

NCE/21/2100238 — Apresentação do pedido - Novo ciclo de estudos

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Universidade da Maia

1.1.a. Outras Instituições de Ensino Superior (em associação) (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

1.1.b. Outras Instituições de Ensino Superior (estrangeiras, em associação) (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

<sem resposta>

1.1.c. Outras Instituições (em cooperação) (Lei n.º 62/2007, de 10 de setembro ou Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto):

<sem resposta>

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

Departamento De Ciências Da Comunicação E Tecnologias Da Informação

1.2.a. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação). (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

1.2.b. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação com IES estrangeiras). (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

<sem resposta>

1.2.c. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, empresas, etc.) (proposta em cooperação). (Lei n.º 62/2007, de 10 de setembro ou Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redacção conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto):

<sem resposta>

1.3. Designação do ciclo de estudos:

Relações Públicas e Gestão da Comunicação

1.3. Study programme:

Public Relations and Communication Management

1.4. Grau:

Licenciado

1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Ciências da Comunicação

1.5. Main scientific area of the study programme:

Communication Sciences

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

321

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

220

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

N/A

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

180

1.8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL n.º 74/2006, com a redacção do DL n.º 65/2018):

6 semestres

1.8. Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018):

6 semesters

1.9. Número máximo de admissões proposto:

1.10. Condições específicas de ingresso (art.º 3 DL-74/2006, na redação dada pelo DL-65/2018).

Têm acesso todos os alunos que:

- a) *Finalizaram o 12º ano de escolaridade ou cursos que a lei define como equivalentes, com nota superior a 9,5 valores e que tenham obtido aprovação numa das seguintes provas de ingresso: Filosofia (06) ou História (11) ou Inglês (13) ou Português (18).*
 b) *Ingressem através de regimes ou concursos especiais, de acordo com a legislação em vigor.*

Condições de Candidatura:

- *Nota mínima: 95*
- *Classificação do Ensino Secundário: 65%*
- *Classificação do Exame Nacional: 35% (nota mínima de 95 pontos)*

1.10. Specific entry requirements (article 3, DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018).

One of the following admission exams: Philosophy (06) or History (11) or English (13) or Portuguese (18)

1.11. Regime de funcionamento.

Diurno

1.11.1. Se outro, especifique:

<sem resposta>

1.11.1. If other, specify:

<no answer>

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

Campus Académico da Maiêutica - Universidade da Maia Avenida Carlos Oliveira Campos 4475-690 Maia Portugal

1.12. Premises where the study programme will be lectured:

Campus Académico da Maiêutica - Universidade da Maia Avenida Carlos Oliveira Campos 4475-690 Maia Portugal

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

[1.13_Reg_556_2019-Creditação.pdf](#)

1.14. Observações:

A presente proposta de modelo curricular de um ciclo de estudos em Relações Públicas e Gestão da Comunicação resulta da constatação da importância das Relações Públicas no atual contexto sócio económico, ao mesmo tempo que procura dar resposta a uma crescente procura nesta área de estudo.

No início deste terceiro milénio, já não se pode considerar as Relações Públicas apenas como atividade ou prática profissional, constituindo também um campo de conhecimento com literatura específica e teorias reconhecidas mundialmente. Diferentes estudos evidenciam que a sua aplicação prática e profissional tem uma dimensão cada vez mais estratégica, alinhada com o posicionamento distintivo e a gestão, não só de empresas e negócios, como de instituições públicas, governamentais e associativas, ONG, de territórios e pessoas.

Independentemente do contexto, todas estas realidades são validadas e escrutinadas por diferentes stakeholders, os públicos das Relações Públicas. Esses públicos possuem interesses específicos e influenciam a missão e os objetivos das organizações, que se tornam bem-sucedidas quando, pela auscultação e consideração desses interesses, se comprometem com objetivos relevantes para os seus interesses e os dos seus públicos estratégicos. Os departamentos de Relações Públicas colaboram para a efetividade da organização na medida em que constroem relacionamentos com aqueles públicos que a afetam ou que são afetados pelas suas atividades.

É assim reconhecido que um relacionamento satisfatório com os diferentes públicos facilita a venda de produtos e a prestação de serviços, viabiliza a obtenção de recursos financeiros dos acionistas ou investidores, faz com que a organização seja lucrativa e permite a dinamização dos processos de produção, vendas e expansão. As Relações Públicas permitem ainda economizar recursos financeiros que poderiam vir a ser gastos em litígios com a comunidade ou com o Estado, ou na capacitação daqueles que optam por deixar a organização.

Assim, e após auscultar uma equipa formada por docentes e vários stakeholders, com os quais a instituição possui relações protocolares, definiu-se uma linha que reúne um conjunto coerente e articulado de Unidades Curriculares (UC), que concorrem para proporcionar conhecimentos e competências transversais:

- 1. As Ciências da Comunicação, considerando a Gestão da Comunicação como o pilar das Relações Públicas e da sua matriz bidirecional e simétrica;*
- 2. As Humanidades, que conferem ao Curso uma vertente humanista e relacional.*

1.14. Observations:

The proposal of this curricular model for a study programme in Public Relations and Communication Management stems from the observation of the importance of Public Relations in the current socio-economic context, while it strives to respond to the increasing demand in this study area.

At the beginning of this third millennium, we can no longer consider Public Relations as a professional practice or activity. This area is also a field of knowledge with specific literature and theories recognised worldwide. Different studies show that its practical and professional application has an increasing strategic dimension, in line with distinctive positioning and management, not only in companies and businesses, but also in public, governmental and associative institutions, NGOs, territories and people.

Regardless of the context, all these realities are valid and scrutinised by different stakeholders, the Public Relations audiences. These audiences have specific interests and influence the mission and goals of the organisations, which become successful when, through consultation and consideration of these interests, prepare goals that are relevant to their interests and those of the strategic audiences. The Public Relations departments collaborate for the effectiveness of the organisation, since they build relationships with those audiences that affect or are affected by their activities.

It is, therefore, recognised that a satisfactory relationship with the audiences facilitates the sales of products and services to satisfied customers, enables the obtention of financial resources from shareholders or investors, makes the organisation profitable and allows the expansion of the production, sales and expansion services. Public Relations saves financial resources, which would have to be spent in disputes with the community or the State, or in the empowerment of those who choose to leave the organisation.

Therefore, and after taking into consideration the team comprised of teachers and several stakeholders, with which the institution has protocol relations, a line was established, which brings together a consistent and articulated set of curricular units that aim to provide transversal knowledge and competences:

- 1. Communication Sciences, taking into account Communication Management as the pillar of Public Relations and its bidirectional and symmetric matrix;*
- 2. Humanities, which give the Course a humanist and relational aspect.*

2. Formalização do Pedido

Mapa I - Conselho Científico da Universidade da Maia

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Científico da Universidade da Maia

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Conselho Científico.pdf](#)

Mapa I - Conselho Pedagógico da Universidade da Maia

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Pedagógico da Universidade da Maia

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Conselho Pedagógico.pdf](#)

Mapa I - Conselho de Gestão da Universidade da Maia

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho de Gestão da Universidade da Maia

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Conselho de Gestão.pdf](#)

3. Âmbito e objetivos do ciclo de estudos. Adequação ao projeto educativo, científico e cultural da instituição

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos:

O ciclo de estudos visa preparar licenciados para:

- *Manifestar espírito crítico e entender as Relações Públicas e a Gestão da Comunicação como um dos fatores concorrenciais decisivos no contexto empresarial / institucional atual;*
- *Desenvolver e promover conteúdos interligando competências teóricas e práticas das áreas científicas fundamentais do CE;*
- *Conceber e implementar projetos de experimentação/investigação-ação, através de atividades de pesquisa e análise, numa adaptação contínua às rápidas transformações da sociedade e do mercado de trabalho;*
- *Desenvolver planos de Comunicação e de Relações Públicas considerando princípios de responsabilidade social, ética e deontologia;*
- *Pensar estrategicamente as Assessorias de Comunicação, gerindo a construção identitária de territórios, produtos ou marcas;*
- *Ampliar a possibilidade de atuação do Relações Públicas como consultores, empreendedores, profissionais liberais e gestores das suas próprias carreiras.*

3.1. The study programme's generic objectives:

The study cycle aims to prepare graduates who:

- *Manifest a critical spirit and understand Public Relations and Communication Management as decisive competitive factors in the current business / institutional context;*
- *Develop and promote content, interconnecting theoretical and practical skills from the fundamental scientific areas of the cycle;*
- *Design and implement experimental/research-action projects, through research and analysis activities, in a continuous adaptation to the quick changes in society and in the labour market;*
- *Develop Communication and Public Relations plans that are aligned with social, ethical and deontological responsibility;*
- *Strategically think about Communication Management Consultancies; manage the construction of the identity of territories, products or brands;*
- *Expand the possibility of action for the Public Relations professionals as consultants, entrepreneurs, liberal professionals and managers of their own careers.*

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

- *Compreender o papel interdisciplinar de um profissional de Relações Públicas;*
- *Refletir sobre os diversos contextos das Relações Públicas e o seu papel no âmbito da comunicação organizacional;*
- *Compreender dinâmica relacional, bidirecional e simétrica das Relações Públicas;*
- *Destacar os elementos chave relacionados com a reputação corporativa, enquanto ativo intangível, e a importância da imagem e da gestão da identidade corporativa;*
- *Conhecer os princípios que levam ao sucesso na comunicação com o público interno e externo, nomeadamente através do uso da negociação, mediação e entendimento mútuo;*
- *Perceber a importância do planeamento estratégico na gestão da comunicação, evidenciando uma narrativa forte que traduza a identidade corporativa;*
- *Salientar o papel das Relações Públicas no contacto com os media;*
- *Refletir sobre tecnologias e discursos dos media;*
- *Produzir conteúdos para diferentes plataformas de comunicação;*
- *Desenvolver competências de investigação.*

3.2. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be developed by the students:

- *Understand the interdisciplinary role of a Public Relations professional;*
- *Reflect on the many Public Relations R contexts and its role in the scope of organizational communication;*
- *Understand the organisational contexts and its relational dynamics;*
- *Highlight the key elements related to the importance of corporate reputation, as an intangible asset, and image and corporate identity management;*
- *Know the principles that lead to the success in communication with the internal and external audience, namely through the use of negotiation, mediation and mutual understanding;*
- *Understand the importance of strategic planning in communication management within organizations;*
- *Emphasise the role of Public Relations in contact with the media;*
- *Reflect on media technologies and speeches;*

- Produce content for different communication platforms;
- Develop research skills.

3.3. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição:

Com a iniciativa de lançar um 1º ciclo em Relações Públicas e Gestão da Comunicação, a Universidade da Maia visa contribuir para o desenvolvimento da formação universitária nesta área do conhecimento em Portugal, preparar profissionais capacitados para os desafios da comunicação na nova economia digital e envolver o seu corpo docente, com experiência comprovada nestes domínios científicos, num programa que visa afirmar, ao nível académico as suas capacidades de investigação e inovação.

A área das Relações Públicas na sua interação com a Comunicação, a Multimédia e a Informação constitui uma das áreas fundamentais de sustentação e de desenvolvimento progressivo da Instituição, e é nesse sentido que tem procurado reunir e integrar, no âmbito do seu Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação, um corpo docente altamente qualificado não só no domínio dos Audiovisuais e Produção de Média, como no das Humanidades e no das Ciências da Comunicação.

A proposta do curso segue a estratégia de especializar a formação numa área das Ciências da Comunicação, otimizando assim o know how do corpo docente existente, assim como as infraestruturas já disponíveis para apoio pedagógico, designadamente o Laboratório de Comunicação e o Laboratório Multimédia.

Os objetivos definidos para o ciclo de estudos articulam-se com a missão e estratégia do ISMAI, porque:

- visam formar profissionais qualificados para as novas exigências da sociedade de informação e comunicação e, assim, contribuir para a empregabilidade e mobilidade da população ativa;
- trata-se de uma área no âmbito da qual a Instituição dispõe de recursos humanos altamente qualificados, bem como de recursos materiais adequados;
- favorecem a prestação de serviços às comunidades académica, educacional e cultural, pela adequação deste ciclo às necessidades da comunicação digital;
- contribuem para o desenvolvimento da sua política de alto nível orientada para a criação, transmissão e difusão de conhecimento, articulando o processo estudo/ensino com atividades de investigação e de desenvolvimento, na medida em que os alunos serão estimulados, desde o início do ciclo de estudos, a participar nas atividades do CITEI, unidade orgânica que gere os grupos de investigação do ISMAI que se encontram integrados nas Unidades de Investigação acreditadas pela FCT e com as quais o ISMAI possui parcerias (e.g. CIAC, ICNOVA ou CECS).

Em suma, a proposta de 1º ciclo em Relações Públicas e Gestão da Comunicação justifica-se pela necessidade de criar uma oferta qualificada ao nível do 1º Ciclo, adequada às exigências do mercado de trabalho e às exigências de uma economia global. Nessa medida, o 1º Ciclo agora proposto adapta-se às exigências regulamentares e objetivos do Dec-Lei nº 74/2006, de 24 de março, com a redação do Dec-Lei nº65/2018, de 16 de agosto, em harmonia com os pressupostos de Bolonha, e constitui-se como uma proposta ancorada nas competências, capacidades e recursos do ISMAI.

3.3. Insertion of the study programme in the institutional educational offer strategy, in light of the mission of the institution and its educational, scientific and cultural project:

With the initiative of launching a 1st cycle in Public Relations and Communication Management, ISMAI aims to contribute to the development of a university education in this area of knowledge in Portugal, to prepare professionals who are qualified for the communication challenges in the new digital economy and involve its teaching staff, with proven experience in these scientific areas, in a programme aiming to assert its research and innovation capacities at an academic level. The Public Relations area, in its interaction with Communication, Multimedia and Information, constitutes one of the core areas of support and progressive development of the Institution, and, it is in this sense that it has tried to unite and integrate, within its Department of Communication Sciences and Information Technologies, a highly qualified teaching staff, not only in the area of Audiovisual and Media Production, but also in the areas of Humanities and Communication Sciences. The course proposal follows a strategy of specialised training in both areas of communication and corporate communication, thus optimising the existing teaching staff's know-how, as well as the already available infrastructures for pedagogical support, namely the Communications Lab and the Multimedia Lab.

The goals set for the study cycle are consistent with ISMAI's mission and strategy, because:

- they aim to train qualified professionals for the new demands of the information and communication society and, thus, contribute to the employability and mobility of the active population;
- this is an area within which the Institution has highly qualified human resources, as well as the appropriate material resources;
- they will favour the provision of services for the academic, educational and cultural communities, due to the suitability of this study cycle to the needs of the digital community;
- they contribute to the development of its high-level policy oriented towards the creation, transmission and promotion of knowledge, combining the study/teaching process with research and development activities, since students are stimulated, from the beginning of the study cycle, to participate in the activities developed by CITEI (Research Centre in Technologies and Intermedia Studies), the organic unit that manages the ISMAI research groups that are integrated in the Research Units accredited by FCT and with which ISMAI has partnerships (e.g. CIAC, ICNOVA or CECS).

In sum, the proposal of the 1st study cycle in Public Relations and Communication Management is justified by the need for creating a qualified offer at the 1st Cycle level, suitable for meeting the demands of the labour market and a global economy. Hence, the 1st study cycle now proposed is adapted to the regulatory demands and goals of the Decree-law no. 74/2006, of 24 March and the Decree-law no. 63/2016, of 13 September, in line with the Bologna preconditions, and is a proposal anchored in ISMAI competences, capacities and resources.

4. Desenvolvimento curricular

4.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)

4.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável) * / Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura *	Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization
--	--

<sem resposta>

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

Mapa II - Comum

4.2.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

Comum

4.2.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

General

4.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits necessary for awarding the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos optativos** / Minimum Optional ECTS**	Observações / Observations
Ciências da Comunicação / Communication Sciences	CC	90		
Humanidades / Humanities	Hum	45		
Economia e Gestão / Management & Business	E&G	35		
Ciências Sociais / Social Sciences	CS	5		
Matemática / Maths	Mat	5		
(5 Items)		180	0	

4.3 Plano de estudos**Mapa III - NA - 1º ano / 1º semestre - 1st year / 1st semester****4.3.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:**

NA

4.3.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

NA

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

1º ano / 1º semestre - 1st year / 1st semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations
Práticas Discursivas / Discursive Practices	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
Teoria da Imagem / Image Theory	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
Economia / Economy	E&G	semestral	125	TP-48;	5		
Tecnologias Aplicadas à Comunicação / Technologies applied to Communication	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Teorias da Comunicação / Communication Theories	CC	semestral	125	TP-48;	5		
História e Teorias das Relações Públicas / History and Theories of Public Relations	CC	semestral	125	TP-48;	5		
(6 Items)							

Mapa III - NA - 1º ano / 2º semestre - 1st year / 2nd semester**4.3.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:**

NA

4.3.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

NA

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

1º ano / 2º semestre - 1st year / 2nd semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations
Teorias da Opinião Pública / Theories of Public Opinion	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Questões Contemporâneas de Comunicação / Contemporary Communication Issues	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Relações Públicas: Contextos e Estratégias / Public Relations: Contexts and Strategies	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Organização e Gestão de Empresas / Business Organisation and Management	E&G	semestral	125	TP-48;	5		

Sociologia / Sociology	CS	semestral	125	TP-48;	5		
Comunicação Digital / Digital Communication	CC	semestral	125	TP-48;	5		
(6 Items)							

Mapa III - NA - 2º ano / 1º semestre - 2nd year / 1st semester

4.3.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

NA

4.3.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

NA

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º ano / 1º semestre - 2nd year / 1st semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan							
Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional /	Observações / Observations
Retórica e Argumentação / Rhetoric and Argumentation	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
Comportamento do Consumidor / Consumer Behavior	E&G	semestral	125	TP-48;	5		
Estatística Aplicada / Applied Statistics	Mat	semestral	125	TP-48;	5		
Processos Criativos / Creative Processes	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
Fundamentos de Marketing / Marketing Fundamentals	E&G	semestral	125	TP-48;	5		
Planeamento Estratégico em Relações Públicas / Strategic Planning in Public Relations	CC	semestral	125	TP-48;	5		
(6 Items)							

Mapa III - NA - 2º ano / 2º semestre - 2nd year / 2nd semester

4.3.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

NA

4.3.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

NA

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º ano / 2º semestre - 2nd year / 2nd semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan							
Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional /	Observações / Observations
Assessoria de Comunicação / Communication Consultancy	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Produção de Conteúdos para Comunicação Web / Content Production for Web Communication	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Seminários em Relações Públicas / Public Relations Seminars	CC	semestral	125	TP-48;	5		
História Contemporânea / Contemporary History	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
Estruturas Narrativas / Narrative Structures	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
Gestão da Comunicação / Communication Management	CC	semestral	125	TP-48;	5		
(6 Items)							

Mapa III - NA - 3º ano / 1º semestre - 3rd year / 1st semester

4.3.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

NA

4.3.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*

NA

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

3º ano / 1º semestre - 3rd year / 1st semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan							
Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations
Ativação e Gestão de Marca / Brand Activation and Management	E&G	semestral	125	TP-48;	5		
Gestão de Projetos e Empreendedorismo / Project Management and Entrepreneurship	E&G	semestral	125	TP-48;	5		
Laboratório de Relações Públicas / Public Relations Laboratory	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Design de Comunicação / Communication Design	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Reputação e Comunicação de Crise / Reputation and Crisis Communication	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Comunicação Intercultural / Intercultural Communication	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
(6 Items)							

Mapa III - NA - 3º ano / 2º semestre - 3rd year / 2nd semester

4.3.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:
NA

4.3.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)*
NA

4.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:
3º ano / 2º semestre - 3rd year / 2nd semester

4.3.3 Plano de Estudos / Study plan							
Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations
Marketing Digital / Digital Marketing	E&G	semestral	125	TP-48;	5		
Organização e Gestão de Eventos / Event Organization and Management	CC	semestral	125	TP-48;	5		
Responsabilidade Social e Sustentabilidade / Social Responsibility and Sustainability	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
Ética e Deontologia da Comunicação / Communication Ethics and Deontology	Hum	semestral	125	TP-48;	5		
Estágio/Projeto - Internship/Project	CC	semestral	250	T-32; E-218;	10		
(5 Items)							

4.4. Unidades Curriculares

Mapa IV - Práticas Discursivas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:
Práticas Discursivas

4.4.1.1. Title of curricular unit:
Discursive Practices

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:
Hum

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):
sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):
125

4.4.1.5. Horas de contacto:
TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:
5

4.4.1.7. Observações:
<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:*<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***CÉLIA SOUSA VIEIRA (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*Refletir sobre a linguagem verbal e os mecanismos que regem os processos discursivos.
 Dominar as unidades fundamentais da expressão linguística: a palavra, a frase, o texto.
 Abordar a análise linguística do texto publicitário
 Praticar usos da língua escrita em contexto empresarial/organizacional.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

*Reflect on verbal language and mechanisms that rule discursive processes.
 Master the essential units of linguistic expression: word, sentence, text.
 Understand the linguistic analysis of the advertising text
 Practice the use of oral and written language in business/organisation contexts.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:*I. Linguagem verbal e comunicação.*

- 1. Linguagem, língua, fala e discurso*
- 2. Variação e normalização linguística*

II Características linguísticas da comunicação publicitária

- 1. aspetos fonéticos, morfológicos, semânticos, sintáticos e pragmáticos*
- 2. recursos estilísticos*
- 3. Tipologias textuais na comunicação publicitária*
- 4. Comunicação publicitária crossmedia*

III. Processos discursivos escritos em contexto empresarial/organizacional

- 1. Currículo e carta de pedido de emprego*
- 2. Síntese*
- 3. Comunicado, newsletter*
- 4. Relatório*

4.4.5. Syllabus:*I. Verbal language and communication.*

- 1. Language, speech and discourse*
- 2. Linguistic variation and standardization*

II Linguistic features of advertising communication

- 1. phonetic, morphological, semantic, syntactic and pragmatic aspects*
- 2. stylistic resources*
- 3. Textual typologies in advertising communication*
- 4. Crossmedia advertising communication*

III. Written discursive processes in business/organizational context

- 1. Résumé and letter of application for employment*
- 2. Summary*
- 3. Press release, newsletter*
- 4. Report*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos pretendem, por um lado, dotar os estudantes dos principais conceitos operatórios e instrumentos analíticos da Linguística na descrição do Português Europeu; por outro lado, fomentar a reflexão sobre a linguagem verbal e os mecanismos que regem os processos discursivos e criativos. Pretende-se, nesta unidade, abordar todos os planos de funcionamento da língua, a partir de uma abordagem das estratégias linguísticas aplicadas ao discurso promocional e das práticas discursivas em contexto empresarial/organizacional.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus is intended, on the one hand, to provide students with the main operational concepts and analytical tools of Linguistics in the description of European Portuguese, and on the other hand, to encourage reflection on verbal language and the mechanisms governing discursive and creative processes. The aim of this unit is to address all the planes of language functioning, starting from an approach to linguistic strategies applied to promotional discourse and discursive practices in a business/organizational context.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Exposição da Docente, com recurso a bibliografia especializada; Análise de documentos reais (artigos, crónicas jornalísticas, textos publicitários, documentos empresariais...), relativos aos conteúdos programáticos; Comentário orientado de excertos de bibliografia especializada; Resolução de exercícios, com recurso a bibliografia especializada e sob a orientação da Docente; Apresentação e discussão pelos Discentes de conteúdos programáticos, a partir da análise de documentos reais e sob a orientação da Docente; Exploração de materiais pedagógicos complementares (internet, vídeos), com a finalidade de enquadrar os conteúdos programáticos.
 Av. contínua: Realização de 2 testes, com peso equitativo na classificação.
 Av. final: Exame final com peso de 100% na classificação*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Syllabus presentation by the teacher, using specialised bibliography; Analysis of real documents (articles, columns, advertising texts, company documents, etc.) regarding the syllabus; Guided review of extracts of specialised bibliography; Resolution of exercises with the use of specialised bibliography and oriented by the teacher; Syllabus presentation and discussion by the students, from the analysis of real documents and oriented by the teacher; Exploration of complementary pedagogical materials (internet, videos) with the purpose of framing the

syllabus.

