanística e cultural no âmbito das Ciências Sociais e Humanas e uma grande aptidão comunicacional. Exige competência profissional e tecnológica, que envolve a aplicação de técnicas de comunicação organizacional em Relações Públicas, o planeamento de meios em Publicidade e implementação de instrumentos de Marketing.

Do âmbito destas competências específicas faz parte o domínio das tarefas profissionais elementares numa destas três áreas, bem como autonomia no desempenho dessas tarefas, no âmbito da qual se inclui capacidade crítica, auto-reflexiva, e também criativa, no domínio da actividade desenvolvida.

O plano curricular do curso está estruturado de maneira a que cada unidade curricular possa adoptar a organização curricular que melhor se adapte às competências propostas e que simultaneamente, possa coexistir com o desenvolvimento de competências de natureza transversal não diretamente ligadas às atividades técnicas ou científicas do curso mas que se revelem essenciais para a formação de profissionais da comunicação.

A medição do grau de cumprimento dos objetivos do ciclo de estudos tem sido efetuada através de auscultação dos empregadores através de inquéritos de satisfação, auscultação dos docentes e dos discentes através de inquéritos anónimos, análise dos dados de empregabilidade do curso e análise das desistências.

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

The degree in Marketing, Advertising and Public Relations within the field of the general competencies aims that scholars have knowledge and understanding ability in their area of formation that allows them to make use and improve their secondary school competencies.

Scholars are likewise expected:

- to put the subjects learnt into practice, showing a professional approach of their work;*
- to master the ability to solve new problems, developing and substantiating their own argumentation;*
- to know how to collect, select and interpret relevant information;*
- to develop skills that allow them to transmit oral and written information, ideas, problems and solutions to experts and non-experts;*
- to learn autonomously throughout their lives, adapting their entrepreneurial skills to each context and situation.*

Scholars will also be able to:

- acquire specific skills and know-how in one of the three big professional areas that make part of the Public Relations, Marketing and Advertising degree.*

The profile of this graduated includes a high level of humanistic and cultural competence within the field of Social and Human Sciences and a great communicative skill as well. This demands professional and technological competencies, which in turn demand the usage of techniques of organizational communication in Public Relations, the planning of means in Advertising and the implementation of marketing tools.

This comprises other specific competencies such as the mastery of professional elementary tasks, autonomy when performing them, analytical and critical attitude, as well as a creative capacity.

The curricular plan is designed so as to adopt the curricular organization that suits the proposed competencies and that can co-exist with the development of transversal competences that are not directly connected with the technical or scientific activities, but that are essential in the formation of professionals of communication.

Fulfillment of the study cycle objectives is measured by conducting satisfaction surveys to employers. Teachers and students' satisfaction is also measured by conducting anonymous surveys. The level of the course employability and the drop-out rates are also taken into account.

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

A licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas (MPRP), do Instituto Superior de Paços de Brandão (ISPAB) forma graduados com elevada qualificação científica e tecnológica nas áreas de Relações Públicas, Publicidade e Marketing. Esta formação de banda larga corresponde ao primeiro ciclo de estudos.

Assim, o ciclo de estudos em MPRP conducente ao grau de licenciado em MPRP nesta instituição de ensino politécnico tem 180 créditos/ European Credit Accumulation and Transfer System (ECTS), uma duração de três anos curriculares ou seis semestres curriculares de trabalho (cada semestre corresponde a 30 ECTS).

Este valor permite a comparabilidade pela adoção de um sistema de créditos comum a todos os programas de ensino, independentemente do país ou do ciclo de ensino o European Credit Accumulation and Transfer System (ECTS), de uma escala de comparabilidade das classificações, de um boletim de registo académico e de um suplemento ao diploma, que permitem às instituições de ensino superior e aos empregadores de todos os países avaliar o perfil académico de cada diplomado.

Nesse sentido, considerou-se que o número de horas de trabalho a desenvolver por um estudante a tempo inteiro, ao longo de um ano curricular, fosse de 1620 horas, cumpridas num período de 40 semanas. Tal número foi considerado adequado à formação de um licenciado em MPRP neste primeiro ciclo de estudos, tendo a proposta do número de créditos atribuído a cada unidade curricular (seis ECTS, com exceção do Projeto/Estágio, 12 ECTS) sido colocada a alunos e a docentes aos quais pareceu adequada para desenvolver as competências de MPRP.

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

The degree in Marketing, Advertising and Public Relations in Instituto Superior de Paços de Brandão (ISPAB) provides graduates with high scientific and technological qualification in Public Relations, Advertising and Marketing being the first study cycle. In this polytechnic education institution, the study cycle comprises 180 credits (European Credit Accumulation and Transfer System (ECTS) which lasts three curricular years or six semesters of work (each semester corresponds to 30 ECTS).

The comparability is ensured by the adoption of a system of credits common to all education programs whatever the country or education cycle. It is also ensured by the European Credit Accumulation and Transfer System (ECTS), the score scale comparability, the academic transcript of records and the diploma supplement that allow other higher education institutions and employers all over the world assess the academic profile of each graduate.

In this sense, the overall workload throughout a curricular year amounts to 1620 hours, accomplished in a period of 40 weeks, which was considered adequate to the training of a graduate in Marketing, Advertising and Public Relations, in this first study cycle by both students and teachers. (six ECTS, with exception of the Project/ Training Time, 12 ECTS).

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

O plano de estudos do ciclo de estudos de Gestão e Contabilidade é objeto de apreciação por parte do Conselho Técnico-Científico, do Conselho Pedagógico, do Conselho de Curso e do Diretor de Curso com vista a aferir da sua atualização técnico-científica, sempre que tal se justifique ou por períodos que não devem ultrapassar cinco anos.

As metodologias de ensino/aprendizagem utilizadas no ciclo de estudos são, sistematicamente, objeto de análise e debate por parte do Conselho de Curso e do Conselho Pedagógico com vista a verificar a sua adequação, pertinência e atualização.

As metodologias de ensino/aprendizagem adotadas ao nível de cada unidade curricular são objeto de apreciação por parte do Diretor de Curso, anualmente, com base na ficha pedagógica da unidade curricular que lhe é entregue pelo docente responsável.

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

The Management and Accountancy syllabus is submitted to the judgement of a scientific Advisory Board, a Pedagogic and Scientific Council, a Course Council and Director that evaluate its technical and scientific updating, whenever it is needed or in periods of time that should not exceed five years.

The teaching-learning methods used in the study cycle are systematically analysed and debated by the Course Council and the Pedagogic and Scientific Council so as to assess its adequacy, pertinence and relevance.

The Course Director is responsible for the judgement of the teaching-learning methods in each curricular unit. He is given an

information sheet of each curricular unit he appreciates annually.

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

A licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações públicas, no âmbito das competências gerais que pretende desenvolver, garante a integração dos estudantes na investigação científica.

Unidades curriculares como Metodologia nas Ciências Sociais, Análise de Dados em Marketing, Marketing e Pesquisa de Mercado, Gestão de Produtos e Marcas, Planeamento e Gestão e Meios e Marketing Industrial e de Serviços, garantem a aplicação de métodos e técnicas que capacitam os estudantes para a investigação científica.

A possibilidade de realização de trabalhos práticos de pesquisa de natureza qualitativa e quantitativa e do trabalho de projeto de fim de curso é grandemente valorizada no plano de estudos e visa reforçar a componente científica e profissionalizante, constituindo uma oportunidade única, de os estudantes poderem complementar a formação adquirida na instituição.

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

The degree in Marketing, Advertising and Public Relations shall ensure the scholars' integration in the scientific research, within the aimed general competencies.

Curricular units like Methodology in Social Sciences, Data Analysis in Marketing, Marketing and Market research, Products and Brands Management, Planning, Management and Resources, Industrial and Services Marketing shall ensure the implementation of methods and techniques that train students for scientific investigation.

The possibility of doing both practical qualitative and quantitative works and a final project is highly prized. It intends to reinforce the scientific and professional component, which is a unique opportunity that students have to complement their training.

6.2. Organização das Unidades Curriculares

6.2.1. Ficha das unidades curriculares

Mapa IX - Teoria da Comunicação I / Communication Theory I

6.2.1.1. Unidade curricular:

Teoria da Comunicação I / Communication Theory I

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

Sérgio Dominique Ferreira Lopes - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

As competências gerais desta unidade curricular convergem directamente para o desenvolvimento das competências gerais e transversais da licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas.

Gerais:

Conhecer os elementos constituintes, as formas, os processos e as estruturas da comunicação sistematizados pelos paradigmas teóricos.

Conhecer os contextos e processos da comunicação humana.

Inter-relacionar fenómenos de produção/compreensão da linguagem verbal e não-verbal.

Analisar processos comunicacionais, distinguindo intervenientes e contextos comunicativos específicos.

Compreender os principais paradigmas teóricos de análise dos fenómenos de produção de informação e de comunicação nas sociedades contemporâneas.

Conhecer a importância da Comunicação nas estratégias de Marketing.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The general skills of this curricular unit converge directly to the development of general and transverse skills to the degree in Marketing, Advertising and Public Relations.

Therefore, by the end of this curricular unit students' should:

Know the elements, forms, processes and structures of communication presented over theoretical paradigms;

Understand the contexts and processes of human communication;

Interrelate phenomena of production / comprehension of verbal and nonverbal communication.

Analyze the communication process, by distinguishing the elements taking part in it and the specific communicative contexts.

Understand the main theoretical paradigms that analyze the phenomena of information, production and communication in contemporary societies.

Understand the importance of Communication in Marketing strategies.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Abordagem às Teorias da Comunicação - Conceitos

2. Comunicação Verbal e Não-Verbal

3. Comunicação e Informação

4. Modelos de comunicação e semiótica

5. Teorias relativas à comunicação

6. Cultura

7. Comunicação, Propaganda e Publicidade

6.2.1.5. Syllabus:

1. Brief approach to Communication Theories - Main Concepts
2. Verbal and Nonverbal Communication
3. Communication and Information
4. Models of communication and semiotics
5. Theories concerning the communication
6. Culture
7. Communication, Advertising and Publicity

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

A relação pedagógica na unidade curricular leccionada visa dois objectivos:

- Em geral, dotar os alunos de um conjunto vasto de conhecimentos teóricos e abstractos. Pretende-se transmitir conceitos e conteúdos teóricos com um grau de abstracção elevado. Os conteúdos transmitidos traduzem o saber generalizado e as orientações necessárias para que os alunos assumam um papel activo na investigação científica.
- Em particular, a aquisição de competências que permitam prosperar ou melhorar a produção nesta actividade e promover a integração profissional. Os "constructos" são operativos e complementados com competências práticas que incrementam o nível técnico e relacional do aluno.

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

The pedagogical relationship in this curricular unit aims to two main goals:

- To provide students with a wide range of theoretical and abstract knowledge. It is intended to convey concepts and theoretical contents with a high degree of abstraction. The contents conveyed reflect the common knowledge and guidelines necessary for students to take an active role in a scientific research.
- The acquisition of skills to prosper or improve production in this activity and promote the professional integration. The "constructs" are complemented by operational and practical skills that enhance the technical and relational level of a student.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Entre as técnicas utilizadas destacam-se as seguintes:

- As simulações e o "role playing" para determinadas temáticas.
- A discussão em pequeno grupo e os exercícios na sala de aula.

Estas técnicas desenvolvem o "brainstorming" e capacidades analíticas assim como os estudantes aprendem a dar e receber críticas.

As apresentações orais na sala de aula proporcionam aos alunos a prática de uma competência vital no seu futuro profissional. As apresentações orais oferecem uma boa oportunidade para avaliar trabalho dos alunos, para auto-avaliação e para os colegas avaliarem. Favorecendo uma grande interacção, as apresentações podem ser úteis para os estudantes aprenderem a criar e usar os meios informáticos.

A transmissão de conhecimentos faz-se com recurso aos seguintes mecanismos de comunicação.

Avaliação contínua:

-Prova escrita individual: 70%+Participação e Desempenho: 30%

Avaliação final:

Realização de uma prova escrita individual – 100%

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Among the teaching techniques used in class, students may count with:

- Simulations and "role playing" on selected topics.
- Discussion in small groups and exercises in the classroom.

These techniques develop students' "brainstorming" and analytical skills as they learn to give and receive criticism.

Oral presentations in the classroom give students practice on a vital skill to their professional future. Oral presentations provide a good opportunity to assess students' work, to self-evaluation and to students assess their classmates' work. Favoring a strong interaction, presentations can be useful since students practise and improve their IT skills.

The knowledge transmission is made by using the above communication mechanisms.

Assessment will be ongoing:

A single written test: 70% + Participation and Students' Performance: 30%

Final assessment:

A written individual exam - 100%

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

Os métodos empregues na unidade curricular obrigam à implicação total do aluno no processo de aprendizagem implementando o saber intelectual, o saber ser e o saber fazer. A relação centra-se no aluno respeitando e atendendo os seus ritmos próprios, interesses e preferências, e principalmente não descurando o seu quadro de referências pessoais, a sua experiência de vida e profissional, legitimado por essa mesma experiência. Em cada sessão lectiva o processo de aprendizagem obedece às seguintes fases, a partir da prática e regressando à prática: experiência concreta; observação reflectida; conceptualização abstracta e experiência activa.

Podemos afirmar que a aprendizagem constitui-se como um processo contínuo, dinâmico, global, subjectivo, gradativo e cumulativo. A relação pedagógica mantida com os alunos é uma pedagogia activa (prática-teórica-prática) e de sucesso (tenta-se prevenir o sucesso, evitando situações de fracasso ou de frustração).

Em conformidade com as competências e os conteúdos propostos nesta unidade curricular existe a necessidade de cumprir determinados núcleos essenciais do programa curricular e seleccionar modelos e métodos pedagógicos.

Os conteúdos da unidade curricular leccionada oferecem-se em sessões que utilizam diferentes métodos e técnicas de aprendizagem coordenados de forma lógica com o fim de atingir os objectivos previamente definidos. Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e activo e técnicas como a discussão orientada e em painel, a simulação ou estudos de caso.

Tenta-se encontrar um equilíbrio entre os métodos afirmativos (expositivo e demonstrativo) e os métodos activos - em parte resultado das condições materiais existentes. Enquanto os primeiros baseiam-se no enunciado pelo docente de saberes ou saberes fazeres, os segundos fundamentam-se na apropriação do conhecimento pelos alunos. Os métodos activos no nosso ponto de vista estimulam a criatividade e despertam o maior número de motivações para o trabalho em equipa. Ao contrário de outros métodos que apontam para a memorização e repetição, nos métodos activos os discentes tem uma real evolução pessoal. O ensino deve enfatizar os métodos activos, dado o facto de que muito do trabalho é realizado em equipa.

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

The methods employed in the curricular unit require the full involvement of students in the learning process by implementing their intellectual knowledge and know-how. The relationship focuses on the students observing and taking into consideration their own rhythms, preferences and interests, and especially not forgetting their personal references, their life and professional experience. In each session the teaching/learning process will pursue the following stages: concrete experience, reflective observation, abstract conceptualization and active experience.

In this way, learning is a continuous, dynamic, global, subjective, gradual and cumulative process. The pedagogical relationship kept with students is based on active teaching procedures and success (it intends to prevent failure and avoid frustration). In accordance with the skills and content offered in this curricular unit there is the need to refer to specific topics and select teaching models and methods.

The contents of the course are taught in sessions that use different methods and learning techniques coordinated in a logical order so that the predefined goals can be achieved. Therefore, it will be used the expository, demonstrative, interrogative methods and techniques such as active and guided group discussion, simulation or case studies.

Thus, it is essential to find a balance between passive methods (expository and demonstrative) and active methods. While the first are based on the teacher's know-how, the latter are based on the acquisition of knowledge by students. In our opinion, the active methods fosters creativity and awaken a greater number of motivation for teamwork. Unlike the other methods that aim to memorization and repetition, with active methods students have a real personal evolution. Education should emphasize the active methods, since much work is done in teams.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Freixo, M. (2006). *Teorias e Modelos de comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Meunier, J-P. & Perayna, D. (2004). *Introdução às Teorias da Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Monteiro, A.C., Caetano, J., Marques, H. & Lourenço, J. (2006). *Fundamentos de Comunicação*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Wolf, M. (2006). *Teorias da Comunicação*. Editorial Presença.

Mapa IX - Teoria e História da Publicidade / Theory and History of Advertising

6.2.1.1. Unidade curricular:

Teoria e História da Publicidade / Theory and History of Advertising

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

Joaquim Jorge Alves Moreira Guerra - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Gerais:

Familiarizar os alunos com a natureza da Publicidade e sua História. Este conhecimento deverá levá-los a compreender melhor a teoria e os métodos desta atividade, os quais servirão de base a uma futura vida profissional.

Específicas:

Analisar o papel da publicidade no contexto histórico, social e cultural da sociedade atual;

Interpretar manifestações publicitárias com base em conceitos e perspetivas teóricas;

Relacionar características psicológicas, tipos de aprendizagem e comportamentos do consumidor;

Desenvolver planos de criação publicitária;

Aplicar métodos e técnicas de iniciação à escrita criativa.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

General:

To familiarize students with the nature of Advertising and its History. This knowledge should lead them to understand better the theory and methods of this activity, which will serve as a basis for a future professional life.

Specific:

To consider the role of Advertising in the cultural, social and historical context of today's society;

To interpret Advertising manifestations based on concepts and theoretical perspective;

To relate psychological characteristics, types of learning and behaviour of consumers;

To develop plans of Advertising creation;

To apply methods and techniques of introduction to creative writing.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Enquadramento Histórico, Social e Cultural da Publicidade

1.1. Condições para a existência da Publicidade

1.2. Antecedentes da História da Publicidade

1.3. As origens da Moderna Publicidade

1.4. História e evolução de alguns meios publicitários

1.5. Expansão da Publicidade.

2. Significado da Publicidade no Mundo atual

2.1. Delimitação do Conceito de Publicidade

2.2. Publicidade, Um Conceito Multidimensional

2.3. Publicidade e Actividade Publicitária

2.4. Evolução do Mercado Publicitário: O Caso Português

3. A publicidade como modalidade de Comunicação

3.1. Especificidade do quadro Comunicacional em Publicidade

3.3. Estrutura pragmática da Comunicação Publicitária

4.Publicidade e abordagem do consumidor

5.Publicidade e Fatores de Identidade

5.1. O Posicionamento

5.2. A Identidade da Marca

5.3. Fontes de identidade da Marca

6.O Processo de Criação Publicitária

7.Os Agentes da Comunicação Publicitária

8.Os Meios Publicitários

9.Novas Formas de Comunicação

6.2.1.5. Syllabus:

1. Historical background, Cultural and Social advertising

1.1. Conditions for existence of Advertising

1.2. Background to the History of Advertising

1.3. The Origins of Modern Advertising

1.4. History and Evolution of some Advertising Media

1.5 Expansion of Advertising.

2. Significance of Advertising in today's world

2.1. Delimitation of the Concept of Advertising

2.2. Advertising, a Multidimensional Concept

2.3. Advertising and Advertising Activity

2.4. Development of the Advertising market: the Portuguese Case

3. Advertising as Communication Mode

3.1. Specificity of the Communication framework in Advertising

3.3. Pragmatic Structure of Mobile Communication

4. Advertising and Consumer Approach

5. Advertising and Identity Factors

5.1. The Placement

5.2. The Brand Identity

5.3. The Sources of Brand Identity

6. The process of Advertising Creation

7. The Advertising Communication Agents

8. The Advertising Media

9. New Ways of Communication

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos/competências definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The objectives set for this curricular unit are consistent with its syllabus, namely, the identification and understanding of the issues to be worked in it and the knowledge of methodological tools necessary to enable a link between theory and practice. There is also an interconnection between what was submitted in accordance with the syllabus, the defined objectives/skills and the basic bibliography considered for the curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e activo.

Avaliação Contínua

Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 50% para a classificação final.

Os restantes 40% correspondem à classificação dos trabalhos práticos obrigatórios e individuais. Estes serão sempre defendidos oralmente ao longo das aulas.

Avaliação Final

Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%)

Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Sessions that use the expository, demonstrative, interrogative and active methods.

Continuous Evaluation

Continuous Evaluation will be made according to the participation and the performance in the classroom (presence, speeches, exhibitions and behaviour) of the student (10%).

The completion of individual written test that covers all contents taught in the various methods of teaching and learning. It has a weight of 50% for the final ranking.

The remaining 40% corresponds to the classification of individual practical work. These will always be defended orally over the lessons.

Final Evaluation

Normal Season- a written test (100%)

The Time of Appeal-a written test (100%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos e tipologias de contacto da unidade curricular.

As sessões letivas integram diversas tipologias de contacto: orientação tutorial e aulas teórico práticas

A exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos .

Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os projetos individuais (trabalhos para avaliação) e as ações de grupo a realizar, devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo de uma proposta de ação, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à concretização de trabalhos práticos de investigação/aprendizagem e operacionalização efetiva.

Cada projeto de grupo realizado deve ser concebido e estruturado em aula, sendo para tal, necessário a utilização do laboratório de informática, para permitir o uso dos meios disponíveis à sua elaboração. Esta forma de efetuar os projetos de grupos, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções pretendidas.

O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The Teaching Methodologies are consistent with the Objectives and the Typologies of the curricular unit

The teaching sessions integrate several types of contact: theoretical/practical lessons and tutorial guideline.

To motivate a greater sense of learning, the individual projects (works for evaluation) and group actions to be carried out, must present a continuous development of a proposed action, allowing to understand the evolution and the steps needed to implement practical work of learning/investigation and effective operationalization.

Each draft group performed shall be designed and structured in the classroom, and it is therefore necessary to use the computer lab to enable the use of the resources available for their preparation. This way to carry out group projects, promotes greater interaction between the teacher and students and overcomes obstacles and finds out the solutions needed.

The Evaluation was designed to measure to which extent the skills were developed.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Brochand, B., Lendrevie, J., Outros., (1999). Publicitor, Lisboa, Dom Quixote.

Caetano, J., Estrela, R., (2004). Introdução à publicidade, Porto, Edições IPAM.

Estrela, R., (2004). A Publicidade no Estado Novo, vols I e II, Lisboa, Simplesmente Comunicando.

Gomes, António Silva (coord.) (1994). Publicidade e Comunicação «Textos de Gestão». Lisboa: Texto Editora.

González Martín, J.A. (1996). Teoría general de la publicidad, Madrid, Fondo de Cultura Económica.

Hart, N., (1995). The Practice of Advertising, 4ª edição, Oxford, B.H..

Joannis, Henri, (1991). O Processo de Criação Publicitária, Edições CETOP.

Mooij, M.K., (1991). Advertising Worldwide : Concepts, Theory and practice of internacional, multinacional and global Advertising, New York, Prentice Hall.

Pinto, Alexandra Guedes (1997). Publicidade: um discurso de sedução «Coleção Linguística». Porto: Porto Editora.

Mapa IX - Direito Empresarial / Business Law

6.2.1.1. Unidade curricular:

Direito Empresarial / Business Law

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

Ana Patrícia Pereira Dias do Espírito Santo - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Em geral esta unidade curricular terá como objetivo primordial sensibilizar os alunos sobre a empresa, o empresário, as sociedades e todas as manifestações jurídicas da mesma, procurando criar uma informação global sobre a interferência do direito na atividade comercial/empresarial.

Espera-se que a preparação técnica e científica permita aos alunos mobilizar saberes culturais e científicos para compreender a realidade e para abordar situações e problemas.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

In general this curricular unit will have as its main objective to sensitize students about the company, the businessman, the societies and all legal manifestations of the same, seeking to create a global information about the interference of law in business commercial activity.

It is expected that the scientific and technical preparation allows students to mobilize scientific and cultural knowledge to understand the reality and to deal with situations and problems.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução ao estudo do Direito.

2. Noção de empresa: empresa em sentido económico e em sentido jurídico.

3. Noções básicas de Direito Comercial: noção e âmbito, características, relação com o Direito Civil, interpretação e integração de lacunas, fontes do Direito Comercial.

4. Os sujeitos das relações jurídico comerciais: o comerciante individual, estabelecimento comercial.

5. Sociedades Comerciais (tipo, constituição, objecto)

6. Direito do Trabalho – A relação jurídica laboral e o contrato individual de trabalho.

6.2.1.5. Syllabus:

1. Introduction to the study of law.

2. *Definition of company: company in the economic sense and legal sense.*
3. *Basics of Commercial Law: concept and scope, characteristics, relationship with Civil Law, interpretation and integration gaps, sources of commercial law.*
4. *The subject of commercial legal relationships: the individual trader, shop.*
5. *Companies (type, constitution, object)*
6. *Labour Law - A legal relationship and the laborcontract of employment.*

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

Os conteúdos programáticos seleccionados são aqueles que transmitem uma visão global e interativa dos vários assuntos que compõem o direito empresarial.

A apreensão das noções essenciais de Direito Comercial e de Direito do Trabalho é necessária para assegurar a compreensão da realidade jurídica que enquadra o mundo das empresas e dos negócios.

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

The program contents selected are those that convey a global and interactive view of both the several issues that make the Enterprise Law.

The knowledge of the essentials notions of commercial and Labor Law are necessary to ensure the understanding of the legal reality that fits in the world of business and companies.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os conteúdos programáticos são tratados utilizando-se duas metodologias complementares: leitura e análise das disposições legais e exposição dos conteúdos pelo docente e sua discussão pelos alunos e resolução de casos práticos. Os alunos serão avaliados através da modalidade de avaliação contínua (assiduidade, interesse e participação nas aulas, expressão oral e escrita - 15% , trabalho escrito - 20%, teste escrito - 65%) ou através da avaliação final (prova escrita individual - 100%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The program contents are treated by using two complementary methodologies: reading and analysis of the legal provisions and exposure of contents by the teacher and its discussion with the students, and resolution of practical case studies by the students.

Students will be assessed by means of continuous evaluation (attendance, interest and participation in the lessons, oral and written expression - 15%, presentation work - 20%, written test - 65%) or by final evaluation (individual written test - 100%).

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

A metodologia de ensino adotada - leitura e análise das disposições legais - é aquela que permitirá aos alunos o conhecimento das normas jurídicas fundamentais para a resolução das diversas questões suscitadas no objeto de estudo. Por outro lado, a análise e resolução de casos práticos permitirá que o aluno compreenda o conteúdo e alcance das diversas normas jurídicas, resolvendo plenamente os problemas suscitados.

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

The teaching methodology adopted - reading and analysis of legal provisions - is the one that will allow students the Knowledge of fundamental legal norms for the resolution of various issues raised in the object of study.

On the other hand, the analysis and resolution of practical cases will allow the student to understand the content and scope of the various laws at stake, fully resolving the problems raised.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- *Ascensão, José de Oliveira, O Direito - Introdução e Teoria Geral, Livaria Almedina, Coimbra.*
- *Correia, Miguel J. A. Pupo, Direito Comercial. Direito da Empresa, Ediforum, 9.^a edição, 2005;*
- *Roque, Ana, Direito Comercial: Noções Essenciais, Quid Juris, 2004;*
- *Textos, excertos e outros elementos avulso postos à disposição dos alunos.*

Mapa IX - Metodologia nas Ciências Sociais / Methodology in Social Sciences

6.2.1.1. Unidade curricular:

Metodologia nas Ciências Sociais / Methodology in Social Sciences

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

Fernando Francisco Casal Moreira Gomes - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Compreender a necessidade de estruturar previamente um percurso teórico-metodológico subjacente a um trabalho de investigação.

Identificar e compreender os requisitos teóricos e os procedimentos metodológicos essenciais a uma abordagem científica da realidade.

Conhecer os instrumentos teórico-metodológicos necessários à exploração e operacionalização / análise dos problemas temáticos de um trabalho de investigação.

*Dominar os principais métodos e técnicas de investigação, mediante conhecimento dos seus princípios, da sua aplicação, das suas potencialidades e dos seus limites.
Compreender e identificar os limites e potencialidades de uma variedade de métodos de pesquisa.
Conceber os instrumentos teórico-metodológicos necessários à elaboração, organização e apresentação dos diferentes tipos de trabalhos científicos.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

*To understand the need to previously structure a theoretical-methodological basis that underlies an investigation work.
To identify and understand the theoretical demands and the methodological requirements needed to a scientific approach of reality.
To know the theoretical-methodological tools for the systematic exploration and operationalization / analysis of the problems found in an investigation work.
To make full use of the main methods and techniques of investigation, following their principles, potentialities and limits.
To understand and identify the limits and potentialities of a variety of research methods
To conceive the theoretical - methodological tools needed in the preparation, organization and presentation of different types of scientific works.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

CIÊNCIA E CONHECIMENTO CIENTÍFICO
*A natureza do conhecimento científico
O método científico
Pesquisa: noções gerais*
O PROJECTO DE INVESTIGAÇÃO EM MPRP
*Pré-requisitos
Elementos para o planeamento da pesquisa
Escolha do assunto e sua delimitação
Formulação do problema da investigação
Delimitação da população em estudo
Recolha de Informação
Análise, tratamento e interpretação dos resultados
Apresentação do trabalho científico*
INQUÉRITO POR ENTREVISTA E POR QUESTIONÁRIO
*Inquérito por entrevista
Inquérito por questionário
Inquérito por questionário*
ANÁLISE DE CONTEÚDO
*Origens e definição
Metodologia
Técnicas*
RELATÓRIO DA PESQUISA EFECTUADA
*Reflexões prévias ao acto de relatar
Elaboração do relatório*

6.2.1.5. Syllabus:

SCIENCE AND SCIENTIFIC KNOWLEDGE
*The nature of scientific knowledge
The scientific method
Research: general notions*
THE PROJECT OF INVESTIGATION IN MPRP
*Prerequisites
Elements for the planning of research
Subject choice and its delimitation
Formulation of an investigation problem
Population Delimitation
Information Collection
Analysis, treatment and interpretation of results
Presentation of the scientific work*
INTERVIEW AND QUESTIONNAIRE SURVEY
*Interview Survey
Questionnaire Survey*
ANALYSIS OF CONTENTS
*Origins and definition
Methodology
Techniques*
RESEARCH REPORT
*Previous Reflections
Report writing*

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos/competências definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The established aims are coherent with the syllabus, namely in the identification and comprehension of the subjects to approach in the curricular unit as well as in the knowledge of the methodological tools that make the connection between theory and praxis possible. It is also possible to observe an interconnection between what has been presented as syllabus, the established goals

and the bibliography presented.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os conteúdos da unidade curricular lecionada oferecem-se em sessões (contacto/trabalho autónomo) que utilizam diferentes métodos e técnicas de aprendizagem coordenados de forma lógica com o fim de atingir os objetivos previamente definidos. Estas utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e activo.

Avaliação Contínua

Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 60% para a classificação final.

Os restantes 30% correspondem à classificação dos trabalhos práticos obrigatórios e individuais. Estes serão sempre defendidos oralmente ao longo das aulas.

Avaliação Final

Época Normal - Uma prova escrita (100%)

Época de Recurso - Uma prova escrita (100%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Different methods and techniques coordinated in a logical way in sessions of autonomous work will enable students to reach the goals previously set. In these sessions some different methods will be used: expository, demonstrative, interrogative and active.

Assessment will be ongoing. 10% of the grade is dependent on class participation and student performance (attendance, oral presentations, writing assignments and behaviour). A written exam containing all the units learnt throughout the course is worth 60% of the final grade. The other 30% are earned by completing individual mandatory practical works that students will have to present orally in classes.

Exam calendar

Final Exam - Written Exam (100%)

Appeals - Written Exam (100%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos e tipologias de contacto da unidade curricular dado que:

1) a exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicação adequada dos conteúdos face ao público-alvo;

2) a exposição de evidência científica em conjunto com a análise de estudos de caso permitem mostrar as funções da metodologia quando aplicadas ao MPRP;

3) a exposição das questões e desafios atuais, suportada em referências de revistas internacionais, aliada à escrita de um ensaio "state-of-the-art" possibilita uma compreensão das linhas de investigação em MPRP, bem como a realização de uma reflexão sobre as áreas que carecem de investigação adicional.

O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The teaching methodologies are coherent with the aims and types of contact of the curricular unit since:

1) The exposure of the program associated with the presentation of practical cases and the resolution of exercises provide an adequate explanation of the syllabus;

2) The presentation of scientific evidence together with the study cases analysis make it possible to show the methodology functions when used in MPRP;

3) Questions and present challenges based on references of international magazines together with the writing of a state of the art essay make it possible to understand the investigation lines in MPRP, as well as the reflection over the areas that need additional investigation.

The assessment regime was conceived to test students' level of achievement.

The assessment

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BARDIN, Laurence, *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Edições 70, 1995

CARMO, H. E FERREIRA, M., *Metodologia da Investigação*, Lisboa, Universidade Aberta, 1998

FERREIRA DE ALMEIDA, J. e PINTO, J.M., *A Investigação nas Ciências Sociais*, Lisboa, Editorial Presença, 1981

FRADE, João Cúcio, *Guia Prático para Elaboração e Apresentação de Trabalhos Científicos*, Lisboa, Edições Cosmos, 1991

GRAWITZ, M., *Méthodes des Sciences Sociales*, Paris, Dalloz, 1981

HILL, Manuela Magalhães e HILL, Andrew, *Investigação por Questionário*, Lisboa, Edições Sílabo, 2002

QUIVY, Raymond e CAMPENHOUDT, Luc van, *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, trad. port., 2.ª ed., Lisboa, 1998

SILVA, Augusto Santos/PINTO, José Madureira (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, 9.ª ed., Porto, Afrontamento, 1986

SOUSA SANTOS, B., *Um discurso sobre as ciências*, Porto, Afrontamento, 1987

Mapa IX - Tecnologias da Informação e da Comunicação / Information Technology and Communication

6.2.1.1. Unidade curricular:

Tecnologias da Informação e da Comunicação / Information Technology and Communication

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

Susana Rute de Almeida Alves - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

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

Como conhecimentos gerais os alunos deverão saber utilizar eficientemente as ferramentas informáticas na ótica do utilizador. No que respeita às competências específicas os alunos deverão conhecer as funcionalidades e saber operar com programas de processamento de texto; folhas de cálculo e apresentações eletrónicas.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Students should know how to efficiently use the IT tools on a user's perspective.

Regarding their specific skills, students should know how to work with word processing programs, spreadsheets and electronic presentations.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Windows: O ambiente de trabalho, sua personalização; O meu computador; Trabalho com janelas (minimizar, restaurar, maximizar); A barra de tarefas; Trabalho com ficheiros (criar, copiar, apagar, localizar ficheiros); O explorador do Windows; O painel de controlo.

Processador de texto: Conceitos em word; A barra de menus; A barra de ícones; Documentos modelo; Operações com documentos; Formatação de documentos; Aplicar estilos; Desenhar tabelas no processador de texto; Formatar documentos em colunas; Aplicar objectos num texto; Aplicar o corrector ortográfico; O cabeçalho e rodapé; As secções de um documento; IProteger um documento; Os índices; O mail merge.

Folha de cálculo: Noções básicas; Barra de ferramentas de formatação; Formatação através dos comandos do menu; Funções e fórmulas; Gráficos; Manipulação de folhas; Macros; Tabelas dinâmicas.

Apresentações eletrónicas: Noções básicas; Criação de um diapositivo; Diferentes esquemas de diapositivos; Sons e Filmes; Animações; Modelos.

6.2.1.5. Syllabus:

Windows: The desktop, its customisation; My Computer; Working with windows (minimize, restore, maximize); The taskbar; Working with files (create, copy, delete, trace files); The Windows explorer; The control panel.

Word Processor: Word Processor Concepts; The menu bar; The icon bar; Standard documents; Operations with documents; formatting documents; Apply styles; Draw tables in word processor; Format documents in columns; Insert objects in a text; Use the spelling checker; The header and footer; The sections in a document; Protect a document; The menus; The mail merge.

Spreadsheet: The Basics; Formatting Toolbar, Formatting via menu of commands; Functions and formulas; Graphics; Handling sheets; Macros; PivotTables.

Electronic presentations: Basic concepts; Creating a slide; different slide layouts; Movies and Sounds; Animations; Models.

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

Os conteúdos programáticos da unidade curricular refletem um conjunto de competências base que os profissionais de Marketing, Publicidade e Relações Públicas deverão demonstrar nas suas funções. Estas competências estão diretamente relacionadas com os objetivos traçados para a unidade curricular.

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

The syllabus of this curricular unit reflect a basic set of skills that professionals in Marketing, Advertising and Public Relations should master when performing the job. These skills are directly related to the objectives set for the curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Adoção do modelo expositivo integrado com o modelo interativo.

Preteende-se incentivar a participação activa dos alunos utilizando para tal a demonstração como meio de aprendizagem.

Avaliação contínua: Testes de avaliação (2 provas escritas individuais abrangendo todos os conteúdos leccionados no semestre) – 90% (45% cada teste); Participação em aula (desempenho, assiduidade, comportamento) – 10%

Avaliação final: Exame final com toda a matéria ministrada ao longo das aulas – 100%

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The adoption of an expository method combined with an interactive method.

It is intended to encourage the students' active participation in class by using the demonstration as a means of learning.

Continuous evaluation: Written Tests (two individual written tests covering all the contents taught throughout the semester) - 90% (45% for each test); Students' participation in class (students' performance, attendance, behaviour) - 10%

Final evaluation: Final exam covering all the contents of this curricular unit - 100%

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

A metodologia de ensino adotada reflete a necessidade de um trabalho prático sustentado na unidade curricular de Tecnologias da Informação e da Comunicação. Fomentando a participação ativa dos alunos, pretende-se que estes, através da resolução de casos práticos, sejam capazes de desenvolver competências nestas áreas.

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

The adopted teaching methodology reflects the need for a practical work required by the specificities of this curricular unit of Information Technology and Communication. By encouraging the students' active participation, it is intended that they, through the resolution of practical cases, became able to develop skills in these areas.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Fundamental do Windows Vista – 2ª Edição Actualizada, Carla Jesus, FCA

Excel 2007 Macros & VBA - Curso Completo, Henrique Loureiro, FCA

WORD EM 60 MINUTOS (OFFICE 2007), VA, Porto Editora

POWERPOINT 2007 DEPRESSA E BEM, Ana Elias, FCA

Mapa IX - Teoria da Comunicação II / Communication Theory II

6.2.1.1. Unidade curricular:

Teoria da Comunicação II / Communication Theory II

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

José Luís Cunha Martins da Silva Couto - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

A unidade curricular visa a aquisição de conhecimentos e de competências que permita aos alunos: compreender os processos de significação em comunicação e na comunicação de marketing em particular; e seleccionar ferramentas de comunicação de marketing em função de objetivos organizacionais.

A consecução dos objetivos gerais definidos materializar-se-á necessariamente na aquisição de conhecimentos e de competências que permita aos alunos: conceber e analisar signos de comunicação de marketing; avaliar a eficácia e eficiência de signos na comunicação de marketing; definir objetivos, alvos e posicionamentos de comunicação de marketing; caraterizar ferramentas de comunicação de marketing; analisar e avaliar a eficácia e eficiência de ferramentas de comunicação de marketing.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This Curricular Unit aims at the acquisition of knowledge and skills that will allow students to: understand the processes of meaning in communication and in particular in marketing communication; and select marketing communication tools according to the organizational goals.

The defined overarching objectives will necessarily lead to the acquisition of knowledge and skills that allow students to: develop and analyze marketing communication signs, evaluate the efficiency and effectiveness of signs in marketing communication; define objectives, targets and marketing communications placements; define marketing communication tools, analyze and evaluate the effectiveness and efficiency of marketing communication tools.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

I. Teoria dos Signos

1. Semiótica e comunicação: âmbitos e interrelações

1.1. Campo da semiótica e suas várias tradições

1.2. Semiótica e teorias da comunicação

1.3. Significação e comunicação

2. Projecto Semiológico de Ferdinand de Saussure

2.1. Noção de signo

2.2. Outros conceitos fundamentais

2.2.1. Signos motivados e imotivados

2.2.2. Língua/Fala

2.2.3. Diacronia/ Sincronia

2.3. Perspetivas críticas à abordagem estruturalista de Saussure

3. Projecto Semiótico de Charles Sanders Peirce

3.1. Noção de signo

3.2. Dimensões do signo: sintáctica, semântica e pragmática

3.3. Categorias faneroscópicas

3.4. Classificação dos signos: quadro geral

II. Introdução ao estudo da comunicação de marketing

1. Fundamentos da comunicação de marketing

1.1. Resenha histórica da evolução da comunicação de marketing

2. Ferramentas da comunicação de marketing (mix de comunicação)

3. Gestão da comunicação de marketing

4. Plano de marketing e plano de comunicação

6.2.1.5. Syllabus:

I. Theory of Linguistic Signs

1. Semiotics and communication: scope and interrelations

1.1. Semiotics and its several traditions

1.2. Semiotics and communication theories

1.3. Meaning and communication

2. The semiological project of Ferdinand de Saussure

2.1. Notion of sign

2.2. Other key concepts

2.2.1. Motivated and unmotivated linguistic signs

2.2.2. Language / Speech

2.2.3. Diachrony / synchrony

2.3. Critical Perspectives on Saussure's structuralist approach

3. The Semiotic project of Charles Sanders Peirce

3.1. Notion of sign

3.2. Dimensions of the linguistic sign: syntactic, semantic and pragmatic

3.3. 'Faneroscópicas' Categories

3.4. General classificatinguistic of Linguistic signs

II. Introduction to the study of Marketing Communications

1. Fundamentals of Marketing Communications

1.1. Historical evolution of Marketing Communication

2. Tools of Marketing Communication (communication mix)

3. Marketing Communications Management

4. Marketing plan and Communication plan

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

A fim de garantir: a consecução dos resultados expectáveis de aprendizagem (aquisição de conhecimentos e de competências); um papel activo e responsável dos alunos na construção dos seus processos de aprendizagem.

A relação pedagógica na unidade curricular leccionada visa dois objectivos:

Em geral, dotar os alunos de um conjunto vasto de conhecimentos teóricos e abstratos. Pretende-se transmitir conceitos e conteúdos teóricos com um grau de abstração elevado. Os conteúdos transmitidos traduzem o saber generalizado e as orientações necessárias para que os alunos assumam um papel ativo na investigação científica.

Em particular, a aquisição de competências que permitam prosperar ou melhorar a produção nesta atividade e promover a integração profissional. Os "constructos" são operativos e complementados com competências práticas que incrementam o nível técnico e relacional do aluno.

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

I. Theory of Linguistic Signs

1. Semiotics and communication: scope and interrelations

1.1. Semiotics and its several traditions

1.2. Semiotics and communication theories

1.3. Meaning and communication

2. The semiological project of Ferdinand de Saussure

2.1. Notion of sign

2.2. Other key concepts

2.2.1. Motivated and unmotivated linguistic signs

2.2.2. Language / Speech

2.2.3. Diachrony / synchrony

2.3. Critical Perspectives on Saussure's structuralist approach

3. The Semiotic project of Charles Sanders Peirce

3.1. Notion of sign

3.2. Dimensions of the linguistic sign: syntactic, semantic and pragmatic

3.3. 'Faneroscópicas' Categories

3.4. General classificatinguistic of Linguistic signs

II. Introduction to the study of Marketing Communications

1. Fundamentals of Marketing Communications

1.1. Historical evolution of Marketing Communication

2. Tools of Marketing Communication (communication mix)

3. Marketing Communications Management

4. Marketing plan and Communication plan

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Privilegiar-se-ão, em função das diferentes tipologias de aula, as seguintes metodologias de ensino e aprendizagem:

metodologias afirmativas (predominantes nas aulas teórico-práticas); metodologias interrogativas (predominantes nas aulas teórico-práticas e de orientação tutorial); metodologias activas (predominantes nas aulas de prática laboratorial); metodologias de descoberta (predominantes nas aulas de prática laboratorial).

Avaliação contínua: 2 Provas Escritas: 60%; Trabalho Teórico-Prático a desenvolver nas aulas de prática laboratorial: 30%;

Atitudes face ao processo de ensino-aprendizagem (assiduidade, interesse, empenho, participação, espírito crítico, cumprimento de prazos, cooperação, entre outros): 10%

Avaliação final [Época Normal ou Época de Recurso]: Prova escrita individual: 100%; Prova suplementar: Exame Oral

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Emphasis will be on the following teaching and learning methods: affirmative methods (predominant in theoretical and practical classes); interrogative methods (predominant in theoretical and practical classes with tutorial guidance); active methods (predominant in laboratorial practice classes); discovery methods (predominant in the laboratorial practice classes).

Ongoing Assessment: 2 Written tests: 60%; Theoretical and Practical Work done in the laboratorial practice classes: 30%;

Student's attitude towards the teaching-learning process (attendance, interest, commitment, participation, critical thinking, meeting deadlines, cooperation, etc.): 10%

Final evaluation [Regular Season or Appeals]: Written exam: 100%; Additional Exam: Oral Exam.

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

Os métodos empregues na unidade curricular obrigam à implicação total do aluno no processo de aprendizagem implementando o saber intelectual, o saber ser e o saber fazer. A relação centra-se no aluno respeitando e atendendo os seus ritmos próprios, interesses e preferências, e principalmente não descurando o seu quadro de referências pessoais, a sua experiência de vida e profissional, legitimado por essa mesma experiência. Em cada sessão letiva o processo de aprendizagem obedece às seguintes fases, a partir da prática e regressando à prática: experiência concreta; observação refletida; conceptualização abstrata e experiência ativa.

Podemos afirmar que a aprendizagem constitui-se como um processo contínuo, dinâmico, global, subjectivo, gradativo e cumulativo. A relação pedagógica mantida com os alunos é uma pedagogia ativa (prática-teórica-prática) e de sucesso (tenta-se prevenir o sucesso, evitando situações de fracasso ou de frustração).

Em conformidade com as competências e os conteúdos propostos nesta unidade curricular existe a necessidade de cumprir determinados núcleos essenciais do programa curricular e seleccionar modelos e métodos pedagógicos.

Os conteúdos da unidade curricular leccionada oferecem-se em sessões que utilizam diferentes métodos e técnicas de

aprendizagem coordenados de forma lógica com o fim de atingir os objetivos previamente definidos. Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e ativo e técnicas como a discussão orientada e em painel, a simulação ou estudos de caso.

Tenta-se encontrar um equilíbrio entre os métodos afirmativos (expositivo e demonstrativo) e os métodos activos - em parte resultado das condições materiais existentes. Enquanto os primeiros baseiam-se no enunciado pelo docente de saberes ou saberes fazeres, os segundos fundamentam-se na apropriação do conhecimento pelos alunos. Os métodos ativos no nosso ponto de vista estimulam a criatividade e despertam o maior número de motivações para o trabalho em equipa. Ao contrário de outros métodos que apontam para a memorização e repetição, nos métodos ativos os discentes tem uma real evolução pessoal. O ensino deve enfatizar os métodos ativos, dado o facto de que muito do trabalho é realizado em equipa.

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

The methods employed in the curricular unit require the full involvement of students in the learning process by implementing their intellectual knowledge and know-how. The relationship focuses on the students observing and taking into consideration their own rhythms, preferences and interests, and especially not forgetting their personal references, their life and professional experience. In each session the teaching/learning process will pursue the following stages: concrete experience, reflective observation, abstract conceptualization and active experience.

In this way, learning is a continuous, dynamic, global, subjective, gradual and cumulative process. The pedagogical relationship kept with students is based on active teaching procedures and success (it intends to prevent failure and avoid frustration).

In accordance with the skills and content offered in this curricular unit there is the need to refer to specific topics and select teaching models and methods.

The contents of the course are taught in sessions that use different methods and learning techniques coordinated in a logical order so that the predefined goals can be achieved. Therefore, it will be used the expository, demonstrative, interrogative methods and techniques such as active and guided group discussion, simulation or case studies.

Thus, it is essential to find a balance between passive methods (expository and demonstrative) and active methods. While the first are based on the teacher's know-how, the latter are based on the acquisition of knowledge by students. In our opinion, the active methods fosters creativity and awaken a greater number of motivation for teamwork. Unlike the other methods that aim to memorization and repetition, with active methods students have a real personal evolution. Education should emphasize the active methods, since much work is done in teams.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Freixo, M. (2006). *Teorias e Modelos de comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.

Meunier, J-P. & P- Brochand, B., Lendrevie, J., Rodrigues, J. V. & Dionísio, P. (1999). *Publicitor*, Lisboa: Edições Dom Quixote

Castro, J.P. (2007). *Comunicação de Marketing*, Lisboa: Edições Sílabo

Rodrigues, A.D. (1991). *Introdução à Semiótica*, Lisboa: Editorial Presença

Santaella, L. (2000). *A Teoria Geral dos Signos*, São Paulo: Editora Pioneiraerayna, D. (2004). *Introdução às Teorias da Comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.

Monteiro, A.C., Caetano, J., Marques, H. & Lourenço, J. (2006). *Fundamentos de Comunicação*. Lisboa: Edições Sílabo.

Wolf, M. (2006). *Teorias da Comunicação*. Editorial Presença.

Mapa IX - Análise de Dados em Marketing / Data analyses in Marketing

6.2.1.1. Unidade curricular:

Análise de Dados em Marketing / Data analyses in Marketing

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

Helena Luísa de Lima Oliveira - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Organizar os vários tipos de dados e apresentá-los através de gráficos; construir tabelas de frequência; identificar os vários tipos de variáveis; calcular e interpretar medidas de localização e medidas de dispersão; construir e interpretar diagramas de dispersão; calcular o coeficiente de correlação e a reta de regressão; determinar estimativas de uma das variáveis a partir do valor da outra variável através da reta de regressão.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Organize the various types of data and present them through graphics; to construct frequency tables; identify the various types of variables; calculate and interpret measures of location and dispersion measures; construct and interpret scatter diagrams; calculate the correlation coefficient and the regression line; determine estimates of one of variables from the value of another variable through the regression line.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução

1.1. Evolução histórica da estatística

1.2. Tipos de estatística

1.3. População e amostra

1.4. Fases do método de análise estatística

2. Organização e apresentação dos dados

2.1. Tipos de variáveis estatísticas

2.2. Variáveis qualitativas

2.3. *Variáveis quantitativas*

2.4. *Representação gráfica*

3. *Medidas de localização*

3.1. *Introdução*

3.2. *Média*

3.3. *Mediana*

3.4. *Moda*

3.5. *Relação entre a média a mediana e a moda*

3.6. *Quantis*

4. *Medidas de dispersão*

4.1. *Introdução*

4.2. *Amplitude da amostra*

4.3. *Amplitude interquartis*

4.4. *Variância e desvio-padrão*

4.5. *Coefficiente de variação*

5. *Distribuições bidimensionais*

5.1. *Introdução*

5.2. *Diagrama de dispersão*

5.3. *Coefficiente de correlação*

5.4. *Reta de regressão.*

6.2.1.5. Syllabus:

1. *Introduction*

1.1. *Historical development of statistics*

1.2. *Types of statistics*

1.3. *Population and sample*

1.4. *Phases of statistical analysis method*

2. *Organisation and presentation of data*

2.1. *Types of statistical variables*

2.2. *Qualitative Variables*

2.3. *Quantitative Variables*

2.4. *Graphical representation*

3. *Measures of location*

3.1. *Introduction*

3.2. *Mean*

3.3. *Median*

3.4. *Mode*

3.5. *Relationship between the mean, median and mode*

3.6. *Quantis*

4. *Measures of dispersion*

4.1. *Introduction*

4.2. *Magnitude of the sample*

4.3. *Interquartis Amplitude*

4.4. *Variance and standard deviation*

4.5. *Coefficient of variation*

5. *Two-dimensional Distributions*

5.1. *Introduction*

5.2. *Scatter Diagram*

5.3. *Correlation coefficient*

5.4. *Regression line.*

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

Os conteúdos programáticos são coerentes com os objetivos da unidade curricular pois o programa foi criado de modo a proporcionar aos alunos o conhecimento dos conceitos e estabelecer as respetivas ligações práticas necessárias para a compreensão e aplicação dos temas abordados na unidade curricular.

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

The syllabus are consistent with the goals of the curricular unit because the program is designed to provide students with the knowledge of the concepts and establish the respective links necessary to the understanding and application of the topics covered in curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Introdução dos conceitos teóricos de uma forma indutiva e intuitiva seguida da sua formalização e exemplificação.

Aplicação dos conteúdos programáticos mediante a resolução de exercícios, privilegiando a capacidade de pesquisa, pensamento lógico e conclusivo e exigindo rigor da linguagem utilizada.

O aluno pode optar por: 1. Avaliação contínua: 65% para a média de dois testes escritos. (Mínimo: 7 valores); 30% para a realização de um trabalho de aplicação dos conteúdos

programáticos (apresentação escrita e oral); 5% para a assiduidade (Mínimo: 50% das aulas dadas).

2. Avaliação final: Realização de uma prova escrita (100%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

To introduce theoretical concepts in an inductive and intuitive way followed by its formalization and exemplification.

To Apply the syllabus with the resolution of exercises, emphasising the research capability, logical and conclusive thought and demanding accuracy of the language used.

The student can choose: 1. Continuous evaluation: 65% to the average of two written tests. (Minimum: 7 marks); 30% for a content application work of the syllabus

(written and oral presentation); 5% for attendance (minimum: 50% of the lessons given).

2. Final evaluation: a written test (100%).

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

A apresentação dos conceitos é feita de uma forma indutiva e exemplificativa seguida da resolução de exercícios, com constante atenção, à formalização dos mesmos e ao rigor necessário na linguagem escrita utilizada na área. Deste modo cria-se a capacidade de um raciocínio e de um pensamento adequados à resolução de problemas na Análise de Dados em Marketing.

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

The presentation of the concepts is made in an inductive way and exemplified followed by exercises resolution. It is given some constant attention to its formalization and to the accuracy in the written language used in the area. In this way it creates the ability of reasoning and thought suited to solve problems in Data Analysis in Marketing.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

*Murray R. Spiegel, Probabilidade e Estatística Coleção Schaum, McGraw-Hill.
Elizabeth Reis, Estatística Descritiva Edições Sílabo.*

Mapa IX - Teoria e História das Relações Públicas / Theory and History of Public Relations

6.2.1.1. Unidade curricular:

Teoria e História das Relações Públicas / Theory and History of Public Relations

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

Joaquim Jorge Alves Moreira Guerra - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Gerais:

Familiarizar os alunos com a natureza das Relações Públicas e a sua História. Este conhecimento deverá levá-los a compreender melhor a teoria e os métodos desta atividade, os quais servirão de base a uma futura vida profissional.

Específicas:

*Analisar o papel das Relações Públicas no contexto histórico, social e cultural da sociedade atual;
Interpretar ações de Relações Públicas com base em conceitos e perspectivas teóricas;
Desenvolver planos de Relações Públicas.*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

General:

To familiarize students with the nature of Public Relations and its History. This knowledge should lead them to understand better the theory and methods of this activity, which will serve as a basis for a future professional life.

Specific:

*To consider the role of Public Relations in the Cultural, Social and Historical context of today's society;
To interpret Public Relations Actions based on concepts and theoretical perspective;
To develop Public Relations Plans.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

NOÇÕES GERAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

1.1. O campo das relações públicas: Algumas definições

1.2 A história das relações públicas

1.3 Campos afins das relações públicas: marketing, publicidade e jornalismo

1.4 Como actuam as relações públicas: os modelos de RP

1.5. Relações entre Ideologia, Comunicação e Poder

2. O DOMÍNIO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

2.1. Relações Públicas nas empresas privadas

2.2. Relações Públicas nas empresas públicas

2.3. Relações Públicas na Administração Pública

2.4. A Comunicação Interpessoal

3. OBJETIVOS E PÚBLICOS

3.1. Público Interno

3.2. Parceiros

3.3. Líderes de opinião

3.4. Organizações Governamentais

3.5. Órgãos de Comunicação Social

3.6. Comunidade Local

3.7. Público em Geral

4. AUDITORIA DE RELAÇÕES PÚBLICAS

4.1. A auditoria à comunicação como método de investigação em relações públicas

4.2. A auditoria de imagem como método de investigação em relações públicas

5. OS VÁRIOS TIPOS DE COMUNICAÇÃO

6. INSTRUMENTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

6.2.1.5. Syllabus:

GENERAL PUBLIC RELATIONS NOTIONS

1.1. The field of Public Relations: some definitions

1.2 History of Public Relations

1.3 Related Fields of Public Relations: Marketing, Advertising and Journalism

1.4 How acts the Public Relations: the models of a PR

1.5. Relationship between Ideology, Power and Communication

2. THE PUBLIC RELATIONS DOMAIN

2.1. Public Relations in private enterprises

2.2. Public Relations in State-owned enterprises

2.3. Public Relations in Public Administration

2.4. The Interpersonal Communication

3. THE OBJECTIVES AND THE PUBLIC

3.1. Internal Audience

3.2. Partners

3.3. Opinion Leaders

3.4. Governmental Organizations

3.5. Media

3.6. Local community

3.7. The general public

4. PUBLIC RELATIONS AUDIT

4.1. The audit reporting as a method of research in public relations

4.2. The audit of image as research method in public relations

5. THE VARIOUS TYPES OF COMMUNICATION

6. PUBLIC RELATIONS INSTRUMENTS

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos/competências definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The objectives set for this curricular unit are consistent with its syllabus, namely, the identification and understanding of the issues to be worked in it and the knowledge of methodological tools necessary to enable a link between theory and practice. There is also an interconnection between what was submitted in accordance with the syllabus, the defined objectives/skills and the basic bibliography considered for the curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e ativo.

Avaliação Contínua

Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 50% para a classificação final.

Os restantes 40% correspondem à classificação dos trabalhos práticos obrigatórios e individuais. Estes serão sempre defendidos oralmente ao longo das aulas.

Avaliação Final

Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%)

Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Sessions that use the expository, demonstrative, interrogative and active methods.

Continuous Evaluation

Continuous Evaluation will be made according to the participation and the performance in the classroom (presence, speeches, exhibitions and behaviour) of the student (10%).

The completion of individual written test that covers all contents taught in the various methods of teaching and learning. It has a weight of 50% for the final ranking.

The remaining 40% corresponds to the classification of individual practical work. These will always be defended orally over the lessons.

Final Evaluation

Normal Season- a written test (100%)

The Time of Appeal- a written test (100%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos e tipologias de contacto da unidade curricular.

As sessões letivas integram diversas tipologias de contacto: orientação tutorial e aulas teórico práticas.

A exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos .

Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os projetos individuais (trabalhos para avaliação) e as ações de grupo a realizar, devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo de uma proposta de ação, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à concretização de trabalhos práticos de investigação/aprendizagem e operacionalização efetiva.

Cada projeto de grupo realizado deve ser concebido e estruturado em aula, sendo para tal, necessário a utilização do laboratório de informática, para permitir o uso dos meios disponíveis à sua elaboração. Esta forma de efetuar os projetos de grupos, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções pretendidas.

O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The Teaching Methodologies are consistent with the Objectives and the Typologies of the curricular unit
The teaching sessions integrate several types of contact: theoretical/practical lessons and tutorial guideline.
To motivate a greater sense of learning, the individual projects (works for evaluation) and group actions to be carried out, must present a continuous development of a proposed action, allowing to understand the evolution and the steps needed to implement practical work of learning/investigation and effective operationalization.
Each draft group performed shall be designed and structured in the classroom, and it is therefore necessary to use the computer lab to enable the use of the resources available for their preparation. This way to carry out group projects, promotes greater interaction between the teacher and students and overcomes obstacles and finds out the solutions needed.
The Evaluation was designed to measure to which extent the skills were developed.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Fonseca, A. (1998). Comunicação institucional: contributo das relações públicas . Maia: Publismai.
Jackson, P. (1995). Public relations: practices: managerial case studies and problems. Upper Saddle River: Prentice Hall.
Kotler, P. (2000). Marketing para o século XXI «Novos Gestores». Lisboa: Editorial Presença.
Lampreia, J. (1998). Comunicação empresarial: as relações públicas na Gestão. Lisboa: Texto Editora.
Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, J.V. (2004). Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing. Lisboa: Publicações Dom Quixote

Mapa IX - Noções de Contabilidade/ Understanding Accounting

6.2.1.1. Unidade curricular:

Noções de Contabilidade/ Understanding Accounting

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

António dos Santos Pereira - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

- 1. Dotar os alunos dos instrumentos e metodologias específicas da análise contabilística.*
- 2. Cooperar com outros em tarefas e projectos comuns;*
- 3. Aplicação de conhecimento e utilização das ferramentas das tecnologias da informação e comunicação, na contabilidade;*

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- 1. Give students the tools and methodologies specific to the accounting analysis.*
- 2. Cooperate with others in common tasks and projects;*
- 3. Use the Information and Communication Technology (ICT) tools in accounting;*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

- 1. A Contabilidade como sistema de informação*
- 2. Conceitos fundamentais de contabilidade*
- 3. Normalização Contabilística. A normalização contabilística e SNC - Sistema de Normalização Contabilístico*
- 4. Estudo das Contas*
- 5. Operações de fim de exercício*

6.2.1.5. Syllabus:

- 1. A Contabilidade como sistema de informação*
- 2. Conceitos fundamentais de contabilidade*
- 3. Normalização Contabilística. A normalização contabilística e SNC - Sistema de Normalização Contabilístico*
- 4. Estudo das Contas*
- 5. Operações de fim de exercício*

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

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular porque o programa começa por enquadrar a Contabilidade como sistema de informação, passando de seguida para os seus conceitos fundamentais que permitem dotar os alunos com os instrumentos e métodos de recolha, registo e análise da contabilidade. Os conteúdos 1, 2 e 3 permitem atingir o objetivo 1. Em relação ao segundo objetivo, é dado ênfase ao recurso a fichas de trabalho realizados em grupo, de forma a promover o trabalho cooperativo, permitindo realizar este objetivo. Os conteúdos 4 e 5, associados ao recurso a casos práticos, utilização da plataforma Moodle e programas de contabilidade, permitem atingir o terceiro objetivo: aplicar os conhecimentos, por um lado, e compreender a importância das tecnologias de informação e da comunicação para a contabilidade.

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

The syllabus is consistent with the objectives of the curricular unit because the program starts by framing Accountancy as an Information System, and then it refers some core concepts that provide students with tools and methods for collecting, recording and analysing in accounting. The contents 1, 2 and 3 make it possible to achieve objective one. Regarding the second objective, emphasis will be given to the use of worksheets done in groups, to promote cooperative work. The contents of 4 and 5, associated with the use of case studies, the Moodle platform and accounting programs, will help to achieve the third objective: to apply the

knowledge on the one hand, and on the other hand understand the importance of information communication technologies in accounting.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias a utilizar são o método expositivo, com recurso à projeção de diapositivos, utilização da folha de cálculo e programas de contabilidade, os métodos dedutivo e indutivo. É utilizada a simulação pedagógica, através de casos próximos da realidade empresarial. Incentivar-se-á a participação ativa dos alunos nas aulas.