Continuous evaluation: 2 tests with the same weight in the final grade.

Final evaluation: final exam with a 100% weight in the final grade.

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

Tanto a análise de documentos reais, favorecida pelo enquadramento teórico-crítico, como a produção textual, visam melhorar as competências comunicativas dos estudantes em contexto empresarial/organizacional. A orientação de trabalhos dos estudantes, se por um lado justifica o peso da componente não letiva, por outro lado visa dotar os mesmos de uma certa autonomia nos processos discursivos em Português.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Both the analysis of real documents, supported by the theoretical and critical framework, and the text production aim to improve the students' communication skills in the business/organisation contexts. The monitoring of students' works justifies the non-teaching component and aims to provide students with a certain autonomy in the discursive processes in Portuguese.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

CUNHA, Celso e CINTRA, Lindley. (2015). *Nova Gramática do Português Contemporâneo*, Lisboa, Figueirinhas.

MASLEN, Andy (2018). *Persuasive Copywriting - Cut through the noise and communicate with impact*, 2nd ed., KoganPage

MATEUS, Maria Helena Mira et alii. (2003). *Gramática da Língua Portuguesa*, 2a ed., Lisboa, Caminho.

Portal de Língua Portuguesa, disponível em <http://www.portaldalinguaportuguesa.org>

REI, José Esteves. (1995). *Curso de Redação*, vols. I e II, Porto, Porto Editora.

SHAW, Mark (2012). *Copywriting: Successful Writing for Design, Advertising and Marketing*. Laurence King Publishing

Mapa IV - Teoria da Imagem

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Teoria da Imagem

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Image Theory

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

Hum

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO - 48 H

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Aprofundar o entendimento das imagens como conjuntos de sinais visuais que estabelecem entre si relações complexas é fundamental na articulação social e nas relações interpessoais mediadas. Através das imagens estabelecemos relações com o mundo. Nesta unidade curricular articulam-se diversos campos do saber na compreensão da imagem como principal veículo de acesso à cultura atual.

Esta Unidade curricular tem como objetivos:

- Adquirir competências em literacia visual;
- Dominar ferramentas para descodificação e construção de imagens;
- Compreender um conjunto de elementos teóricos sobre as imagens e a cultura;
- Desenvolver capacidades de análise crítica, através da leitura, investigação e produção teórico-prática.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

A deep understanding of images as sets of visual signs that establish complex relations between themselves is essential for social articulation and mediated interpersonal relationships. We establish relationships with the world through images. This curricular unit articulates several fields of knowledge in order to understand the image as the main vehicle to access present-day culture.

This Curricular Unit aims to:

- Develop visual competences in visual literacy;
- Get tools to decode and build images;
- Understand a set of theoretical elements regarding images and culture;
- Develop critical analysis skills, through reading, research and theoretical and practical production.

4.4.5. Conteúdos programáticos:*I Visualidade:*

*De Guttenberg a Edison – a cultura pela visão;
A representação na construção narrativa;
Imagem e comunicação: veracidade, imaginação;
Reprodutibilidade e unicidade;
O valor da imagem;
A auto-representação na cultura da convergência e o coletivo.*

II A imagem e o quotidiano:

*Psicanálise e a imagem;
O olhar (Gaze) e o fetichismo do olhar;
Público e privado;
Simulacro e hiperreal;
Iconografia e tecnologia.*

III A imagem e a cultura de massas:

*Publicidade – sensacionalismo / contra-publicidade;
Espectáculo e entretenimento;
Apropriação, subversão, emancipação.*

IV Imagem e tecnologia:

*Redes, participação e circulação;
Imagem impressa / imagem digital;
Imagem e inteligência artificial;
O espaço virtual.*

4.4.5. Syllabus:*I Visuality:*

*From Guttenberg to Edison – the culture through the vision;
The representation in the narrative construction;
Image and communication: veracity, imagination;
Reproducibility and uniqueness;
The value of the image;
Self-representation in the convergence culture and the collective.*

II The image and the daily life:

*Psychoanalysis and the image;
The gaze and the gaze fetishism;
Public and private;
Simulacrum and hyperreality;
Iconography and technology.*

III The image and the mass culture:

*Advertising – sensationalism/anti-advertising;
Spectacle and entertainment;
Appropriation, subversion, emancipation.*

IV Image and technology:

*Networks, participation and circulation;
Print image/Digital image;
Image and artificial intelligence;
The virtual space.*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O primeiro módulo, Visualidade, descreve a importância da imagem na cultura capacitando os estudantes com competências históricas no que concerne ao desenvolvimento aprofundado da literacia visual;

Os módulos seguintes procuram munir os alunos de ferramentas para decodificação e construção de imagens, apropriados para o seu percurso profissional. Todos os temas dos conteúdos programáticos se relacionam com literatura específica proveniente de diversas áreas do conhecimento. Desta forma alargam-se os conhecimentos culturais dos alunos.

Os estudos da cultura visual estão em permanente atualização, alimentado pelo desenvolvimento social e avanços tecnológicos, e por isso incentivar a reflexão será, ao longo do semestre, motivado e incentivado, quer pela participação na discussão em aula, como através da produção teórico-prática.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The first module, Visuality, describes the importance of the image in the culture, providing students with historical competences regarding the further development of visual literacy;

The following modules aim to give students the appropriate tools to decode and build images and to their professional path. All topics of the syllabus are related to specific literature from several fields of knowledge.

The cultural knowledge of students is therefore widened. Visual culture studies are in constant evolution, being updated by the social development and the technological advances. The reflection will then be encouraged throughout the semester both by the participation in class discussions and the theoretical and practical production.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição teórica do docente acompanhada de documentos de apoio às aulas, exemplos práticos e bibliografia; Investigação pela leitura, visionamento e análise de imagens estáticas e em movimento, através de dinâmicas de grupos e participação em discussão dos temas em aula; Avaliação contínua: M1: Preparação e participação em debates da aula (com peso de 40% na classificação final). M2: Realização de texto ou vídeo ensaio (com peso de 60% na classificação final).

Avaliação final: Realização de um exame teórico-prático nas Épocas Normal ou de Recurso, com peso de 100% na classificação final.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Theoretical presentation by the teacher, followed by supporting documents, practical examples and bibliography; Research through reading, viewing and analysing still and motion images through group dynamics and participation in class discussions;

Continuous evaluation: M1: Preparation and participation in class discussions (weighting 40% of the final grade). M2: Essay text or vídeo

(weighting 60% of the final grade).

Final evaluation: Theoretical and practical exam during normal or supplementary seasons weighting 100% of the final grade.

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

Os temas de cada módulo serão apresentados de forma expositiva acompanhados de exemplos práticos e de documentos de apoio às aulas para posterior análise pelos alunos.

Em período não presencial, os alunos preparam-se individualmente para a participação ativa nas aulas através do conhecimento dos conteúdos bibliográficos. Recorrendo a dinâmicas de estudo em grupos, os alunos efetuam pesquisas de exemplos e preparam temas para debate em sala de aula.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The topics of each module will be presented and followed by practical examples and supporting documents for further analysis by students.

During non-contact hours, students prepare themselves for active participation in class through the bibliographic resources. Through group study sessions, students search for examples and prepare topics to be discussed in class.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ARNHEIM, R (1996). *El pensamiento visual*. Paidós, Barcelona.

BAUMAN, Zygmunt (2000). *Liquid Modernity*. Massachusetts: Polity Press.

BOYLAND, Alexis (2020). *Visual Culture*. Massachusetts: MIT Press.

CASTELS, Manuel (2006). *A Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

DEBORD, Guy (2000) *Society Of The Spectacle*. Black & Red.

DELEUZE, Gilles e Guattari, Felix (2006). *Rizoma*. Lisboa: Assírio & Alvim.

FARMAN, Jason (2010). *Mapping the Digital Empire: Google Earth and the Process of Postmodern Cartography*. Sage: London.

MANOVICH, Lev (2020). *Cultural Analytics*. Massachusetts: MIT Press.

MANOVICH, Lev (2016). *Instagram and Contemporary Image*. Acessível em: < http://manovich.net/content/04-projects/151-instagram-andcontemporaryimage/instagram_book_manovich_2017.pdf>

DIKOVITSKAYA, Margaret (2006). *Visual Culture: The Study of the Visual after the Cultural Turn*. Massachusetts: The MIT Press.

ZUBOFF, S. (2020). *The Age Of Surveillance Capitalism*. Publicaffairs.

Mapa IV - Economia

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Economia

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Economy

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

E&G

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A UC tem como finalidade substancial promover a assimilação dos princípios básicos da Economia e a aplicação destes na resolução de problemas de natureza prática.

As competências genéricas consistem em:

Criar e desenvolver a capacidade de interpretar conceitos básicos da Economia, e comunicar temas da área económica e organizacional expondo ideias e promovendo interligação com a envolvente externa;

Desenvolver capacidades pessoais que permitam aprendizagem autónoma;

Dotar os estudantes da capacidade de trabalhar em grupo, desenvolvendo relações interpessoais como forma de melhorar a sua inserção no mercado de trabalho. Especificamente, procura-se:

Desenvolver conhecimentos e capacidade de compreensão nos domínios da ciência económica, apoiando-se nos conhecimentos adquiridos em aula e na pesquisa que aprendem a desenvolver;

Dotar os estudantes da capacidade de aplicar os conhecimentos adquiridos à resolução de problemas específicos, compreendendo assim o mundo em que vivem.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

This CU aims to substantially promote the assimilation of the basic principles of Economics and their application in the resolution of practical problems.

The generic competences consist of:

Create and develop the capacity for interpreting basic concepts of Economics, and communicate themes from the economical and organisational areas by presenting ideas and promoting interconnection with the external environment;

Develop personal skills for autonomous learning;

Provide students with the ability to work in a group, developing interpersonal relationships as a way to improve their labour market integration.

Specifically, we seek to:

Develop knowledge and the ability to understand the domains of economic science, relying on the knowledge acquired in class and in the research they learn to develop;

Provide students with the ability to apply the knowledge acquired to the resolution of specific problems, thus understanding the world they live in.

4.4.5. Conteúdos programáticos:**INTRODUÇÃO**

A Ciência Económica

Microeconomia vs. Macroeconomia

Fundamentos microeconómicos da procura

A FUNÇÃO PROCURA COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR, OTIMIZAÇÃO OFERTA E ESTRUTURA DE MERCADO

A Função oferta e equilíbrio

Estrutura de custos

Estruturas de mercado

TOMADA DE DECISÕES ESTRATÉGICAS

Agregados Económicos

As Contas Nacionais

A Integração Económica

O COMÉRCIO INTERNACIONAL

Taxas de variação e Comércio Internacional.

A balança de pagamentos internacionais

A integração económica internacional

4.4.5. Syllabus:**INTRODUCTION**

The Economic Science

Microeconomics vs. Macroeconomics

Microeconomic foundations of demand

DEMAND FUNCTION

Consumer behaviour, optimisation Supply and market structure

Supply function and balance Cost structure Market

STRUCTURES STRATEGIC DECISION MAKING

Economic Aggregates National Accounts

International trade

Rates of change

ECONOMIC INTEGRATION AND INTERNATIONAL TRADE.

Balance of international payments

International economic integration

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos problematizam, contextualizam e colocam em perspetiva os assuntos mais importantes no domínio da Ciência Económica. Os conteúdos começam por incluir um capítulo de introdução ao estudo de temáticas económicas, atribuindo especial ênfase a uma economia de troca, intuitivamente muito simples e fundamental no funcionamento das sociedades evoluídas. Nos capítulos seguintes, os alunos de Relações Públicas e Gestão da Comunicação deverão tomar contacto com conceitos da microeconomia e da macroeconomia como ramos principais da economia, tendo, porém, duas preocupações fundamentais: o estudo dos comportamentos dos agentes económicos e dos mercados e, por outro lado, a análise do funcionamento da economia no seu conjunto. Finalmente, o último capítulo permitirá a compreensão de questões relacionadas com o comércio internacional e a integração económica, para um melhor enquadramento na vida económica atual.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus questions, contextualises and puts into perspective the most important issues in the area of Economic Science. The syllabus begins by including an introduction chapter to the study of economic themes, giving special emphasis to a barter exchange - intuitive, very simple and essential in the way evolved societies operate. In the following chapters, the Public Relations and Communication Management students should have contact with concepts of microeconomics and macroeconomics as the main branches of economics, although with two main concerns: the study of the behaviour of the economic agents and the markets, and the analysis of how economics works as a whole. Finally, the last chapter will allow the understanding of questions related to international trade and economic integration, for a better framework of the current economic life.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teórico-práticas de exposição e discussão dos conceitos teóricos e realização de exercícios de aplicação dos conhecimentos transmitidos. Em todas as temáticas, o docente partirá de situações intuitivas e sobre elas derivará exemplos e gráficos ilustrativos que permitam a compreensão das teorias.

Regime de avaliação contínua: realização de duas provas escritas com incidência sobre matéria parcelar (50%+50%).

Regime de avaliação final: prova a realizar nas Épocas Normal ou de Recurso (100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Theoretical and practical classes with syllabus presentation, discussion of theoretical concepts and exercises to apply the knowledge transmitted. In every theme, the teacher will begin with intuitive situations and, from them, will result examples and illustrations that allow the understanding of the theories.

Continuous evaluation: two written tests with focus on syllabus parts (50%+50%).

Final evaluation: exam during Normal or Supplementary Seasons (100%).

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

Globalmente, as metodologias de ensino perspectivadas ajustam-se aos objetivos da unidade curricular, na medida em que enfatizam a componente teórica, através do estímulo ao desenvolvimento de conhecimentos suscetíveis de integrar conceitos teóricos e práticos; e a

componente prática através do estímulo da reflexividade e aplicabilidade prática de conceitos apreendidos, por via da sua aplicação à resolução de situações padrão na área da Economia, garantindo o desenvolvimento de autonomia na resolução de problemas. A capacidade de trabalho individual é enfatizada na sequência da componente expositiva e concluída com a realização de duas provas escritas complementares, enquanto a capacidade de interação com colegas no seio de grupos é trabalhada através da proposta de problemas para a turma.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

a whole, the teaching methodologies planned are fully adjusted to the curricular unit's goals, since they emphasise the theoretical component, by stimulating the development of knowledge capable of integrating theoretical and practical concepts; and the practical component, by stimulating the reflexivity and practical use of the learned concepts, through their application in solving standard situations in the area of Economics, thus assuring the development of autonomy in problem solving. The individual working capacity is demonstrated by the presentation component and completed with two additional written tests, while the ability to interact with colleagues within groups is worked through the presentation of problems in class.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

FERNANDES, A. et al (2019). *Introdução à Economia*, 2ª edição, Edições Sílabo.
FRANK, R. & Bernanke, B. (2012). *Princípios de Economia*, 4ª edição, McGraw-Hill.
MATA, J. (2012). *Economia da Empresa*, 7ª edição, Fundação Calouste Gulbenkian.
NEVES, J. C. (2013). *Introdução à Economia*, 10ª edição, Editorial Verbo.
SAMUELSON, P. & NORDHAUS, W. (2011). *Economia*, 19ª edição, McGraw-Hill.
SOUSA, M. E. F. et al (2019). *Análise Económica - Conceitos e Exercícios Resolvidos*, 4ª edição, Edições Sílabo.

Mapa IV - Tecnologias Aplicadas à Comunicação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Tecnologias Aplicadas à Comunicação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Technologies Applied to Communication

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Desenvolver conhecimentos sobre as tecnologias de informação e o seu papel na sociedade e, em particular, o possível impacto em áreas de desenvolvimento profissional associadas ao curso;
- Conhecer as principais funções e características dos sistemas informáticos e seus equipamentos;
- Identificar e caracterizar aplicações de tecnologias de informação e utilizar aplicações de processamento de texto, folha de cálculo, criação e edição de apresentações gráficas;
- Aprender a utilizar eficazmente e de uma forma integrada os diferentes programas de escritório eletrónico;
- Conhecer plataformas de trabalho colaborativo, conversação e software na nuvem.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Develop knowledge about information technologies and their role in society and, in particular, the possible impact on areas of professional development associated with the course;
- Know the main functions and characteristics of computer systems and their equipment;
- Identify and characterize information technology applications and use word processing, spreadsheet, creation and editing of graphic presentations;
- Learn to use the different electronic office programs effectively and in an integrated way;
- Know collaborative work platforms, conversation and software in the cloud.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

TECNOLOGIAS E COMUNICAÇÃO

As tecnologias de comunicação e informação e o seu papel mediador da comunicação. Contextos de pós-verdade e vigilância: literacia social aplicada ao mundo virtual – Literacia além da literacia. As redes sociais como ferramentas de divulgação. Os ambientes colaborativos em resposta a uma sociedade online.

SISTEMA OPERATIVO WINDOWS E PRINCIPAIS PROGRAMAS

Ambiente de trabalho. Word for Windows e principais ferramentas de edição de texto. Excel for Windows e principais ferramentas de folhas de cálculo. Powerpoint for Windows e criação de apresentações.

TRATAMENTO E OTIMIZAÇÃO DE IMAGENS VETORIAIS E PARA A WEB

Criação e edição de imagens Adobe Photoshop e Illustrator

PLATAFORMAS DE TRABALHO COLABORATIVO, CONVERSAÇÃO E SOFTWARE NA NUVEM:

Google Aps. Dropbox. Mailchimp. Slack. Trello. Teams. Skype.

4.4.5. Syllabus:**TECHNOLOGIES AND COMMUNICATION**

Communication and information technologies and their mediating role in communication. Post-Truth and Surveillance Contexts: Social Literacy Applied to the Virtual World – Literacy beyond Literacy. Social networks as dissemination tools. Collaborative environments in response to an online society.

WINDOWS OPERATING SYSTEM AND MAIN PROGRAMS

Workplace. Word for Windows and main text editing tools. Excel for Windows and leading spreadsheet tools. Powerpoint for Windows and creating presentations.

TREATMENT AND OPTIMIZATION OF VECTOR AND WEB IMAGES

Creating and editing Adobe Photoshop and Illustrator images

PLATFORMS FOR COLLABORATIVE WORK, CONVERSATION AND SOFTWARE IN THE CLOUD:

Google Aps. Dropbox. Mailchimp. Slack. Trello. Teams. Skype.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que o programa aborda de forma integrada a utilização das TIC nas Relações Públicas, nomeadamente a edição de documentos a nível profissional, assim como a utilização da folha de cálculo na gestão e planeamento das atividades profissionais.

São também ensinadas ferramentas que permitem a apresentação profissional de trabalhos e a gestão da comunicação de forma eficiente e integrada.

Nos blocos práticos das aulas, são explorados casos práticos de aplicação da matéria dada, refletindo a aplicabilidade das TIC à profissão de Relações Públicas e desafios associados à Nova Economia Digital.

Na exposição teórica são evidenciadas as principais questões e desafios que podem ser ultrapassados através do uso das ferramentas aprendidas.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus is consistent with the curricular unit's goals, since the programme addresses, in an integrated way, the use of ICTs in Public Relations, namely the editing of documents at a professional level, as well as the use of the spreadsheet in the management and planning of professional activities. Tools that allow the professional presentation of works and efficient and integrated communication management are also taught.

In the practical component of classes, practical cases regarding the syllabus taught are explored, reflecting the application of ICTs in the PR profession.

In the theoretical presentation, the main issues and challenges that can be surpassed through the use of the tools learned are emphasised.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino baseia-se em aulas teórico-práticas compostas de exposições teóricas suportadas através de apresentação de exemplos.

As aulas são ainda complementadas com análises de casos de estudo e exercícios práticos. A componente prática tem primordial preponderância.

A avaliação global da disciplina (nota final) é baseada em duas provas práticas.

As provas práticas (Prova1 e Prova2), serão realizadas no computador.

Nota Final (por avaliação contínua) = 50% Prova1 + 50% Prova2

Nota Final (por exame) = Nota do Exame

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodology is based on theoretical-practical classes, which include theoretical presentations supported by examples.

Classes are also complemented by the analysis of study cases and practical exercises. The practical component is always significant.

The global evaluation of the subject (final grade) is based on two practical tests.

The practical tests (Test 1 and Test 2) are performed on the computer.