A avaliação da unidade curricular terá duas modalidades: contínua e por exame final. Na contínua será feita de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%), pela realização de uma prova escrita individual, abrangendo todos os conteúdos lecionados, com uma ponderação de 60%. Os restantes 30% correspondem à classificação dos trabalhos práticos de grupo e individuais. A avaliação, por exame final, será feita na época normal e de recurso, com uma ponderação de 100%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodologies used are the expository method, using the projection of slides, the use of spreadsheet and accounting programs and deductive and inductive methods. Students will role play specific cases close to the business reality. The students' active participation in class will be strongly encouraged.

Assessment of this curricular unit will be ongoing or through a final exam. The continuous evaluation shall be consistent with the students' performance in the classroom (attendance, oral presentations, written assignments and behaviour) - (10%); an individual written exam covering all the contents - 60%. The remaining 30% correspond to the classification of group and individual practical works. Assessment through a final exam will take place at the Normal Season and Appeals, with a weighting of 100%.

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

A utilização dos métodos preconizados permitirá que os alunos adquiram conhecimentos, descubram os métodos de trabalho a usar, adotem comportamentos profissionais, reconheçam a importância da atividade desenvolvida no mundo empresarial, sejam capazes de aplicar os conhecimentos em situações novas, provoquem a discussão nas aulas teóricas e práticas.

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

The use of the suggested methods will make it possible for students to acquire skills, to find out proper working methods, to adopt professional behaviours, to recognize the importance of the activity in the corporate world, to be able to apply their knowledge to new situations. These methods will also stimulate discussion in the theoretical and practical classes.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Pereira, João Manuel Esteves. Contabilidade Básica, Plátano Editora, Lisboa.

Azevedo Rodrigues e Rogério Rodrigues, (2005). Elementos de Contabilidade Geral, 24ª. Edição Por António Borges, AREAS EDITORA.

Almeida, Rui M. P., SNC Explicado, ATF-Formação Empresar e Ed Téc, 2009.

Rodrigues, João, SNC – Sistema de Normalização Contabilística, Porto Editora, 2009.

Legislação sobre o SNC;

Decreto-lei n.º 158/2009, de 13 de Julho

PORTARIA n.º 986/2009, de 07 de setembro

PORTARIA n.º 1011/2009, de 09 de setembro

Aviso n.º 15652/2009, de 07 de SETEMBRO

Aviso n.º 15653/2009, de 07 de SETEMBRO

Aviso n.º 15654/2009, de 07 de SETEMBRO

Aviso n.º 15655/2009, de 07 de SETEMBRO

Documentos digitais e textos de apoio impressos e fichas informativas fornecidas pelo docente.

Mapa IX - Psicologia da Publicidade / Psychology of Advertising

6.2.1.1. Unidade curricular:

Psicologia da Publicidade / Psychology of Advertising

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

Susana Rute de Almeida Alves - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Como objetivos gerais prevê-se que os alunos desenvolvam a perceção da importância, aplicabilidade, oportunidade e influência da Psicologia na compreensão do comportamento humano, através de uma abordagem interdisciplinar entre a Psicologia e a Publicidade.

É igualmente objetivo que os alunos reconheçam e descrevam a dimensão afectiva e cognitiva relacionada com o processamento de informação, as teorias da persuasão e o processo da construção da mensagem publicitária para que se possa ter impacto no recetor, quer ao nível dos comportamentos quer das atitudes.

Pretende-se que os alunos sejam capazes no final de conhecer o processo psicológico que está subjacente à construção de uma mensagem publicitária e o impacto que com ela se pretende obter.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

It is predicted students develop the perception of the importance, applicability, opportunity and influence of the Psychology in the understanding of the human behaviour, by means of an interdisciplinary approach between Psychology and Advertising. It is also aimed that students recognise and describe the affective and cognitive dimension related to the process. It is also intended students recognise and describe the emotional and cognitive dimensions related to information processing, persuasion theories and the process of creation of the advertising message in order to create impact on the receptor as far as behaviour and attitudes are concerned. Students will be able to know the psychological process that underlies the advertising messages and the impact one intends to obtain.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Introdução à psicologia: O nascimento e o desenvolvimento da Psicologia, O estatuto epistemológico da Psicologia, As principais correntes teóricas da Psicologia.

Áreas de aplicação da Psicologia: Psicologia do Consumidor, Psicologia da Publicidade.

Processos perceptivos: O conceito de percepção, Informação e percepção, Sensação, Atenção e memória, Percepção subliminar.

Processos da aprendizagem: Definição do conceito, Aprendizagem cognitiva, Aprendizagem comportamental.

Motivação: Conceito de motivação, Tipos de motivação, Frustração e conflito, Teorias da motivação.

Comportamento do consumidor: Teorias das necessidades, Novas tendências nos consumidores.

Atitudes e comunicação: Conceptualização, Conceitos relacionados, Formação e mudança, Processos de comunicação,

Influências de grupos e liderança de opinião, Processo da Criação Publicitária, A mensagem publicitária e as necessidades, Fatores psicológicos no conteúdo das mensagens publicitárias, Identificação, Empatia, Projeção.

6.2.1.5. Syllabus:

Introduction to Psychology: the birth and development of Psychology, the epistemologic status of Psychology, The main theoretical trends of Psychology.

Areas of Applicability of Psychology: The Consumer Psychology, Psychology of Advertising.

Perceptive Processes: The concept of perception, Information and Perception, Sensation, Attention and memory, Subliminar Perception.

Learning processes: Definition of the Concept, Cognitive Learning, Behavioural Learning.

Motivation: Concept of Motivation, Types of Motivation, Frustration and Conflict, Theories of Motivation.

Consumer Behaviour: Theories of the needs, New trends in the consumers.

Attitudes and Communication: Conceptualization, related concepts, Formation and change, Communication Processes, group influences and opinion leadership, Process of Advertising Creation, The advertising message and the needs, Psychological factors in the contents of advertising messages, Identification, Empathy, Projection.

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

Os conteúdos programáticos da unidade curricular de Psicologia da Publicidade abordam as temáticas essenciais para que os objetivos da unidade curricular sejam cumpridos. Pretende-se que os alunos adquiram uma consciência crítica para abordarem as temáticas que relacionam a psicologia com a publicidade, cumprindo ainda com os objetivos definidos para a licenciatura em Marketing, Publicidade e Relações Públicas.

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

The syllabus of the curricular unit of this subject contains essential topics so that the goals of the subject are accomplished.

Students will be able to develop a critical consciousness making connections between psychology and advertising, meeting the goals defined for the degree in Marketing, Advertising and Public Relations.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os métodos empregues na unidade curricular obrigam à implicação total do aluno no processo de aprendizagem implementando o saber intelectual, o saber ser e o saber fazer. As apresentações orais na sala de aula proporcionam aos alunos a prática de uma competência vital no seu futuro profissional. As apresentações orais oferecem uma boa oportunidade para avaliar trabalho dos alunos, para auto-avaliação e para os colegas avaliarem.

Avaliação Contínua: Assiduidade, participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%); Realização de uma prova escrita individual, abrangendo todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, com uma ponderação de 50% para a classificação final.

Trabalho prático obrigatório e individual com defesa oral (40%).

Avaliação Final: Realização de uma prova escrita (100%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methods used in the curricular unit demand students get involved in their learning process implementing their know-how.

Oral presentations are considered great opportunities for self and hetero assessment providing students with a vital competence in their professional future. Assessment will be ongoing. 10% of the grade is dependent on class participation and student performance (attendance, oral presentations, writing assignments and behaviour). An individual written exam containing all the units learnt throughout the course is worth 50% of the final grade.

The other 40% are earned by completing a mandatory individual work. Students will have to present it orally in class.

Final assessment: Written Exam (100%)

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

A metodologia de ensino adotada reflete a necessidade de um trabalho prático sustentado na unidade curricular de Psicologia da Publicidade. Fomentando a participação ativa dos alunos pretende-se que estes sejam pró-ativos na interpretação e análise de situações práticas, indo ao encontro dos objetivos estabelecidos para a unidade curricular.

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

The teaching methodology adapted reflects the need of a practical work sustained in the curricular unit of Psychology of Advertising. Encouraging students to active participation, it is intended they become pro active in the interpretation and analysis of practical situations, meeting the established goals for the curricular unit.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BARRACHO, Carlos Silva (2009). *Psicologia Económica e do Consumidor*. Universidade Lusíada.
BROCHAND, Bernard, LENDREVIE, Jacques, RODRIGUES, Joaquim Vicente, DIONÍSIO, Pedro-Publicitor. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
CARDOSO, P. R. (2001). *Estratégia Criativa Publicitária - Fundamentos e Métodos*. Porto: Edições da Universidade Fernando Pessoa.
JOANNIS, H. (1998). *O Processo de Criação Publicitária*. Mem Martins: Edições CETOP.
MUCCHIELLI, R. (1978). *A Psicologia da Publicidade e da Propaganda*. Livros Técnicos e Científicos Editora
CATHELAT, Bernard (1992). *Publicité et Sociétés*. Paris: Payot.
EVANS, M. J.; MOUTINHO, Luiz; VAN RAAIJ, W. F. (1996). *Applied Consumer Behaviour*. Harlow: Addison-Wesley Publishing Company.
FOXALL, G. R.; GOLDSMITH, R. E. (1995)-*Consumer Psychology for Marketing*. London: Routledge.
RIVAS, Javier Alonso et al.(1999). *Comportamiento del Consumidor*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
SCHIFFMAN, L. G.; KANUK, L. (1978) *Consumer Behavior*. New Jersey, Prentice Hall.

Mapa IX - Inglês Aplicado / Applied English

6.2.1.1. Unidade curricular:

Inglês Aplicado / Applied English

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

Sílvia Mónica Costa Alves - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

A finalidade desta unidade curricular é o desenvolvimento de capacidades linguísticas aplicadas ao contexto do Marketing, das Relações Públicas e da Publicidade, pelo que se pressupõe que o aluno seja capaz de produzir e interpretar textos de diversos formatos e conteúdos, de um modo crítico, seja capaz de comunicar ideias, opiniões e deste modo, desenvolver as capacidades de argumentação e contestação em língua inglesa.

Esta unidade curricular tem como objectivo consolidar o inglês a nível intermediário avançado e desenvolver todas as componentes e capacidades linguísticas. Também visa encorajar a cooperação, motivando a confiança e independência do aluno em termos linguísticos em contexto empresarial. Pretende-se ainda desenvolver habilidades interpessoais, o uso da língua nas apresentações e em discurso direto com clientes. São ainda facultados termos técnicos

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This course will attempt to consolidate upper intermediate English and develop all language components and skills to advanced level. It will also attempt to encourage both learner independence and cooperation, motivating his/her confidence. Students undertaking this course must be familiar with the written and oral practice of the English language regarding multinational companies and foreign relations. They will deal with texts related to the field of Marketing and company culture. The aim of this course is to develop their interpersonal skills, therefore they will have to practice presentation skills, and they will be writing longer pieces of writing such as reports for companies. Some key notions on Marketing, Public Relations and

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Socialising Greeting and introductions

First Meetings

Conversation openers

Questioning and showing interest

Intonation

2. Letters, faxes, and e-mail Business letters

Abbreviations

Writing e-mails and faxes

Saying e-mails and sites

3. On the telephone

Getting put through

Leaving a message

Taking down the details

Transferring calls

4. Marketing and Market Orientation

The four (or more) P's of marketing

Ways of Promoting a Product

Brands and Branding

Products and Brands

5. Working Together Different kinds of Companies

Describing a company

Company departments

Working Lunches

6.2.1.5. Syllabus:

1. Socialising Greeting and introductions

First Meetings

Conversation openers

Questioning and showing interest

Intonation

2. Letters, faxes, and e-mail Business letters

Abbreviations

Writing e-mails and faxes

Saying e-mails and sites

3. On the telephone

Getting put through

Leaving a message

Taking down the details

Transferring calls

4. Marketing and Market Orientation

The four (or more) P's of marketing

Ways of Promoting a Product

Brands and Branding

Products and Brands

5. Working Together Different kinds of Companies

Describing a company

Company departments

Working Lunches

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

Os conteúdos programáticos visam o trabalho da vertente oral e da vertente escrita da língua inglesa no contexto do Marketing, das Relações Públicas e da Publicidade.

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

The contents of this course are thought out to work both parts of the English language (written and oral) in the context of Marketing, Public Relations and Advertising.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

São abordadas todas as técnicas de ensino recorrentes em língua estrangeira como a análise profunda de textos específicos o que obriga a uma abordagem lexical bastante abrangente, deixando lugar ao debate, à reflexão e à exposição de ideias, sem deixar de exercitar a componente gramatical da língua. O trabalho de vocabulário específico é essencial.

Os alunos poderão optar entre a avaliação contínua e a avaliação final.

A avaliação final é composta por uma prova escrita de 80% e uma prova oral de 20%.

A avaliação contínua é desenvolvida ao longo da época letiva tendo em conta os seguintes critérios.

1- 1 teste escrito de 30%

2 - Apresentação de 1 tema dos conteúdos programáticos + Trabalho escrito 30% (trabalho de pares ou de grupo)

3 -1 oral de 20%

4 -Trabalho na sala de aula, trabalhos apresentados na aula, trabalhos de casa, investigação, participação 15%

5 -Assiduidade 5 %

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

There are covered all usual education techniques in foreign language as the depth analysis of specific texts which requires some language knowledge, leaving place for debate, reflection and exposition of ideas, while exercising the grammatical component of language. The work of specific vocabulary is also essential.

Students may choose between the continuous assessment and the final assessment.

The final evaluation consists of a written test (80%) and an oral examination (20%).

The continuous evaluation will be developed throughout the season study taking into account the following criteria.

1-A written test of 30%

2-A presentation work of 30 %

3- An oral of 20 %

4-Classroom work, works presented in the classroom, homework, research, participation of 15 %

5- Attendance of 5%

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

Ao longo da unidade curricular são trabalhados todos os pontos essenciais e específicos da língua inglesa, por forma a que o aluno possa adquirir a autonomia essencial e utilizar corretamente a língua inglesa em contexto próprio e específico. Deste modo, as ferramentas atribuídas são adequadas aos objetivos atingidos.

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

Throughout the curricular unit all the essential and specific aspects of the English language are worked, so that the student can obtain essential autonomy and use correctly the English language in proper and specific context. This way, the assigned tools are appropriate and the objectives achieved.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Longman Business English Dictionary. Essex: Pearson Education Limited, 2000
Jones, Leo. Alexander, Richard. New International Business English. Cambridge: C.U.P., 2000
Swan, Michael. Practical English Usage. Oxford: O.U.P., 2005.
Cotton, David and Sue Robbins. Business Class. London: Longman, 2008.
Powell, Martínez e Jillett

Mapa IX - Comunicação Publicitária / Advertising Communication

6.2.1.1. Unidade curricular:

Comunicação Publicitária / Advertising Communication

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

António Luís Marques da Silva - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Compreender a ação da comunicação na história das civilizações e da sociedade actual.

Desenvolver a capacidade de expressão comunicacional.

Motivar a análise crítica na concretização de um conceito comunicacional.

Desenvolver os princípios de iniciativa e de motivação.

Desenvolver o funcionamento em equipa, e estabelecer relações interpessoais, de forma a se conseguir uma boa gestão dos recursos operacionais e do tempo necessário à realização e planeamento de ações publicitárias.

Promover o conhecimento da área de negócio publicitário.

Conhecimento da estrutura organizacional e funcional de uma agência de publicidade.

Compreender a relação entre a agência de publicidade e cliente/anunciante.

Conhecer o mercado mediático, os vários meios e suportes.

Desenvolver os procedimentos para a criação de mensagens publicitárias.

Compreender as necessidades e desejos do público-alvo/consumidor para a plena obtenção dos objectivos da acção publicitária.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To understand the action of communication in the History of civilizations and of today's society.

To develop the ability of speech communication.

To motivate critical analysis in the implementation of a communication concept.

To develop the principles of initiative and motivation.

To develop the team functioning, and establish interpersonal relationships, in order to achieve sound management of operational resources and the time required for carrying out and planning of advertising actions.

To promote knowledge of the advertising business.

To know the organizational and the functional structure of an advertising agency.

To understand the relationship between advertising agency and the advertiser/client.

To meet the media market, the various means and media.

To develop procedures for the creation of advertising messages.

To understand the needs and desires of the target audience/ consumer for a full achievement of of the advertising campaign objectives.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

A Comunicação.

A evolução da comunicação.

A comunicação na publicidade.

O conceito de comunicação.

Meios e suportes de comunicação.

Novos meios e tecnologias na comunicação.

A Publicidade.

A área de negócio publicitário.

A estrutura organizacional de uma agência de publicidade.

O cliente.

O consumidor.

Meios e suportes publicitários.

Novos meios e ações publicitárias.

A Mensagem Publicitária.

Comunicar para sobreviver...

Da necessidade aos desejos.

Os sentidos.

O processo AIDAM.

A identidade.

A criação da mensagem publicitária.

A criação de ações publicitárias

O JIG de trabalho publicitário.

As ações integradas de publicidade.

6.2.1.5. Syllabus:

*The Communication.
The evolution of communication.
Communication in advertising.
The concept of communication.
Media and communication media.
New media and communication technologies.*

*The Advertising.
The advertising business area.
The organizational structure of an advertising agency.
The client.
The consumer.
Media and advertising media.
New media and advertising.*

*The Advertising Message.
Communicate to survive ...
From the necessity to the wishes.
The senses.
AIDAM process.
The identity.
The creation of the advertising message.
The creation of advertising
The JIG of advertising work.
The integrated actions of advertising.*

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

*Compreender a ligação da estratégica de comunicação na evolução civilizacional do homem.
Criticar a posição que a publicidade ocupou na sociedade contemporânea e compreende-la na actualidade.
Conhecer os diferentes departamentos e funções imprescindíveis na estruturação de uma agência de publicidade.
Caracterizar e “conhecer” o cliente de uma agência de publicidade
Conhecer os diferentes meios e suportes usados em ações publicitárias, e promover o uso de novos ou alternativos.
Compreender o processo de criação da mensagem publicitária: do conceito de comunicação do cliente à proposta criativa.
Conhecer o processo de integração na realização de diferentes ações que levam à realização de uma campanha de publicidade.*

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

*To understand the strategic link of communication in the evolution of the human civilization.
To criticize the position that the advertising served in contemporary society and understand it the actual context.
To know the different departments and essential functions in structuring an advertising agency.
To characterize and "know" the client of an advertising agency
To know the different means and media used in publicity, and promote the use of new or alternate ones.
To understand the process of creating the advertising message: from the client communication concept to the creative proposal.
To know the process of integration in performing different actions that lead to the completion of an advertising campaign.*

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os métodos de ensino a aplicar nesta unidade curricular apoiam-se na exposição dos conteúdos, e na demonstração prática dos mesmos na sala de aula, com o objetivo de promover a participação ativa do aluno. Com a realização de trabalhos práticos, pretende-se que o aluno consiga apresentar de uma forma sistemática e contínua, aquilo que aprendeu durante a exposição e demonstração do programa proposto.

Avaliação Contínua

A presença às aulas será avaliada em 10%.

A realização e defesa dos trabalhos práticos obrigatórios serão avaliados em 50%. O conceito, estrutura e procedimentos a cumprir na realização de cada trabalho será apresentado pelo docente 2 semanas antes da data de entrega e defesa de cada. A defesa dos trabalhos é obrigatória, e será realizada durante os dias e horários atribuídos à unidade curricular. Os trabalhos práticos a realizar durante o semestre serão 3.

Os restantes 40% correspondem a uma prova teórica de natureza presencial, realizada no final do semestre.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methods to implement this curricular unit is based on the exposure of contents, and its practical demonstration in the classroom, with the aim of promoting the active participation of the student. With the achievement of a practical work, it is intended the student to be able to submit systematically and continuously what was learned during the exposition and demonstration of the contents of the syllabus

Continuous Evaluation. The presence of classes will be valued at 10%. The achievement and defence of compulsory practical work will be assessed at 50%. The concept and procedures to be carried out at the completion of each work will be presented by the teacher two weeks before the date of delivery and defence of each one. The defence of work is required, and will be held during the days and hours allocated to the curricular unit. The practical work to be carried out during the semester shall be three. The remaining 40% correspond to a theoretical face-to-face test .

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

Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os trabalhos a realizar devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo da criação de mensagens publicitárias, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à concretização de uma comunicação publicitária, que possa ser aplicada na execução de uma ação integrada de publicidade.

Cada trabalho realizado deve ser concebido e estruturado em aula. Esta forma de efetuar os trabalhos individuais, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções de comunicação pretendidas.

A apresentação e defesa dos trabalhos deverá ser efetuada durante os períodos de aula, perante os restantes participantes na aula. Os meios ou suportes selecionados para a apresentação dos trabalhos são da total responsabilidade (criatividade) do aluno, desde que sejam exequíveis.

A realização da prova teórica de natureza presencial, que se efetuará no final do semestre, será um teste às capacidades e competências adquiridas pelo aluno na unidade curricular de Comunicação Publicitária.

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

To motivate a greater sense of learning, the work should be presented as a continuous development of creating advertising messages, allowing to understand the evolution and the steps needed to implement a communication ad, which can be applied in the implementation of an integrated action of advertising.

The work must be designed and structured in the classroom, and it is therefore necessary, to use the computer lab to enable the use of the resources available for their preparation. This way to perform the work in groups, enables a greater interaction between the teacher and the students, in expectation to overcome obstacles and finding out the solutions needed.

The presentation and defence of the work should be carried out in the classroom, vis-à-vis the other co-workers and students.

The means or media selected for the presentation of projects are the sole responsibility of the pupil (creativity), provided that they are achievable.

The realization of a theoretical individual test to be made at the end of the semester, will be a test on the abilities and skills that the student seized during the curricular unit of Advertising Communication.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALTSTIEL, Tom, GROW, Jean, Advertising strategy : creative tactics from the outside, California. : Sage, cop. 2006

ARENS, William, Contemporary Advertising, McGraw-Hill, 1996.

ATHAÍDE, Edson, Tempestade Cerebral, Editorial Notícias, Lisboa, 1997.

BROCHAND, Bernand, LENDREVIE, Jacques, RODRIGUES, Joaquim V., DIONÍSIO, Pedro, Publicitor, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999.

FRUTIGER, Adrian, Signos, Marcas e Señales, Col. "Diseño", Ed. GG.; Barcelona, 1995.

LAMPREIA, Martins, A Publicidade Moderna, Editorial Presença, Lisboa, 1983.

LESTER, Paul Martin, Visual Communication, Belmont, Wadsworth Publishing Company, 1995.

MAJARO, Simon, Criatividade, Europa América, 1998.

MORIARTY, Sandra, CLIFFS, Englewood, Creative advertising : theory and practice, NJ, Prentice-Hall, 1991.

MUNARI, Bruno, Das coisas nascem coisas, arte & comunicação, Edições 70, Lisboa, 1982.

QUELCH, Jonh, Cases in advertising, McGraw-Hill, 1994.

Mapa IX - Marketing e Pesquisa de Mercado / Marketing and Market Research

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing e Pesquisa de Mercado / Marketing and Market Research

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

Sérgio Dominique Ferreira Lopes - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Compreender as especificidades do marketing e a sua importância nas organizações;

Desenvolver atividades de marketing, adotando metodologias específicas que visem resultados inovadores e criativos;

Definir estratégias de marketing em consonância com a estratégia empresarial definida;

Compreensão dos princípios e conceitos fundamentais em Marketing;

Preparar os alunos para elaborar planos de marketing em empresas comerciais;

Desenvolvimento de qualidades de tomada de decisão aplicando conceitos de Marketing a problemas reais;

Capacidade de investigação, avaliação e adaptação da estratégia de marketing ao meio envolvente.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To understand the specifics of Marketing and its importance in organizations;

To develop Marketing activities by adopting specific methodologies aimed at creative and innovative results;

To define strategic Marketing efforts in line with the defined business strategy;

To understand the principles and fundamental concepts in Marketing;

To prepare students to do Marketing plans in commercial enterprises;

The development of decision-making skills by applying Marketing concepts to real-world problems;

The ability to research, evaluation and adjustment of Marketing strategy to the surroundings.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução

1.1. O conceito de marketing: conceitos e evolução

1.2. A importância do marketing para as Organizações

1.3. Os elementos estratégicos e operacionais de marketing

1.4. Planeamento e Controlo de Marketing

2. O contexto de marketing e o meio envolvente

2.1. Análise do sistema de marketing e o meio envolvente da empresa

2.2. O sistema de informação e a pesquisa de marketing

2.3. Análise de Oportunidades e Desenvolvimento de Estratégias de Marketing

2.3. O comportamento compra do consumidor

3. Pesquisa de Mercado

3.1. Introdução aos estudos de mercado: Papel dos estudos de mercado no processo de decisão de marketing;

- 3.2. Design do estudo de mercado: Dados secundários; Recolha de Dados Primários - Pesquisa qualitativa; Pesquisa quantitativa; Observação e Experimentação
- 3.3. Recolha de dados
- 3.4. Comunicação dos resultados
4. Políticas de marketing (Marketing-mix)
5. Da estratégia de empresa à estratégia de marketing

6.2.1.5. Syllabus:

1. Introduction

- 1.1. The concept of mMrketing: concepts and evolution
- 1.2. The importance of Marketing for organizations
- 1.3. The elements of strategic and operational Marketing
- 1.4. Marketing planning and control

2. The context of Marketing and the surroundings

- 2.1. Analysis of the Marketing system and the surroundings of the company
- 2.2. The system of information and Marketing research
- 2.3. Analysis of opportunities and development of Marketing strategies

2.3. The consumer purchase behaviour

3. The Market research

- 3.1. Introduction to Market research: role of Market research in Marketing decision process;
- 3.2. Design of market research: Secondary Data; Primary data collection-qualitative research; Quantitative research; Observation and Experimentation
- 3.3. Data Collection
- 3.4. Communication of results
4. Marketing Policies (Marketing-Mix)
5. the Strategy of Enterprise Marketing strategy

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos/competências definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The objectives set for this curricular unit are consistent with its syllabus, namely, the identification and understanding of the issues to be worked in it and the knowledge of methodological tools necessary to enable a link between theory and practice. There is also an interconnection between what was submitted in accordance with the syllabus, the defined objectives/skills and the basic bibliography considered for the curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e ativo.

Avaliação Contínua

Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 50% para a classificação final.

Os restantes 40% correspondem ao Plano de Marketing..

Avaliação Final

Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%)

Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

With the achievement of group actions, it is intended students to be able to understand the sessions using the expository, demonstrative, interrogative and active methods.

Continuous Evaluation

Continuous Evaluation will be made according to the participation and the performance in the classroom (presence, speeches, exhibitions and behaviour) of the student (10%).

The completion of individual written test that covers all contents taught in the various methods of teaching and learning. It has a weight of 50% for the final ranking.

The remainings 40% corresponds to a Marketing Plan;

Final Evaluation

Normal Season- a written test (100%)

The Time of Appeal-a written test (100%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos e tipologias de contacto da unidade curricular.

As sessões letivas integram diversas tipologias de contacto: orientação tutorial e aulas teórico práticas

A exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos .

Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os projetos individuais (trabalhos para avaliação) e as ações de grupo a realizar, devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo de uma proposta de ação, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à concretização de trabalhos práticos de investigação/aprendizagem e operacionalização efetiva.

Cada projeto de grupo realizado deve ser concebido e estruturado em aula, sendo para tal, necessário a utilização do laboratório de informática, para permitir o uso dos meios disponíveis à sua elaboração. Esta forma de efetuar os projetos de grupos, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções pretendidas.

O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The Teaching Methodologies are consistent with the Objectives and the Typologies of the curricular unit

The teaching sessions integrate several types of contact: theoretical/practical lessons and tutorial guideline.

The exposure of the syllabus associated with the presentation of case studies and the settlement of exercises allow a proper explanation of the contents.

To motivate a greater sense of learning, the individual projects (works for evaluation) and group actions to be carried out, must present a continuous development of a proposed action, allowing to understand the evolution and the steps needed to implement practical work of learning/investigation and effective operationalization.

Each draft group performed shall be designed and structured in the classroom, and it is therefore necessary to use the computer lab to enable the use of the resources available for their preparation. This way to carry out group projects, promotes greater interaction between the teacher and students and overcomes obstacles and finds out the solutions needed.

The Evaluation was designed to measure to which extent the skills were developed.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). Princípios de Marketing, São Paulo: Pearson Prentice Hall

Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, J.V. (2004). Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing, Lisboa: Publicações Dom Quixote

Nunes, J.C. & Cavique, L. (2008). Plano de Marketing – Estratégia em Acção. Lisboa: Publicações Dom Quixote

(Para além desta bibliografia base serão ainda usados artigos de revistas académicas e de revistas da atualidade.)

Mapa IX - Comunicação de Risco e de Crise/Risk Communication and Crisis

6.2.1.1. Unidade curricular:

Comunicação de Risco e de Crise/Risk Communication and Crisis

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

Joaquim Jorge Alves Moreira Guerra - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

A unidade curricular visa a aquisição de conhecimentos e desenvolvimento de competências que permita aos alunos:

Compreender a importância do processo de comunicação de riscos e de crises para as organizações;

Analisar diferentes modelos de gestão de riscos e de crises

Identificar e aplicar uma auditoria de riscos e crises

Caracterizar e aplicar estratégias e procedimentos da resposta às crises

Analisar a comunicação interna em situação de crise

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The Curricular Unit aims at the acquisition of knowledge and the development of skills that will allow students to:

Understand the importance of the process of risk and crisis communication for the organizations;

Examine different models of risk and crisis management

Identify and implement a risk and crisis audit

Describe and implement strategies and procedures to respond to emergencies

Analyze internal communication in a crisis

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Comunicação de Crise

1.1. Conceito(s)

1.2. Contexto da comunicação de crise

1.3. Objectivos da comunicação de crise

1.4. A evolução da comunicação de crise

1.5. Modelos de gestão de crises

1.6. Auditoria de crises

1.7. Estratégias e procedimentos da resposta às crises

1.8. Comunicação interna em situação de crise

1.9. Estudos de caso

2. Comunicação de Risco

2.1. Conceito(s)

2.2. Contexto da comunicação de risco

2.3. Objectivos da comunicação de risco

2.4. A evolução da comunicação de risco

2.5. A percepção como apoio ao processo da comunicação de risco

2.6. A identificação das partes interessadas no processo da comunicação de risco

2.7. Modelos de comunicação de risco

2.8. Limitações no processo da comunicação de risco

2.9. Outros fatores que influenciam no processo da comunicação de risco

6.2.1.5. Syllabus:

1. Crisis Communication

1.1. Concept (s)

1.2. The Context of crisis communication

1.3. Objectives of crisis communication

1.4. The evolution of crisis communication

1.5. Models of crisis management

1.6. Audit of crisis communication

1.7. Strategies and procedures in responding to emergencies

1.8. Internal communication in crisis

1.9. Case Studies

2. Risk Communication

2.1. Concept (s)

2.2. The Context of risk communication

2.3. Objectives of risk communication

2.4. The evolution of risk communication

2.5. The perception of risk in the process of risk communication

2.6. The identification of stakeholders in the process of risk communication

2.7. Models of risk communication

2.8. Limitations in the process of risk communication

2.9. Other factors that influence the process of risk communication

2.10. Case Studies

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The objectives drawn up for this unit are consistent with its syllabus, namely in the identification and understanding of the issues to be addressed in classes and the methodological tools necessary to make possible the connection between theory and practice. There is also a connection between the syllabus, the objectives and the Bibliography for this curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Privilegiar-se-ão, em função das diferentes tipologias de aula, as seguintes metodologias de ensino e aprendizagem: metodologias afirmativas (predominantes nas aulas teórico-práticas); metodologias interrogativas (predominantes nas aulas teórico-práticas e de orientação tutorial); metodologias ativas (predominantes nas aulas de prática laboratorial); metodologias de descoberta (predominantes nas aulas de prática laboratorial)

Avaliação contínua: Participação aulas teóricas e práticas (10%); Trabalhos escritos e defesa oral(40%); Teste (50%)

Avaliação final [Época Normal ou Época de Recurso]: Prova escrita individual: 100%; Prova suplementar: Exame Oral

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Emphasis will be on the following teaching and learning methods: affirmative methods (predominant in theoretical and practical classes); interrogative methods (predominant in theoretical and practical classes with tutorial guidance); active methods (predominant in laboratorial practice classes); discovery methods (predominant in the laboratorial practice classes).

Ongoing Assessment: Students' performance in theoretical and practical classes (10%); Written work and oral presentation (40%); Written test (50%);

Final evaluation [Regular Season or Appeals]: Written exam: 100%; Additional Exam: Oral Exam.

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

Os métodos empregues na unidade curricular obrigam à implicação total do aluno no processo de aprendizagem implementando o saber intelectual, o saber ser e o saber fazer. A relação centra-se no aluno respeitando e atendendo os seus ritmos próprios, interesses e preferências, e principalmente não descurando o seu quadro de referências pessoais, a sua experiência de vida e profissional, legitimado por essa mesma experiência. Em cada sessão letiva o processo de aprendizagem obedece às seguintes fases, a partir da prática e regressando à prática: experiência concreta; observação refletida; conceptualização abstracta e experiência ativa.

Podemos afirmar que a aprendizagem constitui-se como um processo contínuo, dinâmico, global, subjetivo, gradativo e cumulativo. A relação pedagógica mantida com os alunos é uma pedagogia ativa (prática-teórica-prática) e de sucesso (tenta-se prevenir o sucesso, evitando situações de fracasso ou de frustração).

Em conformidade com as competências e os conteúdos propostos nesta unidade curricular existe a necessidade de cumprir determinados núcleos essenciais do programa curricular e selecionar modelos e métodos pedagógicos.

Os conteúdos da unidade curricular lecionada oferecem-se em sessões que utilizam diferentes métodos e técnicas de aprendizagem coordenados de forma lógica com o fim de atingir os objetivos previamente definidos. Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e ativo e técnicas como a discussão orientada e em painel, a simulação ou estudos de caso.

Tenta-se encontrar um equilíbrio entre os métodos afirmativos (expositivo e demonstrativo) e os métodos ativos - em parte resultado das condições materiais existentes. Enquanto os primeiros baseiam-se no enunciado pelo docente de saberes ou saberes fazeres, os segundos fundamentam-se na apropriação do conhecimento pelos alunos. Os métodos ativos no nosso ponto de vista estimulam a criatividade e despertam o maior número de motivações para o trabalho em equipa. Ao contrário de outros métodos que apontam para a memorização e repetição, nos métodos ativos os discentes tem uma real evolução pessoal. O ensino deve enfatizar os métodos ativos, dado o facto de que muito do trabalho é realizado em equipa.

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

The methods employed in the curricular unit require the full involvement of students in the learning process by implementing their intellectual knowledge and know-how. The relationship focuses on the students observing and taking into consideration their own rhythms, preferences and interests, and especially not forgetting their personal references, their life and professional experience. In each session the teaching/learning process will pursue the following stages: concrete experience, reflective observation, abstract conceptualization and active experience.

In this way, learning is a continuous, dynamic, global, subjective, gradual and cumulative process. The pedagogical relationship kept with students is based on active teaching procedures and success (it intends to prevent failure and avoid frustration). In accordance with the skills and content offered in this curricular unit there is the need to refer to specific topics and select teaching models and methods.

The contents of the course are taught in sessions that use different methods and learning techniques coordinated in a logical order so that the predefined goals can be achieved. Therefore, it will be used the expository, demonstrative, interrogative methods and techniques such as active and guided group discussion, simulation or case studies.

Thus, it is essential to find a balance between passive methods (expository and demonstrative) and active methods. While the first are based on the teacher's know-how, the latter are based on the acquisition of knowledge by students. In our opinion, the active methods fosters creativity and awakes a greater number of motivation for teamwork. Unlike the other methods that aim to memorization and repetition, with active methods students have a real personal evolution. Education should emphasize the active methods, since much work is done in teams.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

FERREIRA, Bruno. Comunicação em Tempo de Crise. Lisboa. IPAM. 2002

MENDES, A. M. e PEREIRA, F. C. Crises: De ameaças a oportunidades, Lisboa. Edições Sílabo. 2006

MOUREAU, F. Compreender e Gerir Riscos. Lisboa, Bertrand Editora. 2003

VASCONCELOS, M. et. al. Gestão de Crise. Lisboa. Editorial Presença. 2006

WILCOX, D. L. et. al. Public Relations: Strategies and tactics. Nova Iorque. 2000

Documentos digitais (powepoints, pdfs, etc.), textos de apoio impressos e fichas informativas fornecidas pelo docente.

Mapa IX - Direito da Comunicação e da Publicidade/Right of Communication and Advertising

6.2.1.1. Unidade curricular:

Direito da Comunicação e da Publicidade/Right of Communication and Advertising

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

Ana Mafalda Moreira Rodrigues Rola - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

O aluno deverá conhecer os princípios subjacentes ao exercício da comunicação social, nomeadamente ao nível dos direitos e limitações dos intervenientes na estrutura comunicacional. Pressupõe que o aluno conheça a regulamentação básica, disciplinadora da comunicação social, tendo capacidade de análise crítica das alterações legislativas que entretanto operarem no sistema jurídico português.

Conhecer e enquadrar juridicamente as situações relevantes no âmbito da publicidade comercial portuguesa. Para o efeito é imprescindível que o aluno domine, dentro de um quadro interpretativo, os princípios básicos da publicidade comercial constantes do Código da Publicidade e legislação avulsa.

O conhecimento dos principais contratos publicitários afigura-se essencial no que respeita à aplicabilidade prática do direito da publicidade.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The student should know the underlying principles regarding the media, particularly in which refers to the rights and limitations involved in the communication structure. It is assumed that the student knows the basic rules disciplining the media, and has the capacity for critical analysis of the legislative changes which meanwhile operate in the Portuguese legal system.

Students should also know and set legal frameworks to relevant situations within the Portuguese commercial advertising. For this purpose it is essential that they master, within an interpretive framework, the basic principles of advertising in the Advertising Code and disperse legislation.

The knowledge of the major advertising contracts is essential as examples of the applicability of advertising law.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1.A comunicação em geral

1.1.Conceitos e enquadramento económico-social da comunicação.

1.2.A comunicação e o Estado Político.

2.Explanação dos princípios constitucionais respeitantes à comunicação

3.Direito da informação e Direito à informação.

3.1.Caracterização e âmbito dos conceitos de informar e à informação.

4.Direito Empresarial da Comunicação social.

5.Direitos dos Jornalistas.

6.Ética, Deontologia e Direito da Comunicação social.

7.Regime jurídico da Publicidade Comercial

7.1. Âmbito económico – social da publicidade

8.Princípios gerais do direito português da publicidade

9.Restrições ao conteúdo e ao objecto da publicidade

10.Formas especiais da publicidade

11. Análise dos princípios estruturantes do Código da Publicidade.
12. Relações Jurídico – publicitárias: conceito e natureza
13. Os sujeitos publicitários: sua classificação
14. Contratos Publicitários: sua caracterização
15. Responsabilidade contratual e extracontratual em matéria publicitária

6.2.1.5. Syllabus:

1. *The communication in general*
 - 1.1. - *Concepts and economic and social background of communication.*
 - 1.2. - *Communication and the Political State.*
2. *Explanation of constitutional principles relating to communication*
3. *Information Rights and the right to information.*
 - 3.1 *Characterization of the concepts 'to inform' and 'information'.*
4. *Media Business Law*
5. *Journalists' rights.*
6. *Ethics and Media Law.*
7. *Legislation on Commercial Advertising*
 - 7.1. *The social and economic background of advertising*
8. *General principles of the Portuguese law on advertising*
9. *Restrictions on the content and purpose of advertising*
10. *Special forms of advertising*
11. *Analysis of the structural principles of the Advertising Code.*
12. *Legal - Advertising Relations: concept and nature*
13. *The subjects in advertising: their classification*
14. *Advertising Contracts: their characterization*
15. *Contractual and non contractual liability regarding advertising*

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

Tendo em consideração o cariz jurídico da unidade curricular em questão e o seu enquadramento económico – social, o aluno deverá ter a capacidade de elaborar uma análise crítica sobre os mecanismos comunicacionais no âmbito da comunicação social e da publicidade comercial. É forçoso que o mesmo apreenda a estrutura jurídica e consequentes implicações sociais, nomeadamente na sociedade portuguesa.

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

Given the legal nature of the subject in question and its economic and social environment, students should be able to develop a critical analysis of the communication mechanisms within the media and commercial advertising. It is important that students can grasp the legal structure and consequential social implications, particularly in the Portuguese society.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A formulação de um conteúdo programático de qualquer unidade curricular no âmbito do Direito, pressupõe a lecionação de matérias relacionadas com aspectos de índole social, económico e político. Todas as matérias são lecionadas numa perspectiva teórica e prática, em que se ambiciona transmitir ao aluno um conhecimento lato da realidade em que está inserido.

Para atingir o objetivo acima exposto, o professor expõe, no cerne da unidade curricular de Direito da Comunicação e da Publicidade.

Os alunos são avaliados mediante o regime da avaliação contínua, procedendo-se à seguinte metodologia:

- a) *Realização de um 1º teste, atribuindo-se o cômputo de 35% da avaliação;*
- b) *Realização de um 2º teste, atribuindo-se o cômputo de 55% da avaliação;*
- c) *Assiduidade do aluno, atribuindo-se à mesma o cômputo de 10% da avaliação. Nos termos da regulamentação em vigor, o aluno terá direito à realização de um exame final.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The formulation of a syllabus of any subject within the law, requires the teaching of subjects related to social, economic and political aspects. All subjects are taught in a theoretical and practical perspective, which aims to convey to students a broad knowledge of reality in which they are inserted.

To achieve the above objective, the teacher will give special attention to the aspects of the Law which are related to Communication and Advertising.

Students are assessed through an ongoing assessment scheme, with the following grading procedures:

- a) *1st test - 35% ;*
- b) *2nd test - 55%;*
- c) *Student's attendance and performance in class - 10%*

Under the regulations in force, the student is also entitled to carry out a final exam.

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

Toda a divulgação e interpretação jurídica dos respetivos diplomas, tem por consequência, o debate entre alunos e professor, das questões mais pertinentes da atualidade. Esta estratégia pedagógica permite ao aluno uma aprendizagem das principais regulamentações jurídicas na área da Comunicação e Publicidade, permitindo-lhe um conhecimento e capacidade crítica nos diversos sectores da vida em sociedade.

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

All dissemination and legal interpretation of the legislation are a consequence from the debate between students and teacher of today's most pressing and pertinent issues. This teaching strategy allows students to learn the main legal regulations in the field of communication and advertising, by enabling them with knowledge and critical skills in different sectors of life in society.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Constituição da República Portuguesa, Almedina 2009;

- "Direito da Comunicação Social – Lições", Fernando dos Reis Condesso, Almedina 2007;

- “Direito da Comunicação Social, Vol.I – Direito de Autor e da Publicidade”, Luís Brito Correia, Almedina 2005;
- “Direito da Comunicação Social, Vol.II – Direito de Autor e da Publicidade”, Luís Brito Correia, Almedina 2005;
- Constituição da República Portuguesa, Almedina 2008;
- “Legislação Anotada da Comunicação Social”, Alberto Arons de Carvalho, António Monteiro Cardoso, João Pedro Figueiredo, Casa das Letras 2005;
- “Código da Publicidade - Anotado”, Rui Moreira Chaves, Almedina, 2005;
- “Código da Publicidade”,BDJUR, Almedina, 2004;
- "A Publicidade e a Lei", José Pedro Quartim Graça Simão, Colecção Veja

Mapa IX - Estilo e Codificação Jornalística / Style and Journalistic Encoding

6.2.1.1. Unidade curricular:

Estilo e Codificação Jornalística / Style and Journalistic Encoding

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

Fernando Francisco Casal Moreira Gomes - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Analisar as diversas formas de escrita jornalística, utilizando metodologias próprias da análise crítica do discurso. Familiarizar-se com as regras de construção da linguagem jornalística, permitindo-lhe o reconhecimento e a operacionalização dos diversos géneros, desde as narrativas mais simples às mais complexas, incluindo elementos gráficos e imagens. Adotar modos de atuação adequados aos distintos géneros jornalísticos (reportagem, entrevista, conferência de imprensa, jornalismo de investigação...).
Conhecer e aplicar metodologias de investigação em jornalismo, que lhe permitam adquirir os saberes específicos desta profissão, nomeadamente, saber reconhecer as notícias; saber proceder no sentido de recolher e validar essa informação junto de fontes autorizadas; saber narrar essas “estórias” atuais e com interesse público utilizando ou desafiando as convenções da linguagem jornalística.
Ser um leitor crítico de órgãos de comunicação.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To analyse the various forms of journalistic writing, using methodologies of critical discourse analysis.
To familiarize with the rules of the journalistic language construction, allowing the recognition and operation of the different types of narratives, from the simplest to the most complex ones, including graphics and images.
To adopt appropriate practices to different genres of journalism (reportage, interview, press conference, investigative journalism ...).
To know and to apply research methodologies in journalism, enabling to acquire specific knowledge of this profession in particular to recognize the news; to learn to proceed in the sense of collecting and to validating this information from authorised sources; to learn to narrate these contemporary "stories" and with public interest using or defying the conventions of journalistic language.
To be a media critic reader .

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

DISCURSO JORNALÍSTICO
 Sistema e conceções de jornalismo
 Influência das novas tecnologias no jornalismo
 O jornalismo como construtor da realidade social
 O acontecimento e a notícia
 Teorias explicativas da notícia
 Empresas jornalísticas
ESTILO E CODIFICAÇÃO
 Livros de estilo
 Caracterização do estilo jornalístico
 Introdução aos géneros jornalísticos correntes
IMPrensa
 Classificação dos jornais
 Organização da redação
 O fabrico da atualidade
 Agências noticiosas
 Imprensa local e regional
 Estudo comparado da informação produzida por alguns periódicos
RÁDIO
 Características do texto jornalístico radiofónico
 Informação na rádio
 Livros de estilo de algumas rádios portuguesas
 Rádios portuguesas de cobertura local, regional e nacional
 Estudo comparado da informação produzida por algumas rádios
TELEVISÃO
 O jornalismo em televisão face à rádio e à imprensa
 Características da mensagem jornalística
 O telejornal

6.2.1.5. Syllabus:

JOURNALISTIC DISCOURSE

System and conceptions of journalism

The influence of new technologies in journalism

Journalism as social reality constructor

The event and the news

Explanatory theories of news

The newspaper companies

STYLE AND ENCODING

Style books

Characterization of journalistic style

Introduction to current journalistic genres

PRESS

Classification of newspapers

Organization of drafting

The manufacture of news

Press agencies

The local and regional press

Comparative studies of information produced by some newspapers

RADIO

Characteristics of journalistic text radio

Information on radio

Style books of some Portuguese radios

Portuguese radio coverage of local, regional and national levels

Comparative studies of information produced by some radios

TELEVISION

Television journalism in relation to radio and press releases

Characteristics of the journalistic message

Television news

Comparative studies of information produced by some televisions

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The objectives set are consistent with its syllabus, including the identification and understanding of the issues in the curricular unit and the knowledge of methodological tools necessary to establish a link between theory and practice. There is also an interconnection between what was presented in terms of programmatic content, the defined objectives and the basic bibliography considered in the curricular unit

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os conteúdos da unidade curricular lecionada oferecem-se em sessões (contacto/autónomo) que utilizam diferentes métodos e técnicas de aprendizagem coordenados de forma lógica com o fim de atingir os objetivos previamente definidos. Estas utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e activo.

Avaliação Contínua

Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 40% para a classificação final.

Os restantes 50% correspondem à classificação dos trabalhos práticos obrigatórios. Estes serão sempre defendidos oralmente ao longo das aulas.

Avaliação Final

Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%)

Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The contents of the curricular unit taught are given in sessions (in contact/ autonomous) using different methods and techniques of logically coordinated learning in order to achieve the objectives defined in advance. These use expository, demonstrative, interrogative and active methods.

Continuous Evaluation

Continuous evaluation will be made in accordance with the participation and performance in the classroom (presence, speeches, exhibitions and behavior) manifested by the student (10%).

The completion of individual written test covers all content taught in the various methods of teaching and learning, has a weight of 40% for the final ranking.

The remaining 50% correspond to the classification of practical work required. These will always be defended orally over the lessons.

Final Evaluation

Normal season- a written test (100%)

Time of appeal season - a written test (100%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos e tipologias de contacto da unidade curricular dado que:

- 1) a exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos face ao público-alvo;
 - 2) a catalização de evidência científica em conjunto com a análise de estudos de caso permitem oferecer aos alunos um panorama geral e actualizado da atividade jornalística.
 - 3) a exposição das questões e desafios atuais, suportada em referências de órgãos de comunicação social, aliada à escrita de géneros jornalísticos possibilita uma compreensão do processo jornalístico em diversas vertentes. A natureza do discurso jornalístico, a organização da empresa jornalística e a redação de géneros jornalísticos são áreas fundamentais de análise e de formação.
- O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

Teaching methodologies are consistent with the objectives and the typologies of the curricular unit because of :

- 1) *the exposure of the program associated with the presentation of case studies and the settlement of exercises allow a proper explanation of the contents related to the target audience;*
 - 2) *the apprehension of scientific evidence in conjunction with the analysis of case studies allow to offer students a general overview and updated journalistic activity.*
 - 3) *the exposure of current issues and challenges, supported on media references combined with writing journalistic genres enable an understanding of journalistic process in various aspects. The nature of journalistic discourse, the organization of journalistic enterprise and the drafting of journalistic genres are fundamental areas of analysis and training.*
- The evaluation process was thought to measure the extent to which the skills were developed.*

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALBERTOS, José Luiz Martínez, Curso General de Redacción Periodística, Madrid, Editorial Panarinfo, 1997
CORREIA, Fernando, Jornalismo e Sociedade, Lisboa, Avante, 2000
Livro de Estilo, Lisboa, PÚBLICO, 1998
RICARDO, Daniel, Ainda Bem Que Me Pergunta, manual de escrita jornalística, Lisboa, Editorial Notícias, 2003
RODRIGUES, Adriano Duarte, Dicionário Breve da Informação e da Comunicação, Lisboa, Editorial Presença, 2000
SALAVERRÍA, Ramón, Redacción Periodística en Internet, Eunsa, 2005

Mapa IX - Gestão de Produtos e Marcas / Managing Products and Brands

6.2.1.1. Unidade curricular:

Gestão de Produtos e Marcas / Managing Products and Brands

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

Sérgio Dominique Ferreira Lopes - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Como objetivos gerais prevê-se que os alunos adotem metodologias de trabalho e de aprendizagem adequadas ao Marketing, Publicidade e Relações Públicas; realizem atividades da área da Gestão de Produtos e Marcas de forma autónoma, responsável e criativa; cooperem em tarefas e projetos comuns e apliquem o conhecimento e mostrar compreensão das ferramentas disponíveis.

Específicas: tomem consciência do papel dos produtos para o consumidor e os vários desafios que estes colocam à sociedade de consumo contemporânea; compreendam o conceito de produto, a sua classificação e o papel nas organizações; compreendam as diversas opções estratégicas e políticas para a gestão de linha de produtos; entendam o processo de inovação e desenvolvimento de novos produtos; percebam o papel da embalagem e do preço na formulação da estratégia de produto e a sua interação com outras variáveis de marketing e compreendam a importância da marca para o produto, os seus elementos e as diversas oportunidades

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

It is expected that students adopt learning and working methods suitable to the Marketing, Advertising and Public Relations degree; conduct activities in the area of Product Management and Trademark in an autonomous, responsible and creative way; cooperate on common projects and tasks where they must apply their acquired knowledge and show understanding of the tools available.

Students must also be aware of the products' role to the consumer and the various challenges they pose to the contemporary consumer society; understand the concept of products, their classification and role in organizations; understand the different strategic options and policies for managing a products line; understand the process of innovation and of development of a new product; understand the role of packaging and pricing in the construction of a product strategy and its interaction with other marketing variables; understand the importance of brands and its components.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Segmentação e Posicionamento:

Razões e processo de segmentação

Principais critérios de segmentação

A escolha dos critérios

O conceito de posicionamento

A escolha das características distintivas

Eixos de diferenciação

Qualidades de um bom posicionamento

A marca:

A natureza e as funções das marcas

A identidade da marca

A imagem de marca

A elaboração de uma arquitetura de marca

O papel das marcas para os consumidores

A criação de uma marca

O valor da marca

Práticas de branding

Políticas de Marketing:

A política de produto

Natureza e importância da política de produto

As características intrínsecas do produto

A política de design e a embalagem

Os serviços associados ao produto

Produtos digitais

O ciclo de vida do produto

A política de gama

A inovação e o lançamento de novos produtos

6.2.1.5. Syllabus:

Segmentation and Positioning:

Reasons and segmentation process

Main criteria for segmentation

The selection of criteria

The concept of positioning

The choice of distinctive features

Distinguishing features

Qualities of a good placement

Trademarks:

The nature and role of trademarks

The trademark identity

The hallmark

The development of a brand architecture

The role of brands for consumers

The creation of a trademark

The value of the brand

Branding practices

Political Marketing:

The product policy

Nature and importance of product policy

The intrinsic characteristics of the product

Design Policy and packaging

The services associated with the product

Digital products

The life cycle of a product

The policy in a products line

Innovation and launch of new products

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

Os conteúdos programáticos refletem a existência de matérias de carácter essencialmente prático. Fomentando a participação ativa dos alunos através destes conteúdos pretende-se que estes sejam pró-ativos na compreensão dos conceitos da unidade curricular, indo ao encontro dos objetivos estabelecidos para a unidade curricular.

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

The syllabus reflects the existence of many practical matters. It encourages the active participation of students. Through such content it is intended that students become proactive in understanding the concepts of this curricular unit, and thus meet the objectives established for the course

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Adoção de uma metodologia caracterizada pela integração do modelo expositivo com o modelo interativo. Pretende-se incentivar a participação ativa dos alunos nas aulas; Promover-se-á a realização de trabalhos práticos com apresentação em aula; Os alunos serão incentivados a desenvolver uma atividade de permanente pesquisa bibliográfica.

Será efetuada uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula manifestados pelo aluno (assiduidade, pontualidade, intervenções orais, apresentação de trabalhos e comportamento) – 10%; Realização de primeira prova escrita individual, em data definida no início do semestre – 45%; Realização de segunda prova escrita individual, em data definida no início do semestre – 45%. A avaliação final prevê a realização de uma prova escrita individual abrangendo todos os conteúdos programáticos – 100%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The adoption of an expository method combined with an interactive method.

It is intended to encourage the students' active participation in class. Students' practical work will be presented in class. Students will be encouraged to develop a permanent guided research work of the main bibliography.

Assessment will be ongoing and in accordance with the students' participation and performance in class (attendance, punctuality, oral presentations, writing assignments and behaviour) - 10%; A first written exam previously scheduled at the beginning of the

*semester - 45%; A second written exam previously scheduled at the beginning of the semester - 45%;
Final evaluation: Final exam covering all the contents of this curricular unit - 100%*

6.2.1.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.
A metodologia de ensino adotada reflete a necessidade de um trabalho prático sustentado na unidade curricular de Gestão de Produtos e Marcas.

6.2.1.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.
The teaching methodology adopted reflects the need for a practical work based on the topics of this curricular unit.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Lindon, D.; Lendrevie, J; Levy, J.; Dionísio, P.; Rodrigues, J. V. (2004). Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing, 10ª edição, Publicações Dom Quixote.
Lencastre, P. (2005). O Livro da Marca. Lisboa:Publicações Dom Quixote
AAKER, David A. (1991), Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name, The Free Press.
De CHERNATONY, L.; McDonald, M. (2003), Creating Powerful Brands, Butterworth-Heinemann, 3rd ed.
GORCHELS; Linda (2000), The Product Managers Handbook - The Complete Product Management Resource. McGraw-Hill
KAPFERER, Jean-Noel (1997), Strategic Brand Management, Kogan Page.
KELLER, Kevin L. (2003), Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, Prentice-Hall.
LEHMANN, Donald R.; WINER, Russell S. (2005), Product Management. New York, McGraw-Hill Irwin.
McMath, Robert M.; Forbes, Thom (1998), "What Were they Thinking?", Random House.

Mapa IX - Comunicação Gráfica e Audiovisual I/Graphic Communication and Audiovisual I

6.2.1.1. Unidade curricular:

Comunicação Gráfica e Audiovisual I/Graphic Communication and Audiovisual I

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

Susanan Rute de Almeida Alves - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Como objetivos gerais prevê-se o desenvolvimento de uma cultura visual em particular relacionada com as artes gráficas e processos de design e a Promoção do espírito crítico e da análise de produtos de artes gráficas. Em termos de competências específicas pretende-se que os alunos usem adequadamente a linguagem gráfica e os diversos elementos que a constituem; usem corretamente a linguagem específica ao serviço do projeto gráfico; utilizem programas informáticos como ferramentas ao serviço do projeto gráfico; compreendam a metodologia de projetos gráficos; desenvolvam um espírito crítico e interventivo relativamente a peças gráficas e audiovisuais; e desenvolvam aptidões gráficas e de comunicação.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

As overall objectives envisaged the development of a visual culture in particular related to the graphic arts and design processes and the critical spirit promotion and the analysis of graphic arts products. In terms of specific aims it is intended that students use proper graphic language and the various elements that constitute it ; use specific language correctly in the service of graphic design; use computer programs as tools to the graphic design service; understand the methodology of graphic projects; develop a critical spirit and hands-on for graphic and audiovisual pieces; and develop communication and graphic skills.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Introdução à Comunicação; A identidade corporativa; A imagem gráfica; Introdução ao design.
Desenho gráfico: Desenho vetorial; Vectors e bitmaps; Ambiente de trabalho; Gestão do documento; Desenho vetorial; Objectos; A cor; Contornos e preenchimentos; Efeitos especiais; Layers, símbolos e estilos; Texto; Importação e exportação.
Introdução à edição de imagem: Introdução ao ambiente Photoshop; Ferramentas de Trabalho; Máscaras e ferramentas de seleção; Utilização de layers; Tratamento de imagem.

6.2.1.5. Syllabus:

Introduction to Communication; Corporate identity; The graphic image; Introduction to design.
Graphics Design: vector Drawing; Vectors and bitmaps; Work environment; Document management; Vectorial design; Objects; The colour; Outlines and fills; Special effects; Layers, symbols and styles; Text; Import and export.
Introduction to editing image: Introduction to Photoshop environment; Work tools; Masks and selection tools; Use of layers; Treatment of image.

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

Os conteúdos programáticos refletem os objetivos para a unidade curricular integrando uma forte componente de trabalho laboratorial. Este trabalho incide fundamentalmente na execução de peças e projetos práticos, colocando em prática os conhecimentos e competências adquiridas.

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

The syllabus reflects the goals for the curricular unit integrating a strong component of laboratory work. This work focuses

primarily on implementation of parts and practical projects, putting on practice knowledge and competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Adoção do modelo expositivo integrado com o modelo interativo.

Pretende-se incentivar a participação ativa dos alunos, tanto na discussão de temas relevantes para a unidade curricular como ao nível dos trabalhos a executar nas aulas.

Avaliação contínua: Teste de avaliação (prova individual abrangendo todos os conteúdos lecionados no semestre) – 50%;

Trabalho prático e apresentação (obrigatório) – 40%; Participação em aula (desempenho, assiduidade, comportamento) – 10%.

Avaliação final: Exame final com componente prática - 100%.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Adoption of the expository model with the interactive model.

The intention is to encourage the active participation of students, both in the discussion of topics relevant to the curricular unit and at the level of the work to be performed in class.

Continuous assessment: assessment test (individual test covering all the contents taught in the semester) – 50%; Practical work and presentation (required) – 40%; Participation in classroom (performance, attendance, behaviour) – 10%. Final assessment:

final exam with practice component 100%.

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

A metodologia de ensino adotada reflete a necessidade de um trabalho prático sustentado na unidade curricular de Comunicação Gráfica e Audiovisual I. Fomentando a participação ativa dos alunos pretende-se que estes sejam pró-ativos na resolução de problemas gráficos da comunicação, indo ao encontro dos objetivos estabelecidos para a unidade curricular.

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

The teaching methodology adopted reflects the need for a practical work in the curricular unit of Graphic Communication and Audiovisual I. Fostering the active participation of the students, it is intended that they are proactive in solving graphical problems of communication, going to meet the established goals for the curricular unit.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BROCHAND, Bernard, et Al. – Publicitor. Lisboa : Publicações Dom Quixote.

LÉLIS, Catarina – Macromedia Freehand MX. Lisboa: FCA, 2004

FERREIRA, Fernando – Photoshop CS3 Curso Completo. Lisboa: FCA, 2008.

DARLEY, Andrew – Visual Digital Culture. Routledge, 2000

JENSEN, Klaus – Handbook of Media and Communication. Routledge, 2002

TWEMLOW, Alice – Para Que Serve o Design Gráfico?. Gustavo Gili, 2007

NEWARK, Quentin – What is Graphic Design. Rotovision, 2002

FISHEL, Catharine – Como recriar a imagem corporativa – Estratégias de design gráfico bem sucedidas. Gustavo Gili, 2003

Mapa IX - Técnicas de Criatividade / Technical Creativity

6.2.1.1. Unidade curricular:

Técnicas de Criatividade / Technical Creativity

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

António Luís Marques da Silva - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Compreender e experimentar procedimentos e técnicas que permitem desenvolver uma função criativa na área da publicidade, já que a criatividade não é um talento inato, mas sim uma qualificação.

Desenvolver a capacidade de expressão comunicacional.

Motivar a análise crítica na concretização de um conceito comunicacional.

Desenvolver os princípios de iniciativa e de motivação.

Desenvolver o funcionamento em equipa, e estabelecer relações interpessoais, de forma a se conseguir uma boa gestão dos recursos operacionais e do tempo necessário à realização e planeamento de acções publicitárias.

Desenvolver as técnicas de estimulação da criatividade.

Compreender os princípios de semiologia e semiótica do texto e imagem.

Dominar programas de produção gráfica e de tratamento de imagem, que permitam a realização de maquetas e de artes finais.

Conhecer o mercado mediático, os vários meios e suportes.

Conhecimento do Código da Publicidade Português.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Try and understand procedures and techniques in order to develop a creative function in the advertising field, since creativity is not an innate talent, but a qualification.

Develop students' communication skills.

Motivate the critical analysis of the communication concept.

Develop students' initiative and motivation.