Final grade (continuous evaluation) = 50% Test 1 + 50% Test 2

Final grade (exam) = Exam grade

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

As metodologias de ensino centram-se na resolução de problemas, estando em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que valorizam a componente prática e o saber fazer.

O regime de avaliação está concebido para medir até que ponto estas competências foram desenvolvidas e se os alunos adquiriram as competências necessárias ao manuseamento das TIC e sua aplicação prática adequada ao exercício da profissão.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodologies focus on the resolution of problems, being in line with the curricular unit's goals, since they value the practical component and the know-how.

The evaluation was designed to measure to what extent these competences were developed and students acquired the competences needed to use ICTs and their practical application to the job performance.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ADOBE CREATIVE TEAM (2019). Adobe Illustrator CC - Classroom in A Book. Adobe Press.

ADOBE CREATIVE TEAM (2019). Adobe Premiere Pro CC - Classroom in A Book. Adobe Press.

BERNSTEIN, J. (2018), Networking Made Easy: Get Yourself Connected

CASTELS, M. (2006). A Sociedade em Rede. Gulbenkian.

DIAS, P. (2014). Viver na Sociedade Digital. Lisboa: Principia.

ERCEGOVAC, M. D. et al (2000), *Introdução aos sistemas digitais*, Porto Alegre, BookMan
 GIDDENS, A. (2000). *O Mundo na Era da Globalização*. Lisboa, Portugal: Editorial
 ORBAN, S. (2018) *Ahead in the Cloud: Best Practices for Navigating the Future of Enterprise IT*, CreateSpace Independent Publishing Platform.
 SOUSA, S. (2009), *Tecnologias de informação: o que são? para que servem? Lidel*
 WHITE, R. (2014) *How Computers Work: The Evolution of Technology, 10th Edition (How It Works)*, Que Publishing; 10 ed

Mapa IV - Teorias da Comunicação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Teorias da Comunicação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Communication Theories

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

CRISTINA TERESA SALVADOR REBELO (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Refletir criticamente sobre o campo de estudos e o objeto da comunicação social;
- Compreender a configuração da comunicação enquanto área do conhecimento das ciências sociais;
- Identificar os conceitos, modelos, estruturas e paradigmas da comunicação. Conhecer a história e a evolução do pensamento comunicacional: principais escolas, autores e teorias, os seus conceitos fundamentais e as origens epistemológicas nos diferentes períodos históricos, geográficos e sociais - correntes teóricas clássicas e contemporâneas;
- Conhecer os diversos estudos sobre o processo comunicacional, com incidência sobre a produção, a circulação e a apropriação das mensagens, bem como sobre abordagens teóricas contemporâneas e as contribuições interdisciplinares para a constituição de uma teoria da comunicação.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Critical reflection on the study environment and the object of social communication;
- Understand the configuration of communication as an area of knowledge in the social sciences;
- Identify the concepts, models, structures and paradigms of communication. Know the history and evolution of communicational thinking: main schools, authors and theories, their fundamental concepts and epistemological origins in different historical, geographical and social periods - classical and contemporary theoretical currents;
- Know the various studies on the communication process, focusing on the production, circulation and appropriation of messages, as well as on contemporary theoretical approaches and interdisciplinary contributions to the constitution of a theory of communication.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

O CAMPO E O OBJETO DA COMUNICAÇÃO

A transdisciplinaridade das teorias da comunicação; Perspetivas behaviorista e sistémica da comunicação; Os fenómenos comunicacionais e mediáticos a partir de uma perspetiva crítica; Contextualização das teorias da comunicação nos diferentes média; As diferentes correntes teóricas de compreensão da comunicação humana, transmissão de informação, interação social e mediação tecnológica.

AS PRINCIPAIS TEORIAS

A Escola de Chicago e as reflexões teóricas da comunicação; Interacionismo simbólico; Teoria Hipodérmica e paradigma de Lasswell; Funcionalismo Norte Americano; Pragmática da Escola de Palo Alto e os conceitos de cibernética; Teoria Matemática da comunicação; Teoria Crítica em novas perspetivas; Indústria Cultural; Reprodutibilidade Técnica e os novos meios de reprodução; Estruturalismo Francês; Escola Canadiana; Estudo dos efeitos a longo prazo - Agenda Setting; Teoria dos efeitos limitados – Two step flow; Teoria dos usos e gratificações.

4.4.5. Syllabus:

THE ENVIRONMENT AND THE OBJECT OF COMMUNICATION

The transdisciplinarity of communication theories; Behaviorist and systemic perspectives on communication; Communication and media phenomena from a critical perspective; Contextualization of communication theories in different media; The different theoretical currents of understanding human communication, information transmission, social interaction and technological mediation.

THE MAIN THEORIES

The Chicago School and theoretical reflections on communication; Symbolic interactionism; Hipodermic Theory and Lasswell's paradigm; North American Functionalism; Pragmatics from the School of Palo Alto and the concepts of cybernetics; Mathematical Theory of Communication; Critical Theory in New Perspectives; Cultural Industry; Technical Reproducibility and the new means of reproduction; French structuralism; Canadian School; Study of long-term effects - Agenda Setting; Theory of limited effects – Two step flow; Theory of uses and gratifications.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Compreender os fenómenos comunicacionais e mediáticos a partir de uma reflexão crítica sobre as Teorias da Comunicação, contextualizando as diferentes teorias e correntes teóricas para melhor compreensão dos conceitos e paradigmas. A partir do conhecimento da história e evolução do pensamento comunicacional permitir uma reflexão sobre a produção e a circulação das mensagens e o impacto nas interações sociais.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Understand communication and media phenomena from a critical reflection on Communication Theories, contextualizing different theories and theoretical currents for a better understanding of concepts and paradigms. From the knowledge of the history and evolution of communicational thinking, allow a reflection on the production and circulation of messages and the impact on social interactions.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teórico práticas dedicadas a transmitir conhecimentos e praticar os mesmos em pequenos casos ou simulações, tendo em conta os conteúdos e realidade dos media e sociedade. Utilização de material multimédia. Avaliação Contínua: Teste (60%) + trabalho prático obrigatório com apresentação (40%). Avaliação Final: Provas em época Normal e/ou Recurso (100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Theoretical and practical classes dedicated to pass on knowledge, while also practicing them in small cases or role play, taking into account the content and reality of media and society. Use of multimedia material. Continuous evaluation: Test (60%) + mandatory practical work with presentation (40%). Final evaluation: exam during Normal and/or Supplementary Seasons (100%).

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

Apresentação de conteúdos teóricos onde se explicam os casos e eventos mais relevantes das Teorias da Comunicação. A visualização tem por objetivo ilustrar os acontecimentos ou tipos de Teorias com vista a facilitar a compreensão das mesmas e criar estímulo argumentativo para a discussão em aula das temáticas abordadas. A opção por aulas teóricas em que as Teorias são apresentadas e discutidas aliadas às aulas práticas de simulações permitem a aplicação das teorias nos contextos atuais dos media e da sociedade.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Presentation of theoretical contents where the most relevant cases and events of communication theories are explained. The preview has for aim to illustrate the events or types of theories in order to facilitate their understanding and create an argumentative stimulus for the discussion in class of the themes addressed. The option for theoretical classes in which Theories are presented and discussed, together with practical simulation classes, allow the application of Theories in the current contexts of the media and society.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*CASTELLS, M. (2005). A Sociedade em Rede. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
ESTEVES, J. P. (2002) [org.]. Comunicação e Sociedade, Lisboa: Livros Horizonte.
GOFFMAN, E. (1993). Apresentação do eu na vida de todos os dias, Lisboa: Relógio de Água.
GUERREIRO, A. D. (2020) Vida, Teoria e Equidade: Elementos para uma Teoria Pedagógico Educomunicacional e Cultural em Cidadania. Almada: EDLARS - Educomunicação e Vida
HOHLFELDT, A. et al (2001). Teorias da Comunicação. Petrópolis: Vozes.
MATTELARD, A E MATTELARD, M. (2002). História das Teorias da Comunicação, Porto: Campo das Letras.
RODRIGUES, A. (2012). Teorias da Comunicação, Lisboa: Fund. Gulbenkian.
WOLF, M. (2006). Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença*

Mapa IV - História e Teorias das Relações Públicas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

História e Teorias das Relações Públicas

4.4.1.1. Title of curricular unit:

History and Theories of Public Relations

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:*<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- Reconhecer as Relações Públicas não somente como atividade ou prática profissional, mas como um campo de conhecimento com literatura específica e teorias reconhecidas;
- Trabalhar a conceção teórico-prática das Relações Públicas, os seus fundamentos teóricos e científicos e interdisciplinaridade;
- Conhecer a história das Relações Públicas, a sua evolução e fundamentação teórica, identificando os principais autores e outros contributos profissionais;
- Interpretar as diferentes correntes e perspetivas teóricas, bem como os modelos das Relações Públicas e compreender a sua aplicação, em contextos económicos, políticos, socioculturais e tecnológicos;
- Reconhecer a Comunicação Relacional, Simétrica e Bidirecional como paradigma de Excelência das Relações Públicas;
- Abordar questões éticas e a deontologias associadas à profissão.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Recognize Public Relations not only as a professional activity or practice, but as a field of knowledge with specific literature and recognized theories;
- Work on the theoretical-practical conception of Public Relations, its theoretical and scientific foundations and interdisciplinarity;
- Know the history of Public Relations, its evolution and theoretical foundation, identifying the main authors and other professional contributions;
- Interpret the different currents and theoretical perspectives, as well as the models of Public Relations and understand their application in economic, political, sociocultural and technological contexts;
- Recognize Relational, Symmetrical and Bidirectional Communication as a paradigm of Excellence in Public Relations;
- Address ethical issues and deontologies associated with the profession.

4.4.5. Conteúdos programáticos:**EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS.***Antecedentes e nascimento. A Era dos Pioneiros (1900-1950). A Evolução da prática profissional e da fundamentação teórica. As Relações Públicas em Portugal, na Europa e no Mundo.***OS FUNDAMENTOS TEÓRICOS DAS RELAÇÕES PÚBLICAS.***Principais autores e contribuições teóricas. Conceptualização e Problemas Terminológicos. Panorama Científico e relação com outras disciplinas. Funções e Áreas Profissionais. Modelos de Grunig e Excelência das Relações Públicas. Abordagem retórica e teorias críticas das Relações Públicas.***4.4.5. Syllabus:****HISTORICAL EVOLUTION OF PUBLIC RELATIONS.***Background and birth. The Age of Pioneers (1900-1950). The evolution of professional practice and theoretical foundation. Public Relations in Portugal, Europe and the World.***THE THEORETICAL FOUNDATIONS OF PUBLIC RELATIONS.***Main authors and theoretical contributions. Conceptualization and Terminological Problems. Scientific overview and relationship with other disciplines. Functions and Professional Areas. Grunig Models and Public Relations Excellence. Rhetorical approach and critical theories of Public Relations.***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Os conteúdos programáticos foram considerados relevantes para, num primeiro contato com a área das Relações Públicas, os estudantes conhecerem precisamente o seu enquadramento histórico e a fundamentação teórica, conforme constam dos objetivos de aprendizagem da UC. Esta abordagem permitirá aos estudantes posicionarem o exercício profissional com conhecimentos estruturantes sobre esta área, contribuindo para uma maior clarificação e identidade deste campo de conhecimento.***4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***The syllabus was considered relevant for, in a first contact with the area of Public Relations, students know precisely its historical framework and theoretical foundation, as assumed in the CU Intended learning outcomes. This approach will allow students to position their professional practice with structuring knowledge about this area, contributing to a greater clarification and identity of this field of knowledge.***4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Existe uma metodologia expositiva dos conteúdos programáticos, com espaço a uma reflexão sobre os mesmos, sendo solicitada a participação ativa e constante dos estudantes, através da análise crítica de textos e casos práticos sobre os diversos conteúdos programáticos.**Os estudantes serão avaliados através de uma prova escrita (50%) e o desenvolvimento de 2 trabalhos individuais (50%). O exame final consta de uma prova escrita (100%).***4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):***There is an expository methodology of the syllabus contents, with space for reflection, and an active and constant participation of students is requested, through the critical analysis of texts and practical cases on the several syllabus contents.**Students will be evaluated through a written test (50%) and the development of 2 individual projects (50%). The final exam consists of a written test (100%).***4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Tendo em conta os objetivos propostos, que passam pelo contato com conteúdos essencialmente teóricos, procurar-se-á estimular a participação dos estudantes pela sua reflexão e consciencialização relativamente à importância, abrangência e especificidade social das*

Relações Públicas.

Opta-se por uma metodologia de ensino-aprendizagem que assenta num princípio de diversidade explícita nos diferentes tipos de metodologia propostos (expositivo, clássico e mais interativo), equilibrando com uma intervenção constante dos estudantes nomeadamente através da análise e crítica de textos e casos práticos relativos aos diversos conteúdos programáticos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Considering the proposed objectives, which involve contact with essentially theoretical content, the aim will be to encourage student participation through their reflection and awareness of the importance, scope and social specificity of Public Relations.

We selected a teaching-learning methodology that is based on the principle of explicit diversity in the different types of methodology proposed (expository, classic and more interactive), balancing with a constant intervention of students, namely through the analysis and critique of texts and practical cases related to the several syllabus.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

CASTILLO ESPARCIA, A. (2009) *Relaciones Publicas: teoría e historia*. Ed. UOC
 DREYER, B. (2017) *Relações Públicas na Contemporaneidade. Contexto, modelos e estratégias*. Summus Ed.
 FONSECA, A. (2011) *Para uma história das Relações-Públicas*. Ed. ISMAI. Estudos e Monografias
 GONÇALVES, G. (2010) *Introdução à Teoria das Relações Públicas*. Col Comunicação. Porto Editora
 GRUNIG, J. E. & HUNT, T. (1984), *Managing public relations*. Holt, Rinehart e Winston
 KUNTSCH, M. (Org.) (2009) *Relações Públicas e Comunicação organizacional: campos académicos de múltiplas perspectivas*. Difusão Editorial
 MYERS, C. (2021). *Public Relations History - Theory, Practice and Profession*, Routledge
 NETO, M. (2015) *4 Rs das Relações Públicas Plenas. Proposta conceitual e prática para a Transparência nos Negócios*. Ed. Ciência Moderna
 ROJAS ORDUÑA, O. (2008) *Relaciones Publicas: la eficacia de la influencia*. ESIC
 WILCOX, D. et al (2012) *Relaciones Publicas: estrategias y tácticas*. 10ª ed, Pearson Educación

Mapa IV - Teorias da Opinião Pública**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Teorias da Opinião Pública

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Theories of Public Opinion

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

SIMONE ANTONIACI TUZZO (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Refletir sobre a formação da opinião pública na sociedade mediatizada;
- Reconhecer as Relações Públicas diante dos novos modelos de comunicação sem mediação e a relação com os utilizadores-consumidores-públicos-cidadãos;
- Estudar os aspetos de formação da Opinião Pública pelas hipóteses da agenda setting, da espiral do silêncio, do newsmaking, dos valores/notícia;
- Identificar o trabalho social como fator importante na construção identitária de uma organização com reflexo direto na formação da opinião dos públicos;
- Compreender o papel dos meios de comunicação (impressos, eletrónicos e digitais) na construção da Opinião Pública;
- Refletir sobre as transformações do espaço público e do espaço privado na construção da Opinião Pública;
- Compreender o trabalho de formação da Opinião Pública para pessoas físicas, produtos, marcas e territórios enquanto processo para além das organizações.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Reflect on the formation of public opinion in the mediatized society;
- Recognize Public Relations in the face of new communication models without mediation and the relationship with users-consumers-public-citizens;
- Study the aspects of formation of Public Opinion through the hypotheses of agenda setting, the Spiral of Silence, newsmaking, values/news;

- *Identifying social work as an important factor in the construction of an organization's identity with a direct impact on the formation of public opinion;*
- *Understand the role of the media (printed, electronic and digital) in the construction of Public Opinion;*
- *Reflect on the transformations of public space and private space in the construction of Public Opinion;*
- *Understand the work of forming Public Opinion for individuals, products, brands and territories as a process beyond organizations.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

REFERÊNCIAS HISTÓRICAS E TEÓRICAS DO CONCEITO DE OPINIÃO PÚBLICA

Formação da opinião pública; ideias fundamentais e seu desenvolvimento histórico.

Compreender o que é e como se forma a Opinião Pública; opinião manifestada, opinião publicada e contraopinião.

A formação da opinião pública antes dos media e a formação da Opinião pública para e nas organizações.

IDENTIFICAÇÃO DE PÚBLICOS PARA FORMAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA

O papel dos formadores de opinião na sociedade contemporânea e a inserção dos processos relacionais corporativos na formação da opinião pública.

IMPACTOS DOS MEDIA E DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE E NA FORMAÇÃO DA OPINIÃO PÚBLICA.

Mediatização, esfera pública e opinião pública. Os media na formação da opinião pública e a desintermediação das instituições mediáticas no processo de visibilidade de agentes individuais e coletivos incluindo as plataformas digitais. Opinião pública além dos media.

4.4.5. Syllabus:

HISTORICAL AND THEORETICAL REFERENCES ON THE CONCEPT OF PUBLIC OPINION

Formation of public opinion; fundamental ideas and their historical development.

Understand what Public Opinion is and how it is formed; expressed opinion, published opinion and counter-opinion.

The formation of public opinion before the media and the formation of Public Opinion for and in organizations.

IDENTIFICATION OF AUDIENCES FOR THE FORMATION OF PUBLIC OPINION

The role of opinion makers in contemporary society and the insertion of corporate relational processes in the formation of public opinion.

IMPACTS OF MEDIA AND INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES ON SOCIETY AND ON THE FORMATION OF PUBLIC OPINION.

Mediatization, public sphere and public opinion. The media in the formation of public opinion and the disintermediation of media institutions in the process of visibility of individual and collective agents, including digital platforms. Public opinion beyond the media.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos problematizam, contextualizam e instigam à reflexão sobre o papel dos Relações Públicas na formação da opinião pública. A reflexão sobre o papel dos media e as transformações sociais na formação da opinião pública são analisadas com base nas organizações, mas para além delas, de forma que os conteúdos programáticos também contemplam uma reflexão para a opinião pública com relação às pessoas, territórios, marcas e produtos. O trabalho social também é destaque na formação da opinião pública.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus problematizes, contextualizes and encourages reflection on the role of Public Relations in the formation of public opinion. The reflection on the role of the media and social transformations in the formation of public opinion are analyzed based on organizations, but beyond them, so that the syllabus also contemplates a reflection for public opinion in relation to people, territories, brands and products. Social work is also highlighted in the formation of public opinion.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição da docente com recursos e bibliografia especializada;

Análise de casos publicados em eventos científicos ou na media sobre Opinião Pública;

Leitura de textos, livros e artigos científicos indicados pela professora da UC;

Indicação de vídeos, filmes, documentários, produtos mediáticos com conteúdos alusivos à Unidade Curricular.

Avaliação contínua: trabalho em grupo de estudo de caso (50%) e uma avaliação individual (50%);

Avaliação final: Prova escrita na época normal ou de recurso – 100%

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Exposition of the professor with resources and specialized bibliography;

Analysis of cases published in scientific events or in the media on Public Opinion;

Reading of texts, books and scientific articles recommended by the UC professor;

Indication of videos, films, documentaries, media products with content related to the Curricular Unit.

Continuous assessment: group work presentation of a case study (50%) and an individual assessment (50%);

Final assessment: Written test in the normal or appeal period - 100%

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

As metodologias de ensino desta unidade curricular baseiam-se fundamentalmente no uso das técnicas mais apropriadas e diversificadas (power point, exposição teórica do docente, apresentação dos trabalhos de grupo dos alunos, fomento do debate e da pesquisa de forma individual e em grupo) e na procura da ligação da teoria à prática mediante a apresentação para discussão de casos práticos relacionados com os conteúdos programáticos. As sessões teórico-práticas são lecionadas de forma expositiva, recorrendo frequentemente a exemplos, para ilustrar a aplicação prática dos conceitos e ao questionamento, para aferir os conhecimentos dos alunos e clarificar dúvidas. Recurso frequente à interação com os alunos como forma de participação, interação e de aferir a aprendizagem.

A realização de exercícios e o estudo de casos destinam-se à consolidação de conceitos e à aplicação em situações reais. A realização de trabalhos de pesquisa com apresentação em aula destina-se a fomentar a capacidade de análise, seleção e síntese das informações sobre os temas da UC. Os debates em aula destinam-se ainda a desenvolver o sentido crítico e a capacidade de reflexão dos alunos, assim como a capacidade de argumentação e resposta perante as questões de colegas e docente.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodologies of this curricular unit are fundamentally based on the use of the most appropriate and diversified techniques (power point, lecturer's theoretical exposition, presentation of students' group work, encouragement of debate and research individually and in groups) and in the search for linking theory to practice through the presentation for discussion of practical cases related to the syllabus. Theoretical-practical sessions are lectured in an expository way, often using examples, to illustrate the practical application of concepts and questioning, to assess the students' knowledge and clarify doubts. Frequent use of interaction with students as a form of participation, interaction and measuring learning.

Exercises and case studies are aimed at consolidating concepts and applying them in real situations. Carrying out research work with presentation in class is intended to foster the ability to analyze, select and synthesize information on the topics of the UC. Classroom debates are also intended to develop students' critical thinking and capacity for reflection, as well as the ability to argue and respond to the questions of colleagues and professors.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- BAUMAN, Z. (2000) *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
 BERNAYS, E. (1998) *Cristalizando la Opinión Pública. Clásicos de las relaciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000
 DA VIÁ, S. C. (1983) *Opinião pública: técnicas de formação e problemas de controle*. São Paulo: Loyola.
 HABERMAS, J. (2003) *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro.
 KERCKHOVE, D. (1997) *A Pele da Cultura*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
 LIPPMANN, W. (2008) *Opinião pública*. Petrópolis, RJ: Vozes.
 McCOMBS, M. (2009) *A teoria da agenda. A mídia e a opinião pública*. Petrópolis, RJ: Vozes.
 NOELLE-NEUMANN, E. (1995) *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
 TUZZO, S. (2005). *Deslumbramento Coletivo: Opinião Pública, Mídia e Universidade*. São Paulo: Annablume.
 TUZZO, S. (2016). *Os sentidos do Impreso*. Prefácio de Derrick de Kerckhove. Goiânia: Editora Cegraf-UFG.