Develop students' team work and interpersonal relationships so that they can manage time and operational resources when

*planning advertising campaigns.
Develop techniques for stimulating creativity.
Understand the principles of semiology and semiotics of a text and image.
Master graphic and image editing software in order to build scale models.
Know the media market and its various means of media.
Know the Portuguese Advertising Code.*

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

*A criatividade.
A criatividade e a evolução humana.*

*A função Criativa.
A criatividade individual.
A criatividade social.*

*A capacidade criativa.
A informação e os instrumentos.
As técnicas e métodos.*

*A criatividade na publicidade.
O conceito de comunicação de uma agência de publicidade.
A identidade criativa.
Do briefing ao brainstorming.
A dupla criativa.
A selecção estratégica de meios e suportes versus budget.
A proposta criativa.
As ações, meios e suportes criativos usados pela publicidade.*

*A cultura organizacional criativa.
Os incentivos e as novas profissões.
As concepções de grupo.
A implementação das técnicas e métodos criativos organizacionais*

6.2.1.5. Syllabus:

*Creativity.
Creativity and human evolution.*

*Creative function.
The individual creativity.
The social creativity.*

*Creative skills.
Information and tools.
Techniques and methods.*

*Creativity in advertising.
The communication concept of an advertising agency.
Creative identity.
From briefing to brainstorming.
The creative duo.
The strategic selection of media versus budget.
The creative proposal.
Actions and creative means used by advertising.*

*The creative organizational culture.
Incentives and new professions.
The conceptions of group.
The implementation of organizational techniques and creative methods*

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

*Conseguir identificar o posicionamento, a Identidade e a Imagem de Marca do anunciante.
Compreender o conceito de comunicação pretendido pelo anunciante.
Participar e interpretar os objetivos e orientações estratégicas definidos num briefing.
Encontrar soluções criativas, através da utilização das técnicas que se apresentem como as mais adequadas, que com a sua avaliação em equipa, resultem na apresentação de uma proposta criativa.
Experimentar e realizar um “brainstorming” como técnica fundamental na criação publicitária.
Apresentar uma seleção estratégica e criativa de suportes e meios, que dentro do budget definido possam permitir a realização de uma ação integrada de publicidade.
Conhecer e investigar os novos meios e suportes ao dispor da ação publicitária, assim como motivar a criação de suportes alternativos.
Promover o trabalho em equipa como fundamento para a obtenção de bons resultados criativos.*

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

*At the end of this curricular unit students will:
Be able to identify the position, Identity and Brand Image of the advertiser.
Understand the concept of communication required by the advertiser.
Interpret the main goals and strategic guidelines defined in a briefing.
Find out creative solutions by using the most suitable techniques in order to present a creative proposal.*

Use "brainstorming" as a fundamental technique in creating advertising.

Provide a strategic and creative selection of means that within the defined budget may lead to an integrated advertising action. Promote teamwork to get good creative results.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os métodos de ensino a aplicar nesta unidade curricular apoiam-se na exposição dos conteúdos e na demonstração prática dos mesmos na sala de aula, com o objetivo de promover a participação activa do aluno. Com a realização de trabalhos práticos, pretende-se que o aluno consiga apresentar de uma forma sistemática e contínua, aquilo que aprendeu durante a exposição e demonstração do programa proposto.

A presença às aulas será avaliado em 10%.

A realização e defesa dos trabalhos práticos obrigatórios serão avaliados em 50%. O conceito e procedimentos a cumprir na realização de cada trabalho será apresentado pelo docente duas semanas antes da data de entrega e defesa de cada. A defesa dos trabalhos é obrigatória, e será realizada durante os dias e horários atribuídos à unidade curricular. Os trabalhos práticos a realizar durante o semestre serão três.

Os restantes 40% correspondem a uma prova teórica de natureza presencial, realizada no final.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methods are based on the exposure of contents, and their practical demonstration in the classroom, in order to promote students' active participation in class. With the practical work, it is intended that students show what they have learnt in a systematic and continuous way.

Grading procedures: Attendance - 10%. Oral presentation of the student's work - 50%. Written test at the end of the curricular unit - 40%.

Two weeks before the students' oral presentation of their work, the teacher will give information on the procedures that must be fulfilled and accomplished by the students. The oral defense of students' work is mandatory, it will take place in the classroom according to a previous schedule. Students will have to produce and present three practical work throughout the all semester.

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

Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os trabalhos a realizar devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo de uma proposta criativa, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à concretização de uma proposta criativa, que possa ser aplicada na execução de um plano estratégico de publicidade. Cada trabalho realizado deve ser concebido e estruturado em aula, sendo para tal, necessário a utilização do laboratório de informática, para permitir o uso dos meios disponíveis à sua elaboração. Esta forma de efetuar os trabalhos individuais, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções criativas pretendidas.

A apresentação e defesa dos trabalhos deverá ser efetuada durante os períodos de aula, perante os restantes participantes na aula. Os meios ou suportes selecionados para a apresentação dos trabalhos são da total responsabilidade (criatividade) do aluno, desde que sejam exequíveis. A realização da prova teórica de natureza presencial, que se efectuará no final do semestre, será um teste às capacidades e técnicas criativas que o aluno aprendeu.

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

To encourage a greater sense of learning, the students' work should present itself as a continuous development of a creative proposal, allowing them to take the necessary steps to implement a creative proposal to a strategic advertising plan. Each work must be done and planned in the classroom, therefore classes will take place in the computer lab. In this way there will be greater interaction between teacher and students, and it will also be much easier to overcome obstacles and find creative solutions. The presentation and defense of the students' work should be carried out in the classroom. The students are also responsible for the selection of the means used in that presentation, provided it is feasible. At the end of the semester students will have a written test on the acquired skills and creative techniques.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALTSTIEL, Tom, GROW, Jean, Advertising strategy : creative tactics from the outside, California. : Sage, cop. 2006.

ARENS, William, Contemporary Advertising, McGraw-Hill, 1996.

ATHAÍDE, Edson, Tempestade Cerebral, Editorial Notícias, Lisboa, 1997.

BROCHAND, Bernard, LENDREVIE, Jacques, RODRIGUES, Joaquim V., DIONÍSIO, Pedro, Publicitor, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999.

FRUTIGER, Adrian, Signos, Marcas e Señales, Col. "Diseño", Ed. GG.; Barcelona, 1995.

LAMPREIA, Martins, A Publicidade Moderna, Editorial Presença, Lisboa, 1983.

LESTER, Paul Martin, Visual Communication, Belmont, Wadsworth Publishing Company, 1995.

MAJARO, Simon, Criatividade, Europa América, 1998.

MORIARTY, Sandra, CLIFFS, Englewood, Creative advertising : theory and practice, NJ, Prentice-Hall, 1991

MUNARI, Bruno, Das coisas nascem coisas, arte & comunicação, Edições 70, Lisboa, 1982.

QUELCH, Jonh, Cases in advertising, McGraw-Hill, 1994.

Mapa IX - Comunicação Gráfica e Audiovisual II / Graphic Communication and Audiovisual II

6.2.1.1. Unidade curricular:

Comunicação Gráfica e Audiovisual II / Graphic Communication and Audiovisual II

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

Susana Rute de Almeida Alves - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Como objetivos gerais prevê-se o aperfeiçoamento de uma cultura visual em particular relacionada com as artes gráficas e processos de design; e a utilização das ferramentas de desenho vectorial e de edição de imagem para a composição de peças gráficas, multimédia e vídeo. Em relação às competências específicas pretende-se que os alunos usem adequadamente a linguagem gráfica e os diversos elementos que a constituem; usem corretamente a linguagem específica ao serviço do projecto gráfico; utilizem programas informáticos como ferramentas ao serviço do projeto gráfico; compreendam e apliquem a metodologia de projetos gráficos; desenvolvam um espírito crítico e interventivo relativamente a peças gráficas e audiovisuais; manipulem e criem imagens digitais; compreendam e apliquem as técnicas de edição de vídeo.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

General objectives expected are the improvement of a visual culture in particular related to the graphic arts and design processes; and the use of vector-based drawing tools and image editing for composition of graphics pieces, video and multimedia. What concerns the specific competences, it is intended that students use proper graphic language and the various elements that constitute it; use specific language correctly related to graphic design; use computer programs as tools related to graphic design; understand and apply the methodology of graphic projects; develop a critical spirit regarding graphic and audiovisual pieces; manipulate and create digital images; understand and apply the techniques of video editing.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Edição e tratamento de imagem: Ferramentas; Modos e cor RGB, CMYK e HSB; Determinar tamanho da imagem e a sua resolução; Ferramentas de seleção, pintura, tratamento e de texto; Tipos de compressão de imagem; Criação de novas imagens. Máscaras e ferramentas de seleção; Colocação e manipulação de imagens; Utilização de layers; Fotomontagem; Tratamento de imagem; Retoque de imagens; Aplicação de filtros.

Edição de vídeo: O ambiente de trabalho do Premiere; Importação de ficheiros vídeo; Velocidade e duração dos vídeos; Ferramentas de corte e seleção; Marcação de pontos in/out no vídeo; As várias pistas de vídeo; Aplicações de transições; Importação de imagens estáticas; Animação de imagens estáticas; Rolling titles; Ferramentas de rolling e ripple; Adição e remoção de pistas de vídeo; Construção de um storyboard; Noções de áudio, efeitos e cross-fade; Pistas áudio e a sua integração com o vídeo; Áudio Mixer; Rendering; Exportação do projeto.

6.2.1.5. Syllabus:

Editing and image processing: tools; modes and colours RGB, CMYK and HSB; Determine the size of the image and its resolution; Selection tools, painting, text and treatment; Types of image compression; Creating new images. Masks and selection tools; Placing and manipulating images; Use of layers; Photomontage; Image processing; Retouching of images; Applying filters. Video editing: Premiere work environment; Importing video files; Speed and duration of videos; Cutting tools and selection; Dot marking in/out video; The various video tracks; Applications of transitions; Importing still images; Animating still images; Rolling titles; Rolling tools and ripple; Adding and removing video tracks; Building a storyboard; Audio concepts, effects and cross-fade; Audio tracks and their integration with the video; Audio Mixer; Rendering; Export of the project.

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

Os conteúdos programáticos refletem os objetivos para a unidade curricular integrando uma forte componente de trabalho laboratorial. Este trabalho incide fundamentalmente na execução de peças e projetos práticos, colocando em prática os conhecimentos e competências adquiridas.

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

The syllabus reflects the goals for curricular unit integrating a strong component of laboratory work. This work focuses primarily on implementation of parts and practical projects, putting on practice the knowledge and competences.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A adoção do modelo expositivo integrado com o modelo interativo. Prática de todos os conteúdos programáticos em contexto de laboratório.

Pretende-se incentivar a participação ativa dos alunos, tanto na discussão de temas relevantes para a unidade curricular como ao nível dos trabalhos a executar nas aulas. Avaliação contínua: Teste (prova escrita individual abrangendo todos os conteúdos lecionados no primeiro módulo do semestre) – 50%; Trabalho prático e apresentação (obrigatório e individual) – 40%; Participação em aula (desempenho, assiduidade, comportamento) – 10%

Avaliação final: Exame final com a integração de todos os conteúdos da unidade curricular – 100%

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The use of the integrated and expository interactive model. Practice of all the contents of the syllabus in context of laboratory. The intention is to encourage the active participation of students, both in the discussion of topics relevant to the curricular unit and at the level of the work to be performed in class. Continuous evaluation: test (written test conducted contents covering all individual in the first item of the semester) – 50%; Practical work and presentation (required and individual) – 40%; Participation in the classroom (performance, attendance, behaviour) – 10%

Final assessment: final exam with the integration of all content of the curricular unit – 100%

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

A metodologia de ensino adotada reflete a necessidade de um trabalho prático sustentado na unidade curricular de Comunicação Gráfica e Audiovisual II. Fomentando a participação ativa dos alunos pretende-se que estes sejam pró-ativos na resolução de problemas gráficos da comunicação, indo ao encontro dos objetivos estabelecidos para a unidade curricular.

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

The teaching methodology used reflects the need for a practical work sustained in the curricular unit of Graphic Communication and Audiovisual II. Fostering the active participation of the students it is intended they to be proactive in solving graphic problems related to Communication, meeting the established goals of the curricular unit.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

BROCHAND, Bernard, et Al. – *Publicitor*. Lisboa : Publicações Dom Quixote.
LÉLIS, Catarina – *Macromedia Freehand MX*. Lisboa: FCA, 2004
FERREIRA, Fernando – *Photoshop CS3 Curso Completo*. Lisboa: FCA, 2008.
DARLEY, Andrew – *Visual Digital Culture*. Routledge, 2000
JENSEN, Klaus – *Handbook of Media and Communication*. Routledge, 2002
TWEMLow, Alice – *Para Que Serve o Design Gráfico?*. Gustavo Gili, 2007
NEWARK, Quentin – *What is Graphic Design*. Rotovision, 2002
FISHEL, Catharine – *Como recriar a imagem corporativa – Estratégias de design gráfico bem sucedidas*. Gustavo Gili, 2003

Mapa IX - Planeamento e Gestão de Meios / Planning and Resource Management

6.2.1.1. Unidade curricular:

Planeamento e Gestão de Meios / Planning and Resource Management

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

Shital Jayantilal - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Adotar metodologias personalizadas de trabalho e de aprendizagem adequadas ao Marketing, Publicidade e Relações Públicas;
Realizar atividades da área de formação de forma autónoma, responsável e criativa;
Cooperar com outros em tarefas e projectos comuns;
Aplicação de conhecimento e compreensão das ferramentas das tecnologias da informação e comunicação;
Mobilizar saberes culturais, científicos e tecnológicos para compreender a realidade e para abordar situações e problemas.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To adopt customized learning and working methodologies to Marketing, Advertising and Public Relations;
To carry out training activities in this area in an autonomous, responsible and creative way;
To cooperate with other students in common tasks and projects;
To use the knowledge and understanding of the information technology and communication tools;
To mobilize cultural, scientific and technological knowledge to understand the reality and to address to specific situations and problems.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Da estratégia da empresa à estratégia de Marketing
A estratégia da empresa e estratégia de Marketing
A vantagem competitiva e a estratégia de diferenciação
2. Elaboração da estratégia de marketing
A análise e diagnóstico da situação
A fixação dos objectivos
As opções estratégicas de marketing
O plano de manobra
Os planos de acção do marketing
3. O mix de comunicação
Os objetivos da comunicação
Os meios 'tradicionais' de comunicação
Estudos de audiências nos media
Os 'novos' meios de comunicação
4. Avaliação dos média disponíveis
5. A medida de eficácia da publicidade
Colocar bem o problema
A escolha dos métodos e dos instrumentos de controlo
A interpretação dos resultados
6. Retorno sobre o investimento em marketing e publicidade
Introdução
O ROI do marketing
7. Metodologias avaliação do retorno do investimento
Retorno do investimento – impactos a curto e a longo prazo
Benchmarking
Plano de investimentos e modelos financeiros de avaliação do retorno do investimento

6.2.1.5. Syllabus:

1. From the company's strategy to marketing strategy
-The company's strategy and marketing strategy
-The competitive advantage and the differentiation strategy
2. Building up a marketing strategy
-Analysis and diagnosis of the situation
-Setting targets
-Strategic marketing options

-Plan of action

- Marketing action plans

3.The communication mix

-The goals of communication

The traditional means of communication

-Studies of audiences in the media

-The 'new' media

4. Evaluation of the available media

5.The measure of effectiveness of advertising

- Setting the problem

-The choice of methods and instruments of control

-The analysis of the results

6.The return on investment in marketing and advertising

-Introduction

-The ROI in marketing

7.Evaluating methodologies on the return on investment

-Return on investment - short and long term impacts

-Benchmarking

-Investment plans and financial models for the evaluation of the return on investment

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que a metodologia expositiva associada com a análise de casos práticos e exercício possibilitam uma compreensão adequada dos conteúdos face à audiência-alvo.

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

The teaching methodologies are in accordance with the objectives of the curricular unit since the theoretical presentation of the subjects linked with the analysis of case studies and practical exercises enable a proper understanding of the content by the target audience.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teórico-práticas e de orientação tutorial.

A avaliação da unidade curricular integra dois tipos de avaliação:

1. Avaliação contínua

-Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

-A realização de uma prova escrita individual, em data definida no início do semestre, abrange todos os conteúdos leccionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 40% para a classificação final.

Os restantes 50% correspondem à classificação dos trabalhos práticos obrigatórios e individuais. Estes serão sempre defendidos oralmente ao longo das aulas.

2. Avaliação final

- Época Normal-Realização de uma prova escrita (100%)

- Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

Na Época Normal e na Época de Recurso, a prova suplementar será de natureza escrita/prática)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Theoretical and practical classes with tutorial guidance.

1.Continuous evaluation

There will be an ongoing evaluation based on the students' participation and performance in the classroom (attendance, oral presentations, writing assignments and behaviour) (10%).

The individual written test, previously scheduled at the beginning of the semester, covers all the contents taught in the various methods throughout the teaching/learning process, and has a weighting of 40% in the students' final mark.

The remaining 50% correspond to the evaluation of the students' mandatory practical and individual work which will always be presented and defended orally during the lessons.

2. Final evaluation:

Normal Season - Written test (100%)

Appeal Season - Written test (100%)

In the Normal Season and in the Appeal Season, the additional test shall be of practical writing.

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

Adotar-se-á uma metodologia caracterizada pela coexistência do modelo expositivo com o modelo interativo. Na leccionação das aulas utilizar-se-á o quadro branco de porcelana e a projecção de diapositivos.

Incentivar-se-á a participação ativa dos alunos nas aulas.

Como estratégia para a prossecução dos objetivos da unidade curricular, promover-se-á a realização de trabalhos práticos com a apresentação na própria aula.

Os alunos serão incentivados a desenvolver uma atividade de permanente pesquisa bibliográfica depois de obterem a necessária orientação.

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

It will be adopted a methodology based on the coexistence of a theoretical presentation model and an interactive model. The whiteboard and slide projection will be used as teaching tools.

Students will be encouraged to take an active role in classes.

As a strategy and in order to achieve the main goals of this curricular unit, the students' practical work will be presented in classes.

Students will be encouraged to develop a permanent guided research work of the main bibliography.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

- Brochand, Bernard; Lendrevie, J.; Rodrigues, J. V. ; Dionísio ; Pedro, (1999), *Publicitor, Publicações DomQuixote*.
- Camacho, Elvino José Sousa; (2006): *Modelo de avaliação Do retorno Do Investimento Da Promoção Turística Na Região Autónoma Da Madeira. Tese de Mestrado, Universidade da Madeira*.
- Kotler, P. e Keller, K. L. (2005), *Administração de Marketing, 12.ª Ed., Prentice-Hall*.
- Lenskold, James D. (2004), *Marketing ROI (Retorno sobre la inversion), McGraw-Hill/Interamericana*.
- Lindon, Denis; Lendrevie, Jacques; Lévy, Julien; Dionísio, Pedro; Rodrigues, Joaquim Vincente; (2004); *Mercator XXI Teoria e Prática do Marketing, Edição, Dom Quixote*.
- Nelson Pereira da Costa. (2003) *Marketing Para Empreendedores- Um Guia Para Montar e Manter um Negócio, QualityMark. Documentos digitais (powerpoints, pdfs, etc.), textos de apoio impressos e fichas informativas fornecidas pela docente*.

Mapa IX - Atelier de Agência / Agency Workshop

6.2.1.1. Unidade curricular:

Atelier de Agência / Agency Workshop

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

António Luís Marques da Silva - 80 horas

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

Nenhum

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

None

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

Compreender e experimentar procedimentos e técnicas que são usados numa agência de publicidade, para a realização de ações publicitárias.

Desenvolver a capacidade de expressão publicitária.

Motivar a análise crítica na concretização de um conceito comunicacional.

Desenvolver os princípios de iniciativa e de motivação.

Desenvolver o funcionamento em equipa e estabelecer relações interpessoais, de forma a se conseguir uma boa gestão dos recursos operacionais e do tempo necessário à realização e planeamento de ações publicitárias.

Compreender o processo de criação de uma agência de publicidade.

Definir o conceito de comunicação e posicionamento de uma agência.

Dominar programas de produção gráfica e de tratamento de imagem, que permitam a realização de maquetas e de artes finais.

Saber adequar meios e suportes ao budget indexado ou disponível.

Como manter a relação cliente/agência.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To understand and experiment procedures and techniques that are used in an advertising agency, to carry out publicity.

To develop the ability of advertising expression.

To motivate critical analysis in the implementation of a communication concept.

To develop the principles of initiative and motivation.

To develop the team functioning, and establish interpersonal relationships, in order to achieve sound management of operational resources and the time required for carrying out and planning of advertising actions.

To understand the process of creating an advertising agency.

To define the concept of communication and positioning of an agency.

To master programs of graphic production and image processing, allowing the implementation of models and final arts.

To learn how to tailor means and supports to indexed or available budget.

How to keep the relationship client/agency.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

A Agência de Publicidade.

A criação de uma agência de publicidade.

O conceito de comunicação da agência.

O nome e imagem da agência.

A organização de departamentos e funções.

O Cliente.

“Escolher ou ser escolhido”.

A seleção de contas.

O posicionamento e conceito de comunicação do cliente.

O plano de representação.

As ações de publicidade do cliente.

A Campanha de Publicidade.

O briefing.

Os objetivos a atingir.

O budget indexado.

Os suportes e meios indexados.

O brainstorming criativo de mensagem/suportes/meios.

A apresentação da proposta criativa.

Do briefing à implementação e controlo da ação publicitária.

6.2.1.5. Syllabus:

The Advertising Agency.

*The creation of an advertising agency.
The concept of communication of the Agency.
The name and image of the Agency.
The organisation of departments and functions.*

*The Client.
"Choose or be chosen".
The selection of Auditors.
The positioning and customer communication concept.
The impersonation level.
The publicity actions for the client.*

*The Advertising Campaign.
The briefing.
The objectives to be achieved.
The indexed budget.
The indexed media and resources .
The message/means/ media creative brainstorming.
The presentation of the creative proposals.
Briefing to the implementation and control of the advertising campaign.*

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

*Criar o conceito e imagem de uma agência de publicidade.
Compreender o conceito de comunicação pretendido pelo anunciante.
Participar e interpretar os objetivos e orientações estratégicas definidos num briefing.
Encontrar soluções criativas, através da utilização das técnicas que se apresentem como as mais adequadas, que com a sua avaliação em equipa, resultem na apresentação de uma proposta criativa.
Experimentar e realizar um "brainstorming" como técnica fundamental na criação publicitária.
Apresentar uma selecção estratégica e criativa de suportes e meios, que dentro do budget definido possam permitir a realização de uma ação integrada de publicidade.
Conhecer e investigar os novos meios e suportes ao dispor da ação publicitária, assim como motivar a criação de suportes alternativos.
Promover o trabalho em equipa como fundamento para a obtenção de bons resultados criativos.
Desenvolver as capacidades de criação de suportes na apresentação de uma proposta criativa.*

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

*To create the concept and image of an Advertising Agency.
To understand the concept of communication requested by the advertiser.
To participate and interpret the objectives and strategic guidelines defined in a briefing.
To find creative solutions, through the use of techniques that are the right ones, that with its assessment in a team results in the submission of a creative proposal.
To try and to perform a brainstorming as a fundamental technique in advertising creation.
To present a selection of creative and strategic media and means, that within the defined budget can allow an integrated action of advertising.
To learn and investigate about the new means and media available to the advertising campaign, as well as to motivate the creation of alternative media.
To promote teamwork as the basis for obtaining good creative results .
To develop media capabilities in presenting a creative proposal.*

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Os métodos de ensino a aplicar, apoiam-se nos conteúdos lecionados noutras unidades curriculares, na criação de uma agência de publicidade, com o objetivo de promover a participação ativa do aluno na realização de uma ação integrada de publicidade. Com a realização de trabalhos práticos, pretende-se que o aluno consiga apresentar de uma forma sistemática e contínua, aquilo que aprendeu durante a exposição e demonstração do programa proposto.
A presença às aulas será avaliado em 10%.
A realização e defesa dos trabalhos práticos obrigatórios serão avaliados em 50%. O conceito e procedimentos a cumprir na realização de cada trabalho será apresentado pelo docente 2 semanas antes da data de entrega e defesa de cada. A defesa dos trabalhos é obrigatória, e será realizada durante os dias e horários atribuídos à unidade curricular. Os trabalhos práticos a realizar durante o semestre serão 3.
Os restantes 40% correspondem a uma prova teórica de natureza presencial, realizada no final.*

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methods to be applied are based on the contents taught in other curricular units, on the creation of an advertising agency, with the aim of promoting the active participation of the student in carrying out an integrated action of advertising. With the achievement of a practical work, it is intended the student to be able to submit systematically and continuously what was learned during the exposition and demonstration of the contents of the syllabus .The presence of classes will be valued at 10%.The achievement and defence of compulsory practical work will be assessed at 50%.The concept and procedures to be carried out at the completion of each work will be presented by the teacher two weeks before the date of delivery and defence of each one.The defence of work is required, and will be held during the days and hours allocated to the curricular unit.The practical work to be carried out during the semester shall be three.The remaining 40%correspond to a theoretical test.

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

*Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os trabalhos a realizar devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo da proposta de criação de uma agência, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à sua concretização, e que possa ser aplicada na execução de uma campanha de publicidade para um cliente.
Os trabalhos realizados devem ser concebidos e estruturados em aula, sendo para tal, necessário a utilização do laboratório de informática, para permitir o uso dos meios disponíveis à sua elaboração. Esta forma de efetuar os trabalhos em grupo, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções pretendidas.*

A apresentação e defesa dos trabalhos deverá ser efetuada durante os períodos de aula, perante os restantes participantes na aula. Os meios ou suportes selecionados para a apresentação dos trabalhos são da total responsabilidade (criatividade) do aluno, desde que sejam exequíveis.

A realização da prova teórica individual, que se efetuará no final do semestre, será um teste às capacidades e competências que o aluno apreendeu durante a realização dos trabalhos práticos e conteúdos da unidade curricular.

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

To motivate a greater sense of learning, the work should be presented as a continuous development of the proposal for the creation of an agency, allowing to understand the evolution and the necessary steps for its implementation, that can be applied in the implementation of a publicity campaign for a client.

The work must be designed and structured in the classroom, and it is therefore necessary, to use the computer lab to enable the use of the resources available for their preparation. This way to perform the work in groups, enables a greater interaction between the teacher and the students, in expectation to overcome obstacles and finding out the solutions needed.

The presentation and defence of the work should be carried out in the classroom, vis-à-vis the other co-workers and students. The means or media selected for the presentation of projects are the sole responsibility of the pupil (creativity), provided that they are achievable.

The realization of a theoretical individual test to be made at the end of the semester, will be a test on the abilities and skills that the student seized during the realisation of practical work and curricular unit's contents.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALTSTIEL, Tom, GROW, Jean, Advertising strategy : creative tactics from the outside, California. : Sage, cop. 2006.

ARENS, William, Contemporary Advertising, McGraw-Hill, 1996.

ATHAÍDE, Edson, Tempestade Cerebral, Editorial Notícias, Lisboa, 1997.

BROCHAND, Bernand, LENDREVIE, Jacques, RODRIGUES, Joaquim V., DIONÍSIO, Pedro, Publicitor, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1999.

FRUTIGER, Adrian, Signos, Marcas e Señales, Col. "Diseño", Ed. GG.; Barcelona, 1995.

LAMPREIA, Martins, A Publicidade Moderna, Editorial Presença, Lisboa, 1983.

LESTER, Paul Martin, Visual Communication, Belmont, Wadsworth Publishing Company, 1995.

MAJARO, Simon, Criatividade, Europa América, 1998.

MORIARTY, Sandra, CLIFFS, Englewood, Creative advertising : theory and practice, NJ, Prentice-Hall, 1991.

MUNARI, Bruno, Das coisas nascem coisas, arte & comunicação, Edições 70, Lisboa, 1982.

QUELCH, Jonh, Cases in advertising, McGraw-Hill, 1994.

Mapa IX - Organização e Gestão de Eventos / Organization and Event Management

6.2.1.1. Unidade curricular:

Organização e Gestão de Eventos / Organization and Event Management

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

Susana Rute de Almeida Alves - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Como objetivos gerais prevê-se que os alunos aprendam a conceber, planear e estruturar um projeto de organização de Eventos. Quanto às competências específicas pretende-se que os alunos sejam capazes de identificar, definir e associar a cada etapa do planeamento as diferentes fases operacionais que lhe são inerentes; consigam compreender o conceito de patrocínio, identificar os benefícios do patrocínio para o patrocinador e para o patrocinado e elaborar uma proposta de patrocínio; sejam capazes de elaborar um relatório de avaliação de eventos tendo em consideração os índices de avaliação quantitativa e qualitativa e aperfeiçoem e desenvolvam competências imprescindíveis para enfrentar com sucesso a organização de eventos profissionais.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

Students will be able to learn how to conceive, plan and structure a project of event organization. As to specific learning competencies, students will be able to identify, define and associate to each planning step different operational stages. They will also be able to understand the concept of sponsorship, identify its benefits not only for the sponsor but also for those who are sponsored and be able to make an event report taking levels of quantitative and qualitative evaluation into consideration. Likewise students are expected to improve competences in order to face professional event organization with success.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

OS EVENTOS: Conceito de evento, Tipos de eventos, Nomenclatura dos eventos, Atores dos eventos, Impacto dos eventos, Os eventos de marca, Perfil do profissional de eventos.

CONCEÇÃO DO EVENTO: Definição de objetivos, Identificação de opções estratégicas, Elaboração do planeamento.

ORGANIZAÇÃO DO EVENTO: Reserva e inscrições, Escolha do local, Equipamentos necessários, Definição do programa do evento, Programa social, Divulgação do evento, Procedimentos de emergência, Planos de contingência.

ELABORAÇÃO DO ORÇAMENTO: Os fornecedores, Pedidos de orçamentos, Análise de custos, Patrocínios, Dossier do patrocinador.

GESTÃO DAS RELAÇÕES COM OS ÓRGÃOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL: Press-release, Conferência de imprensa, Gestão da conferência de imprensa, Procedimentos na relação com os media.

COORDENAÇÃO DO EVENTO: Check-list, Plano de atividades.

BALANÇO DO EVENTO: Relatório final, Análise de custos finais e gaps, Faturação.

PROTOCOLO

6.2.1.5. Syllabus:

EVENTS: Concept, Types, Nomenclature, Professionals, Impact;

Brand events, Event planner profile.

EVENT CONCEPT: Goals and objectives, Identification of optional strategies, Planning

EVENT ORGANIZATION: event booking and registration, location, equipment needed, program creation, social program, publicizing of the event, emergency procedures, contingency plans.

EVENT BUDGET: Suppliers, Budgeting, Cost and revenue, Sponsors, Sponsor file.

PUBLIC RELATIONS: Press-release, Press Conference, Press Conference Management, Media procedures.

EVENT COORDINATION: Check-list, Activity planning.

BALANCE SHEET EVENT MANAGEMENT: Final Report, Analysis of the true cost and revenue updates, Billing.

PROTOCOL

FINAL PROJECT

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

Os conteúdos programáticos refletem a existência de matérias de carácter essencialmente prático. Fomentando a participação ativa dos alunos através destes conteúdos pretende-se que estes sejam pró-ativos na concretização de um evento prático com envolvimento de toda a comunidade educativa, indo ao encontro dos objetivos estabelecidos para a unidade curricular.

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

The syllabus reflects the existence of subjects essentially practical. Encouraging to active participation, students are expected to become proactive in the implementation of a practical event together with the school community, meeting the goals established for this curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Adoção do modelo expositivo integrado com o modelo interativo. Prática de todos os conteúdos programáticos em contexto de laboratório. Pretende-se incentivar a participação ativa dos alunos, tanto na discussão de temas relevantes para a unidade curricular como ao nível dos trabalhos a executar nas aulas.

Avaliação contínua: Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%). A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 50% para a classificação final. Os restantes 40% correspondem à classificação do trabalho prático obrigatório.

Avaliação Final: Realização de uma prova escrita (100%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Expository approach together with the interactive model in lab context.

Students will be encouraged to active participation both in the discussion of relevant topics and in the works to do in class.

Assessment will be ongoing. 10% of the grade is dependent on class participation and student performance (attendance, oral presentations, writing assignments and behaviour). A written exam containing all the units learnt throughout the course is worth 50% of the final grade.

The other 40% are earned by completing a mandatory practical work.

Final Exam: Written Exam (100%)

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

A metodologia de ensino adotada reflete a necessidade de um trabalho prático sustentado na unidade curricular de Organização e Gestão de Eventos. Fomentando a participação ativa dos alunos pretende-se que estes sejam pró-ativos na concretização de um evento prático com envolvimento de toda a comunidade educativa, indo ao encontro dos objetivos estabelecidos para a unidade curricular.

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

The methodology adopted reflects the demand of a practical work sustained in the curricular unit of Event Organization and Planning. Encouraging to active participation, students are expected to become proactive in the implementation of a practical event together with the school community, meeting the goals established for this curricular unit.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ALLEN, Johnny et.al., Organização e Gestão de Eventos, Elsevier Editora, Rio de Janeiro, 2003

PEDRO, Filipe et.al., Gestão de Eventos, Quimera, Lisboa, 2005

GIACAGLIA, Maria Cecília, Organização de Eventos – Teoria e Prática, Thompson, São Paulo, 2004

CESCA, Cleuza G. Gimenes, Organização de Eventos: Manual de planeamento e execução, São Paulo: Summus, 1995

COSTA, Cleuza Gimenez, Organização de Eventos, São Paulo, Summus, 1997

HOYLE JÚNIOR, Leonard H., Marketing de Eventos: Como Promover com Sucesso Eventos, Festivais, Convenções e Exposições, São Paulo, Atlas, 2003

M ZANELLA, Luiz Carlos, Manual de Organização de Eventos: Planeamento e operacionalização, São Paulo: Atlas, 2003

MATIAS, Marlene, Organização de Eventos: Procedimentos e técnicas, 3ªed, São Paulo, Manole, 2004

MARTIN, Vanessa, Manual Prático de Eventos, São Paulo, Atlas, 2003

MARTINEZ, Marina, Cerimonial para Executivos: Guia para execução e supervisão de eventos empresariais, 3ªed.rev. ampl. Porto Alegre, Sagra Luz

Mapa IX - Marketing Industrial e de Serviços / Industrial Marketing and Services

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing Industrial e de Serviços / Industrial Marketing and Services

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

Cristina Isabel Assis de Moraes Miguens - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Compreender a especificidade do marketing industrial e do marketing de Serviços;

Capacidade de adotar as metodologias próprias tendo em vista o desenvolvimento e implementação de estratégias de marketing para o mercado industrial e para os serviços;

Capacidade de investigação, avaliação e adaptação da estratégia de marketing industrial e de serviços ao meio envolvente;

Aplicação sistemática e criativa do conhecimento específico do marketing industrial e de serviços no desenvolvimento e implementação do plano de marketing no contexto da estratégia empresarial.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To understand the specificity of the industrial marketing and service marketing;

The ability to adopt the methodologies for the development and implementation of marketing strategies for the industrial market and services;

The ability to research, evaluate and adapt the strategy of industrial marketing and service to the surroundings;

Systematic application of creative and specific knowledge of industrial marketing and service in the development and implementation of a marketing plan in the context of business strategy.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1.Introdução

- O Marketing e as Empresas

- Marketing Estratégico e Operacional

- A Segmentação e Posicionamento em Marketing

- O Marketing Mix

- O Plano de Marketing

2.Marketing Industrial

- Marketing B2B e marketing industrial vs marketing B2C

- IMP Group

- O processo de compra industrial

- As redes industriais e o modelo ARA (actores, recursos e actividades)

- A segmentação no meio industrial

- O marketing mix nos mercados B2B

3.Marketing de Serviços

- A natureza dos serviços

- O modelo de servuçção

- A gestão do relacionamento com o cliente

- A gestão da qualidade do serviço

- A oferta aumentada de serviços

- A extensão do marketing-mix nos serviços

6.2.1.5. Syllabus:

1.Introduction

• The Marketing and Business

• Strategic and Operational Marketing

• Segmentation and Positioning in Marketing

• The Marketing Mix

• The Marketing Plan

2.Marketing Industrial

• marketing and industrial marketing B2B vs B2C marketing

• IMP Group

• The industrial buying process

• The ARA model and industrial networks (actors, resources and activities)

• The segmentation in the industrial

• The marketing mix in B2B markets

3.Marketing Service

- The nature of the services

- The model servuçção

- The management of customer relationships

- The management of service quality

- The provision of enhanced services

- The extension of the marketing mix in service

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi

apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos/competências definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The objectives set for this curricular unit are consistent with its syllabus, namely, the identification and understanding of the issues to be worked in it and the knowledge of methodological tools necessary to enable a link between theory and practice. There is also an interconnection between what was submitted in accordance with the syllabus, the defined objectives/skills and the basic bibliography considered for the curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e ativo.

Avaliação Contínua

Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 50% para a classificação final.

Os restantes 40% correspondem ao Trabalho Prático. O Trabalho Prático terá como conteúdo a integração dos diversos temas abordados em aula, visitas de campo e estudos de casos. Será avaliada a capacidade do aluno aplicar os conceitos do Marketing (B2B e Serviços) às situações tratadas.

Avaliação Final

Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%)

Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

With the achievement of group actions, it is intended students to be able to understand the sessions using the expository, demonstrative, interrogative and active methods.

Continuous Evaluation

Continuous Evaluation will be made according to the participation and the performance in the classroom (presence, speeches, exhibitions and behaviour) of the student (10%).

The completion of individual written test that covers all contents taught in the various methods of teaching and learning. It has a weight of 50% for the final ranking.

The remaining 40% corresponds to a practical work. This work has as content the integration of the various topics covered in the classroom, field visits and case studies. The student will be evaluate for the ability to apply the concepts of Marketing (B2B and services) and the worked situations.

Final Evaluation

Normal Season- a written test (100%)

The Time of Appeal- a written test (100%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos e tipologias de contacto da unidade curricular.

As sessões letivas integram diversas tipologias de contacto: orientação tutorial e aulas teórico práticas.

A exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos .

Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os projetos individuais (trabalhos para avaliação) e as ações de grupo a realizar, devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo de uma proposta de ação, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à concretização de trabalhos práticos de investigação/aprendizagem e operacionalização efetiva.

Cada projeto de grupo realizado deve ser concebido e estruturado em aula, sendo para tal, necessário a utilização do laboratório de informática, para permitir o uso dos meios disponíveis à sua elaboração. Esta forma de efetuar os projetos de grupos, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções pretendidas.

O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The Teaching Methodologies are consistent with the Objectives and the Typologies of the curricular unit

The teaching sessions integrate several types of contact: theoretical/practical lessons and tutorial guideline.

The exposure of the syllabus associated with the presentation of case studies and the settlement of exercises allow a proper explanation of the contents.

To motivate a greater sense of learning, the individual projects (works for evaluation) and group actions to be carried out, must present a continuous development of a proposed action, allowing to understand the evolution and the steps needed to implement practical work of learning/investigation and effective operationalization.

Each draft group performed shall be designed and structured in the classroom, and it is therefore necessary to use the computer lab to enable the use of the resources available for their preparation. This way to carry out group projects, promotes greater interaction between the teacher and students and overcomes obstacles and finds out the solutions needed.

The Evaluation was designed to measure to which extent the skills were developed.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Hoffman, K. Douglas, e Bateson, JohnE. G. (2003). Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos, Estratégias e Casos. 2nd Edition, São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

-Kotler, P., Keller, K.(2005). Administração de Marketing. 12ª Edição, S. Paulo: Prentice-Hall

Lendrevie, Jacques et al. (2004). Mercator XXI. Lisboa : Publicações Dom Quixote.

Saias, Luís (2007). Marketing de Serviços: Qualidade e satisfação dos clientes. Universidade Católica Editora.

Zimmerman, Alan e Blythe, Jim(2004). Business to Business to Marketing Management. Thomson Learning.

Outra documentação: Textos, artigos, Power points e outros elementos fornecidos pelo docente.

6.2.1.1. Unidade curricular:

Assessoria de Imprensa/ Press Office

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

José Luís Cunha Martins da Silva Couto - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

A unidade curricular visa a aquisição de conhecimentos e desenvolvimento de competências que permita:

Dotar os discentes de conhecimentos sobre o panorama nacional do processo e circuito de elaboração de notícias.

Desenvolver capacidades teórico-práticos de assessoria de imprensa, gestão de informação pública e relacionamento com os media.

Incrementar conhecimentos da atividade dos assessores de imprensa nos diversos tipos de organizações, com a prática de tarefas que simulam essa mesma atividade.

Nesse sentido, os discentes procuram compreender o relacionamento com os jornalistas; conceber e analisar o processo de criação de uma estratégia de comunicação; conhecer os procedimentos de um gabinete de assessoria de imprensa; produzir os documentos inerentes às funções; e fazer a avaliação dos conteúdos editados.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

The Curricular Unit aims at the acquisition of knowledge and the development of skills that will allow students to:

Understand the development of the newsmaking process in the national context.

Develop theoretical and practical skills in the fields of Press Relations, Public Information Management and the relationship with the media.

Increase their knowledge on the activity of press officers in the different types of organizations, by roleplaying their tasks.

In this way, students will understand the relationship with journalists; build and analyze the process of creating a communication strategy; know the procedures in a press office; produce documents, and assess the edited contents.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1. Comunicação Organizacional

2. O Assessor de Imprensa e os Media

3. A Assessoria de Imprensa no Processo de Elaboração da Notícia

3.1 Análise e discussão de casos práticos

4. Gabinete de Imprensa

4.1. A estrutura

5. Negociação entre Assessor e Jornalista

6. Técnicas de Assessoria de Imprensa

7. Análise e Avaliação de Resultados

8. Aspetos da Assessoria de Imprensa no Plano de Comunicação Integrado (nas relações públicas, no marketing e na gestão)

6.2.1.5. Syllabus:

1. Organizational Communication

2. The Press Officer and The Media

3. The Press Office in the Newsmaking Process

3.1. Analysis and discussion of case studies

4. Press Office

4.1. The structure

5. Negotiation between Advisor and Journalist

6. Techniques of Media Relations

7. Analysis and Evaluation of the Results

8. Aspects of the Press in the Integrated Plan of Communication (in public relations, marketing and management)

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

A fim de garantir: a consecução dos resultados expectáveis de aprendizagem (aquisição de conhecimentos e de competências); um papel ativo e responsável dos alunos na construção dos seus processos de aprendizagem.

A relação pedagógica na unidade curricular lecionada visa dois objectivos:

Em geral, dotar os alunos de um conjunto vasto de conhecimentos teóricos e abstractos. Pretende-se transmitir conceitos e conteúdos teóricos com um grau de abstração elevado. Os conteúdos transmitidos traduzem o saber generalizado e as orientações necessárias para que os alunos assumam um papel ativo na investigação científica.

Em particular, a aquisição de competências que permitam prosperar ou melhorar a produção nesta atividade e promover a integração profissional. Os “constructos” são operativos e complementados com competências práticas que incrementam o nível técnico e relacional do aluno.

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

To guarantee: the achievement of expected learning results (acquisition of knowledge and skills); an active and responsible participation of students in the construction of their learning process.

The pedagogical relationship in this curricular unit aims at two main goals:

-To provide students with a wide range of theoretical and abstract knowledge. It is intended to convey concepts and theoretical contents with a high degree of abstraction. The contents conveyed reflect the common knowledge and guidelines necessary for students to take an active role in a scientific research.

-The acquisition of skills to prosper or improve production in this activity and promote the professional integration. The

"constructs" are complemented by operational and practical skills that enhance the technical and relational level of a student.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Privilegiar-se-ão, em função das diferentes tipologias de aula, as seguintes metodologias de ensino e aprendizagem: metodologias afirmativas (predominantes nas aulas teórico-práticas); metodologias interrogativas (predominantes nas aulas teórico-práticas e de orientação tutorial); metodologias ativas (predominantes nas aulas de prática laboratorial); metodologias de descoberta (predominantes nas aulas de prática laboratorial). Avaliação contínua: participação e desempenho em aula (assiduidade, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%). A realização de uma prova escrita individual, abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 50% para a classificação final. Os restantes 40% correspondem à classificação de dois trabalhos práticos obrigatórios.. Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%) Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%).

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Emphasis will be on the following teaching and learning methods: affirmative methods (predominant in theoretical and practical classes); interrogative methods (predominant in theoretical and practical classes with tutorial guidance); active methods (predominant in laboratorial practice classes); discovery methods (predominant in the laboratorial practice classes). Ongoing Assessment: students' participation and performance in the classroom (attendance, oral presentations, written assignments and behaviour) (10%). The individual written test covers all the contents taught in the various methods throughout the teaching/learning process, and has a weighting of 50% in the students' final mark. The remaining 40% correspond to the evaluation of two mandatory practical and work. Normal Season - Written exam (100%). Appeals - Written exam (100%)

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

Os métodos empregues na unidade curricular obrigam à implicação total do aluno no processo de aprendizagem implementando o saber intelectual, o saber ser e o saber fazer. A relação centra-se no aluno respeitando e atendendo os seus ritmos próprios, interesses e preferências, e principalmente não descurando o seu quadro de referências pessoais, a sua experiência de vida e profissional, legitimado por essa mesma experiência. Em cada sessão lectiva o processo de aprendizagem obedece às seguintes fases, a partir da prática e regressando à prática: experiência concreta; observação reflectida; conceptualização abstracta e experiência activa.

Podemos afirmar que a aprendizagem constitui-se como um processo contínuo, dinâmico, global, subjectivo, gradativo e cumulativo. A relação pedagógica mantida com os alunos é uma pedagogia activa (prática-teórica-prática) e de sucesso (tenta-se prevenir o sucesso, evitando situações de fracasso ou de frustração).

Em conformidade com as competências e os conteúdos propostos nesta unidade curricular existe a necessidade de cumprir determinados núcleos essenciais do programa curricular e seleccionar modelos e métodos pedagógicos.

Os conteúdos da unidade curricular leccionada oferecem-se em sessões que utilizam diferentes métodos e técnicas de aprendizagem coordenados de forma lógica com o fim de atingir os objectivos previamente definidos. Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e activo e técnicas como a discussão orientada e em painel, a simulação ou estudos de caso.

Tenta-se encontrar um equilíbrio entre os métodos afirmativos (expositivo e demonstrativo) e os métodos activos - em parte resultado das condições materiais existentes. Enquanto os primeiros baseiam-se no enunciado pelo docente de saberes ou saberes fazeres, os segundos fundamentam-se na apropriação do conhecimento pelos alunos. Os métodos activos no nosso ponto de vista estimulam a criatividade e despertam o maior número de motivações para o trabalho em equipa. Ao contrário de outros métodos que apontam para a memorização e repetição, nos métodos activos os discentes tem uma real evolução pessoal. O ensino deve enfatizar os métodos activos, dado o facto de que muito do trabalho é realizado em equipa.

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

The methods employed in the curricular unit require the full involvement of students in the learning process by implementing their intellectual knowledge and know-how. The relationship focuses on the students observing and taking into consideration their own rhythms, preferences and interests, and especially not forgetting their personal references, their life and professional experience. In each session the teaching/learning process will pursue the following stages: concrete experience, reflective observation, abstract conceptualization and active experience.

In this way, learning is a continuous, dynamic, global, subjective, gradual and cumulative process. The pedagogical relationship kept with students is based on active teaching procedures and success (it intends to prevent failure and avoid frustration).

In accordance with the skills and content offered in this curricular unit there is the need to refer to specific topics and select teaching models and methods.

The contents of the course are taught in sessions that use different methods and learning techniques coordinated in a logical order so that the predefined goals can be achieved. Therefore, it will be used the expository, demonstrative, interrogative methods and techniques such as active and guided group discussion, simulation or case studies.

Thus, it is essential to find a balance between passive methods (expository and demonstrative) and active methods While the first are based on the teacher's know-how, the latter are based on the acquisition of knowledge by students. In our opinion, the active methods fosters creativity and awaken a greater number of motivation for teamwork. Unlike the other methods that aim to memorization and repetition, with active methods students have a real personal evolution. Education should emphasize the active methods, since much work is done in teams.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

CHIMEM, Rivaldo – Assessoria de Imprensa: Como fazer., São Paulo, Summus Editorial, 2003.

GRANADO, António e MALHEIROS, José V. – “Como Falar com os Jornalistas sem ficar à Beira de um Ataque de Nervos: Guia para investigadores e profissionais de comunicação”, Lisboa, Gradiva, 2001

FRADA, João José Cúcio – Guia Prático para a Elaboração e Apresentação de Trabalhos Científicos, Lisboa, Edições Cosmos, 1993

LAMPREIA, J. Martins – A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas., Mem Martins, Europa-América, 1999.

LIDSTONE, John – Como Lidar com os “Media”., Mem Martins, CETOP, s. d.

6.2.1.1. Unidade curricular:

Marketing Direto e Merchandising / Direct Marketing and Merchandising

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

Manuela Cristina da Costa Ferreira Dias de Rezende Pinto - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Desenvolver o funcionamento em equipa, e estabelecer relações interpessoais, de forma a se conseguir uma boa gestão dos recursos operacionais e do tempo necessário à realização e planeamento de ações de Marketing.

Conhecer e aplicar as técnicas e instrumentos para a implementação de ações de Marketing.

Marketing Directo

Conseguir identificar o plano de ação e os instrumentos utilizados nas ações de Marketing Direto ou Relacional.

Conseguir identificar as ações e os instrumentos utilizados em ações de Merchandising.

Identificar e interpretar o merchandising da concorrência no ponto de venda.

Apresentar uma estratégia, que possibilite a obtenção dos resultados a atingir com ações de Merchandising.

Conhecer e investigar os novos pontos de venda, que motivam novas formas de Merchandising.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To develop the team functioning, and establish interpersonal relationships, in order to achieve a good operational resources management and the time required for carrying out and planning of Marketing actions.

To know and apply the techniques and instruments for the implementation of Marketing actions.

Direct Marketing

To be able to identify the action plan and instruments used in direct Marketing actions or relational.

To be able to identify the actions and instruments used in Merchandising.

To identify and interpret the merchandising of competition at the point of sale.

To submit a strategy, which allows obtaining the results to achieve with Merchandising actions.

To learn and investigate the new points of sale, that motivates new forms of Merchandising.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

O Marketing Relacional

Do Marketing de massas ao Marketing individualizado e das relações

A relação com o cliente

A importância da Database e do contacto.

Os conceitos de Marketing Directo, Marketing Relacional, Marketing One-to-One e Customer Relationship Marketing

Ferramentas de comunicação com o cliente

O Direct Mail.

A Internet Marketing.

SMS Marketing.

A TV Interativa.

O Merchandising

O Merchandising: conceito, origem e evolução

A importância do Merchandising no ponto de venda.

Objetivos do Merchandising

Merchandising do Produtor e Merchandising do Distribuidor.

As grandes superfícies comerciais.

Merchandising e Ciclo de Vida do Produto

Merchandising e Gestão do Ponto de Venda

A organização e apresentação no linear.

Métodos de aquisição e apresentação do produto no ponto de venda.

As Promoções.

Novas alternativas de apresentação do produto nos pontos de venda.

6.2.1.5. Syllabus:

Relational Marketing

Mass Marketing to individualized Marketing and relations

The relationship with the client

The importance of Database and contact.

The concepts of Relational Marketing, Direct Marketing, one-to-one Marketing and Customer Relationship Marketing

Customer communication tools

Direct Mail.

The Internet Marketing.

SMS Marketing.

The Interactive TV.

The Merchandising

The Merchandising: concept, origin and evolution

The importance of Merchandising at the point of sale.

Objectives of Merchandising

Producer Merchandising and Distributor Merchandising.

The major commercial areas.

Merchandising and product life cycle

Merchandising and point of sale Management

*The Organization and linear presentation.
Methods of acquisition and presentation of the product at the point of sale.
The Promotions.*

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos/competências definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The objectives set for this curricular unit are consistent with its syllabus, namely, the identification and understanding of the issues to be worked in it and the knowledge of methodological tools necessary to enable a link between theory and practice. There is also an interconnection between what was submitted in accordance with the syllabus, the defined objectives/skills and the basic bibliography considered for the curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição dos conteúdos, e na demonstração teórico-prática dos mesmos na sala de aula, com o objetivo de promover a participação ativa do aluno.

Com a realização de ações de grupo, pretende-se que os alunos consigam compreender a importância de trabalhar em equipa.

Avaliação Contínua:

Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 50% para a classificação final.

Os restantes 40% correspondem à classificação dos trabalhos práticos obrigatórios e individuais. Estes serão sempre defendidos oralmente ao longo das aulas.

Avaliação Final

Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%)

Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The exposure of contents, and theoretical-practical demonstration in the classroom, with the aim of promoting the active participation of the student.

With the achievement of group actions, it is intended students to be able to understand and the importance of group actions.

Continuous Evaluation

Continuous Evaluation will be made according to the participation and the performance in the classroom (presence, speeches, exhibitions and behaviour) of the student (10%).

The completion of individual written test that covers all contents taught in the various methods of teaching and learning. It has a weight of 50% for the final ranking.

The remaining 40% corresponds to a Marketing Plan;

Final Evaluation

Normal Season- a written test (100%)

The Time of Appeal-a written test (100%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos e tipologias de contacto da unidade curricular.

As sessões letivas integram diversas tipologias de contacto: orientação tutorial e aulas teórico práticas

A exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos .

Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os projetos individuais (trabalhos para avaliação) e as ações de grupo a realizar, devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo de uma proposta de ação, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à concretização de trabalhos práticos de investigação/aprendizagem e operacionalização efetiva.

Cada projeto de grupo realizado deve ser concebido e estruturado em aula, sendo para tal, necessário a utilização do laboratório de informática, para permitir o uso dos meios disponíveis à sua elaboração. Esta forma de efetuar os projetos de grupos, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções pretendidas.

O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The Teaching Methodologies are consistent with the Objectives and the Typologies of the curricular unit

The teaching sessions integrate several types of contact: theoretical/practical lessons and tutorial guideline.

The exposure of the syllabus associated with the presentation of case studies and the settlement of exercises allow a proper explanation of the contents.

To motivate a greater sense of learning, the individual projects (works for evaluation) and group actions to be carried out, must present a continuous development of a proposed action, allowing to understand the evolution and the steps needed to implement practical work of learning/investigation and effective operationalization.

Each draft group performed shall be designed and structured in the classroom, and it is therefore necessary to use the computer lab to enable the use of the resources available for their preparation. This way to carry out group projects, promotes greater interaction between the teacher and students and overcomes obstacles and finds out the solutions needed.

The Evaluation was designed to measure to which extent the skills were developed.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Marketing

ALVES, Caetano, BANDEIRA, Sílvia, Dicionário de Marketing, edições IPAM, Porto, 1998.

KOTLER, Philip, Marketing Management, eleventh edition, Prentice Hall, 2002.

Marketing Directo

ALVES, V., Lopes, *Direct Marketing em Portugal – conceitos para uma estratégia de sucesso*, Texto Editora, Lisboa, 1991.

MCDONALD, William, *Direct Marketing – an integrated approach*, McGraw-Hill, 1997.

NASH, E., *The Direct Marketing Handbook*, McGraw-Hill, 1992.

Merchandising

BEIROLAS, Mário, ALMEIDA, Rui, *Merchandising - a nova técnica do Marketing*, Texto Editora, Lisboa, 1996.

DAYAN, A., TROADEC, A., TROADEC, L., *O Merchandising*, Europa América, 1994.

DUBOIS, B., *Compreender o consumidor*, Publicações Dom Quixote, Lisboa, 1993.

RETORTA, M. Eugénia, *Embalagem e Marketing – a comunicação silenciosa*, Texto editora, Lisboa, 1992.

Mapa IX - Organização e Gestão de Empresas / Organization and Management

6.2.1.1. Unidade curricular:

Organização e Gestão de Empresas / Organization and Management

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

Gonçalo Manuel Lencastre Silos de Medeiros - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Compreender as principais características da função de Gestão

Identificar algumas das mais importantes Teorias Organizacionais

Analisar os fundamentos da Estratégia Empresarial

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To understand the main characteristics of the management function

To identify some of the most important Organizational Theories

To analyse the Fundamentals of Entrepreneurship Strategies

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

1 - Os Gestores e a Evolução da Gestão

1.1 - A Gestão: Conceito, Funções, Níveis

1.2 - Funções fundamentais da gestão:

1.2.1 - Planeamento

1.2.2 - Organização

1.2.3 - Direção

1.2.3 - Controlo

1.3 - Níveis de gestão

1.3.1 - Institucional

1.3.2 - Intermédio

1.3.3 - Operacional

2 - Teorias Organizacionais

2.1 - A abordagem clássica das organizações

2.1.1 - Taylor e a gestão científica

2.1.2 - Fayol e a teoria geral da administração

2.1.3 - A teoria burocrática de Max Weber

2.2 - O movimento das relações humanas

2.3 - A abordagem psicológica no estudo das organizações

2.4 - A abordagem quantitativa

2.5 - A abordagem sistémica

2.6 - A gestão pela qualidade total

3 - A Estratégia nas Organizações

3.1 - Fundamentos

3.2 - Análise do meio envolvente

3.3 - Análise da empresa

3.4 - Ferramentas de análise estratégica

6.2.1.5. Syllabus:

1 - Managers and the Evolution of Management

1.1 - Management: Concept, Functions, Levels

1.2 - Fundamental functions of management

1.2.1 - Planning

1.2.2 - Organization

1.2.3 - Direction

1.2.3 - Control

1.3 - Levels of management

- 1.3.1 - Institutional
- 1.3.2 - Intermediate
- 1.3.3 - Operational

2 - Organizational Theories

2.1 - Classical Approach to Organizations

- 2.1.1 - Taylor and the scientific management
- 2.1.2 - Fayol Theory of Administrative Management
- 2.1.3 - Max Weber's Theory of Bureaucracy

2.2 - Human Relations Movement

2.3 - The psychological approach in the study of organizations

2.4 - The quantitative approach

2.5 - The systemic approach

2.6 - Global Quality Management System

3 - The strategy in Organizations

3.1 - Fundamentals

3.2 - Analysis of the ambience

3.3 - Analysis of the company

3.4 - Tools of strategical analysis

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

Os conteúdos programáticos foram desenvolvidos tendo em consideração os objetivos propostos, permitindo cobrir de modo equilibrado os diferentes tópicos dos objetivos.

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

The syllabus was developed taking into consideration the goals set, which means it covers the various topics in a balanced way.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia compreenderá momentos de carácter expositivo, alternando com momentos de discussão mais aberta sobre os temas em análise, de forma a permitir uma visão mais clara dos aspetos abordados, ao facilitar o seu enquadramento histórico e geográfico.

A realização de um trabalho de grupo permitirá estimular a atividade de pesquisa de informação sobre o tema definido, bem como a capacidade de síntese e de estruturação e conceção de um documento escrito. A apresentação oral e a defesa permitirão avaliar a capacidade dos elementos do grupo de estruturarem uma apresentação a partir de um trabalho escrito, de controlarem o ritmo e o conteúdo da apresentação, e de serem capazes de responderem assertivamente às questões que lhe forem colocadas.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodology entails direct instruction as well as class discussions around themes being covered in order to allow a broader understanding of the subject studied by framing within an historical and geographical context.

Working in group projects will promote research skills around a previous established theme, and the ability to synthesize, structure and conceptualize a written document. Through the oral presentation students will be assessed using the following assessment criteria: group members ability to structure a presentation around a written document, to manage the flow and content of the presentation, and to be able to clearly answer questions asked about their work.

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

As metodologias de ensino adotadas são as mais adequadas atendendo a que se pretende conciliar uma componente mais científica relacionada com os conceitos fundamentais da matéria, com uma componente mais prática e de pesquisa.

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

The methodologies adopted are the most appropriate as it is intended to conciliate a scientific component related to the fundamental concepts of the subject and another more practical and research component.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

João Lisboa, Arnaldo Coelho, Filipe Coelho, Filipe Almeida, "Introdução à Gestão de Organizações", Grupo Editorial Vida Económica, Porto, 2004

Mapa IX - Projeto / Project

6.2.1.1. Unidade curricular:

Projeto / Project

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

Sérgio Dominique Ferreira Lopes - 80 horas de contacto

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

Cristina Isabel Assis de Moraes Miguens - 5 horas

Susana Rute de Almeida Alves - 5 horas

Joaquim Jorge Alves Moreira Guerra - 5 horas - orientador de Metodologia Científica

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

Cristina Isabel Assis de Moraes Miguens - 5 hours

Susana Rute de Almeida Alves - 5 hours

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

Como objetivos gerais prevê-se que os alunos adotem metodologias de trabalho e de investigação adequadas ao Marketing, Publicidade e Relações Públicas; mostrando compreensão dos conteúdos apreendidos durante o ciclo de estudos e utilizando as ferramentas disponíveis.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

As general objectives it is expected that students adopt working methods and research appropriate to the Marketing, Advertising and Public Relations, showing understanding of content learned during the course of study and using the tools available.

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

Definição do tema

1. Problema

1.1. Enunciado

1.2. Questões

1.3. Significado

2. Fundamentação/Revisão de Literatura

3. Metodologia da Investigação

3.1. Opções fundamentais e design

3.2. Participantes

3.3. Recolha e análise de dados

4. Antevisão da estrutura final

5. Calendarização das diferentes fases da investigação

6.2.1.5. Syllabus:

Setting Theme

1. Problem

1.1. Enunciation

1.2. Questions

1.3. Meaning

2. Rationale / Literature Review

3. Research Methodology

3.1. Fundamental choices and design

3.2. Participants

3.3. Collection and analysis of data

4. Preview the final structure

5. Timing of different stages of research

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

Os conteúdos abordam as questões metodológicas essenciais para a realização de um trabalho final de licenciatura, seguindo um modelo de investigação adequado a este ciclo de estudos.

Com os conteúdos apresentados os alunos poderão desenvolver de forma autónoma, mas acompanhada, um projeto que reflita as matérias lecionadas ao longo da licenciatura.

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

The contents address the methodological issues essential to the achievement of a final degree, following a research model appropriate to this course.

With the contents presented students can develop independently, but together, a project that reflects the subjects taught throughout the course.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Ao longo das sessões presenciais, é solicitado que os alunos estipulem um calendário de trabalho, agregado a um planeamento de atividades que culminarão no projeto final.

Cada fase do trabalho é analisada e após a mesma obter aprovação, o aluno transita para a fase seguinte.

O projeto final é avaliado por um júri em defesa pública, sendo componentes de avaliação o trabalho escrito e a apresentação oral.

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

Throughout the sessions, students are asked to stipulate a schedule of work, aggregated planning activities that will culminate in the final project.

Each phase of work is analyzed and thereafter obtain approval, the student moves to the next stage.

The final project is evaluated by a jury in public advocacy, and evaluation components are written work and oral presentation.

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

Tendo em conta que esta unidade curricular agrega a globalidade do ciclo de estudos, devendo o aluno mostrar a sua compreensão das matérias lecionadas, a metodologia proposta incentiva à autonomia de trabalho dos alunos e à proatividade na sua capacidade de investigação.

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

Given that this curricular unit brings together the whole of the course, students must show their comprehension of subjects taught, the proposed methodology encourages the autonomy of student work and proactive in their research capacity.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

Carvalho, J. (2009). *Metodologia do Trabalho Científico. «Saber Fazer» da investigação para dissertações e teses*. Lisboa: Escolar Editora (2ª ed.).

Creswell, J. (2009). *Research Design. London, Los Angeles and New Delhi: SAGE (3rd edition)*.

Davies, M. (2007). *Doing a Successful Research Project*. London: Palgrave Macmillan.