Mapa IV - Questões Contemporâneas de Comunicação**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Questões Contemporâneas de Comunicação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Contemporary Communication Issues

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

JOÃO PAULO ARAÚJO DE MENESES (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Conhecer as principais características, impacto e desafios colocados pelo conjunto de temas contemporâneos selecionados nas áreas da comunicação organizacional, do marketing e da publicidade;
 - Desenvolver o espírito crítico e a capacidade de pesar os prós e os contras das possíveis abordagens a cada um desses temas.
- Pretende-se que o programa seja atualizado todos os anos de modo a esta UC poder representar um fórum de discussão dos principais temas e controvérsias da atualidade nas áreas científicas do curso.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Know the main characteristics, impact and challenges posed by the set of contemporary themes selected in the areas of organizational communication, marketing and advertising;
 - Develop a critical spirit and the ability to weigh the pros and cons of possible approaches to each of these themes.
- It is intended that the program is updated every year so that this UC can represent a forum for discussion of the main themes and controversies of the present time in the scientific areas of the course.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- O desafio da avalanche de informação e do défice de atenção;
- Gestão da informação e da sua comunicação de uma forma ética e eficaz;
- Recolha e processamento massivo de informação: big data, inteligência artificial, aprendizagem máquina;
- Privacidade, tecnologia, vigilância, mobilidade, georreferenciação e redes sociais;
- O novo ecossistema dos média: consumers, producers, prosumers, influencers, fake media, viral media;
- Responsabilidade social das entidades e a sua comunicação ao público em geral.

4.4.5. Syllabus:

- The challenge of the avalanche of information and the deficit of attention;
- Management of information and its communication in an ethical and effective way;
- Massive information collection and processing: big data, artificial intelligence, machine learning;
- Privacy, technology, surveillance, mobility, georeferencing and social networks;

- *The new media ecosystem: consumers, producers, prosumers, influencers, fake media, viral media;*
- *Social responsibility of entities and their communication to the general public.*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos visam abordar as principais questões atuais relativas à comunicação nas suas diferentes vertentes e compreender a sua inter-relação com diversas áreas científicas, bem como identificar as implicações da era digital. Assim, os estudantes deverão identificar as implicações dos novos media na (re)conceptualização de práticas sociais e culturais, potenciando a sua atitude crítica e reflexiva com vista a lhes fornecer ferramentas para num futuro próximo conseguirem desenvolver conteúdos nas áreas cobertas pelos temas abordados.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus aims at an approach of the current main issues associated to communication, in its distinct branches, understand its interrelationship with the different scientific areas and identify the consequences of the digital era. Therefore, students should identify the consequences of new media in the (re)conceptualisation of social and cultural practices, leveraging their critical and reflexive attitude, in order to obtain tools that enable content development in the areas covered by the topics addressed, in the near future.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Exposição teórica do docente acompanhada de exemplos práticos, estudos de caso e bibliografia. Investigação pela leitura, visionamento e posterior análise através de dinâmicas de grupos, e participação em discussão dos temas em aula.
Avaliação contínua: a) participação em debates na aula (40%), b) realização de texto ou ensaio (60%).
Avaliação final: Realização de um exame teórico-prático com peso de 100% na classificação final.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

*Theoretical presentation by the teacher, followed by practical examples, case studies and bibliography. Research through reading, viewing and further analysis in group dynamics and participation and discussion of topics in class.
Continuous evaluation: a) participation in classroom debates (40%), b) text or essay (60%).
Final evaluation: Theoretical and practical exam with a 100% weight in the final grade.*

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

Através da exposição teórica por parte do docente e da visualização de conteúdos audiovisuais e da leitura de textos relevantes, os estudantes apreendem as principais características que definem os contextos e conceitos relacionados com os temas abordados e as suas implicações no mundo atual. O recurso a exemplos, apresentados e analisados através da videografia, da discussão de documentos escritos e da elaboração de apresentações em grupo, permitirá desenvolver e articular a terminologia e os conceitos associados a cada um dos temas selecionados. A participação dos estudantes nas apresentações permite igualmente articular os conhecimentos necessários para o desenvolvimento de capacidades de análise crítica sobre práticas comunicacionais e culturais emergentes.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The theoretical presentation by the teacher, viewing of audiovisual content and reading of relevant texts enables the student to grasp the characteristics that define contexts and concepts related to the topics addressed, as well as their implications in today's world. The use of examples, which are presented and analysed through videography, debate regarding written documents and group presentations, allows the development and coordination of terminology and concepts related to each of the selected topics. The participation of students in presentations also enables a coordination of the necessary knowledge for the development of critical analysis skills on emerging communication and cultural practices.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ASHRI, R. (2020). *The AI-Powered Workplace: How Artificial Intelligence*. Apress
 FORGAS, J. P., BAUMEISTER, R. F. (2019). *The Social Psychology of Gullibility: Fake News, Conspiracy Theories, and Irrational Beliefs*. Routledge
 HARCUP, T. (2020). *What's The Point Of News: A Study In Ethical Journalism*. Palgrave
 MAIORESCU-MURPHY, R. D. (2020). *Corporate Diversity Communication Strategy*. Palgrave
 MCDUGALL, J. (2019). *Fake News vs Media Studies*. Palgrave
 MENESES, J.P (2019) « Como as leis estão a definir (e a criminalizar) as fake news », *Comunicação Pública [Online]*, Vol.14 n° 27
 OTTO, K. & ANDREAS KÖHLER, A.(2018). *Trust in Media and Journalism*. Springer
 PETERS, M. A. et al (2018). *Post-Truth, Fake News Viral Modernity & Higher Education*. Springer
 RANA, R. P. et al (2020). *Digital and Social Media Marketing: Emerging Applications and Theoretical Development*. Springer
 RIALTI, R. & MARZI, G. (2020). *Ambidextrous Organizations in The Big Data Era: The Role of Information Systems*. Palgrave

Mapa IV - Relações Públicas: Contextos e Estratégias

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Relações Públicas: Contextos e Estratégias

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Public Relations: Contexts and Strategies

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

4.4.1.7. Observações:*<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***SIMONE ANTONIACI TUZZO (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- *Trabalhar a função estratégica de Relações Públicas ligada ao planeamento e à gestão estratégica da Comunicação Organizacional, com ênfase à uma atuação em conjunto com outras áreas da Comunicação, em sintonia com os objetivos e esforços da organização;*
- *Introduzir múltiplas abordagens comunicacionais, (quer ao nível da planificação quer da execução);*
- *Envolver as Relações Públicas na administração estratégica em consonância com a Teoria Geral e a Teoria Crítica das Relações Públicas;*
- *Considerar as variáveis de contexto de cada local onde a organização/assessorado de Relações Públicas estiver inserida e os respetivos contextos mediáticos;*
- *Compreender o contexto da comunicação global e socioambiental da organização em consonância com o planeamento estratégico;*
- *Identificar os diferentes contextos organizacionais e a atuação específica dos Relações Públicas em cada um desses contextos.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- *Work the strategic role of Public Relations linked to planning and strategic management of Organizational Communication, with emphasis on acting together with other areas of Communication, in line with the organization's goals and efforts;*
- *Introduce multiple communicational approaches (both in terms of planning and execution);*
- *Involve Public Relations in strategic administration and promote its participation in the organization's strategic decisions in line with the General Theory and Critical Theory of Public Relations;*
- *Consider the context variables of each location where the organization/Public Relations advisor is located and the media contexts;*
- *Understand the context of the organization's global and socio-environmental communication in line with strategic planning;*
- *Identify the different organizational contexts and the specific role of Public Relations in each of these contexts.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:**RELAÇÕES PÚBLICAS: CONTEXTOS E ESTRATÉGIAS***As teorias das Relações Públicas e a sua importância para a decisão estratégica na organização, visando a elaboração de planos que atendam necessidades organizacionais e de mercado;**O contexto organizacional para o desenvolvimento das atividades de Relações Públicas;**O papel das Relações Públicas no seu contexto social e económico;**A missão, visão, valores, objetivos, desafios, estratégias e políticas empresariais e os mecanismos de controle e avaliação das atividades;**A visão europeia das Relações Públicas.***AS RELAÇÕES PÚBLICAS E OS CONTEXTOS MEDIÁTICOS***AS RELAÇÕES PÚBLICAS E OS CONTEXTOS MEDIÁTICOS**O caráter estratégico da informação para a tomada de decisões considerando diferentes contextos e os diversos públicos;**A relação organização-público nos variados contextos do mix da comunicação e das Relações Públicas.***AS DIFERENTES ÁREAS DE ATUAÇÃO DAS RELAÇÕES PÚBLICAS****4.4.5. Syllabus:****PUBLIC RELATIONS: CONTEXTS AND STRATEGIES***Contextualize the theories of Public Relations for the strategic decision in the organization, aiming at the elaboration of plans that meet organizational and market needs;**Strategically diagnose the organizational context for the development of Public Relations activities;**Reflect on the role of Public Relations in its social and economic context;**Strategically work on the mission, vision, values, objectives, challenges, strategies and business policies and the mechanisms for controlling and evaluating activities;**Recognize the European vision of Public Relations.***PUBLIC RELATIONS AND MEDIA CONTEXTS***Working on the strategic nature of information for decision-making by Public Relations considering different contexts and the different audiences;**The organization-public relationship in the different contexts of the mix of communication and Public Relations.***THE DIFFERENT AREAS OF PRACTICE IN PUBLIC RELATIONS****4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Os conteúdos programáticos problematizam, contextualizam e instigam à reflexão crítica sobre o papel das Relações Públicas nos diferentes contextos organizacionais e introduzem alguns conceitos posteriormente desenvolvidos e aplicados ao nível da unidade curricular de planeamento estratégico.***4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***The syllabus problematizes, contextualizes and encourages critical reflection on the role of Public Relations in different organizational contexts and introduce some concepts later developed and applied at the level of the strategic planning curricular unit.***4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Exposição pela docente com recursos e bibliografia especializada;**Análise de casos;**Leitura de textos, livros e artigos científicos indicados pela professora da UC;**Indicação de vídeos, filmes, documentários, produtos mediáticos com conteúdos alusivos à Unidade Curricular.**Avaliação contínua: realizada com trabalhos em grupo compostos por parte escrita e apresentação oral de estudo de caso (análise e planeamento) que identifique os diferentes contextos organizacionais e a atuação específica dos Relações Públicas em cada um desses contextos (4 trabalhos x 25%).*

Avaliação final: Prova escrita na época normal ou de recurso – 100%

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

*Exposure by the teacher with resources and specialized bibliography;
Case analysis;
Reading of texts, books and scientific articles recommended by the UC professor;
Indication of videos, films, documentaries, media products with contents related to the Curricular Unit.*

Continuous assessment: carried out with group work consisting of a written part and an oral presentation of a case study (analysis and planning) that identifies the different organizational contexts and the specific role of Public Relations in each of these contexts (4 assignments x 25%).

Final assessment: Written test at the regular or appeal period - 100%

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

As metodologias de ensino desta unidade curricular baseiam-se fundamentalmente no uso das técnicas mais apropriadas e diversificadas (power point, exposição teórica do docente, apresentação dos trabalhos de grupo dos alunos, fomento do debate e da pesquisa de forma individual e em grupo) e na procura da ligação da teoria à prática mediante a apresentação para discussão de casos práticos relacionados com os conteúdos programáticos. As sessões teórico-práticas são lecionadas de forma expositiva, recorrendo frequentemente a exemplos, para ilustrar a aplicação prática dos conceitos e para aferir os conhecimentos dos alunos e clarificar dúvidas. Recurso frequente à interação com os alunos como forma de participação, interação e de aferir a aprendizagem.

A realização de exercícios e o estudo de casos destinam-se à consolidação de conceitos e à aplicação em situações reais. A realização de trabalhos de pesquisa com apresentação em aula destina-se a fomentar a capacidade de análise, seleção e síntese das informações sobre os temas da UC. Os debates em aula destinam-se ainda a desenvolver o sentido crítico e a capacidade de reflexão dos alunos, assim como a capacidade de argumentação e resposta perante as questões de colegas e docente.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodologies of this curricular unit are fundamentally based on the use of the most appropriate and diversified techniques (power point, lecturer's theoretical exposition, presentation of students' group work, encouragement of debate and research individually and in groups) and in the search for linking theory to practice through the presentation for discussion of practical cases related to the syllabus. Theoretical-practical sessions are lectured in an expository way, often using examples, to illustrate the practical application of concepts to assess the students' knowledge and clarify doubts. Frequent use of interaction with students as a form of participation, interaction and measuring learning.

Exercises and case studies are aimed at consolidating concepts and applying them in real situations. Carrying out research work with presentation in class is intended to foster the ability to analyze, select and synthesize information on the topics of the UC. Classroom debates are also intended to develop students' critical thinking and capacity for reflection, as well as the ability to argue and respond to the questions of colleagues and professors.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*GARCIA CANCLINI, N. (1995). Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ
GONÇALVES, G. (2010) Introdução à Teoria das Relações Públicas. Porto: Porto Editora
GRUNIG, J. et al (2009) Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos. SP: Difusão Editora
LEFEBVRE, H. (1974). La production de l'espace, Paris: Anthropos
L'ETANG, J., MCKIE, D., SNOW, N., & XIFRA, J. (Eds.). (2015). The Routledge handbook of critical public relations. Routledge
LOBATO, D. M. (2009) Estratégias de Empresa, 9ª ed Rio de Janeiro: Editora FGV
MOSS, D. A. et al (2005), "What do communication managers do? Refining the core elements of management in a public relations/communications context", Journal of Mass Communication Quarterly, 82: 873-890
OLIVEIRA, I. & PAULA, M.A. (2008) O que é comunicação estratégica nas organizações. 2. ed. São Paulo: PAULUS
SMUDEDE, P. (2020) Teaching Public Relations - Principles and Practices for Effective Learning, Routledge*

Mapa IV - Organização e Gestão de Empresas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Organização e Gestão de Empresas

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Business Organisation and Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

E&G

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):*Aquisição dos conhecimentos teóricos sobre o funcionamento das organizações em geral e das empresas em particular; aquisição de conhecimentos sobre as funções básicas da gestão geral; aquisição das competências que permitam, em termos genéricos, aplicar ou colaborar na aplicação das técnicas e ferramentas elementares da gestão.***4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***Acquisition of theoretical knowledge on the way organisations work in general and companies in particular; acquisition of knowledge regarding the basic functions of general management; acquisition of competences that allow to generically apply or cooperate in the application of basic management techniques and tools.***4.4.5. Conteúdos programáticos:****INTRODUÇÃO***A Gestão; conceitos, funções, níveis Evolução da Gestão**A EMPRESA E O SEU AMBIENTE**A empresa: Objetivos, recursos e ambiente das empresas***PLANEAMENTO***Missão e Objetivos**Planeamento estratégico***TOMADA DE DECISÕES***O processo de tomada de decisões**Métodos auxiliares e fatores condicionantes***ORGANIZAÇÃO***Funções, departamentalização e diferenciação;**Responsabilidade e autoridade***MOTIVAÇÃO***Teorias sobre a natureza humana**Teorias da motivação***LIDERANÇA***Estilos de liderança.**Abordagem da liderança pelo “perfil”.**Abordagem comportamental e abordagem situacional ou contingencial**Fatores que afetam a escolha do estilo de liderança nas empresas***COMUNICAÇÃO***O processo Barreiras à comunicação e facilitadores da comunicação***CULTURA DA ORGANIZAÇÃO***Cultura da organização e macrocultura**Origens da cultura das organizações**Típos de cultura***CONTROLO***O processo de controlo**Reações negativas e sua prevenção***4.4.5. Syllabus:****INTRODUCTION***Management, concepts, functions, levels**Evolution of management***THE COMPANY AND ITS ENVIRONMENT***The company: objectives, resources and environment***PLANNING***Mission and goals**Strategic planning***DECISION-MAKING***The decision-making process**Auxiliary methods and conditioning factors***ORGANISATION***Functions, departmentalisation and differentiation***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Os conteúdos programáticos abrangem a generalidade das áreas de gestão geral em qualquer organização com ou sem fins lucrativos, colocando uma ênfase especial nas empresas. O seu estudo permite conhecer como funcionam as organizações, em especial as empresas, e compreender as tarefas dos gestores nos diversos níveis e bem assim as competências necessárias para um bom desempenho.***4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***The syllabus includes the main areas of general management in any non-profit or profit organisation giving special emphasis to companies. Its study means getting to know how organisations work, particularly companies, and understanding the tasks of managers at several levels, as well as the competences needed for a good performance.***4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Sessões teóricas e práticas; exposição pelo docente com utilização de powerpoint e apresentação de situações reais; resolução de casos práticos em grupo com discussão final coletiva orientada pelo docente. A avaliação traduzir-se-á numa das duas seguintes alternativas:**1. Avaliação contínua: resulta da soma dos momentos de avaliação M1, M2 e M3 que correspondem a: M1 e M2 (70%): Testes parciais no meio e no final do semestre; M3. trabalho de grupo com apresentação oral em aula (30%). Uma classificação inferior a 6 valores (escala de 0 a 20) em qualquer um dos momentos, implica a obrigatoriedade do aluno se sujeitar a avaliação final.**2. Avaliação final: consta de uma prova escrita na Época Normal ou de Recurso (eventualmente em época especial), com ponderação de 100% na classificação final. Ficam aprovados à unidade curricular os estudantes com classificação final – obtida através da avaliação contínua ou*

avaliação final – igual ou superior a 10 valores).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Theoretical and practical sessions; use of PowerPoint and presentation of real-life situations; solving practical cases in group with a final collective debate oriented by the teacher. Evaluation can be translated into one of the following two options:

1. *Continuous evaluation: sum of the M1, M2 and M3 evaluation moments, which corresponds to: M1 and M2 (70%) - partial tests in the middle and at the end of the semester; M3 - group work with oral presentation in class (30%). A grade less than 6 valores [on a scale of 0-20], in any of the moments, implies that the student must be subject to final evaluation.*
2. *Final evaluation: includes a written exam during Normal or Supplementary Seasons (eventually a special season), weighing 100% of the final grade. In order to pass this curricular unit, students must obtain a final grade equal or higher than 10 valores [on a scale of 0-20] through continuous or final evaluation.*

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

As metodologias de ensino desta unidade curricular baseiam-se fundamentalmente no uso das técnicas mais apropriadas e diversificadas (power point, exposição teórica do docente, apresentação dos trabalhos de grupo dos alunos, fomento do debate e da pesquisa) e na procura da ligação da teoria à prática mediante a apresentação para discussão de casos práticos relacionados com os conteúdos programáticos. As sessões teórico-práticas são lecionadas de forma essencialmente expositiva, embora recorrendo frequentemente a exemplos, para ilustrar a aplicação prática dos conceitos e ao questionamento, para aferir os conhecimentos dos alunos e clarificar dúvidas. Recurso frequente à interação com os alunos como forma de aferir, refrescar e sedimentar os conhecimentos e a aprendizagem. A realização de exercícios e o estudo de casos destinam-se à consolidação de conceitos e à aplicação dos mesmos a novas situações. A realização de trabalhos de pesquisa com apresentação em aula destina-se a fomentar a capacidade de análise, seleção e síntese de informação diversa sobre temas específicos no âmbito da gestão. Destinam-se ainda a desenvolver o sentido crítico e a capacidade de reflexão dos alunos, assim como a capacidade de argumentação e resposta perante as questões de colegas e docente.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodologies of this curricular unit are mostly based on the use of the most appropriate and diversified techniques (PowerPoint, theoretical presentation by the teacher, presentation of group works by students, encouragement of debate and research), and the search to connect theory to practice through the presentation of practical cases, related to the syllabus, for debate. The theoretical-practical classes are mainly expository, although frequently use examples to illustrate the practical application of concepts and questioning, in order to assess the students' knowledge and clarify doubts. Frequent interaction with students to assess, refresh and consolidate knowledge and learning. The use of exercises and case studies aim to consolidate concepts and their application to new situations. The preparation of research works with an oral presentation aims to foster the capacity for analysing, selecting and summarising varied information regarding specific topics within management. They also seek to develop critical awareness and reflection capacity in students, as well as argumentation and response ability to questions made by colleagues and the teacher.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*BATEMAN, Thomas & SNELL, Scott A. (2007). Administração: liderança e colaboração no mundo competitivo. 7 ed. São Paulo, McGraw Hill.
 CARVALHO, José Eduardo (2016). Gestão de empresas, princípios fundamentais. 4 Ed. Sílabo, Lisboa.
 CHIAVENATO, Idalberto (2016). Princípios de Administração. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
 JONES, Gareth & GEORGE, Jennifer. (2009). Contemporary management". 6 ed. EUA, McGraw Hill.
 LISBOA, João et al. (2008). Introdução à gestão de organizações. 2 ed. Porto: Vida Económica.
 MAÇÃES, Manuel (2018). Manual de Gestão Moderna - Teoria e Prática. 2 ed. Lisboa. Actual Editora.
 STONER, James & FREEMAN, Edward (2012). Administração. 5 ed. LTC. Rio de Janeiro.
 TEIXEIRA, Sebastião (2013). Gestão das Organizações. Escolar Editora, Lisboa.
 VV. (2020). HBR 10 Ideias decisivas sobre gestão do ano 2020. Artigos Essenciais: Actual Editora.*

Mapa IV - Sociologia

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Sociologia

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Sociology

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CS

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:*<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Compreender a importância da análise das questões de natureza social.**Adquirir algumas noções básicas da Sociologia e as suas diferentes vertentes de aplicação.**Conhecer a necessidade de conhecimentos suscetíveis de facilitar posteriores aprofundamentos aos mais diversos níveis em que se revela o social.**Refletir crítica sobre as problemáticas sociais.**Identificar as principais problemáticas contemporâneas sobre os media, bem como as críticas que suscitam.**Reconhecer as estruturas e os processos nas organizações e o seu papel na sociedade.**Integrar os conhecimentos adquiridos nesta disciplina na vida profissional e social dos alunos.***4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***Understand the importance of analyzing issues of a social nature.**Acquire some basic notions of Sociology and its different aspects of application.**Know the need for knowledge capable of facilitating further deepening at the most diverse levels at which reveals the social.**Reflect criticism on social issues.**Identify the main contemporary issues about the media, as well as the criticisms they raise.**Recognize the structures and processes in organizations and their role in society.**Integrate the knowledge acquired in this discipline into the professional and social life of students.***4.4.5. Conteúdos programáticos:***O CONHECIMENTO CIENTÍFICO VERSUS SENSO COMUM**O SOCIAL COMO OBJETO DE ESTUDO**A SOCIOLOGIA**Conceito**Os clássicos**A Sociologia Contemporânea**A Interdisciplinaridade e as suas manifestações**A SOCIOLOGIA DAS ORGANIZAÇÕES**As organizações enquanto sistemas sociais.**As organizações enquanto fluxos relacionais.**A SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO**A importância da sociologia para o estudo dos meios de comunicação**As organizações de comunicação social, profissões e práticas**Os produtos/ conteúdos de media**As audiências dos media**O papel crítico dos media**Diferentes abordagens da Sociologia das Organizações: clássica, humanística, estruturalista, sistémica, contingencial e cultural.***4.4.5. Syllabus:***SCIENTIFIC KNOWLEDGE VERSUS COMMON SENSE**SOCIAL AS A STUDY OBJECT**SOCIOLOGY**Concept**The classics**Contemporary Sociology**The interdisciplinarity and its demonstrations**SOCIOLOGY OF ORGANIZATIONS**Organisations as social systems.**Organisations as relational flows.**Different approaches of Sociology of Organisations: classic, humanistic, structuralist, systemic, contingency and cultural.**SOCIOLOGY OF COMMUNICATION**The importance of sociology for studying the media**The organisations of social communication, professions and practices**Media products/content**Media ratings**The critical role of media***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***A importância da análise das questões de natureza social e de uma maior familiarização com algumas noções básicas da Sociologia justifica a opção por uma incursão pela interdisciplinaridade que pretende facilitar posteriores aprofundamentos aos mais diversos níveis em que se revela o social, nomeadamente ao nível dos media e das organizações.***4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***The importance of analysing issues of a social nature and of a bigger familiarisation with some basic notions of Sociology justifies the option of an incursion through interdisciplinarity seeks to facilitate further studies at different levels where social has importance, namely at the media and organisations level.***4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Ainda que essencialmente baseada numa metodologia expositiva, é solicitada a participação de todos, nomeadamente pela análise crítica de textos referente aos diversos conteúdos programáticos.**A classificação relativa à avaliação contínua será obtida pela média de três momentos de avaliação: duas provas escritas (70%) e um trabalho de desenvolvimento sobre uma das problemáticas englobadas nos conteúdos programáticos (30%).**Relativamente à avaliação final na época normal e/ou na época de recurso, a mesma consiste na realização de uma prova (100%).***4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):***Although essentially based on a presentation methodology, the constant participation of all is requested, namely with the critical analysis of texts regarding the different syllabus.**The continuous evaluation grade will be obtained by the mean of three evaluation moments: two written tests (70%) and a development work*

regarding one of the topics addressed in syllabus (30%).