Dias, M. (2010). *Planos de Investigação, Avançando passo a passo*. Santa Maria da Feira.

Santo, A. (1992). *Delineamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: Edições Loyola.

Vilelas, J. (2009). *Investigação - O Processo de Construção do Conhecimento*. Lisboa: Edições Sílabo.

Mapa IX - Ética e Cidadania / Ethics and Citizenship

6.2.1.1. Unidade curricular:

Ética e Cidadania / Ethics and Citizenship

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

Joaquim Jorge Alves Moreira Guerra - 80 horas de contacto

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

Nenhum

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

None

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

Promover éticas inteligentes nas empresas, bem como na relação com o ambiente;

Promover a procura de uma ética dialogada da responsabilidade, virada para a procura de equilíbrios adequados entre eficácia e equidade;

Alimentar a reflexão filosófica, jurídica e deontológica, com vista a uma maior normalização dos interesses, da política e dos "media".

Reconhecer, distinguir, analisar e avaliar criticamente as situações que podem configurar uma opção/decisão ética e deontológica no agir profissional;

Conhecer as áreas de intervenção da ética empresarial;

Reafirmar a primazia do respeito pelo homem;

Promover:

Pertinência e sinteticidade de intervenções;

Formulação pessoal de discurso e respostas bem articuladas;

Definição conceptual e sua articulação/aplicação teórica;

Progressão e/ou antecipação de métodos e conhecimentos;

Atualidade e antecipação;

Certezas não dogmáticas: planos específicos de ação;

Capacidade interdisciplinar e de complexidade.

6.2.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

To promote smart ethical in business, as well as in relation to the environment;

To promote the search for ethics with responsibility facing the demand for adequate balance between efficiency and equity;

To develop the philosophical, legal and ethical reflection, with the intention to a greater standardisation of interests, politics and the media.

To recognize, distinguish, analyse and critically evaluate situations that could pose an ethical option/decision in the labour world;

To learn about the areas of intervention of business ethics;

To reaffirm the primacy of respect for the humankind;

To promote:

The relevance and shortening of interventions;

The formulation of speech and well articulated answers ;

The conceptual definition and its theoretical articulation/application;

The progression and anticipation of knowledge and methods;

Timeliness and anticipation;

No dogmatic certainties: specific plans of action;

Interdisciplinary capacity and complexity;

6.2.1.5. Conteúdos programáticos:

A cultura de hoje: de Moderna a Pós-Moderna.

A modernidade como processo de racionalidade

Cidadania na Modernidade e na Pós-Modernidade

A omnipresença da ética nos dias de hoje

A situação do homem como problema ético

Ética tradicional e ética da responsabilidade

Éticas contemporâneas: a questão do relativismo axiológico e cultural Valor e valores – o problema do universal e do particular

Os valores: Noção, características e tipologia

As abordagens do subjectivismo e do utilitarismo: perspectiva crítica

Ética e Consciência Cívica

A Cidadania e o acesso às instituições e à informação;

A Ética e a Cidadania organizacional

Ética económica e empresarial

Ética em Relações Públicas;

Ética em Publicidade;

Ética em Marketing;

Ética na Comunicação.

6.2.1.5. Syllabus:

Today's culture: from the Modern to Post-Modern.

Modernity as racional process

Citizenship in Modernity and Post-Modernity

The ubiquity of ethics today

The human situation as na ethical problem

Traditional ethics and ethics of responsibility

Contemporary ethics: the question of axiological,cultural relativism and values – the Value of universal and particular problem

The values: concept, characteristics and typology

The approaches of subjectivism and utilitarianism: a critical perspective

Ethics and Civic Consciousness

Citizenship and access to institutions and to information;

Ethics and Organizational Citizenship

Economic and business ethics

Ethics in Public Relations;

Ethics in Advertising;

Ethics in Marketing;

Ethics in Communication.

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

Os objetivos estabelecidos para esta são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente na identificação e compreensão das temáticas a abordar na unidade curricular e no conhecimento dos instrumentos metodológicos necessários que permitam estabelecer a ligação entre a teoria e a prática. Observa-se também uma interligação entre aquilo que foi apresentado em termos dos conteúdos programáticos, os objetivos/competências definidos e a bibliografia de base considerada para a unidade curricular.

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

The objectives set for this curricular unit are consistent with its syllabus, namely, the identification and understanding of the issues to be worked in it and the knowledge of methodological tools necessary to enable a link between theory and practice. There is also an interconnection between what was submitted in accordance with the syllabus, the defined objectives/skills and the basic bibliography considered for the curricular unit.

6.2.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Sessões que utilizam os métodos expositivo, demonstrativo, interrogativo e ativo.

Avaliação Contínua

Será feita uma avaliação contínua de acordo com a participação e desempenho em aula (presença, intervenções orais, exposições escritas e comportamento) manifestados pelo aluno (10%).

A realização de uma prova escrita individual abrange todos os conteúdos lecionados nas diferentes modalidades de ensino e aprendizagem, tem uma ponderação de 50% para a classificação final.

Os restantes 40% correspondem à classificação dos trabalhos práticos obrigatórios e individuais. Estes serão sempre defendidos oralmente ao longo das aulas.

Avaliação Final

Época Normal - Realização de uma prova escrita (100%)

Época de Recurso - Realização de uma prova escrita (100%)

6.2.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

With the achievement of group actions, it is intended students to be able to understand the sessions using the expository, demonstrative, interrogative and active methods.

Continuous Evaluation

Continuous Evaluation will be made according to the participation and the performance in the classroom (presence, speeches, exhibitions and behaviour) of the student (10%).

The completion of individual written test that covers all contents taught in the various methods of teaching and learning. It has a weight of 50% for the final ranking.

The remaining 40% corresponds to the classification of individual practical work. These will always be defended orally over the lessons.

Final Evaluation

Normal Season-a written test (100%)

The Time of Appeal-a written test (100%)

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

As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos e tipologias de contacto da unidade curricular.

As sessões letivas integram diversas tipologias de contacto: orientação tutorial e aulas teórico práticas

A exposição do programa associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios possibilita uma explicitação adequada dos conteúdos .

Para motivar um maior sentido de aprendizagem, os projetos individuais (trabalhos para avaliação) e as ações de grupo a realizar, devem apresentar-se como um desenvolvimento contínuo de uma proposta de ação, permitindo compreender a evolução e os passos necessários à concretização de trabalhos práticos de investigação/aprendizagem e operacionalização efetiva.

Cada projeto de grupo realizado deve ser concebido e estruturado em aula, sendo para tal, necessário a utilização do laboratório de informática, para permitir o uso dos meios disponíveis à sua elaboração. Esta forma de efetuar os projetos de grupos, promove uma maior interação entre o docente e os alunos, na expectativa de se ultrapassarem obstáculos e se encontrarem as soluções pretendidas.

O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas.

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

The Teaching Methodologies are consistent with the Objectives and the Typologies of the curricular unit

The teaching sessions integrate several types of contact: theoretical/practical lessons and tutorial guideline.

The exposure of the syllabus associated with the presentation of case studies and the settlement of exercises allow a proper

explanation of the contents.

To motivate a greater sense of learning, the individual projects (works for evaluation) and group actions to be carried out, must present a continuous development of a proposed action, allowing to understand the evolution and the steps needed to implement practical work of learning/investigation and effective operationalization.

Each draft group performed shall be designed and structured in the classroom, and it is therefore necessary to use the computer lab to enable the use of the resources available for their preparation. This way to carry out group projects, promotes greater interaction between the teacher and students and overcomes obstacles and finds out the solutions needed.

The Evaluation was designed to measure to which extent the skills were developed.

6.2.1.9. Bibliografia principal:

ARAÚJO, Luís de – *Ética: Uma Introdução*. Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.

ARISTÓTELES – *Ética a Nicómaco*. Lisboa: quetzal Editores, 2004.

KANT, Immanuel – *Fundamentação da Metafísica dos Costumes*. Lisboa: Edições 70, 2000.

MOREIRA, José Manuel – *A Contas com a Ética Empresarial*. Cascais: Principia, 1999.

QUIVY, Raymond e CAMPENHOUDT, Luc van, *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, trad. port., 2.ª ed., Lisboa, 1998

RAWLS, John – *Uma Teoria da Justiça*. Lisboa: Presença, 2001.

SAVATER, Fernando – *Ética para um Jovem*. 3ª ed. Lisboa: Presença, 1995.

SINGER, Peter – *Ética Prática*. Lisboa: Gradiva, 2000

6.3. Metodologias de Ensino/Aprendizagem

6.3.1. Adaptação das metodologias de ensino e das didácticas aos objectivos de aprendizagem das unidades curriculares.

Recorre-se, nas horas de contacto, a sessões teórico-práticas, a práticas laboratoriais e a orientação tutorial.

Nas sessões teórico-práticas apresentam-se e discutem-se conceitos, metodologias e técnicas, com recurso a documentos e suportes variados, propiciando a análise e discussão de temas concretos, estudos de casos e situações reais, que permitam o desenvolvimento da análise crítica e da tomada de decisão, consolidando os resultados de aprendizagem.

As sessões assumem duas dimensões fundamentais, nomeadamente a exposição coerente dos conteúdos programáticos, proporcionando informação sistematizada sobre os aspetos mais pertinentes da respetiva área de conhecimento; o desenvolvimento de competências de reflexão e promoção do trabalho de grupo e o desenvolvimento de aptidões individuais de comunicação.

O método pedagógico utilizado é o método expositivo participativo e ativo que possibilita a transmissão e troca de informações e conhecimentos.

6.3.1. Adaptation of methodologies and didactics to the learning outcomes of the curricular units.

In the contact time, one resorts to theoretical-practical sessions, lab practices and tutorial orientation.

In theoretical-practical sessions, concepts, methodologies and techniques are introduced and debated using documents and various resources, promoting the analysis and debating of specific issues, study cases and real cases. These intend to make students develop their critical thought and decision-making ability, consolidating the learning results.

Sessions have two fundamental dimensions: the first is the introduction of the syllabus in a coherent way, providing systematised information about the most relevant aspects of each area of knowledge; the second is the development of pondering and promotion of groupwork as well as the development of individual communication skills.

The expository participative and active type of methodology is the one that allows the communication and exchange of information and knowledge.

6.3.2. Verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

Na adequação do ciclo de estudos ao processo de Bolonha, estabeleceu-se que:

1. O trabalho de um ano curricular se fixa entre as 1500 HT e 1680 HT e deve cumprido num período de 36 a 40 semanas;

2. O número de horas de trabalho do estudante (HT) a considerar inclui todas as formas de trabalho previstas, designadamente as horas de contacto e as horas dedicadas a estágios, projetos, trabalhos de campo, estudo e avaliação;

3. Um semestre curricular corresponde a 20 semanas (16 semanas letivas + 4 semanas para avaliação), num total de 810 horas HT.

4. 810 Horas HT: 20 semanas = 40,5 horas HT.

5. Um crédito corresponde a 27 horas de trabalho do aluno.

Posteriormente, de acordo com os inquéritos pedagógicos realizados aos alunos, no âmbito da elaboração do relatório de concretização dos objetivos de Bolonha, verificou-se que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.

6.3.2. Verification that the required students average work load corresponds the estimated in ECTS.

With regard to the adequacy of the course to the Bologne process, it was established that:

1. The work of a curricular year is between 1500 HT and 1680HT and must be accomplished in a period of 36 to 40 weeks;

2. The total amount of the student workload (HT) to be considered includes all the work forms provided, namely contact time and time dedicated to internship, projects, field projects, study and assessment;

3. A curricular semester lasts 20 weeks (16 lecture weeks + 4 weeks of assessment, which amounts to 810 hours(HT).

4. 810 hours (HT): 20 weeks = 40,5 hours (HT)

5. A credit corresponds to 27 hours of student work.

Subsequently, according to the pedagogical surveys filled by scholars, within the implementation of the report to assess the achievement of Bologne goals, it was possible to conclude the average workload scholars need correspond to the estimated in ECTS.

6.3.3. Formas de garantir que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

No ISPAB existem as seguintes formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Docente responsável pela unidade curricular;

- Júri de Avaliação;

- Direção de Curso;

- Conselho de Curso;
- Conselho Pedagógico.

O sistema de avaliação é definido pelo docente de cada unidade curricular, segundo os objetivos específicos da respetiva unidade curricular e com respeito pelo Regulamento Geral de Avaliação em vigor no ISPAB, elaborado de acordo com as exigências de Bolonha.

Por sua vez, no exercício das competências próprias de coordenação, a Direção do Curso confere, o Conselho de Curso analisa e discute e o Conselho Pedagógico supervisiona essa conformidade.

6.3.3. Means to ensure that the students learning assessment is adequate to the curricular unit's learning outcomes.

In ISPAB learning assessment is done with respect to the learning goals of each curricular unit that is assured by a group of members:

- The teacher responsible for each curricular unit;
- A Committee;
- Chair;
- Course Council;
- Pedagogic and Scientific Council.

Assessment rules and regulations are defined by the teacher of each curricular unit. They are in accordance with the specific goals of each curricular unit having the General Assessment Regulation, in force in ISPAB, into account.

In the exercise of coordination functions the Chair checks, the Course Council analyses and debates and the Pedagogic and Scientific Council supervises the accordance with the Bologna process.

6.3.4. Metodologias de ensino que facilitam a participação dos estudantes em actividades científicas.

A dinamização de atividades, como Conferências, Jornadas, Visitas de Estudo e Workshops, foram estratégias estabelecidas de modo a promover competências transversais a diversas unidades curriculares e a permitir o desenvolvimento de actividades científicas.

A dinamização de Seminários de metodologia e a apresentação pública de trabalhos, o contato com convidados especialistas e a organização de exposições permitem o desenvolvimento de competências de carácter científico.

6.3.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities.

So as to promote transversal competencies to different curricular units and allow the development of scientific activities, some activities, such as Conferences, Initiatives, School Trips and Workshops were developed.

The promotion of seminars of methodology and public work presentation as well as the contact with expert guest participants and the organization of exhibitions make it possible to achieve scientific competencies.

7. Resultados

7.1. Resultados Académicos

7.1.1. Eficiência formativa.

7.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	2008/09	2009/10	2010/11
N.º diplomados / No. of graduates	11	14	15
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	4	13	15
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	5	0	0
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	2	0	0
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	1	0
	22	28	30

Perguntas 7.1.2. a 7.1.3.

7.1.2. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respectivas unidades curriculares.

Entendendo-se o sucesso escolar como a capacidade revelada pelos alunos em atingir os objetivos gerais fixados para o ciclo de estudos ou para cada uma das unidades curriculares integrantes do plano de estudos, e utilizando-se como indicador de sucesso escolar a taxa de aprovação (TA), podemos concluir que o sucesso escolar verificado no ciclo de estudos de Marketing, Publicidade e Relações Públicas é muito elevado, sendo de 97,5% a média da TA.

As áreas científicas que apresentam a TA mais elevada são as de Marketing e de Publicidade, precisamente as predominantes do ciclo de estudos, com 99% cada e as áreas científicas em que se verifica TA mais baixa são as de Línguas (Inglês Aplicado) e TIC, ambas com 92%.

Todas as uc.s integrantes do plano de estudos apresentam uma TA superior a 90%, acontecendo que Direito da Comunicação e da Publicidade é a que apresenta a TA mais baixa com 91%.

De realçar o facto de 21 uc.s em todo o plano de estudos apresentarem uma TA de 100%.

7.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study cycle and related curricular units.

Measuring school success as the progress achieved in school goals throughout the study cycle or in each one of the curricular units, and having the approval rate as an important indicator of school success, we are to conclude the success verified in the

Marketing, Advertising and Public Relations study cycle is very high, being the average approval rate of 97,5%. Marketing and Advertising are the scientific areas which present the highest approval rates, with 99% each and Languages (Applied English) and ICT are the ones with the lowest approval rates, both (92%). All curricular units present an approval rate superior to 90%, except for Communication and Advertising Law with 91% of approvals. it should also be noted that 21 curricular units in all study plan present an approval rate of 100%.

7.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de acções de melhoria do mesmo.

A recolha dos dados necessários à verificação da eficácia formativa e do sucesso escolar de cada unidade curricular é feita pelos Serviços Administrativos e vai ser considerada para efeitos de elaboração do Relatório de Docência por parte do docente responsável pela unidade curricular e no qual este se pronuncia sobre as condições de ensino/aprendizagem e os seus resultados e efetua, caso entenda, a sua auto-avaliação e propõe medidas com vista à melhoria de resultados.

O Diretor de Curso analisará esta informação e, caso detete situações problema, poderá tomar as medidas que entenda mais convenientes no âmbito das suas competências, poderá dar conhecimento ao Conselho de Direção, poderá submeter o assunto a apreciação do C. de Curso, por si presidido, ao C. Pedagógico ou ao C. Técnico-Científico.

A mesma informação vai constar do Relatório de Atividades do ISPAB, elaborado anualmente pela Direção para ser submetido à apreciação dos Conselhos Pedagógico, Técnico-Científico e Geral.

7.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.

The collecting of the necessary data for the verification of the formative effectiveness of educational attainment of each curricular unit is made by the administrative departments and will be taken into consideration during the writing of the teaching report by the teacher responsible for the curricular unit and in which he/she must give information on the conditions of the teaching/learning and its results, its self-assessment and may propose measures to improve the results. The Course Director shall examine this information and in case he/she detects problematic situations, may take the measures he/she may consider most suitable within the limits of its powers, he/she may inform the Direction Coun., may refer the matter to the Course Coun., chaired by him/her, to the Pedagogical Coun. or by Technical-scientific Coun.

The same information will appear in the ISPAB's Activity Report prepared annually by the Direction, to be submitted to Educational, Scientific-technical and General Coun.

7.1.4. Empregabilidade.

7.1.4. Empregabilidade / Employability

	%
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em sectores de actividade relacionados com a área do ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment in areas of activity related with the study cycle area	33.3
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de actividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	48.1
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego até um ano depois de concluído o ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment until one year after graduating	14.8
	96.2

7.2. Resultados das actividades científicas, tecnológicas e artísticas.

Pergunta 7.2.1. a 7.2.6.

7.2.1. Indicação do(s) Centro(s) de Investigação devidamente reconhecido(s), na área científica predominante do ciclo de estudos e respectiva classificação.

Não existe(m), no ISPAB, Centro(s) de Investigação reconhecido(s) na área científica predominante do ciclo de estudos.

7.2.1. Research centre(s) duly recognized in the main scientific area of the study cycle and its mark.

There is ISPAB no Research Centre(s) recognized in the scientific area of the majority of the study cycle.

7.2.2. Número de publicações do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos 5 anos e com relevância para a área do ciclo de estudos.

7

7.2.3. Outras publicações relevantes.

- Rial, A., Ferreira, S.D. & Varela, J. (2010). *Análise Conjunta: Uma aplicação ao estudo das preferências dos consumidores. Revista Portuguesa de Marketing, 26*

7.2.3. Other relevant publications.

- Rial, A., Ferreira, S.D. & Varela, J. (2010). *Análise Conjunta: Uma aplicação ao estudo das preferências dos consumidores. Revista Portuguesa de Marketing, 26*

7.2.4. Impacto real das actividades científicas, tecnológicas e artísticas na valorização e no desenvolvimento económico.

O curso tem uma taxa muito elevada de empregabilidade dos seus diplomados, o que acaba por ter um impacto real no desenvolvimento económico, atendendo a que os domínios científicos do curso têm uma relevância significativa na capacidade das empresas na criação de valor.

Verifica-se a integração dos diplomados do curso de MPRP no mercado de trabalho, ocupando cargos de relevo nas organizações locais e nacionais, revelando a aplicação das competências adquiridas ao longo do ciclo de estudos. Este impacto é ainda reforçado pela unidade curricular de estágio, em que os domínios técnico-científicos do curso têm de ser aplicados em contexto empresarial real.

7.2.4. Real impact of scientific, technological and artistic activities on economic enhancement and development.

The course has a high rate of employability given its scientific areas and their relevance in the entrepreneurial reality, which has a strong impact on the economical development.

Our Marketing, Advertising and Public Relations graduates get integrated in the labour market, filling key positions in local and national companies much because of the transversal competencies developed throughout the study cycle that are put into practice in the internship curricular unit.

7.2.5. Integração das actividades científicas, tecnológicas e artísticas em projectos e/ou parcerias nacionais e internacionais.

As actividades científicas, tecnológicas e artísticas do ciclo de estudos encontram-se integradas em projetos e parcerias nacionais e internacionais, designadamente:

- No consórcio "Rede Atlântico", formado por ISPAB, IESF, ISVOUGA, ISLA - Leiria e o IPVC - Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

- Nas parcerias nacionais com a SportsForum - Desenvolvimento Imobiliário, S.A./Grupo Chamartín (Dolce Vita Ovar), Colégio Liceal de Santa Maria de Lamas e com a EPPB.

- Na parceria internacional com a Associação Comercial de Santos (Brasil), a FIESP/CIESP (São Paulo), o CEDV - Conselho Empresarial do Entre Douro e Vouga, a ESAN - Escola Superior de Aveiro Norte da Universidade de Aveiro, a FORESP - Escola Tecnológica de Vale de Cambra/Associação para a Formação e Especialização Tecnológica, o ISVOUGA, a UNISANTOS - Universidade Católica de Santos e a UNISANTA - Universidade Santa Cecília (Santos).

- Nos projetos internacionais de que o ISPAB faz parte no âmbito do Programa TEMPUS IV.

7.2.5. Integration of scientific, technological and artistic activities in national and international projects and/or partnerships.

The scientific, technological and artistic activities developed throughout the study cycle are present in projects and in national and international partnerships, namely:

- In the consortium "Rede Atlântico", formed by ISPAB, IESF, ISVOUGA, ISLA-Leiria and the IPVC - Polytechnic University of Viana do Castelo.

- In national partnerships with Sportsforum - Real estate development, S.A. / Charmatín Group (Dolce-Vita Ovar) the high school of Santa Maria de Lamas, with EPPB.

- In the international partnership with the Commercial Association of Santos, the FIESP/CIESP (São Paulo), the CEDV, the ESAN, FORESP- Technological School of Vale de Cambra- , The ISVOUGA, the UNISANTOS - Catholic University and the UNISANTA - Santa Cecília University.

- In projects ISPAB makes part of within the TEMPUS IV Program.

7.2.6. Utilização da monitorização das actividades científicas, tecnológicas e artísticas para a sua melhoria.

As actividades científicas, tecnológicas e artísticas produzidas no âmbito do ciclo de estudos são devidamente registadas e objeto de relatório a elaborar pelo Conselho de Direção do ISPAB, que é objeto de apreciação pelo Conselho Técnico-Científico e pelo Conselho Geral do ISPAB, bem como pelo Conselho de Administração e pela Assembleia de Fundadores da FEDESPAB, entidade instituidora do ISPAB.

Esta apreciação é feita com vista à aprovação das actividades desenvolvidas e à formulação de propostas de melhoria.

Todas as actividades científicas, tecnológicas e artísticas produzidas no âmbito do ciclo de estudos são ainda monitorizadas pelo Diretor e Subdiretor do Curso e objeto de análise e discussão em sede de Conselho de Curso, onde têm participação todos os docentes e representantes de estudantes do ciclo de estudos com vista à sua melhoria e enriquecimento.

7.2.6. Use of scientific, technological and artistic activities' monitoring for its improvement.

The scientific, technological and artistic activities developed within the study cycle are properly recorded and reported by the Executive Board that in its turn is judged by the Technical Scientific Council and the Board of Directors, as well as by the Executive Board and the Founders' Assembly, the ISPAB founding entity.

This appreciation is aimed at the approval and improvement of the developed activities.

All scientific, technological and artistic activities developed within the study cycle are still monitored by the Course Director and Subdirector. They are subsequently subject to the Course Council analysis and debate. The latter is formed by teachers and students representatives who seek the course improvement.

7.3. Outros Resultados

Perguntas 7.3.1 a 7.3.3

7.3.1. Actividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada.

O ISPAB complementa a licenciatura com um conjunto de formação adicional, quer ao nível de formação profissional contínua como ao nível de pós-graduação, de modo a permitir tanto aos antigos alunos como a outros profissionais a atualização de conhecimentos, consubstanciando o paradigma da aprendizagem ao longo da vida em que nos encontramos.

Os cursos de pós-graduação na área desta licenciatura são:

- Marketing de Eventos

- Marketing e Assessoria de Comunicação

Quanto a cursos de Formação Modular Certificada (UFCD), na área de Marketing e Publicidade a oferta formativa do ISPAB foi a seguinte:

- Gestão de Eventos

- Elaboração de Planos para a Gestão do Protocolo em Eventos

- Elaboração de Planos de Gestão da Segurança em Eventos

- Projetos de Organização de Eventos - Planeamento e Gestão

- Planeamento e Implementação de Atividades Promocionais de Marketing e Vendas em Eventos

- Documentos Multimédia-Apresentações Gráficas

- Aplicações de Aplicação Gráfica
- etc.

7.3.1. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training.

The ISPAB complements the degree with a set of additional training, both in terms of continuing vocational training and the Pos Graduation level, in order to allow both the alumni as the other professional, the updating of knowledge, underscoring the lifelong learning paradigm in which we find ourselves.

Graduate courses in the area of this degree are:

-Event Marketing

-Marketing and Communication Advice

As for Modular training Courses, in the area of Marketing and Advertising the formative offer of ISPAB was as follows:

-Event Management

-Development of Plans for the Management of Protocol for Events

-Elaboration of Safety Management Plans for Events

-Event Organization Projects-Planning and Management

-Planning and Implementing Promotional Activities in Marketing and Sales for Events

-Multimedia-Graphics Documents Presentations

-Applications of Graphical Application

-etc.

7.3.2. Contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica, e a acção cultural, desportiva e artística.

Sendo uma instituição que se dedica à formação de pessoas, e tendo uma forte ligação com o território em que se encontra inserido, o ISPAB apresenta um contributo real no desenvolvimento local e regional.

Particularmente ao nível desportivo o ISPAB tem uma equipa própria de futsal que participa no campeonato da 2ª Divisão Distrital da AF Aveiro, e que conta com a participação de alunos e ex-alunos bem como de membros da comunidade local.

Anualmente o ISPAB realiza as suas Jornadas, com temas específicos em cada edição, e que se destinam não só para os alunos mas principalmente para a comunidade empresarial envolvente.

7.3.2. Real contribution for national, regional and local development, scientific culture, and cultural, sports and artistic activities.

As an institution dedicated to training people and that has a strong bond with the territory in which it is inserted, ISPAB presents a real contribution in local and regional development.

Particularly with regard to sports, ISPAB has its own Futsal team which competes in the '2ª Divisão Distrital AF Aveiro' championship, which includes the participation of students and former students as well as local community members.

Annually ISPAB holds its Conferences with specific topics in each edition, which are meant not only for students but mainly for the surrounding business community.

7.3.3. Adequação do conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado.

O conteúdo das informações divulgadas ao exterior sobre a instituição, o ciclo de estudos e o ensino ministrado é adequado e encontra-se conforme com a realidade.

O ISPAB tem feito ao longo dos anos um esforço de adequação da divulgação do instituto e do ciclo de estudos de Marketing, Publicidade e Relações Públicas e da natureza do ensino ministrado, tendo-se detetado, no entanto, uma necessidade de reforço da componente eletrónica da comunicação, nomeadamente ao nível da interatividade do site na internet, da utilização de newsletters periódicas, e fundamentalmente da otimização da participação nas redes sociais.

7.3.3. Adequacy of the information made available about the institution, the study cycle and the education given to students.

The content of the information disclosed to the outside world about the institution, the study cycle and the teaching is appropriate and is in line with reality.

ISPAB has done over the years an effort of adequacy of disclosure of the Institute and of the study cycle of Marketing, Advertising and Public Relations and the nature of teaching, however, there has been a need for strengthening the electronic component of the communication, in particular at the level of interactivity of the website, the use of periodic newsletters, and fundamentally of optimizing participation in social networks.

7.3.4. Nível de internacionalização

7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros / Percentage of foreign students	0
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade / Percentage of students in international mobility programs	0
Percentagem de docentes estrangeiros / Percentage of foreign academic staff	0
	0

8. Análise SWOT do ciclo de estudos

8.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

8.1.1. Pontos fortes

- Ciclo de estudos com um plano de estudos multidisciplinar, que se encontra especialmente orientado para o mercado de trabalho, capaz de dotar os diplomados de múltiplas competências técnicas, tornando-os polivalentes e, assim, aptos a corresponder a um vasto e extenso leque de saídas profissionais.

- A existência de três grandes áreas científicas no curso, Marketing, Publicidade e Relações Públicas, permitem aos diplomados

obter uma sólida formação para o exercício das diversas funções nos diferentes níveis da gestão de marketing das empresas.
- As unidades curriculares ao longo do ciclo de estudos permitem desenvolver competências de modo a dar resposta integral aos objetivos principais, que são a formação de quadros qualificados e dirigentes para as empresas nas áreas do Marketing, Publicidade e Relações Públicas.
- Um grande número de alunos já trabalha na área do curso, o que constitui uma motivação e maturação adicional na assimilação dos conteúdos programáticos.

8.1.1. Strengths

- The study cycle which has a multidisciplinary study plan is oriented to the labour market, graduating multi-tasked technicians. It meets the region labour market needs as well .
- There are three big scientific areas in the course, Marketing, Advertising and Public Relations that allow graduates to achieve a solid training and perform several positions in companies, within the Marketing Management area.
- The curricular units allow students to develop competencies and achieve the main goals, that constitute the basis of companies qualified personnel in the Marketing, Advertising and Public Relations areas.
- There is a considerable number of students that already work in the course area, which constitutes a motivational aspect in the assimilation of the syllabus.

8.1.2. Pontos fracos

Não se identificaram.

8.1.2. Weaknesses

Not identified

8.1.3. Oportunidades

Não se identificaram.

8.1.3. Opportunities

Not identified

8.1.4. Constrangimentos

A crise e a instabilidade da sociedade e da economia origina alterações rápidas no mercado de trabalho a exigirem constantes ajustamentos do plano de estudos no sentido de o adequar às necessidades do mercado e da sociedade.

8.1.4. Threats

The crisis and the instability of society and the economy leads to rapid changes in the labour market and require constant adjustments to the syllabus to suit the needs of the market and society.

8.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

8.2.1. Pontos fortes

- Estrutura orgânica de apoio ao ciclo de estudos bem dimensionada e eficaz.
- Existência efetiva de estruturas orgânicas de coordenação técnico-científica e pedagógica do ciclo de estudos.
- Existência efetiva de estrutura orgânica e mecanismos e procedimentos eficazes de garantia da qualidade de ensino.
- Boa definição de competências dos diversos órgãos de gestão técnico-científica e pedagógica do ciclo de estudos.

8.2.1. Strengths

-The organizational structure that supports the study cycle is well-dimensioned and effective.
- There are organic structures of technical-scientific and pedagogical coordination in the study cycle.
- There are mechanisms and effective procedures that guarantee the education quality.
- There is a well-defined frame of the functions performed by the technical-scientific and pedagogical members.

8.2.2. Pontos fracos

Embora exista estrutura, procedimentos e mecanismos de verificação da qualidade de ensino e aprendizagem, a inexistência de um sistema interno, formal e certificado, de garantia da qualidade, poderá ser um dos pontos fracos a apontar.

8.2.2. Weaknesses

Although there are a structure, procedures and mechanisms to verify the quality of teaching and learning, the absence of a formal, internal and certified system to guarantee the quality is one of the weaknesses to point.

8.2.3. Oportunidades

Certificação da qualidade.

8.2.3. Opportunities

Quality certification.

8.2.4. Constrangimentos

Disponibilidades financeiras.