Regarding the final evaluation in the normal and/or supplementary season, this evaluation consists of a written exam (100%).

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

Tendo em conta os objetivos propostos, que passam por um significativo envolvimento de todos e ao mesmo tempo por uma maior consciencialização relativamente à importância, a abrangência e especificidade do social opta-se por uma metodologia de ensino-aprendizagem que assenta num princípio de diversidade explícita nos diferentes tipos de metodologia propostos (expositivo, clássico e mais interativo). Valoriza-se a análise e crítica de textos referentes aos diversos conteúdos programáticos pois considera-se fundamental promover o desenvolvimento de capacidades de comunicação (escrita e oral) e compreensão.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

According to the objectives proposed, which include a significant and general commitment and, at the same time, a greater awareness in what concerns the importance, reach and specificity of the social, we have chosen a teaching/learning methodology based on the principle of explicit diversity in the different types of methodologies (presentation, classic and more interactive). Critical analysis of texts regarding different syllabus is valued, since the promotion of the development of their communication skills (writing and speaking) is considered essential.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

CRUZ, M. Braga (1995). Teorias Sociológicas. Os fundadores e os clássicos. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
FERREIRA, Gil Baptista (2018). Sociologia dos Novos Media. Covilhã: Labcom, UBI.
FERREIRA, J. M. Carvalho (2001.) Psicossociologia das Organizações. Lisboa: McGraw-Hill
GIDDENS, A. (2008). Sociologia. Porto Alegre: Artmed.
GIDDENS, A. (2002). Modernidade e Identidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
MATHEWS, J. (2017). The sociology of mass media. In. K. O. Korgen (ed.). The Cambridge Handbook of Sociology. Volume 1, Core Areas in Sociology and the Development of the Discipline. Cambridge: Cambridge University Press.
THOMPSON, John B. (1995) The Media and Modernity: a Social Theory of the Media. Cambridge: Polity.
WAISBORD. S. (2016). Media Sociology. In Jensen, K.B. & Craig, R.T. (ed.) The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy. JohnWiley & Sons, Inc.

Mapa IV - Comunicação Digital

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Comunicação Digital

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Digital Communication

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Compreender as mudanças de paradigmas da comunicação a partir das tecnologias digitais e o impacto nas instituições, analisando as alterações na noção de temporalidade, interatividade e sujeitos emissores e recetores de informação;*
- Adquirir um pensamento estratégico e analítico que oriente as tomadas de decisões, examinando os ambientes interno e externo das instituições;*
- Analisar o impacto da comunicação digital nas ações de Relações Públicas e Comunicação em organizações de diferentes setores;*
- Compreender as narrativas digitais e sua aplicabilidade na comunicação digital, bem como os diferentes suportes para a consolidação dessas narrativas a partir do estudo dos públicos;*
- Analisar os veículos e as linguagens em ambientes web e de dispositivos móveis e suas características multimédia.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Understand the changes in communication paradigms from digital technologies and the impact on institutions, analyzing changes in the notion of temporality, interactivity and sending and receiving subjects of information;*
- Acquire strategic and analytical thinking to guide decision making, examining the institutions' internal and external environments;*

- Analyze the impact of digital communication on Public Relations and Communication actions in organizations from different sectors;
- Understand digital narratives and their applicability in digital communication, as well as the different supports for the consolidation of these narratives from the study of audiences;
- Analyze vehicles and languages in web environments and mobile devices and their multimedia characteristics.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

COMUNICAÇÃO MEDIÁTICA E INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS NAS ORGANIZAÇÕES
 Características da comunicação digital em comparação com a comunicação analógica.
 Formas de expressão no campo digital e a convergência tecnológica entre diferentes plataformas.
 Interação Mediada por Computador. Identificação do ecossistema informativo.
NOVOS PARADIGMAS E MODELOS DE COMUNICAÇÃO
 Web e social media.
 A importância da monitorização das redes sociais.
 Interação e media sociais.
 Personalização da comunicação.
 Medição de resultados.

4.4.5. Syllabus:

MEDIA COMMUNICATION AND TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN ORGANIZATIONS
 Characteristics of digital communication compared to analogical communication.
 Forms of expression in the digital field and technological convergence between different platforms.
 Computer Mediated Interaction.
 Identification of the information ecosystem.
NEW PARADIGMS AND COMMUNICATION MODELS
 Web and social media.
 The importance of monitoring social media.
 Interaction and social media.
 Communication customization.
 Measurement of results.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos da unidade curricular foram definidos com o objetivo de preparar os estudantes para as novas realidades da era digital e desenvolver competências relacionadas com o saber-fazer apoiado nas tecnologias de comunicação web.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The contents of the course were defined with the aim of preparing students for the new realities of the digital age and developing skills related to know-how supported by web communication technologies.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição da matéria acompanhada de exemplos práticos.
 Aulas tutoriais para acompanhamento dos trabalhos.

Avaliação Contínua: um teste (50%) + trabalhos (50%).
 Os trabalhos de grupo são apresentados em contexto de sala de aula.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Exposition accompanied by practical examples.
 Tutorial classes to monitor the practical work.

Continuous Assessment: one test (50%) + assignments (50%).
 Group work is presented in a classroom context.

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

A metodologia definida pretende permitir aos estudantes compreender e aplicar os conhecimentos lecionados. Como tal, considerou-se adequado dividir a avaliação num teste escrito e na elaboração de um trabalho com vista a fomentar o espírito analítico e crítico dos estudantes.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The defined methodology intends to allow students to understand and apply the knowledge taught. As such, it was considered appropriate to divide the assessment into a written test and the elaboration of a work with a view to fostering the students' analytical and critical spirit.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ADOLPHO, C. (2012). Os 8 P's do Marketing digital, o guia estratégico do marketing digital. Lisboa: Texto editores.
 CARREIRA, F. (2014). Marketing digital na versão 2.0 o que não pode ignorar (3ª edição). Lisboa: Edições Sílabo.
 GIANNOULIS, E. & WILDE, L. (2020). Emoticons, Kaomiji, And Emoji: The Transformation Of Communication In The Digital Age, Routledge.
 LEMOS, A. (2007) Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 3. ed. Porto Alegre: Sulina.
 LÉVY, P. (1999) Cibercultura. São Paulo: Editora 34.
 OSBURG, T. & HEINECKE, S. (2019). Media Trust in a Digital World, Springer.
 PINNER, R.S. (2019). Augmented Communication: The Effect of Digital Devices on Face-to-Face Interactions, Springer.
 PRIMO, A. (2008) Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição. 2. ed. Porto Alegre: Sulina
 RECUERO, R. (2012). A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina

Mapa IV - Retórica e Argumentação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Retórica e Argumentação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Rhetoric and Argumentation

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:*Hum***4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):***sem***4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***TP - 48***4.4.1.6. Créditos ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***CÉLIA SOUSA VIEIRA (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Compreender a evolução da retórica e a complexidade dos mecanismos persuasivos na atualidade**Identificar e aplicar técnicas de persuasão**Compreender a influência e a arte da palavra pública**Desenvolver competências para falar em público***4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***To understand the evolution of rhetoric and the complexity of persuasive mechanisms nowadays**To identify and apply techniques of persuasion**To understand the influence and the art of public speaking**To develop public speaking skills***4.4.5. Conteúdos programáticos:***1. A arte de bem dizer: da retórica aristotélica à nova retórica**1.1. O sistema retórico**1.2. Géneros retóricos**1.3. Tipos de provas e de argumentos**1.4. Figuras de retórica e mecanismos de persuasão**1.5. A retórica nas sociedades pós-verdade: o discurso populista e a retórica da contra-informação**2. Análise de case studies**2.1. O processo Dreyfus**2.2. O caso Brexit**2.3. Discursos inspiracionais do Tedx**3. Retórica e performance: a arte de falar em público**3.1. Rudimentos de técnica vocal: postura; respiração; colocação vocal; projeção vocal; articulação e dicção; entoação; autoconsciência vocal.**3.2. A abordagem do texto com intenção emotiva**3.3. Comunicação não-verbal, linguagem corporal e posicionamento no espaço**3.4. Do texto escrito ao texto falado: leitura, interpretação e representação.***4.4.5. Syllabus:***1. The art of good speaking: from Aristotelian rhetoric to the new rhetoric**1.1 Rhetorical system**1.2 Rhetorical genres**1.3 Types of proofs and arguments**1.4 Rhetorical figures and mechanisms of persuasion**1.5. Rhetoric in post-truth societies: the populist discourse and the rhetoric of counter-information**2. Analysis of case studies**2.1. The Dreyfus case**2.2. The Brexit case**2.3. Tedx inspirational talks**3. Rhetoric and performance: the art of speaking in public**3.1 Rudiments of vocal technique: posture; breathing; vocal placement; vocal projection; articulation and diction; intonation; vocal self-awareness**3.2 The approach of text with emotional intention**3.3 Non-verbal communication, body language and positioning in space**3.4 From written to spoken text: reading, interpretation and representation.***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

Os conteúdos programáticos pretendem, por um lado, dotar os estudantes dos principais conceitos operatórios relativos à evolução da retórica e dotá-los de um sentido crítico quanto à complexidade dos mecanismos de persuasão na atualidade. Ao mesmo tempo, pretende-se que os Alunos adquiram competências na arte de falar em público, através da aplicação prática das estratégias identificadas e do domínio da dimensão performativa da retórica.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The programmatic content aims, on the one hand, to provide students with the main operational concepts relating to the evolution of rhetoric and, on the other hand, to provide them with a critical sense of the complexity of the mechanisms of persuasion today. At the same time, it is intended that Students acquire skills in the art of public speaking, through the practical application of the strategies identified and the domain of the performative dimension of rhetoric.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Exposição da Docente, com recurso a bibliografia especializada;
Análise de documentos reais (artigos, crónicas jornalísticas, ensaios, documentos relativos aos conteúdos programáticos;
Comentário orientado de excertos de bibliografia especializada;
Apresentação e discussão pelos Discentes de conteúdos programáticos, a partir da análise de documentos reais e sob a orientação da Docente;
Exploração de materiais pedagógicos complementares (internet, vídeos), com a finalidade de enquadrar os conteúdos programáticos;
Realização de exercícios práticos de prática vocal e de apresentação oral.*

Av. contínua: Realização de 2 testes e de um trabalho prático, com peso equitativo na classificação.

Av. final: Exame final com peso de 100% na classificação

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

*Exposition by the teacher, using specialized bibliography;
Analysis of real documents (articles, newspaper chronicles, essays, documents ...), relating to syllabus;
Commentary oriented excerpts of specialized bibliography;
Presentation and discussion of syllabus by students, based on the analysis of real documents and under the guidance of the teacher;
Exploration of additional educational materials (internet, videos) in order to contextualize the syllabus;
Practical vocal practice exercises and oral presentation.*

Continuous assessment: two tests and a practical work, with equal weight in the classification.

Final exam: Final exam with 100% weight in the final grade.

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

Tanto a análise de documentos reais, favorecida pelo enquadramento teórico-crítico, como as apresentações orais visam melhorar as competências comunicativas dos estudantes. A orientação de trabalhos dos estudantes, se por um lado justifica o peso da componente não letiva, por outro lado visa dotar os mesmos de uma certa autonomia nos processos de análise de estratégias de retórica e de treino da exposição oral.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Both the analysis of real documents, encouraged by the theoretical and critical framework, and the oral presentations aim to improve the students' communication skills. The students' work orientation, if on one hand it justifies the weight of the non-teaching component, on the other hand it aims to endow them with a certain autonomy in the processes of rhetoric strategies analysis and oral presentation training.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*Aristóteles (s/d), Retórica, Lisboa, INCM – Imprensa Nacional Casa da Moeda
Bonikowski, B. & Gidron, N., (2016) The Populist Style in American Politics: Presidential Campaign Rhetoric, 1952-1996. Social Forces 94: 1593-621
Finlayson, A (2012) Rhetoric and the political theory of ideologies. Political Studies 60(4): 751–767.
Finlayson, A (2014) Proving, pleasing and persuading? Rhetoric in contemporary British politics. The Political Quarterly 85(4): 428–436
Kennedy, GA (1994) A New History of Classical Rhetoric. Princeton: Princeton University Press.
Robrieux, J.J. (2021) Rhétorique et argumentation, Paris, Armand Colin.*

Mapa IV - Comportamento do Consumidor

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Comportamento do Consumidor

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Consumer Behavior

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

E&G

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Distinguir as principais abordagens no estudo do comportamento do consumidor;
- Perceber e valorizar a importância do conhecimento do Comportamento do Consumidor para o Marketing e para o desenvolvimento e gestão de negócios;
- Identificar a influência das características do consumidor no seu comportamento de consumo;
- Caracterizar as etapas do processo da decisão de compra e compreender os principais fatores que influenciam o processo da compra;
- Dominar as características do consumo digital e sua evolução e os respetivos impactos no comportamento de consumo.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Distinguish the main approaches in the study of consumer behavior;
- Realize and value the importance of knowledge of Consumer Behavior for Marketing and for business development and management;
- Identify the influence of consumer characteristics on their consumption behavior;
- Characterize the stages of the purchase decision process and understand the main factors that influence the purchase process;
- Mastering the characteristics of digital consumption and its evolution and the respective impacts on consumption behavior.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

Introdução ao comportamento do consumidor

O mercado de consumo;

Comportamento do consumidor;

Desafios do cenário atual.

Características do consumidor:

O consumidor como indivíduo;

O consumidor nos quadros social e cultural.

A aplicação dos princípios do comportamento do consumidor ao marketing

A motivação como a força motriz que conduz à ação.

As percepções.

O processo de aprendizagem, a memória e o envolvimento do consumidor. Os princípios básicos da aprendizagem.

Atitudes e Persuasão.

Decisão de compra:

Tipos de compra;

Processo da decisão de compra.

Influências de grupo e liderança de opinião.

Ciberconsumo:

Fundamentos e parâmetros;

Atributos do ciberconsumidor.

4.4.5. Syllabus:

Introduction to consumer behavior

The consumer market;

Consumer behavior;

Challenges of the current scenario.

Consumer characteristics:

The consumer as an individual;

The consumer in social and cultural frameworks.

The application of consumer behavior principles to marketing

Motivation as the driving force that leads to action.

The perceptions.

The learning process, memory and consumer involvement. The basics of learning.

Attitudes and Persuasion.

Buying decision:

Types of purchase;

Purchase decision process.

Group influences and opinion leadership.

Cyber consumption:

Fundamentals and parameters;

Attributes of the cyber consumer.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos foram definidos de acordo com os objetivos (O) a atingir e competências (C) a adquirir, nomeadamente no que se refere à compreensão das características e do perfil dos consumidores em diferentes mercados.

Através do estudo do comportamento dos consumidores, das empresas e dos mercados, os estudantes adquirem conhecimentos que lhes permitem compreender as inter-relações estabelecidas entre os diversos agentes económicos, assim como desenvolver o raciocínio económico importante no apoio à tomada de decisão.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus was defined according to the objectives (O) to be achieved and the competences (C) to be acquired, namely in what concerns the understanding of the consumers' characteristics and profile in different markets.

Students acquire knowledge through the study of consumer, company and market behaviours, which allows them to understand the interrelations established between the different economic agents, as well as to develop economic reasoning, an important factor in the final decision.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O ensino é presencial, pelo que os estudantes são obrigados a assistir a, pelo menos, dois terços das sessões da unidade curricular. Em contexto de sala de aula, será utilizado o método expositivo-ativo, com recurso a exemplos práticos associados a situações reais. Pretende-se promover participação pró-ativa e de reflexão crítica de forma a favorecer a articulação e aplicação concetual a situações reais. A avaliação contínua consiste na realização de uma prova escrita (50%) e dois trabalhos (um individual e outro de grupo - 30%+20%). Avaliação final: Prova escrita na época normal ou de recurso – 100%

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

In-person teaching, so students must attend at least two thirds of the curricular unit sessions. The expository and active teaching methods will be used in class and practical examples associated to real situations will be provided. The purpose is to promote proactive participation and critical reflection, so as to foster the articulation and conceptual application in real situations. Continuous evaluation consists of a written test (50%) and two works (one individual work and one group work - 30%+20%). Final assessment: Written test in the normal or appeal period - 100%

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

O conteúdo programático pretende contribuir para a formação dos estudantes no domínio do comportamento do consumidor. No final, o aluno deverá ser capaz, de forma autónoma, participar e desenvolver a sua atividade nomeadamente ao nível do marketing e comportamento do consumidor; o consumidor como um indivíduo; o processo de tomada de decisão de compra e de compreender a relação do comportamento do consumidor com a comunicação de marketing.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The syllabus aims to contribute to the students' training in the field of consumer behaviour. At the end, the student should be able to autonomously participate and develop his/her activity, namely at the marketing and consumer behaviour level; the consumer as an individual; the purchase decision process; and the relation between consumer behaviour and marketing communication.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*ATTRILL-SMITH, A. et al (Eds.) (2019). The Oxford handbook of cyberpsychology (1st ed.). New York: Oxford University Press.
KIMMEL, A.J. (2018). Psychological foundations of marketing: The keys to consumer behavior (2nd ed.). New York: Routledge.
KOTLER, P. et al (2017) Marketing 4.0. Editora Atual.
JANSON-BOYD, C. (2019), Consumer psychology, McGraw-Hill
LEE, N.R. & KOTLER, P. (2019). Social marketing: Changing behaviors for good(6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
MOOJI, M. (2019). Consumer behavior and culture: Consequences for global marketing and advertising (3rd ed.). London: SAGE.
SOLOMON, M. et al (2019), Consumer behaviour – an european perspective, 7th edition, Pearson
SCHIFMAN, L.G., WISENBLIT, J. (2019), Consumer Behavior – global edition, 12th edition, Pearson Education Limited.*

Mapa IV - Estatística Aplicada**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Estatística Aplicada

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Applied Statistics

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

Mat

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Dominar os processos de estatística descritiva e distribuições de probabilidade, os quais vão ser determinantes na aplicação do método científico para a recolha, organização, apresentação e análise de dados.

Pretende-se implementar a análise quantitativa e qualitativa no contexto do software de estatística SPSS com exemplos práticos e estudos de caso principalmente na área das Relações Públicas e Comunicação.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Understand the processes of descriptive statistics and probability distributions, which will be decisive in the application of the scientific method for the collection, organization, presentation and analysis of data.