8.2.4. Threats

8.3. Recursos materiais e parcerias

8.3.1. Pontos fortes

- *Instalações próprias, recentes, amplas e funcionais, de bom arejamento e luminosidade, especialmente projetadas para o desenvolvimento de atividades de ensino e formação, de fácil acessibilidade, a propiciarem boas condições de trabalho e de estudo e a conferirem potencial de desenvolvimento.*
- *Salas de aulas e alguns laboratórios de informática bem equipados.*
- *Existência de salas de estudo e de convívio para estudantes.*
- *Disponibilização total das instalações e dos seus equipamentos aos estudantes para além das atividades letivas.*
- *Disponibilização das instalações à comunidade envolvente.*
- *Existência de um sistema de informação e gestão de secretaria, com registo do processo de avaliação, permitindo que os estudantes possam aceder via internet às classificações obtidas nas uc.s.*

8.3.1. Strengths

- *Own recent large and functional facilities of easy access with good ventilation and lighting, specially designed for the development of educational activities under good working conditions.*
- *Well-equipped classrooms and computer labs.*
- *There are study and recreation rooms for students.*
- *Students are allowed to use both facilities and equipment beyond regular class time.*
- *The surrounding community is allowed to use the ISPAB facilities.*
- *There is an information system and administrative services management, provided with assessment registers that allow students to access information about their marks.*

8.3.2. Pontos fracos

- *Laboratório de Audio-visuais a necessitar de atualização de equipamento.*

8.3.2. Weaknesses

- *Some computer labs need to update and strengthen the equipment.*

8.3.3. Oportunidades

- *Aproveitamento dos novos protocolos de cooperação recentemente celebrados.*

8.3.3. Opportunities

- *The strategic alliances, partnerships and protocols recently signed.*

8.3.4. Constrangimentos

- *Limitações financeiras.*

8.3.4. Threats

- *Financial limitations.*

8.4 Pessoal docente e não docente

8.4.1. Pontos fortes

- *Corpo docente empenhado e dedicado, com forte espírito de grupo e grande relação de pertença.*
- *Docentes experientes e tecnicamente competentes que, paralelamente, desenvolvem atividades profissionais em empresas e outras organizações da região e que se distinguem como profissionais de reconhecido mérito, a permitir assegurar uma ligação efetiva ao meio empresarial e organizacional da região e conjugar o saber teórico com o saber prático.*
- *Grande disponibilidade dos docentes para acompanhamento e apoio pedagógico dos estudantes, através de um diálogo aberto e concertado, numa relação amigável, na tentativa de ajudar a resolver problemas de aprendizagem e até pessoais.*
- *Pessoal administrativo motivado, zeloso, disponível e dedicado, sensibilizado para o bom funcionamento dos diversos serviços e para o bom atendimento.*
- *Adoção de um estatuto profissional e regime de contratação de pessoal docente próprios.*
- *Existência de uma adequada estrutura administrativa de apoio.*

8.4.1. Strengths

- *Our faculty members are dedicated, professional and well-trained with strong team spirit and with an intense sense of belonging.*
- *Experienced and technically competent teachers with professional parallel activities in companies and institutions of the region that ensure an effective connection with the entrepreneurial and organizational reality of the region, bridging theory to practice.*
- *Great teachers' availability to accompany and give students some pedagogical support, through open and concerted dialogue in the attempt to help solving learning and even personal problems.*
- *Motivated, zealous, available and dedicated administrative staff aware of the importance of a good service.*
- *Adoption of a professional status and a special regime of teacher hiring.*
- *Existence of an adequate administrative structure.*

8.4.2. Pontos fracos

- *Número significativo de docentes que exercem paralelamente funções exteriores ao ISPAB, o que, se, por um lado, assegura a ligação ao meio empresarial e organizacional e confere uma forte componente prática ao ensino, por outro, impede que se dediquem inteiramente ao ISPAB e ao desenvolvimento de atividades de investigação e de desenvolvimento.*

- Escasso número de docentes titulares do grau académico de doutoramento.

8.4.2. Weaknesses

- Significant number of teachers are also engaged to outer functions of ISPAB, that on one hand ensures the connection to the business environment and gives a strong organizational and practical component to the teaching, on the other hand, prevents teachers to be entirely engaged to ISPAB and to the development of research activities and of development.
- A small number of teachers are holders of doctoral academic degree.

8.4.3. Oportunidades

- Processo de atribuição do título de Professor Especialista.
- Situação do mercado caracterizada pelo aumento gradual da oferta de doutorados.

8.4.3. Opportunities

- Assignment Process of Expert Professor title.
- Market situation characterised by the gradual increase in the supply of teachers with PHD.

8.4.4. Constrangimentos

- Limitações financeiras.
- Dimensão do ISPAB a não permitir a oferta de atrativas condições de progressão na carreira docente.

8.4.4. Threats

- Financial constraints.
- Size of the ISPAB does not allow the offering of attractive conditions for development of teacher career.

8.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

8.5.1. Pontos fortes

- Ambiente escolar familiar e excelente relação humana entre docentes, estudantes, funcionários e órgãos de gestão.
- Forte incentivo e consagração de mecanismos de participação ativa dos estudantes na vida do ISPAB.
- Fomento do desenvolvimento nos estudantes de competências extracurriculares.
- Turmas de alunos de dimensão adequada, o que proporciona bom ambiente de ensino/aprendizagem e facilita o sucesso escolar. Há boas condições para conhecer o perfil de cada aluno, o que permite individualizar o ensino e a fomação à medida de cada um.
- Fácil integração de novos alunos.
- Forte ligação aos antigos alunos a que não é alheia a existência da Associação dos Antigos Alunos.
- Bom ambiente académico refletido em tradições académicas enraizadas e sustentado em organismos estudantis atuantes e consolidados, tais como a Associação Académica, a tuna académica masculina (Loco-Mui-Tuna), a Associação dos Antigos Alunos e o clube de futsal (ISPAB Futsal, inscrito na AF Aveiro).

8.5.1. Strengths

- Familiar school environment and excellent human relations among teachers, students, school staff and management members;
- Strong encouragement to students' active participation in ISPAB life;
- Promotion of the development of students' extracurricular competencies;
- Adequate number of students per classroom which provides a good learning environment and facilitates the learning leading to success. There are good conditions to know each student's profile, which allows to adapt teaching and training to each one;
- New students easy integration;
- Strong connection with ex-students, represented by the Ex-students' association.
- Good academic environment reflected in deeply rooted academic traditions and in students' associations, such as the Academic Association, The Academic Musical Group of male students (Loco-Mui-Tuna), The Ex-students' association and the Futsal team (ISPAB Futsal, enrolled in the AF Aveiro).

8.5.2. Pontos fracos

- Falta de estudantes em regime diurno.
- Os estudantes, sendo maioritariamente trabalhadores estudantes, têm pouca disponibilidade de tempo para desenvolver atividades extracurriculares.

8.5.2. Weaknesses

- Lack of students during the day.
- The students, mostly workers-students, have few time to develop extra-curricular activities.

8.5.3. Oportunidades

Potenciar os protocolos existentes com estabelecimentos de ensino secundário da área geográfica de implantação do ISPAB no sentido de angariar novos alunos para o regime de funcionamento diurno.

8.5.3. Opportunities

To Leverage the existing protocols with High School establishments of the geographical area of ISPAB in order to acquire new students for daytime classes.

8.5.4. Constrangimentos

- A não existência intrainstitucional da possibilidade de prosseguimento de estudos ao nível do 2º ciclo o que leva a que os candidatos optem por outras instituições.
- Crise económica associada à redução de candidatos ao ensino superior e à concorrência de outras instituições de ensino

superior.

- A deficiente formação verificada no ensino secundário associada ao elevado insucesso escolar pode levar ao aumento do abandono escolar, com a consequente diminuição de candidatos ao ensino superior.

8.5.4. Threats

- The impossibility of continuing studies to the second cycle intra-institutionally, which makes candidates enroll in other institutions.
- The economical crisis together with the reduction of university candidates and competition between high education institutions.
- The economical crisis together with the reduction of candidates to higher education and the competition between universities.
- Poor quality of secondary education together with the academic failure high rates may lead to high rates of drop-outs and consequent decrease of candidates to universities.

8.6. Processos

8.6.1. Pontos fortes

- Boa organização curricular do plano de estudos, orientada para o exercício de atividades profissionais.
- Multidisciplinaridade.
- Adequadas metodologias de ensino/aprendizagem, de frequência e de avaliação de conhecimentos e competências.
- Forte componente prática.
- Acompanhamento e orientação efetivos do trabalho desenvolvido pelos estudantes ao longo do período letivo e dos estágios curriculares.
- Bons indicadores de cumprimento dos conteúdos programáticos e da carga horária das uc.s.
- Realização de sessões letivas de recuperação e reforço das sessões letivas de revisão de matérias dadas.
- Disponibilização aos estudantes, no início do período letivo, da ficha pedagógica da unidade curricular.
- Sistema de validação e creditação de conhecimentos e competências.
- Oferta de frequência de unidades curriculares isoladas.

8.6.1. Strengths

- Good curricular organization of the study plan, oriented to the practice of professional activities.
- Multidisciplinarity.
- Adequate teaching/learning, frequency and assessment methodologies.
- Introduction of the entrepreneurial simulation technique that confers the course greater interdisciplinarity and encourages students to active participation.
- Students' work tutoring and orientation throughout the academic time and internships.
- Good indicators of the syllabus compliance and workload of the different curricular units.
- Appeals sessions and reinforcement of the lecture time as revision of studied subjects.
- At the beginning of the academic year, students are given a pedagogical informative sheet of each curricular unit.
- Accreditation of knowledges and qualifications system.
- Supply of isolated/independent curricular units.

8.6.2. Pontos fracos

- Utilização não generalizada e sistemática da plataforma Moodle de ensino à distância nalgumas unidades curriculares.
- A prática de investigação científica associada ao ciclo de estudos.

8.6.2. Weaknesses

- Widespread and systematic use of distance-learning platform Moodle in some syllabus.
- The practice of scientific research associated with the cycle of studies

8.6.3. Oportunidades

- Aproveitamento das potencialidades de constituição do Consórcio Rede Atlântico de que o ISPAB é membro fundador, no âmbito do qual poderão ser criadas condições para o desenvolvimento de atividades de investigação científica.
- A generalização da oferta de cursos em sistema de e-learning ou b-learning e a sua boa aceitabilidade como alternativa credível de formação, pode constituir, também, uma oportunidade a explorar, atingindo novos mercados a nível da formação contínua ou a nível da formação de base superior, em especial para os públicos que têm maior dificuldade em deslocar-se diariamente à instituição formadora.

8.6.3. Opportunities

- Better use of the "Rede Atlântico" consortium potentialities, ISPAB is a founding member of and creation of conditions to develop scientific research activities.
- A greater number of courses with e-learning or b-learning system and their acceptability as effective alternative training. This may also be a great opportunity to exploit new markets of both continuous training and higher education, specially for those who have difficulties in commuting, since class work can be scheduled around work and family reducing travel time and travel costs.

8.6.4. Constrangimentos

Limitações financeiras.

8.6.4. Threats

Financial limitations

8.7. Resultados

8.7.1. Pontos fortes

- Formação de profissionais qualificados, competentes, responsáveis, solidários e humanos, que gozam de boa imagem e aceitabilidade no mercado de trabalho.
- Elevadas taxas de sucesso escolar.
- Desenvolvimento nos estudantes de competências extracurriculares.
- Excelente empregabilidade dos diplomados. De referir que a entidade instituidora do ISPAB é titular de uma Unidade de Inserção na Vida Ativa (UNIVA) que muito contribui para a boa inserção dos diplomados no mercado de trabalho.
- Formação contínua, extensão curricular e aperfeiçoamento, atualização e renovação de conhecimentos dos diplomados, através de uma estrutura de formação profissional designada por CDC-Centro de Desenvolvimento de Competências, que promove cursos de formação profissional e ações de formação modular certificada.
- Implantação numa região caracterizada por uma grande concentração demográfica e uma forte densidade e dinamismo empresarial e organizacional.
- Forte integração na comunidade envolvente.

8.7.1. Strengths

- Training of students into qualified, competent, responsible, sympathetic and human professionals with high impact and acceptability in the labour market.
- High success rates.
- Students' transferable skills and extracurricular competences development
- Excellent employability results, enhanced by the fact ISPAB owns a unit for placement in active life (UNIVA) which highly contributes to the placement of graduates in the labour market.
- Continuous training, curriculum extension to broaden education beyond examination subjects, knowledge updating by means of a professional training structure denominated CDC- Centre of Competences Development, which promotes professional training courses and certified modular training.
- ISPAB is located in a region characterised by a high population density and a strong entrepreneurial and organizational dynamism.
- Full integration in the local community.

8.7.2. Pontos fracos

Insuficiente produção científica no âmbito do ciclo de estudos.

8.7.2. Weaknesses

Insufficient scientific production in the cycle of studies.

8.7.3. Oportunidades

- Aproveitamento do recentemente criado Consórcio Rede Atlântico, de que o ISPAB faz parte como membro fundador, para dinamizar práticas de investigação e desenvolvimento e aumentar a produção científica associada ao ciclo de estudos.
- Aproveitamento das parcerias estabelecidas para aumentar a prestação de serviços.

8.7.3. Opportunities

- Better use of the recently created consortium "Rede Atlântico" ISPAB makes part of, to foster investigation and development and increase scientific production associated to the study cycle.
- Better use of the alliances and partnerships to increase service provision.

8.7.4. Constrangimentos

- A crise económica e a tendência para o aumento das dificuldades de emprego.
- Limitações financeiras para a criação e manutenção de equipa de investigadores e o desenvolvimento de projetos de investigação científica aplicada e desenvolvimento experimental.
- O facto de o ISPAB constituir uma pequena instituição de ensino superior, com um número relativamente reduzido de docentes, o que não permite "massa crítica" suficiente para a criação de equipas de investigação científica.

8.7.4. Threats

- The economical crisis and the tendency to the increase of employment difficulties.
- Financial limitations for creation and maintenance of the researchers team, development of applied scientific research projects and experimental development.
- ISPAB is a small high school institution, with a relative short number of teachers, which doesn't allow sufficient "critical weight" for the creation of scientific research teams.

9. Proposta de acções de melhoria

9.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos

9.1.1. Debilidades

Não foram detetadas debilidades.

9.1.1. Weaknesses

Weaknesses were not detected.

9.1.2. Proposta de melhoria

Não tendo sido detetadas debilidades, não são propostas ações de melhoria.

9.1.2. Improvement proposal

Not having been detected weaknesses, improvement actions are not proposed.

9.1.3. Tempo de implementação da medida

Não aplicável.

9.1.3. Implementation time

Not applicable

9.1.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Média

9.1.4. Priority (High, Medium, Low)

Medium

9.1.5. Indicador de implementação

Não aplicável

9.1.5. Implementation marker

Not applicable

9.2. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade.

9.2.1. Debilidades

Inexistência de sistema interno formal e certificado de garantia da qualidade.

9.2.1. Weaknesses

No formal internal system and quality assurance certificate.

9.2.2. Proposta de melhoria

Implementação progressiva de um sistema formal e certificado de garantia da qualidade.

9.2.2. Improvement proposal

Progressive implementation of a formal system and a quality guarantee certificate.

9.2.3. Tempo de implementação da medida

Três anos.

9.2.3. Improvement proposal

Three years

9.2.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Média

9.2.4. Priority (High, Medium, Low)

Medium

9.2.5. Indicador de implementação

Aumento e melhoria dos mecanismos e dos procedimentos de verificação da qualidade.

Melhoria da cultura institucional da qualidade com vista à qualidade total.

Obtenção da certificação.

9.2.5. Implementation marker

Expanding and improving the mechanisms and procedures for checking the quality.

Improving the institutional culture of quality seeking total quality.

Obtaining certification.

9.3 Recursos materiais e parcerias

9.3.1. Debilidades

1. Insuficiente cobertura da totalidade das instalações da rede wireless de acesso à internet.

2. Espaço físico da Biblioteca e Centro de Documentação e Informação e seu acervo bibliográfico.

3. Parcerias existentes a necessitarem de reforço ou de melhor aproveitamento.

9.3.1. Weaknesses

1. *Insufficient coverage of all network installations for wireless Internet access.*
2. *Library and Documentation and Information Center and its bibliographic collection.*
3. *Existing partnerships that need to be strengthen or better used.*

9.3.2. Proposta de melhoria

1. *Instalação de replicador de sinal wireless de acesso à internet.*
2. *Disponibilização de novas instalações para a Biblioteca e Centro de Documentação e Informação e aumento do acervo bibliográfico.*
3. *Celebração de protocolos com portais de disponibilização de conteúdos e obras científicas.*
4. *Potenciação das parcerias existentes e estabelecimento de novas parcerias.*

9.3.2. Improvement proposal

1. *Install a wireless signal replicator to access the Internet.*
2. *Create new facilities for the library and Documentation and Information Center and increase its bibliographic collection.*
3. *Establish Protocols with portals of content and scientific works availability.*
4. *Enhance the existing partnerships and create new ones.*

9.3.3. Tempo de implementação da medida

- A proposta de melhoria referida em 1. deverá ser implementada no prazo de um ano.
As propostas de melhoria referidas em 2., 3. e 4. deverão ser implementadas no prazo de dois/três anos.*

9.3.3. Implementation time

- The proposed improvements mentioned in 1. should be implemented within a year. The proposed improvements mentioned in 2., 3. and 4. should be implemented within two/three years.*

9.3.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

- As medidas de melhoria propostas para suprir cada uma das debilidades têm uma prioridade alta.*

9.3.4. Priority (High, Medium, Low)

- The improvement measures proposed in order to overcome each of the weaknesses are of high priority.*

9.3.5. Indicador de implementação

1. *Verificação de instalação do replicador de sinal de internet.*
2. *Disponibilização de um novo espaço físico e aumento do número de obras bibliográficas.*
3. *Aumento do número de protocolos celebrados com portais de disponibilização de conteúdos.*
4. *Aumento da eficácia das parcerias existentes e aumento do número de novas parcerias.*

9.3.5. Implementation marker

1. *Check the installation of the internet signal replicator.*
2. *Provide a new room for the Library and increase the number of its bibliographic works.*
3. *Increase the number of protocols established with portals of content availability.*
4. *Increase the effectiveness of the existing partnerships and increase the number of new ones.*

9.4. Pessoal docente e não docente

9.4.1. Debilidades

1. *Baixo número de docentes titulares do grau académico de doutoramento.*
2. *Inexistência de docentes com o título de Professor Especialista, embora exista número significativo de docentes que reúnem requisitos para obtenção desse título.*
3. *Escassa atividade investigativa do corpo docente.*

9.4.1. Weaknesses

1. *There is a low number of the academic staff that hold a doctoral degree.*
2. *Lack of teachers with the title of Specialist Professor, although there are a significant number of teachers who meet the requirements for obtaining this title.*
3. *Little investigation activity carried out by the academic staff.*

9.4.2. Proposta de melhoria

1. *Contratação de docentes doutorados.*
2. *Incentivo de docentes do quadro que reúnem os necessários requisitos a procurarem obter o título de professor especialista.*
3. *Promoção de condições para o corpo docente do ISPAB desenvolver actividades de investigação, designadamente no âmbito do Consórcio Rede Atlântico de que esta instituição faz parte.*

9.4.2. Improvement proposal

1. *Hire PhDs holders.*
2. *Encourage academic staff, who meet the necessary requirements, to seek the title of Specialist Professor*
3. *Promote conditions so that academic staff can develop research work, particularly in the field of the "Consórcio Rede Atlântico", of which this institution is part.*

9.4.3. Tempo de implementação da medida

- As medidas referenciadas em 1. e 2. deverão ser implementadas no prazo de dois anos e a medida referida em 3. deverá ser*

implementada no prazo de três/quatro anos.

9.4.3. Implementation time

The proposed improvements mentioned in 1. and 2. should be implemented within two years. The proposed improvements mentioned in 3. should be implemented within three/four years.

9.4.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

As medidas propostas sob os números 1 e 2 são de prioridade alta e a medida proposta sob o número 3 é de prioridade média.

9.4.4. Priority (High, Medium, Low)

The measures proposed in 1. and 2. are of high priority and measure proposed in 3. is of medium priority.

9.4.5. Indicador de implementação

- 1. Aumento do número de docentes titulares do grau académico de doutoramento contratados.*
- 2. Aumento do número de docentes a inscreverem-se em processo de atribuição do título de professor especialista.*
- 3. Registo de actividades de investigação científica.*

9.4.5. Implementation marker

- 1. Increase the number of PhDs holders hired.*
- 2. Increase the number of academic staff enrolling in the process for granting the title of Professor Specialist.*
- 3. Keep a record of the scientific research activity.*

9.5. Estudantes e ambientes de ensino/aprendizagem

9.5.1. Debilidades

- 1. Reduzidos conhecimentos científicos dos alunos que ingressam pela primeira vez na instituição, revelando uma insuficiente preparação de base, em especial daqueles que ingressam através do regime de Maiores de 23.*
- 2. Predominância de alunos que ingressam na instituição através do regime "Maiores de 23", a evidenciarem perda de hábitos e ritmo de estudo. O facto de terem estado, na sua grande maioria, afastados do ensino durante um grande período de tempo, faz com que os mesmos sejam obrigados a um maior esforço, em especial nos primeiros semestres da licenciatura;*
- 3. Predominância de trabalhadores-estudantes que limita o tempo disponível para a participação na vida da instituição e para o estudo fora dos momentos de contacto;*
- 4. Grande heterogeneidade de alunos, fundamentalmente a nível etário, evidenciando diferenças de graus de motivação e divergência de objetivos na prossecução dos estudos.*
- 5. Inexistência de estudantes em regime diurno.*

9.5.1. Weaknesses

- 1. Reduced scientific knowledge of students entering the institution for the first time, revealing an inadequate base preparation, especially of those who enter through the system of "Older than 23";*
- 2. Predominance of students who enter the institution through the system "Over 23", highlights the loss of habits and rhythms of study. The fact that most of these students have been away from school routines for a long period of time, forces them to greater effort, particularly during the first semesters of graduation;*
- 3. Predominance of student workers who have little time to take part in the life of the institution and to study outside the classroom;*
- 4. Students' heterogeneity, mainly as far as their age is concerned, highlights the differences in degrees of motivation and divergence of objectives in the pursuit of studies.*
- 5. Lack of students in normal daytime schedules.*

9.5.2. Proposta de melhoria

- 1. Reforço das sessões letivas de revisão das matérias dadas e das sessões letivas extracurriculares de recuperação, sempre que se afigurar necessário e exequível.*
- 2. Melhor aproveitamento da plataforma Moodle de ensino à distância como instrumento de apoio ao processo de ensino/aprendizagem, permitindo suprir as debilidades encontradas e auxiliando nos ambientes de aprendizagem da tipologia de alunos da instituição.*
- 3. Incentivo à realização de trabalhos de avaliação, individuais ou em grupo, comuns a várias unidades curriculares de conteúdos programáticos próximos ou complementares, em articulação interdisciplinar.*
- 4. Esforço na angariação de alunos diurnos.*

9.5.2. Improvement proposal

- 1. Strengthen the sessions dedicated to review the contents taught and during extracurricular recovery sessions, whenever it is considered necessary and feasible.*
- 2. Give better use to the Moodle platform for distance learning as a tool to support the teaching / learning process, so as to overcome the weaknesses found in the learning environments of this institution type of students.*
- 3. Stimulate students to do individual or group evaluation works, common to several curricular units of similar or with complementary contents, fostering interdisciplinarity.*
- 4. Make an effort to attract students to daytime courses.*

9.5.3. Tempo de implementação da medida

Considera-se necessário um período de dois anos para a implementação das medidas acima descritas, de forma a produzir-se um trabalho sustentado e articulado, permitindo uma maior interação entre docentes e alunos, através da criação de novas formas de aprendizagem, e fomentando a motivação dos alunos.

9.5.3. Implementation time

It is considered necessary a period of two years to implement the measures described above, in order to produce a sustained and articulated work, allowing greater interaction between teachers and students through the creation of new forms of learning, and fostering student motivation.

9.5.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta.

9.5.4. Priority (High, Medium, Low)

High.

9.5.5. Indicador de implementação

1. Monitorização do número de docentes e alunos que utilizam a plataforma Moodle de ensino à distância. Será também avaliado, por meio de questionários, a motivação destes últimos para a sua utilização, assim como a utilidade prática que retiram da mesma.

2. Verificação do aumento do número de trabalhos realizados em articulação interdisciplinar, individuais ou em grupo, como componente avaliativa em sistema de avaliação contínua.

3. Aumento do número de estudantes em regime diurno.

9.5.5. Implementation marker

1. Monitor the number of teachers and students who use the Moodle platform for distance learning. The students motivation use it, as well as the practical utility they get from it, will be assessed through questionnaires.

2. Check of the increase in the number of work carried out in interdisciplinary articulation, individually or in group, as a component in a system of ongoing assessment.

3. Increase of students in normal daytime schedules.

9.6. Processos

9.6.1. Debilidades

1. Não funcionamento do ciclo de estudos em regime diurno.

2. Utilização não generalizada da plataforma Moodle de ensino à distância como instrumento de apoio ao processo de ensino/aprendizagem.

3. Articulação interdisciplinar a necessitar de melhoria.

9.6.1. Weaknesses

1. The fact that there is no study cycle during normal daytime schedules.

2. There isn't a widespread use of the Moodle platform for distance learning as a tool to support the teaching/learning process.

3. Interdisciplinary articulation in need of improvement.

9.6.2. Proposta de melhoria

1. Aumento da eficácia das campanhas de promoção do ISPAB e de divulgação do ciclo de estudos e otimização dos protocolos existentes com vista à angariação de estudantes diurnos.

2. Sensibilização dos docentes não aderentes para as vantagens da utilização da plataforma Moodle de ensino à distância como ferramenta de apoio ao processo de ensino/aprendizagem.

3. Concentração de esforços da Direção do Curso, enquanto estrutura orgânica encarregue da coordenação das atividades técnico-científicas e pedagógicas, no sentido de potenciar a articulação entre as unidades curriculares de conteúdos programáticos próximos e de objetivos comuns ou similares.

9.6.2. Improvement proposal

1. Increase the effectiveness of campaigns that promote the ISPAB, disseminate information on the study cycle and optimize the existing protocols in order to attract students to daytime courses.

2. Raise teachers' awareness to the advantages of the Moodle platform for distance learning as a tool to support the teaching / learning process.

3. Concentration of efforts of the Course Director as the organizational structure in charge of coordinating the technical-scientific and educational activities, to enhance the articulation between curricular units and program content that have common or similar objectives.

9.6.3. Tempo de implementação da medida

As várias medidas propostas poderão ser implementadas no prazo de dois anos.

9.6.3. Implementation time

The several proposed measures could be implemented within two years.

9.6.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta.

9.6.4. Priority (High, Medium, Low)

High.

9.6.5. Indicador de implementação

1. Aumento do número de candidatos à frequência do ciclo de estudos em regime diurno.

2. Aumento do número de docentes utilizadores da plataforma Moodle de ensino à distância.

3. *Aumento do número de trabalhos resultantes da articulação entre as diversas unidades curriculares.*

9.6.5. Implementation marker

1. *Increase the number of applicants that attend the study cycle during normal daytime schedules.*
2. *Increase the number of teachers using the Moodle platform for distance learning.*
3. *Increase in the number of works resulting from the articulation between the various curricular units.*

9.7. Resultados

9.7.1. Debilidades

1. *Insuficiente produção científica no âmbito do ciclo de estudos.*
2. *Insuficiente prestação de serviços à comunidade envolvente no âmbito do ciclo de estudos.*

9.7.1. Weaknesses

1. *Insufficient scientific production within the study cycle.*
2. *Insufficient provision of services to the surrounding community.*

9.7.2. Proposta de melhoria

- *Desenvolver contactos com as instituições de ensino superior integrantes do Consórcio "Rede Atlântico" no sentido da criação de condições com vista ao desenvolvimento, em cooperação, de investigação científica.*
- *Incentivar os docentes a produzirem e a publicarem trabalhos científicos.*
- *Potenciação dos protocolos de cooperação celebrados com vista ao reforço da dimensão de prestação de serviços.*
- *Divulgação dos serviços que podem ser prestados no âmbito do ciclo de estudos.*

9.7.2. Improvement proposal

- *Establish contacts with higher education institutions members of the consortium "Rede Atlântico" in order to create conditions to the development of scientific research.*
- *Encourage teachers to produce and publish scientific papers.*
- *Potential of cooperation protocols signed in order to strengthen the offer of services to the community.*
- *Disclosure of services that can be provided throughout the study cycle.*

9.7.3. Tempo de implementação da medida

As medidas de melhoria propostas poderão ser implementadas no prazo de dois anos.

9.7.3. Implementation time

The proposed measures of improvement could be implemented within two years.

9.7.4. Prioridade (Alta, Média, Baixa)

Alta.

9.7.4. Priority (High, Medium, Low)

High.

9.7.5. Indicador de implementação

- *Número de equipas de investigação científica constituídas.*
- *Número de trabalhos de investigação científica iniciados.*
- *Número de trabalhos de investigação científica concluídos e publicados.*
- *Aumento da prestação de serviços à comunidade envolvente.*

9.7.5. Implementation marker

- *Number of research teams.*
- *Number of ongoing research work.*
- *Number of research paperwork finished and published.*
- *Increase the number of services to the community.*

10. Proposta de reestruturação curricular

10.1. Alterações à estrutura curricular

10.1. Alterações à estrutura curricular

10.1.1. Síntese das alterações pretendidas

<sem resposta>

10.1.1. Synthesis of the intended changes

<no answer>

10.1.2. Nova estrutura curricular pretendida

Mapa XI - Nova estrutura curricular pretendida

10.1.2.1. Ciclo de Estudos:

Marketing, Publicidade e Relações Públicas

10.1.2.1. Study Cycle:

Marketing, Advertising and Public Relations

10.1.2.2. Grau:

Licenciado

10.1.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

10.1.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.1.2.4 Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
(0 Items)		0	0

<sem resposta>

10.2. Novo plano de estudos

Mapa XII – Novo plano de estudos

10.2.1. Ciclo de Estudos:

Marketing, Publicidade e Relações Públicas

10.2.1. Study Cycle:

Marketing, Advertising and Public Relations

10.2.2. Grau:

Licenciado

10.2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

10.2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

10.2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

<sem resposta>

10.2.4. Curricular year/semester/trimester:

<no answer>

10.2.5 Novo plano de estudos / New study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
(0 Items)						

<sem resposta>

10.3. Fichas curriculares dos docentes

Mapa XIII

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

<sem resposta>

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

<sem resposta>

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

<sem resposta>

10.3.4. Categoria:

<sem resposta>

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

<sem resposta>

10.3.6. Ficha curricular de docente:

<sem resposta>

10.4. Organização das Unidades Curriculares (apenas para as unidades curriculares novas)

Mapa XIV

10.4.1.1. Unidade curricular:

<sem resposta>

10.4.1.2. Docente responsável e respectiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

<sem resposta>

10.4.1.3. Outros docentes e respectivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

<no answer>

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

<sem resposta>

10.4.1.4. Learning outcomes of the curricular unit:

<no answer>

10.4.1.5. Conteúdos programáticos:

<sem resposta>

10.4.1.5. Syllabus:

<no answer>

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

<sem resposta>

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

<no answer>

10.4.1.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

<sem resposta>

10.4.1.7. Teaching methodologies (including evaluation):

<no answer>

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

<sem resposta>

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

<no answer>

10.4.1.9. Bibliografia principal:
<sem resposta>