It is intended to implement quantitative and qualitative analysis in the context of the statistical software SPSS with practical examples and case studies mainly in the area of Public Relations and Communication.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Conceitos básicos de estatística descritiva.*
2. *Teoria das probabilidades: variáveis aleatórias e distribuições de Probabilidade. Distribuições binomial, normal, T-Student, qui-quadrado e F de Snedecor*
3. *Intervalos de confiança: média, variância e proporção populacional.*
4. *Dados bivariados: correlação de Pearson e de Spearman; reta de regressão pelo método dos mínimos quadrados.*
5. *Testes de hipóteses: conceitos gerais.*
6. *Testes não paramétricos alternativos aos testes t: Mann Whitney, Wilcoxon e Sinais.*

4.4.5. Syllabus:

1. *Basic concepts of descriptive statistics.*
2. *Probability theory: random variables and probability distributions. Binomial, normal, T-Student, chi-square and F distributions of Snedecor*
3. *Confidence intervals: mean, variance and population proportion.*
4. *Bivariate data: Pearson and Spearman correlation; regression line using the least squares method.*
5. *Hypothesis testing: general concepts.*
6. *Nonparametric tests alternative to t tests: Mann Whitney, Wilcoxon and Signals.*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Por forma a dominar as ferramentas básicas da análise estatística, é essencial garantir proficiência dos/as alunos/as no que concerne aos conceitos de estatística descritiva, e de distribuições discretas e contínuas. O estudo de diferentes desenhos de questionários, bem como de diferentes métodos de amostragem são fundamentais no processo de recolha de informação para a área, incluindo estudos de mercado. A introdução à estatística inferencial dará aos estudantes, ferramentas fundamentais para uma análise mais profunda dos dados. A referência a problemas na área das Relações Públicas permitirá a endogeneização de competências úteis complementando o raciocínio abstrato.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

In order to master the basic tools of statistical analysis, it is essential to ensure proficiency from students regarding the concepts of descriptive statistics, and discrete and continuous distributions. The study of different survey designs and different sampling methods are key elements in the process of information collection for the area, including market studies. The introduction to inferential statistics will provide students with the main tools to perform an in-depth analysis of the data. The reference to issues in the area of Public Relations will allow the assimilation of useful skills, thus complementing abstract thinking.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teórico-práticas de exposição e discussão dos conceitos teóricos e das técnicas de análise quantitativa, incluindo aplicações práticas e exercícios. Uso do SPSS.

Avaliação contínua: Dois testes escritos individuais (60%) e um trabalho de grupo (40%) Avaliação final: exame escrito(100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Theoretical and practical classes with presentation and discussion of the theoretical concepts and the quantitative analysis techniques, including practical applications and exercises. Use of the SPSS.

Continuous assessment: Two individual written tests (60%) and one group work (40%). Final evaluation: written exam (100%).

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

A metodologia utilizada permite alcançar os objetivos da unidade curricular, na medida em que conjuga a exposição oral dos conteúdos programáticos com o recurso a exemplos práticos de aplicação que ajudam a clarificar os conceitos mais abstratos e a entender todo o processo relativo ao modo de utilização da ferramenta informática. Com este fim, também se pede aos estudantes, a elaboração de um trabalho de grupo em que se pretende simular uma situação real da prática profissional e aplicar convenientemente os conceitos da análise descritiva e indutiva aos dados.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The methodology used allows the achievement of the curricular unit objectives, seeing as it combines the oral presentation of the syllabus with the use of practical examples that help to clarify the more abstract concepts and understand the entire process regarding the use of the software tool. To this end, students are also requested to present a group work in order to simulate a real situation in professional practice and to conveniently apply the concepts of descriptive and inductive analysis to the data.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

MARÔCO, João (2018), Análise Estatística com o SPSS Statistics, 7.ª Edição, ReportNumber, Lda

PESTANA, Maria Helena e GAGEIRO, João Nunes (2014), Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS, 6.ª Edição, Edições Sílabo

Mapa IV - Processos Criativos

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Processos Criativos

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Creative Processes

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

Hum

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Célia Sousa Vieira (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

*Analisar alguns processos motivacionais, cognitivos e culturais associados à criatividade.
Sensibilizar para as diferentes possibilidades do pensamento criativo.
Desenvolver competências, estratégias e técnicas no domínio da criatividade aplicada à comunicação.
Explorar as potencialidades plásticas oferecidas pela língua portuguesa nas áreas da escrita publicitária.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

*To analyze some motivational, cognitive and cultural processes associated with creativity.
Raise awareness of the different possibilities of creative thinking.
Develop skills, strategies and techniques in the field of creativity applied to communication.
Explore the plastic potential offered by the Portuguese language in the areas of advertising writing.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

*I. Criatividade
1. Processos motivacionais, cognitivos e culturais associados à criatividade
2. Técnicas e exercícios de estímulo da criatividade
II. O processo de conceção criativa
1. Brainstorming e mindmapping
2. Humor e criatividade: humor, humor negro, ironia, paródia
3. Ilogismos, analogia, intertextualidades
III. Criatividade multimodal
1. Recursos estilísticos na publicidade
2. Jogos de denotação, conotação e referencialidade
3. Efeitos de desautomatização perceptiva: ilusão de ótica, descontextualização, choque
IV. A criatividade nas organizações*

4.4.5. Syllabus:

*I. Creativity
1. Motivational, cognitive and cultural processes associated with creativity
2. Techniques and exercises to stimulate creativity
II. The creative design process
1. Brainstorming and mindmapping
2. Humor and creativity: humor, black humor, irony, parody
3. Ilogisms, analogy, intertextualities
III. Multimodal creativity
1. Stylistic features in advertising
2. Denotation, connotation and referentiality games
3. Effects of perceptual deactivation: optical illusion, decontextualization, shock
IV. Creativity in organizations*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos visam essencialmente desenvolver competências, estratégias e técnicas no domínio da criatividade, através da exploração das potencialidades plásticas oferecidas pela língua na sua articulação com a linguagem icónica.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus aims to develop competences, strategies and techniques in the domain of creative writing, through the exploration of the potentialities of the language, particularly in its articulation with iconic texts.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*As aulas assumirão caráter oficial, privilegiando-se os exercícios de escrita criativa. A docente disponibilizará os textos de apoio.
A execução dos conteúdos passará por:
Comentário de documentos, com vista a destacar estratégias e técnicas criativas.*

Exercícios orientados de escrita criativa.

Av. contínua: Realização de 1 (um) teste escrito, de 1 (um) portefólio de trabalhos produzidos sob orientação da docente e de 1 (um) projeto de criativo produzido sob a orientação da docente ao longo das horas de contacto e das horas não presenciais, com peso equitativo na classificação final; Controlo de presenças, não podendo os estudantes faltar a mais de 25% das aulas previstas.

Av. final: Realização de um exame escrito nas Épocas Normal ou de Recurso.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Classes will be in a workshop format and creative writing exercises will be privileged. The teacher will provide support texts.

The execution of the syllabus is comprised of:

Text commentary to highlight strategies and techniques within creativity.

Creative writing-oriented exercises. Presentation of creative works.

Continuous evaluation: 1 (one) written text, 1 (one) work portfolio produced under the guidance of the teacher and 1 (one) creative project produced under the guidance of the teacher throughout the contact and non-contact hours, with the same weight in the final grade; Attendance control, as students cannot miss more than 25% of the scheduled classes.

Final evaluation: Written exam during normal or supplementary seasons.

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

O desenvolvimento de competências, estratégias e técnicas no domínio da criatividade passa necessariamente pelo caráter oficial da unidade curricular, privilegiando-se os exercícios orientados, bem como as sessões de partilha e comentário em grupo dos trabalhos desenvolvidos pelos estudantes, numa dimensão de que não é excluída a componente da experimentação lúdica.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The development of skills, strategies and techniques in the field of creativity necessarily goes through the workshop character of the curricular unit, privileging the guided exercises, as well as the sessions of sharing and commenting in group the work developed by the students, in a dimension that is not excluded the component of ludic experimentation.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Carmelo, Luís (2005). Manual de escrita criativa. 2 vols. Lisboa: Publicações Europa-América.

Catmul, E., & Wallace, A. (2014). Creativity, Inc.: Overcoming the Unseen Forces That Stand in the Way of True Inspiration. NY: Kindle.

Mancelos, João de (2009). Introdução à escrita criativa. Lisboa: Colibri.

McCutcheon, P.; Waite, M. (2017). The Writer's Brainstorming Kit - Thinking in new directions, Parker Hayden Media

Morais, M. F., & Bahia, S. (2008). Criatividade: Conceito, Necessidades e Intervenção. Braga: Psiquilibrios.

Mumford., M. (2011). Handbook of Organizational Creativity. NY: Elsevier.

Pricken, Mario (2009). La Publicité créative, Pyramyd édition

Mapa IV - Fundamentos de Marketing**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Fundamentos de Marketing

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Marketing Fundamentals

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

E6G

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Identificar os conceitos fundamentais e as técnicas base que constituem a tomada de decisão de acordo com uma orientação de Marketing;

- Conhecer a história e evolução do Marketing, as dimensões micro e macro-envolvente e estrutura do mercado e seus agentes;

- Perceber o Marketing como uma filosofia e como função, através da análise dos processos de marketing, objetivos e principais estratégias;

- Reconhecer a necessidade de conhecer e analisar o(s) mercado(s) e o comportamento do consumidor (em articulação com a unidade curricular de comportamento do consumidor);
- Compreender os processos de segmentação, targeting, posicionamento e diferenciação;
- Identificar os elementos do Marketing Mix e a necessidade da sua gestão;
- Reconhecer estratégias de Marketing que consideram os desafios da globalização e do mercado on-line.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Identify the fundamental concepts and basic techniques that constitute decision making according to a Marketing Orientation;
- Know the history and evolution of Marketing, the micro and macro-enveloping dimensions and structure of the market and its agents;
- Understand Marketing as a philosophy and as a function, through the analysis of marketing processes, objectives and main strategies;
- Recognize the need to know and analyze the market(s) and consumer behavior (in conjunction with the consumer behavior course);
- Understand the segmentation, targeting, positioning and differentiation processes;
- Identify the elements of the Marketing Mix and the need for its management;
- Recognize Marketing Strategies that consider the challenges of globalization and the online market.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DE MARKETING.

História e evolução do Marketing. Conceitos fundamentais associados aos processos e ferramentas de Marketing.

FUNDAMENTOS DO MARKETING E ANÁLISE DO AMBIENTE DE MARKETING.

Marketing e Mercado. Análise de Micro e Macro Envolvente. Análise SWOT e fatores PESTAL. Consumidores, Concorrentes e identificação de mercados alvo

VANTAGENS COMPETITIVAS E MODELOS DE MARKETING.

Segmentação, Targeting, Posicionamento. Desenvolvimento de estratégias e planos de Marketing. Níveis de estratégia, ferramentas de diferenciação.

MARKETING MIX.

Variáveis do composto de Marketing para produtos e serviços.

PERSPETIVAS DO MARKETING NO SÉCULO XXI.

Desafios da Globalização dos Mercados. A Ascensão do Mercado On-Line.

4.4.5. Syllabus:

FUNDAMENTAL PRINCIPLES OF MARKETING.

History and evolution of Marketing. Fundamental concepts associated with Marketing processes and tools.

FUNDAMENTALS OF MARKETING AND ANALYSIS OF THE MARKETING ENVIRONMENT.

Marketing and Market. Analysis of Micro and Macro Surroundings. SWOT analysis and PESTAL factors. Consumers, Competitors and identification of target markets

COMPETITIVE ADVANTAGES AND MARKETING MODELS.

Segmentation, Targeting, Positioning. Development of Marketing strategies and plans. Strategy levels, differentiation tools.

MARKETING MIX.

Marketing composite variables for products and services.

PERSPECTIVES OF MARKETING IN THE 21ST CENTURY.

Challenges of Globalization of Markets. The Rise of the Online Market.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Através dos conteúdos programáticos definidos e da metodologia de ensino, o estudante desenvolverá competências de análise, definição e aplicação própria de várias ferramentas de marketing.

Os estudantes deverão ser capazes de evidenciar um conhecimento aprofundado da teoria e da literatura referente a cada tópico do programa, bem como compreender a estrutura e problemas de desempenho específicos das organizações no âmbito da sua estratégia de marketing.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Students will develop competences in analysis, definition and application of several marketing tools throughout the established syllabus.

Students should be able to show a deep knowledge of theory and literature for each topic of the programme, as well as understand the specific structure and performance problems of organisations within their marketing strategy.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino é expositiva.

Recurso a materiais pedagógicos complementares (vídeo, internet, artigos, etc) com a finalidade de enquadrar os temas em estudo e promover a participação dos estudantes na discussão teórico-conceitual.

O processo de avaliação contínua é constituído por: 2 testes escritos (60%), um trabalho (30%) e a participação / assiduidade (10%).

Avaliação final em época normal e/ou de recurso: prova final (100)%.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodology is expository.

Use of complementary pedagogical materials (video, internet, articles, etc.) with the purpose of placing the study topics in context and promoting students' participation in the theoretical and conceptual discussion.

The continuous evaluation process is comprised of: 2 written tests (60%), one work (30%) and participation/attendance (10%).

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

A resolução e análise de casos reais que retratem a realidade empresarial é determinante para a aprendizagem e assimilação de conceitos. Assim, os estudantes poderão compreender a exigência, a pressão e a dinâmica existente numa organização com funções ao nível do Marketing.

Através da exposição e debates teóricos, são adquiridos os conceitos essenciais para a resolução dos referidos exercícios.

A aprendizagem através da investigação, tanto teórica como empírica, permite aos estudantes adquirirem conhecimentos diretamente aplicáveis às organizações.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The analysis and solving of real cases that represent a business reality is decisive for the learning and assimilation of concepts. Students can therefore understand the demands, the pressure and the dynamics that an organisation presents at the marketing level.

The core concepts are acquired through their presentation, theoretical discussions and exercise solving.

The learning process through theoretical and empirical research allows students to acquire knowledge that is directly applicable to organisations.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

BLYTHE, J. & MARTIN, J. (2019) *Essentials of Marketing*. 19ª edição, Pearson
 ETZEL, M. et al (2007) *Marketing*. 14ª edição, McGraw Hill
 KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. (2018) *Principles of Marketing*. 17ª edição, Pearson
 KOTLER, P. & KELLER, K. L. (2019) *Administração de Marketing*. 15ª edição, Pearson Education
 KOTLER, P. et al (2019) *Marketing Management, 4th European Edition*. 4ª edição, Pearson
 LENDREVIE, J. et al (2015) *Mercador da Língua Portuguesa – Teoria e prática do marketing*. 16ª edição, Dom Quixote
 RODRIGUES, M. et al (2015) *Fundamentos de Marketing*. Edições Sílabo
 RUSSELL, E. (2017) *The Fundamentals of Marketing*. AVA Publishing

Mapa IV - Planeamento Estratégico em Relações Públicas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Planeamento Estratégico em Relações Públicas

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Strategic Planning in Public Relations

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

SIMONE ANTONIACI TUZZO (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Reconhecer a importância das Relações Públicas no planeamento e gestão da comunicação, face a novos ambientes e novas realidades sistémicas, económicas, políticas, sócio-cultural, tecnológicas e comunicativo.
- Compreender que os resultados das ações enquanto profissionais de Relações Públicas dependem, em larga medida, das estratégias definidas e que estas devem estar alinhadas com objetivos estratégicos da organização e com as expectativas dos diferentes públicos.
- Reforçar a necessidade de um planeamento estratégico centrado em diferentes momentos do processo, como pesquisa, diagnóstico, planeamento, implantação, monitorização e avaliação.
- Identificar, analisar e desenvolver modelos de planificação das Relações Públicas e mecanismos de criação de estratégias de comunicação aplicáveis em empresas, instituições públicas e privadas, ou marcas.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Recognize the importance of Public Relations in planning and managing communication, given new environments and new systemic, economic, political, socio-cultural, technological and communicative realities.
- Aware that the results of their actions as Public Relations professionals depend, to a large extent, on the defined strategies and that these must be aligned with the organization's strategic objectives and with the expectations of different audiences.
- Reinforce the need for strategic planning centered on different stages of the process, such as research, diagnosis, planning, implementation, monitoring and evaluation.
- Identify, analyze and develop Public Relations planning models and mechanisms for creating communication strategies applicable in companies, public and private institutions, or brands.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

AS ORGANIZAÇÕES NO SISTEMA SOCIAL GLOBAL.

Planeamento, gestão e pensamento estratégicos

AS RELAÇÕES PÚBLICAS COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO BIDIRECIONAL, SIMÉTRICA E RELACIONAL.

Fundamentação teórica e perspetivas da comunicação organizacional estratégica

O PLANEAMENTO ESTRATÉGICO: DA PESQUISA À AVALIAÇÃO.

Análise SWOT e Diagnóstico. Auditoria da Comunicação e da Relação com os diferentes stakeholders. Definição de objetivos. Mapeamento de públicos. Definição da mensagem, técnicas e ações de relações públicas e canais de comunicação. Cronograma de Ações, Calendarização e Orçamentação. Implementação. Monitorização, Controlo e Avaliação. Planos de Relações Públicas e Relatórios de Avaliação.

4.4.5. Syllabus:

ORGANIZATIONS IN THE GLOBAL SOCIAL SYSTEM.

Strategic planning, management and thinking

PUBLIC RELATIONS AS A BIDIRECTIONAL, SYMMETRIC AND RELATIONAL COMMUNICATION STRATEGY.*Theoretical foundations and perspectives of strategic organizational communication***STRATEGIC PLANNING: FROM RESEARCH TO EVALUATION.***SWOT Analysis and Diagnosis. Communication and Relationship Audit with different stakeholders. Goal setting. Audience mapping. Definition of the message, techniques and actions of public relations and communication channels. Schedule of Actions, Scheduling and Budgeting. Implementation. Monitoring, Control and Evaluation. Public Relations Plans and Evaluation Reports.***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Considerando os objetivos da UC e o seu enquadramento no curso, foram definidos conteúdos programáticos que contemplam e reforçam a dimensão estratégica das Relações Públicas e da Comunicação, transversalmente considerada nas UC nucleares do curso, pretendendo-se que, no seu conjunto, estas UC's proporcionem uma formação completa e avançada para os futuros profissionais de Relações Públicas e Gestão da Comunicação, capacitando-os para o Planeamento Estratégico neste campo de atuação.***4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***Considering the objectives of the CU and its framing in the course, syllabus were defined to contemplate and reinforce the strategic dimension of Public Relations and Communication, transversally considered in the core CU of the course, intending that, as a whole, these CUs provide a complete and advanced training for future Public Relations and Communication Management professionals, enabling them for Strategic Planning in this field of activity.***4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***A metodologia de ensino é a de exposição e discussão, apresentação de processos, casos e exemplos práticos, com recurso a materiais pedagógicos complementares, com a finalidade de enquadrar os temas em estudo.**Pretende-se ainda a participação dos estudantes na discussão teórico-conceitual, a partir dos materiais distribuídos previamente e dos case studies em análise, ou processos de planificação em desenvolvimento.**Os alunos serão avaliados através de uma prova escrita (40%) e um projeto de Planificação de uma Estratégia de Relações Públicas (60%), onde serão precisamente aferidos os seus conhecimentos teóricos da UC, bem como a sua capacidade de aplicação prática através de competências trabalhadas nas aulas, designadamente no desenvolvimento desse plano, que constituirá um trabalho nuclear da UC, sendo permanentemente acompanhado pela docente em sessões de tutoria.**Avaliação final: Prova escrita na época normal ou de recurso – 100%***4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):***The teaching methodology will be exposition and discussion, presentation of processes, case studies and practical examples, using complementary teaching materials, in order to frame the themes under study.**It is also intended the participation of students in the theoretical-conceptual discussion, based on previously distributed materials and case studies under analysis, or planning processes in progress.**In this assumption of theoretical knowledge and simulated practical application, students will be assessed through a written test (40%) and a Public Relations Strategy Planning project (60%), where their theoretical knowledge of the CU will be precisely evaluated, as well as its capacity for practical application through skills worked in class, namely in the development of this plan, which will constitute a core work of the CU, being permanently monitored by the teacher in mentoring sessions.**Final assessment: Written test in the normal or appeal period - 100%***4.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Conforme referido, a metodologia de ensino pretende garantir que os estudantes não só apreendem os conteúdos teóricos dos temas refletidos no programa da UC, como adquirem competências para a sua aplicação prática, cumprindo os objetivos de aprendizagem.**Paralelamente, a avaliação contínua será concretizada ao longo do semestre, nomeadamente nas sessões de mentoria, proporcionando informação que permita aos estudantes adequar o seu desempenho aos objetivos da UC.***4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:***As mentioned, the teaching methodology aims to ensure that students not only understand the theoretical contents of the themes reflected in the CU program, but also acquire skills for their practical application, meeting the learning objectives.**At the same time, continuous assessment will be carried out throughout the semester, namely in mentoring sessions, providing information that allows students to adapt their performance to the objectives of the CU.***4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:***AUSTIN, E. W. & PINKLETON, B. E. (2015) *Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Campaigns*, Routledge**CAETANO, J. et al (2007) *Gestão e Planeamento de Comunicação*. Quimera.**DOZIER, D. M. et al (1995). *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.**KUNSCH, M. (2006). *Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas*. UNRevista, vol 1 (3)**SERRANO, E. & BARRETO, A.M. (org) (2018) *Revista Media & Jornalismo – Comunicação Estratégica Institucional e Organizacional*, no 33, vol.18, No 2**MATILLA, C et al (2018) *Como hacer un plan estratégico de comunicación*. DIRCOM. Ed. UOC**SOUSA, J. P. (2003) *Planeamento da Comunicação – na perspectiva das relações públicas*. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-planeamento-comunicacao.pdf>**XIFRA, J. (2005) *Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Paidós***Mapa IV - Assessoria de Comunicação****4.4.1.1. Designação da unidade curricular:****Assessoria de Comunicação****4.4.1.1. Title of curricular unit:***Communication Consultancy***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:**

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

SIMONE ANTONIACI TUZZO (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Conhecer diferentes estruturas de exercício profissional das Relações Públicas e Gestão de Comunicação;
- Adquirir competências genéricas e específicas essenciais no mercado de trabalho da Assessoria de Comunicação;
- Identificar as principais áreas de atuação e funções da Assessoria de Comunicação, bem como fluxos de trabalho com outros departamentos;
- Complementar conteúdos de outras UC do Curso, possibilitando a concretização de uma Gestão de Comunicação convergente, que integre diferentes áreas da Assessoria de Comunicação, numa visão sistémica e alinhada com os objetivos e intenções corporativas;
- No caso particular dos média, conhecer os fundamentos teóricos e conceptuais da Assessoria de Imprensa e relacionamento com jornalistas, operacionalizando um conjunto de ferramentas e suportes de comunicação próprios deste campo de atuação.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Know different structures of professional practice in Public Relations and Communication Management;
- Acquire essential generic and specific skills in the job market of the Communication Consultancy Department;
- Identify the main areas of activity and functions of the Communication Consultancy Department, as well as workflows with other departments;
- Complement content from other CU of the Course, enabling the implementation of a convergent Communication Management, which integrates different areas of Communication Consultancy, in a systemic view and aligned with corporate objectives and intentions;
- In the particular case of the media, get to know the theoretical and conceptual foundations of Press Office and relationship with journalists, putting into practice a set of communication tools and supports specific to this field of activity.

4.4.5. Conteúdos programáticos:**DIREÇÃO E ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO**

Perfil, competências e funções do Assessor de Comunicação. A(s) posição(ões) do Assessor de Comunicação no organigrama e fluxos de trabalho.

ASSESSORIA MEDIÁTICA

Relação com os OCS e jornalistas. Pressupostos da Assessoria Mediática. Ferramentas e Suportes de Assessoria Mediática. Processo de Elaboração da Notícia. Provocar, evitar e acompanhar a notícia. A mensagem, a linguagem e a escolha do canal.

OWNED MEDIA

Produção de Conteúdos e plataformas de comunicação. Jornalismo Empresarial e criação de suportes de comunicação próprios. Publicações Institucionais e gestão de canais de comunicação impressos e eletrónicos.

4.4.5. Syllabus:**COMMUNICATION DIRECTORATE AND CONSULTANCY**

Profile, skills and functions of the Communication Consultancy. The position(s) of the Communication Consultancy in the organizational chart and workflows.

MEDIA / PRESS OFFICE

Relationship with OCS and journalists. Assumptions of Press Office Area. Press Office Tools and Supports. News Preparation and Release Process. Trigger, avoid and follow the news. The message, language and choice of channel.

OWNED MEDIA

Content production and communication platforms. Business Journalism and creation of its own communication supports. Institutional publications and management of print and electronic communication channels.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Considerando os objetivos desta UC e o seu enquadramento no CE, foram definidos conteúdos programáticos de índole maioritariamente prática, concretizados através da aplicação dos conteúdos teóricos, proporcionando em conjunto uma formação completa e avançada para os futuros profissionais de Relações Públicas e Gestão da Comunicação, considerando os problemas e desafios que se colocam hoje às organizações.

Pretende-se ainda que, através do estudo de casos reais e o contato direto com Assessores de Comunicação, o estudante possa aperceber-se de todos os processos, metodologias e práticas de trabalho. Nesse sentido, para que a UC possa estar o mais próxima possível do contexto real, os estudantes são encorajados a considerar empresas (case studies), desenvolvendo de forma convergente conteúdos corporativos com os diversos stakeholders, numa lógica de simulação.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Considering the objectives of this CU and its framework in the course, syllabus of a mostly practical nature were defined, implemented through the application of theoretical contents, jointly providing complete and advanced training for future professionals in Public Relations and Communication Management, considering the problems and challenges facing organizations today.

It is also intended that, through the study of real cases and direct contact with Communication Consultants and Officers, the student can understand all the processes, methodologies and work practices. In this sense, so that the CU can be as close as possible to the real context,

students are encouraged to consider companies (case studies), developing corporate content in a convergent manner with the various stakeholders, in a simulation logic.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição teórica dos temas e apresentação de casos práticos que constituam problemas e/ou desafios que possam ser analisados e/ou desenvolvidos pelos estudantes em contexto de aula, simulando o trabalho de uma Assessoria de Comunicação. Os estudantes são permanentemente avaliados pela sua participação e envolvimento ativo em diferentes atividades propostas pelo docente, designadamente trabalhos individuais e em grupo, desenvolvidos ou não no contexto de aula, onde aplicam conceitos da UC. Simulação e discussão de casos que ilustrem os temas em análise, com processos de brainstorming e role playing.

Avaliação contínua: baseado no envolvimento e a participação nas aulas, na realização, apresentação e defesa de trabalhos: 50% participação nas aulas e resolução de exercícios na sala de aulas, 50% trabalho realizado fora da sala de aulas.

Avaliação Final: os estudantes que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão avaliados através de um exame escrito (100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Theoretical exposition of syllabus and presentation of practical cases that constitute problems and/or challenges that can be analyzed and/or developed by students in the classroom context, simulating the work of a Communication Office.

Students are permanently evaluated for their participation and active involvement in different activities proposed by the teacher, including individual and group work, developed or not in the context of class, where they apply CU concepts.

Simulation and discussion of cases that illustrate the themes under analysis, with brainstorming and role playing processes.

Continuous assessment: based on involvement and participation in classes, in the realization, presentation and defense of works: 50% participation in classes and resolution of exercises in the classroom, 50% work carried out outside the classroom.

Final Assessment: Students who do not pass the continuous assessment will be assessed through a written exam (100%).

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

As metodologias adequam-se na íntegra aos objetivos, já que vão permitir ao estudante adquirir conhecimento teórico, ao mesmo tempo que promoverá a discussão do conteúdo aprendido.

Considera-se de extrema importância que, para a correta aprendizagem e compreensão das especificidades afetas à Assessoria de Comunicação, seja proporcionado o contacto com estruturas e processos de trabalho, bem como com profissionais de relevo na área.

Através da realização de trabalhos práticos de análise e reflexão, é avaliada a capacidade de trabalho e adaptação do estudante a este setor.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The methodologies are fully adapted to the objectives, since they will allow the student to acquire theoretical knowledge, while promoting the discussion of the content learned.

It is considered extremely important that, for the correct learning and understanding of the specificities related to the Communication Consultancy, contact with work structures and processes is provided, as well as with relevant professionals in the area.

Through the realization of practical work of analysis and reflection, the student's work capacity and adaptation to this field is assessed.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

CAETANO, J. et al (2010) *Assessoria de Imprensa. Angelus Novus*

CARVALHO, C.; REIS, L.(2008) *Manual prático de Assessoria de Imprensa. Elsevier*

COSTA, J. (2011) *El ADN del DirCom:origen, necesidad, expansión y futuro de la Dirección de Comunicación. Costa Punto Com*

DIRCOM (2013) *Manual de la comunicación.*

DUARTE, J. (2002) *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia. Atlas*

DUHÉ, S. (Ed.) (2012). *New media and public relations. New York: Peter Lang Publishing*

FREBERG, K. (2020) *Discovering Public Relations. An Introduction to Creative and Strategic Practices. SAGE*

RIBEIRO, V. (2016) *Assessores de Imprensa e Jornalistas. Ed. Afrontamento*

TUZZO, S. & TEMER, A. (Orgs) (2013). *Assessoria de Comunicação e Marketing – Vol 1. Goiânia: UFG/Facomb.*

TUZZO, S. & TEMER, A. (Orgs) (2018). *Assessoria de Comunicação e Marketing – Vol2. Goiânia: UFG/FIC.*

VV. (2001) *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Gestión 2000*

Mapa IV - Produção de Conteúdos para Comunicação Web

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Produção de Conteúdos para Comunicação Web

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Content Production for Web Communication

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:*<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO (24H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***Patrícia Nogueira da Silva (24H)***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- Adquirir aptidões e competências para estruturar e produzir conteúdos para meios digitais com eficácia comunicacional e adequados ao público-alvo;
- Desenvolver um sentido de experimentação tecnológica, criação e reflexão para a produção e edição de conteúdos multimédia, através da exploração de tecnologia, ferramentas e práticas fundamentais de edição de imagem digital estática e imagem em movimento. A experimentação irá incidir sobre a utilização das ferramentas Photoshop em conjunto com o Premiere;
- Desenvolver competências de gestão de projetos multi-disciplinares e de trabalho em equipa.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Develop skills and competences to structure and produce content for digital media with communication efficiency and appropriate to the target audience;
- Develop technological experimentation, creation and reflection to the production and editing of multimedia content, through the exploration of technology, tools and fundamental practices for editing digital static and moving images. Experimentation will focus on using Photoshop tools in conjunction with Premiere;
- Develop multi-disciplinary project management and teamwork skills.

4.4.5. Conteúdos programáticos:**INTRODUÇÃO À MULTIMÉDIA DIGITAL***Os media: texto; imagem bidimensional e imagem em movimento. Tamanho, resolução e razão de aspeto de uma Imagem. Modelos de cor. Definições de pixel, resolução, profundidade de cor, etc. Formatos de ficheiros de imagem, ferramentas e técnicas de edição de imagem digital.***INTRODUÇÃO À IMAGEM DIGITAL***Fotografia. Montagem: da captura à edição e distribuição.***ADOBE PHOTOSHOP***Introdução e controle da interface. Manipulação de Camadas. Layer Blending. Adjustments Layers. Ferramentas de seleção, de Pintura e Desenho. Ferramentas vetoriais. Texto. Correção de Cor. Filtros.***INTRODUÇÃO AO VÍDEO DIGITAL***Áreas de utilização: documentários, entrevistas, trabalhos promocionais, etc.. Tecnologias de transmissão em tempo real na internet.**Ferramentas de edição de vídeo, funcionamento e aplicabilidade.***ADOBE PREMIERE***Produção de vídeo digital (planificação, captura e edição). Pós-Produção (armazenamento e distribuição de conteúdos em vídeo, nos seus vários formatos)***4.4.5. Syllabus:****INTRODUCTION TO DIGITAL MULTIMEDIA***The media: text; two-dimensional image and moving image. Size, resolution and aspect ratio of an Image. Color models. Pixel settings, resolution, color depth, etc. Image file formats, digital image editing tools and techniques.***INTRODUCTION TO DIGITAL IMAGE***Photography. Editing: from capture to editing and distribution.***ADOBE PHOTOSHOP***Introduction and control of the interface. Layer manipulation. Layer Blending. Adjustments Layers. Selection, Painting and Drawing tools. Vector tools. Text. Color Correction. Filters.***INTRODUCTION TO DIGITAL VIDEO***Areas of use: documentaries, interviews, promotional work, etc. Real-time Internet transmission technologies. Video editing tools, operation and applicability.***ADOBE PREMIERE***Digital video production (planning, capturing and editing). Post-Production (storage and distribution of video content, in its various formats)***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Os conteúdos definidos abrem perspectivas amplas quer sobre conceitos quer sobre atores e stakeholders que intervêm na área da comunicação sem esquecer os novos recursos comunicacionais.***4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***The syllabus defined opens broad perspectives in terms of concepts and actors and stakeholders that interact in the communication area, without foregoing the new communication resources.***4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Aulas teóricas sobre conceitos multimédia, imagem digital e vídeo digital. Aulas práticas de aprendizagem dos softwares abrangidos.**Recurso a materiais pedagógicos complementares: vídeo, artigos; links para sites; tutoriais realizado pelo docente de suporte às técnicas aprendidas.**Exposição do docente com utilização de software em quadro interativo e sua projeção.**Recurso ao computador, em espaço de aula, para resolução de exercícios e para acompanhamento da exposição das matérias. Aulas práticas de acompanhamento dos trabalhos.**Avaliação contínua baseada na participação nas aulas, pequenos exercícios em contexto de aula, uma prova prática (40%) e dois trabalhos práticos (30%+30%); os alunos que não tiverem aproveitamento à avaliação contínua serão sujeitos a avaliação final. A avaliação final é constituída por uma prova prática que representa o total da avaliação (100%).***4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):***Theoretical classes on multimedia, digital image and digital video concepts. Practical classes for software knowledge.**Use of complementary pedagogical materials: video, articles; links to websites; tutorials prepared by the teacher to support the techniques taught.**Classes with the presentation of the syllabus using an interactive whiteboard and its projection. Use of a computer in the classroom, to solve exercises and follow the presentation of the syllabus. Practical classes to follow the works.*

Continuous evaluation based on the participation in classes, small exercises in class, a practical test (40%), and two practical works (30%+30%); students who do not succeed in continuous evaluation will be subject to final evaluation. Final evaluation includes a practical test and represents the final grade (100%).

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

Globalmente, as metodologias de ensino perspectivadas ajustam-se aos objetivos da unidade curricular, na medida em que enfatizam a componente teórica, através do estímulo ao desenvolvimento de conhecimentos suscetíveis de integrar conceitos teóricos e práticos; e a componente prática através do estímulo da reflexividade e aplicabilidade prática de conceitos apreendidos, por via da sua aplicação à resolução de situações padrão na área das Relações Públicas e Gestão da Comunicação, garantindo o desenvolvimento de autonomia na resolução de problemas.

A capacidade de trabalho individual é enfatizada na sequência da componente expositiva e concluída com a realização de duas provas escritas complementares, enquanto a capacidade de interação com colegas no seio de grupos é trabalhada através da proposta de problemas para a turma.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

As a whole, the teaching methodologies planned are fully adjusted to the curricular unit's goals, since they emphasise the theoretical component, by stimulating the development of knowledge capable of integrating theoretical and practical concepts; and the practical component, by stimulating the reflexivity and practical use of the learned concepts, through their application in solving standard situations in the area of Public Relations and Communication Management, thus assuring the development of autonomy in problem solving.

The individual working capacity is demonstrated by the presentation component and completed with two additional written tests, while the ability to interact with colleagues within groups is worked through the presentation of problems in class.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

CHAPMAN, N. & CHAPMAN, J. (2009). Digital Multimedia. John Wiley & Sons.

FAULKNER, A. & CHAVEZ, C. (2018). Adobe Photoshop CC Classroom in a Book (2019 release). Adobe Press.

JAGO, M. (2018). Adobe Premiere Pro CC Classroom in a Book 2018; Adobe Press.

MARTIN, J.R. (2010). Create Documentary Films, Videos, & Multimedia: A Comprehensive Guide to Using Documentary Storytelling Techniques for Film, Video, the Internet & Digital Media Nonfiction Projects (Films Cinema) Real Deal Pres.

SAVAGE, T.M. & VOGEL, K.E. (2013). An Introduction to Digital Multimedia. Jones & Bartlett Learning.

WELLS, P. (2007). Digital Video Editing: A User's Guide. Crowood Press.

WHEELER, P. (2001). Digital Cinematography. Focal Press.

Mapa IV - Seminários em Relações Públicas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Seminários em Relações Públicas

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Public Relations Seminars

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Fábia Ortega Borges (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Promover a análise e o debate sobre diferentes temáticas relacionadas com os diversos campos de atuação de um profissional de Relações Públicas;

- Contactar com temas, profissionais, académicos e investigadores, que abordem um conjunto de temáticas específicas ajustadas às dinâmicas do mercado de trabalho e da própria sociedade, bem como aos interesses e expectativas dos próprios estudantes, a quem será dada a oportunidade de sugerir novos tópicos para análise e debate, bem como convidados que sejam referências nessas áreas;

- Abordar temas nicho, muito específicos, não espelhados nos Conteúdos Programáticos das restantes UC.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- *To promote the analysis and debate on different themes related to the different fields of activity of a Public Relations professional;*
- *Provide contact with themes, professionals, academics and researchers, who address a set of specific themes adjusted to the dynamics of the labor market and society itself, as well as the interests and expectations of the students themselves, who will be given the opportunity to suggest new topics for analysis and debate, as well as guests who are references in these areas;*
- *Addressing specific themes, not reflected in the Programmatic Contents of the other CU.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

Temáticas dos Seminários:

Comunicação Política. Lobbying. Public Affairs.

Comunicação em Saúde.

Comunicação Financeira e Relações com Investidores.

Relações Públicas Internacionais.

Comunicação em Instituições e /ou Eventos Desportivos.

Comunicação em ONGs e Terceiro Setor.

Comunicação Ambiental.

Comunicação no Turismo e Marca territorial.

Comunicação em Start-Ups e Empresas Hi-Tech.

Terminologias trendy associadas à profissão e áreas de atuação nicho. Ombudsman. Spindocter. Publicist. Coach.

Comunicação indoors e outdoors. A atuação distintiva (e complementar) de direções, departamentos, gabinetes, agências, consultoras e freelancers.

Empreendedorismo e Marca Pessoal do Profissional.

Entre outras temáticas.

4.4.5. Syllabus:

Seminar Themes:

Political Communication. Lobbying. Public Affairs.

Communication in Health.

Financial Communication and Investor Relations.

International Public Relations.

Communication in Institutions and/or Sporting Events.

Communication in NGOs and the Third Sector.

Environmental Communication.

Communication in Tourism and Territorial Branding.

Communication in Start-Ups and Hi-Tech Companies.

Trendy terminology associated with the profession and specific areas of expertise. Ombudsman. Spincter. Publicist. Coach.

Indoor and outdoor communication. The distinctive (and complementary) performance of directors, departments, offices, agencies, consultants and freelancers.

Entrepreneurship and the Professional's Personal Brand.

Among other topics.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos a abordar em cada um dos seminários, nos diferentes anos letivos, serão analisados entre a coordenação do CE e o docente, com o envolvimento dos estudantes, considerando a oportunidade e a pertinência específica de temática de cada micro-evento. Serão considerados nichos de atuação das Relações Públicas não considerados noutras UC, e privilegiado o contato direto com profissionais, académicos e investigadores de cada temática.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The contents to be addressed in each of the seminars, in the different academic years, will be analyzed between the coordination of the course and the teacher, with the involvement of students, considering the opportunity and the specific relevance of the theme of each micro-event. Public Relations performance niches not considered in other CUs will be considered, and direct contact with professionals, academics and researchers of each theme will be privileged.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Dependendo da complexidade dos temas selecionados, prevê-se a realização de seis a oito seminários em cada ano letivo, com uma preparação preliminar dos temas por parte dos estudantes, através de recursos sugeridos pela docente, e a identificação de oradores convidados que possam constituir uma referência nessa abordagem.

Pretende-se um envolvimento ativo por parte dos estudantes na operacionalização destes dinâmicas formativas, sendo igualmente avaliada a sua preparação na abordagem de cada temática.

Os estudantes serão avaliados também através de uma prova escrita (50%), de aferição aos conhecimentos apreendidos no conjunto dos seminários; e a sua participação no processo de investigação sobre cada tema e a preparação de cada seminário (50%).

O exame final consta de uma prova escrita (100%), que considerará os temas abordados no decorrer dos seminários de cada ano letivo.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Depending on the complexity of the selected themes, it is expected that six to eight seminars will be held each academic year, with a preliminary preparation of the themes by the students, using resources suggested by the teacher, and the identification of guest speakers who are a reference in this approach.

It is intended an active involvement by the students in the operationalization of these training dynamics, and their preparation in the approach to each theme is also evaluated.

Students will also be evaluated through a written test (50%), to measure the knowledge learned; and their participation in the research process on each topic and the preparation of each seminar (50%).

The final exam consists of a written test (100%), which will consider the topics covered during the seminars of each academic year.

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

Tendo em conta os objetivos específicos desta UC, bem como o seu posicionamento distintivo no CE, procurou-se definir um processo de avaliação versátil e ajustado à UC, mas com parâmetros objetivos que possam orientar os estudantes na monitorização do seu desempenho, no decorrer de cada seminário, promovendo a sua participação ativa que será valorizada no processo pedagógico e de avaliação.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Taking into account the specific objectives of this CU, as well as its distinctive positioning in the CE, we sought to define a versatile assessment process adjusted to the CU, but with objective parameters that can guide students in monitoring their performance, during each seminar, promoting their active participation that will be valued in the pedagogical and evaluation process.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

BEGER, R. (2018). *Present-Day Corporate Communication - A Practice-oriented state of the art guide*. Springer
 EDWARDS, L. (2019) *Power, Diversity and Public Relations*. Routledge
 POMPPER, D. (2015) *Corporate Social Responsibility, Sustainability and Public Relations: Negotiating Multiple Complex Challenges*. Routledge
 ROSENBERG, A. (2021) *A Modern Guide to Public Relations: Unveiling the Mystery of PR: Including: Content Marketing, SEO, Social Media & PR Best Practices*. Veracity Marketing
 SMUDE, P. M. (2020) *Teaching Public Relations: Principles and practices for effective learning*, Routledge
 THURLOW, A. (2018) *Social Media, Organizational Identity and Public Relations: The Challenge of Authenticity*. Routledge
 TOTH, E.L. (ed.) (2006) *The Future of Excellence in Public Relations and Communication Management: Challenges for the Next Generation*. Routledge
 VIRK, R. (2020). *Startup Myths and Models: What You Won't Learn in Business School*, Columbia University Press

Mapa IV - História Contemporânea**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

História Contemporânea

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Contemporary History

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

Hum

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

INÉS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Reconhecer o papel da história da Europa e da Comunidade Internacional no mundo, desde a primeira guerra mundial até aos nossos dias. Compreender as mais relevantes questões de natureza política, económica e social da história mundial, incentivando a discussão e posicionamento crítico em relação à realidade política passada e presente, e integrando esses conhecimentos na vida profissional, cultural e cívica.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

To understand the role of the history of Europe and of the international community in the world, since the First World War until today. To understand the importance of analyzing the most relevant issues of a political, economic and social nature in world history, encouraging discussion and critical positioning in relation to past and present political reality, integrating this knowledge in professional, cultural and civic life.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

*A PRIMEIRA GUERRA MUNDIAL
 Antecedentes e consequências
 A CRISE DE 1929 E A SUA EXPORTAÇÃO PARA O TERRITÓRIO EUROPEU.
 O DESABROCHAR DOS NACIONALISMOS E DOS TOTALITARISMOS.
 A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL: ANTECEDENTES E CONSEQUÊNCIAS
 NASCIMENTO E CONFRONTO DE UM MUNDO BIPOLAR (1945-1955)
 A COEXISTÊNCIA PACÍFICA (1955-1962)
 O DESANUVIAMENTO (1962-1973)
 UM MUNDO DESESTABILIZADO (1973-1985)
 O FIM DE UM MUNDO BIPOLAR (1985-1992)
 À PROCURA DE UMA NOVA ORDEM MUNDIAL (1992-2001)
 A ORDEM IMPERIAL (DESDE 2001)
 A REDISTRIBUIÇÃO IMPERIAL (DESDE 2008)
 AS RELAÇÕES INTERNACIONAIS NA ATUALIDADE.*

4.4.5. Syllabus:

THE FIRST WORLD WAR: BACKGROUND AND CONSEQUENCES
The 1929 crisis and its export to Europe.
THE RISE OF NATIONALISM AND TOTALITARIANISM.
THE SECOND WORLD WAR: BACKGROUND AND CONSEQUENCES
THE RISE AND CONFRONTATION OF A BIPOLAR WORLD (1945-1955)
THE PEACEFUL COEXISTENCE (1955-1962)
LA DÉTENTE (1962-1973)
A DESTABILISED WORLD (1973-1985)
THE END OF A BIPOLAR WORLD (1985-1992)
IN SEARCH OF A NEW WORLD ORDER (1992-2001)
THE IMPERIAL ORDER (SINCE 2001)
THE IMPERIAL REDISTRIBUTION (SINCE 2008)
CURRENT INTERNATIONAL RELATIONSHIPS.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos possibilitam o cumprimento dos objetivos e competências a desenvolver pretendendo promover sólidos alicerces teóricos suscetíveis de incentivar um posicionamento crítico no que diz respeito à história da Europa e da Comunidade Internacional.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus allows the fulfilment of the objectives and the development of skills, providing solid theoretical foundations capable of encouraging a critical position with regard to the history of Europe and the International Community.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino utilizadas são aulas expositivas, aulas práticas de discussão de tópicos, elaboração e apresentação de trabalhos realizados em grupo sobre temas relacionados com a matéria.

Há dois processos de avaliação: avaliação contínua e avaliação por exame.

Na avaliação contínua realiza-se uma avaliação individualizada (com diferentes momentos - 2 x 30%) e um trabalho com uma ponderação de 40% para a classificação final.

Avaliação final: exame escrito (100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodologies consist of theoretical classes, practical classes with debates and preparation and presentation of group works on topics related to the subject.

There are two evaluation processes: continuous evaluation and exam evaluation.

The continuous evaluation consists of an individual evaluation (with different moments - 2 x 30%) and a work weighing 40% to the final grade.

Final evaluation: Written test (100%).

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

Sendo a unidade curricular essencialmente teórica destinada a promover uma análise crítica da história da Europa e do seu papel no Mundo, após a primeira guerra mundial até aos nossos dias, as metodologias visam não só a aquisição dos conhecimentos, como a análise e contextualização dos fenómenos históricos nas suas causas e consequências políticas, económicas e sociais.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

As this curricular unit is mostly theoretical and is aimed to promote a critical analysis of the history of Europe and of its role in the world from the First World War until today, it has methodologies that strive not only for the acquisition of knowledge, but also for the analysis and contextualisation of historical phenomena due to their political, economic and social origins and consequences.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Brown, C. & Ainley, K. (2012). Compreender as Relações Internacionais. Lisboa: Gradiva.

Droz, Bernard; ROWLEY, Anthony. (2011). História do Século XX, Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1988-93, 4 vols.

Friedman, G (2015). Focos de tensão. Os choques geopolíticos que ameaçam o futuro da Europa. Alfragide: Dom Quixote

Kershaw, I. (2018). Continente Dividido. A Europa Dividida 1950-2017. Lisboa: Dom Quixote;

Kershaw, I. (2016). À Beira do Abismo. Lisboa: Dom Quixote;

Rémond, René. (2011). Introdução à História do nosso Tempo. Do Antigo Regime aos nossos Dias, 4ª ed., Lisboa, Gradiva.

Westad, O.A. (2018). A Guerra Fria. Uma História do Mundo. Lisboa: Temas&Debates.

Mapa IV - Estruturas Narrativas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Estruturas Narrativas

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Narrative Structures

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

Hum

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*CÉLIA SOUSA VIEIRA (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

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

*Refletir sobre as noções de narrativa e de narratividade;
Compreender a eficácia da narrativa na comunicação;
Promover a análise crítica do texto narrativo e descrever os seus elementos constitutivos;
Refletir sobre as práticas de storytelling na comunicação digital;
Promover a criação narrativa em contexto multimédia.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

*Reflect on narrative and narrativity notions;
Understand the effectiveness of narrative in communication;
Foster the critical analysis of narrative texts and describe its constitutive elements;
Reflect on storytelling practices in digital communication;
Promote narrative creation in multimedia context.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

*Módulo 1 – Storytelling e narratividade
Fundamentos da narratividade
Elementos estruturais da narrativa
Estratégias de encadeamento narrativo
Princípios estéticos da narrativa
Módulo 2 – Aplicação de storytelling na comunicação
Storytelling como ferramenta de comunicação
Storytelling e política
Storytelling e publicidade
Storytelling e identidade
Meios e modos narrativos
Narrativa radiofónica
Narrativa viral
Narrativa e autoficção
Narrativa hipermédia*

4.4.5. Syllabus:

*Module 1 – Storytelling and narrativity
Fundamentals of narrativity
Structural elements of the narrative
Strategies of narrative sequencing
Aesthetical principles of the narrative
Module 2 – Use of storytelling in communication
The storytelling as a communication tool
Storytelling and politics
Storytelling and advertising
Storytelling and identity
Narrative means and modes
Radio broadcasting narrative
Viral narrative
Narrative and auto-fiction
Hypermedia narrative*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

*Os conteúdos programáticos refletem diretamente os objetivos da unidade curricular.
Pretende-se sensibilizar os alunos para os mecanismos que regem as estruturas narrativas e para a análise e prática do texto narrativo. Para tanto, depois de uma introdução sobre o conceito de narratividade, é feita uma abordagem das categorias narrativas, colocando em relevo as potencialidades da narrativa como ferramenta de comunicação.
De seguida, no segundo módulo, o programa centra-se sobre contextos, meios e modos narrativos específicos, procurando, a partir da análise de case studies, promover a construção e análise de narrativas aplicadas a planos de comunicação.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

*The syllabus directly reflects the objectives of the curricular unit.
We intend to make students aware of the mechanisms that rule narrative structures and of the analysis and practice of narrative text. Thus, after an introduction on the concept of narrativity, an approach to the narratives categories is performed, by highlighting the potential of the narrative as a communication tool.
Regarding the second module, the programme focuses on contexts and specific narrative means and modes, looking to foster the creation and analysis of narratives applied to communication plans, through the analysis of case studies.*

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Exposição teórica da Docente, com recurso a powerpoint e bibliografia crítica;
Análise orientada de textos, relativos aos conteúdos programáticos;*

Comentário orientado de excertos de bibliografia crítica, relativos aos conteúdos programáticos; Exploração de materiais pedagógicos complementares (filmes, fotografias, podcast...), com a finalidade de perspetivar a narrativa numa dimensão intermédia.

Avaliação contínua:

Média de: 40% (teste) + 60% (30% x 2 trabalhos).

Avaliação final:

Realização de um exame escrito (100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Theoretical presentation of the teacher using PowerPoint and main bibliography;

Guided analysis of texts related to the syllabus;

Guided review of extracts of main bibliography related to the syllabus;

Analysis of complementary pedagogical materials (films, photos, podcasts, etc.) with the purpose of envisioning narrative in an intermedia dimension.

Continuous evaluation:

Average of: 40% (test) + 60% (30% x 2 works). Final evaluation:

Written exam (100%).

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

A necessidade de proporcionar um fundamento teórico sobre a narrativa e a comunicação estética compagina com o objetivo de analisar casos práticos e com o objetivo final de dotar os estudantes de instrumentos conceituais para a compreensão e a crítica fundamentada de estruturas narrativas. Foi considerado que o tempo dedicado ao trabalho autónomo dos alunos deveria ser superior ao reservado às sessões de contacto com a docente, pois pretende-se que esta, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, em que estes procurarão integrar e desenvolver os conhecimentos, formar e desenvolver o espírito crítico, a independência de pensamento e as capacidades de argumentação e exposição. Neste contexto, foram analisadas as horas/semana que deveriam ser consideradas como "Tempo em Sala de Aula" e as horas/semana que deveriam ser consideradas em "Trabalhos Dirigidos" e "Tempo de Estudo". Adoptou-se, finalmente, uma fórmula de cálculo que pretende contabilizar toda a dedicação de um aluno médio à mesma, desde a componente presencial (ou de contacto) ao número de horas que é plausível que lhe dedique fora das aulas para realização de trabalhos, pesquisa e avaliação.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The need to provide a theoretical basis on narrative and aesthetic communication is consistent with the aim of analysing practical cases and with the final objective of providing students with conceptual tools for the understanding and justified critique of narrative structures. We considered that the time dedicated to autonomous work by the students should be greater than the time reserved to the contact hours with the teacher. It is intended that the teacher, besides transmitting knowledge, should also transmit tasks to be performed autonomously by students, properly supervised, in which they will seek integrating and developing knowledge, forming and developing the critical spirit, the independence of thinking and the argumentation and presentation skills. In this context, the hours/week that should be considered as "Time in Classroom" and the hours/week that should be considered in "Guided Works" and "Study Time" were analysed. Finally, a formula was adopted in order to calculate the entire dedication of an average student, from the attendance (or contact) component to the number of hours that we consider the student should dedicate to the development of works, research and evaluation outside classes.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

PRINCE, Gérald (1987), A Dictionary of Narratology, Lincoln and London, University of Nebraska Press

REIS, Carlos (2018), Dicionário de Termos Narrativos, Coimbra, Livraria Almedina

RYAN, Marie-Laure et alii (2004), Routledge Encyclopedia of Narrative Theory, New York, Routledge.

RYAN, Marie-Laure e THON, Jan-Noel (2014), Storyworlds Across Media - Toward a Media Conscious Narratology, Univ. of Nebraska.

Mapa IV - Gestão da Comunicação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Gestão da Comunicação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Communication Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- *Conhecer conceitos teóricos e casos reais sobre o tema da Comunicação Integrada, enquanto reflexo do DNA Corporativo que compreende Identidade, Cultura e Comportamento;*
- *Compreender o conceito e aplicação da Comunicação Integrada, como uma estratégia que articula o planeamento, a análise e a gestão de ações em diferentes canais de comunicação, consolidando a marca e a sua identidade no mercado;*
- *Reconhecer a necessidade de convergência da Gestão de Comunicação, bem como a sua integração contínua e permanente, somando esforços para que uma narrativa organizacional clara, concisa e coerente com seus princípios;*
- *Compreender, através de casos práticos, os perigos de uma comunicação desarticulada, com manifestações de dissonância das suas ações e múltiplas plataformas.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- *Know theoretical concepts and real cases on the theme of Integrated Communication, being a reflection of the Corporate DNA that comprises Identity, Culture and Performance;;*
- *Understand the concept and application of Integrated Communication, as a strategy that articulates the planning, analysis and management of actions in different communication channels, consolidating the brand and its identity in the market;*
- *Recognize the need for convergence of Communication Management, as well as its continuous and permanent integration, adding efforts to a clear, concise and coherent organizational narrative with its principles;*
- *Understand, through practical cases, the dangers of a disjointed communication, with manifestations of dissonance in its actions and multiple platforms.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:**IDENTIDADE E CULTURA CORPORATIVA.**

O DNA corporativo e suas manifestações através do Comportamento, Cultura e Personalidade. Convergência da Identidade, Cultura e Comunicação. Gestão da Comunicação Corporativa. Gestão da Memória Organizacional.

COMUNICAÇÃO INTEGRADA E ARTICULAÇÃO DAS DIFERENTES DIMENSÕES DA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA.

Importância da comunicação na gestão das organizações e o paradigma da Comunicação Integrada. Relações Públicas e Estratégia de Convergência da Comunicação Institucional, Interna e de Marketing. Comunicação enquadrada numa abordagem sistémico-contingencial de gestão do relacionamento da organização com os seus diferentes stakeholders. Articulação e convergência de owned, paid, earned e shared media.

POSICIONAMENTO CORPORATIVO E GESTÃO DA COMUNICAÇÃO.

Perspetivas, contextos e gestão da mudança.

4.4.5. Syllabus:**IDENTITY AND CORPORATE CULTURE.**

The corporate DNA and its manifestations through Performance, Culture and Personality. Convergence of Identity, Culture and Communication. Corporate Communication Management. Organizational Memory Management.

INTEGRATED COMMUNICATION AND ARTICULATION OF DIFFERENT DIMENSIONS OF CORPORATE COMMUNICATION.

Importance of communication in the management of organizations and the paradigm of Integrated Communication. Public Relations and Convergence Strategy for Institutional, Internal and Marketing Communication. Communication framed in a systemic-contingent approach to managing the organization's relationship with its different stakeholders. Articulation and convergence of owned, paid, earned and shared media.

CORPORATE POSITIONING AND COMMUNICATION MANAGEMENT.

Perspectives, contexts and change management.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos da UC compreendem a necessidade de reflexão sobre temas fundamentais da Gestão da Comunicação, como a Identidade e Cultura; a Imagem e a Reputação; e o Comportamento e Atuação.

Os estudantes associarão as Relações Públicas e Gestão da Comunicação à representação da Identidade e Cultura, paradigma essencial num mundo globalizado, em que as organizações competem num mercado transnacional, sujeitas a um benchmarking permanente que dissemina boas práticas, mas onde muitas vezes não se ponderam os constrangimentos da sua aplicação.

Neste sentido, a UC proporciona conhecimentos e competências que possibilitam que os estudantes compreendam a necessidade de gerir de forma articulada a identidade da organização (quem é), a sua cultura (como atua) e os seus processos comunicativos (o que diz), afirmando junto dos seus stakeholders os seus atributos únicos, singulares e irrepetíveis.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The CU syllabus includes the need for reflection on fundamental themes of Communication Management, such as Identity and Culture; Image and Reputation; and the Behavior and Performance.

Students will associate Public Relations and Communication Management with the representation of Identity and Culture, an essential paradigm in a globalized world, in which organizations compete in a transnational framework, subject to a permanent benchmarking that disseminates good practices, but where often the constraints of its application.

In this sense, CU provides knowledge and skills that enable students to understand the need to articulately manage the organization's identity (who it is), its culture (how it works) and its communicative processes (what it says), affirming with its stakeholders its unique, singular and unrepeatable attributes.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino contemplam sessões teórico-práticas de exposição dos conteúdos por parte do docente e a participação dos estudantes na discussão teórico-conceitual dos conteúdos programáticos.

Simultaneamente, serão analisados case studies que evidenciem os temas de cada tópico e a sua aplicação às dinâmicas organizacionais, proporcionando momentos de análise e reflexão relativamente ao enquadramento dos temas em circunstâncias reais.

Os alunos são permanentemente avaliados pela sua participação e envolvimento ativo em diferentes atividades propostas pelo docente, designadamente trabalhos individuais e em grupo (50%), desenvolvidos ou não no contexto de aula. Os restantes 50% resultaram de uma prova escrita.

A avaliação final (em época de recurso ou especial) será concretizada por um Exame Final de aferição dos conteúdos programáticos.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodologies include theoretical-practical sessions for exposition of the contents by the teacher and the participation of students in the theoretical-conceptual discussion of the syllabus.

Simultaneously, case studies that highlight the themes of each topic and their application to organizational dynamics will be analyzed, providing moments of analysis and reflection regarding the framing of themes in real circumstances.

Students are permanently evaluated for their participation and active involvement in different activities proposed by the teacher, namely individual and group work (50%), developed or not in the context of class. The remaining 50% resulted from a written test.

The final assessment will be carried out by a Final Written Exam to assess the syllabus.

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

A metodologia de ensino pretende garantir que os estudantes não só apreendem os conteúdos teóricos dos temas abrangidos e refletidos no programa da UC, como adquirem competências para a sua aplicação prática, cumprindo os objetivos de aprendizagem de uma UC que perspetiva já a integração dos alunos em contexto de trabalho e procura prepará-los para essa circunstância através de simulações e case studies.

Paralelamente, a avaliação contínua será concretizada ao longo do semestre, de forma quantitativa e qualitativa, proporcionando aos alunos informação que lhes permitam adequar o seu desempenho aos objetivos da UC.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodology seeks to guarantee that students not only learn the theoretical content of the CU programme, but also acquire competences towards their practical application, achieving the intended learning outcomes of a CU that is already envisioning the students' integration in a work context, aiming to prepare them for that reality through simulations and case studies.

In parallel, students will be continuously evaluated throughout the semester, in a quantitative and qualitative manner, providing students with information that will allow them to adjust their performance to the CU goals.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ARGENTI, P. (2006) *Comunicação Empresarial - A Construção da Identidade, Imagem e Reputação*, Elsevier - Editora Campus

CORNELISSEN, J. (2014). *Corporate communication: A guide to theory and practice*, Sage Publications

DOWLING, G. (2002) *Creating corporate reputations: identity, image, and performance*. Oxford

DOZIER, D. (1995) *Manager's guide to excellence in Public Relations and communication management*. Lawrence Erlbaum

FREBERG, K. (2020) *Discovering Public Relations. An Introduction to Creative and Strategic Practices*. SAGE.

HARDY, J. (2010) *Cross-Media Promotion*. Peter Lang Publishing Inc.

NASSAR, P. (2012) *Relações Públicas: a construção da responsabilidade histórica e o resgate da memória institucional das organizações*. São Caetano do Sul, SP: Difusão Ed

RUÃO, T. & FERNÁNDEZ-SOUTO, A. (ed.) (2020) *Estudos em relações públicas avançadas*. Col Comunicação e Sociedade. Pub. CECS

VASCONCELOS, L. R. (2009) *Planejamento de Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus Ed.

Mapa IV - Ativação e Gestão de Marca

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Ativação e Gestão de Marca

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Brand Activation and Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

E&G

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Obter conhecimento teórico-práticos sobre como analisar uma marca e saber realizar uma auditoria à mesma;

- Analisar casos reais sobre ativações e gestão de marcas, adquirindo os conhecimentos necessários para garantir a correta utilização da marca nas várias ativações e iniciativas mantendo a sua correta identidade e personalidade;

- Adquirir competências no desenvolvimento de uma estratégia para a marca e um plano para a comunicação da marca, através de diferentes meios, plataformas e canais;

- Reconhecer o/a Relações Públicas como gestor de marcas, que envolvem organizações, serviços, pessoas, territórios, entre outras;

- Reconhecer os desafios da gestão de marca na era digital.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Obtain theoretical and practical knowledge on how to analyze a brand and know how to audit it;
- Analyze real cases about activations and brand management, acquiring the necessary knowledge to ensure the correct use of the brand in the various activations and initiatives, maintaining its correct identity and personality;
- Acquire skills in developing a strategy for the brand and a plan for brand communication, through different platforms and channels;
- Recognize Public Relations as a brand manager, involving organizations, services, people, territories, among others;
- Recognize the challenges of brand management in the digital age.

4.4.5. Conteúdos programáticos:**GESTÃO DA MARCA**

A definição de marca. A função da marca. A marca como sinal distintivo. A diversidade e tipos de marca.

A IDENTIDADE DA MARCA E MODELOS DE ARQUITETURA DE MARCA

Identidade vs Imagem de marca. O processo de criação de marcas. A gestão de marca como processo. A auditoria de marca. Os modelos de identidade marca. A arquitetura de marca como processo estratégico. As extensões de marca.

O CAPITAL DE MARCA E COMUNICAÇÃO DE MARCA

O conceito de Brand Equity. A lealdade à marca e o relacionamento com o cliente e outros stakeholders. A estratégia e o plano de comunicação de marca. Os eventos e a ativação de marca.

A MARCAS NA ERA DIGITAL

As marcas e a ativação digital. As marcas e a estratégia de comunicação digital. O processo de interação e engagement. O influencer marketing.

4.4.5. Syllabus:**BRAND MANAGEMENT**

The definition of branding. The function of the brand. The brand as a distinctive sign. The diversity and types of brand.

BRAND IDENTITY AND BRAND ARCHITECTURE MODELS

Identity vs Brand Image. The branding process. Brand management as a process. The brand audit. The brand identity models. Brand architecture as a strategic process. Brand extensions.

BRAND CAPITAL AND BRAND COMMUNICATION

The Brand Equity concept. Brand loyalty and relationship with the customer and other stakeholders. The brand communication strategy and plan. Events and branding.

BRANDS IN THE DIGITAL ERA

Brands and digital activation. Brands and digital communication strategy. The process of interaction and engagement. The marketing influencer.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Foi tomando como base os objetivos de aprendizagem da unidade curricular que foram definidos os conteúdos programáticos.

Houve a preocupação de selecionar um conjunto de conteúdos programáticos que não só dessem cobertura a todos os objetivos da unidade curricular, como também proporcionassem uma consolidação da aprendizagem prática, destacando neste campo abrangente os temas considerados mais relevantes para o profissional de Relações Públicas e Gestão da Comunicação.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

It was based on the learning objectives of the curricular unit that the syllabus were defined.

There was a concern to select a set of syllabus that not only covered all the curricular unit's objectives, but also provided a consolidation of practical learning, highlighting in this broad field the themes considered most relevant for the Public Relations and Communication Management professional.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Metodologia de ensino-aprendizagem. Ainda que essencialmente baseada numa metodologia expositiva, é solicitada a participação constante dos alunos, nomeadamente pela análise crítica de textos e casos práticos relativos aos diversos conteúdos programáticos.

Os alunos terão de realizar uma prova escrita / teste de avaliação (50%) e elaborar um trabalho de grupo (50%). O exame final consta de uma prova escrita (100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Teaching/learning methodology. Although essentially based on a presentation methodology, the constant participation of students is requested, namely for the critical analysis of texts and practical cases regarding the different syllabus.

Students will undergo a written test (50%) and prepare a group work (50%). The final exam consists of a written test (100%).

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

A metodologia de ensino selecionada pretende garantir que os estudantes não só adquirem um bom conhecimentos teórico sobre os temas cobertos pelos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular, como também que refletem, analisam e ficam capacitados para a sua aplicação na prática.

Está previsto algum grau de trabalho autónomo dos estudantes reservado às sessões de contacto com o docente, pois pretende-se que este, para além de transmitir conhecimentos, distribua tarefas sob a forma de trabalhos a serem realizados autonomamente pelos alunos, devidamente orientados, onde irão poder aplicar e explorar os conhecimentos teóricos e técnicos adquiridos.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The selected teaching methodology aims to ensure that students not only acquire good theoretical knowledge on the topics covered by the objectives established for this CU, but also that they reflect, analyze and are trained to apply it in practice.

Some degree of autonomous student work is foreseen reserved for contact sessions with the teacher, as it is intended that the teacher, in addition to transmitting knowledge, distribute tasks in the form of work to be carried out autonomously by the students, properly supervised, in which they will try to apply and explore the theoretical and technical knowledge acquired.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

AAKER, D. A., & JOACHIMSTHALER, E. (2012). *Brand Leadership*. Simon and Schuster.

CHERNATONY, L. d. (2010). *From brand vision to brand evaluation - the strategic process of growing and strengthening brands (3th ed.)*. Burlington: Elsevier/Butterworth-Heinemann.

COLEMAN, D. (2018) *Building Brand Experiences: A Practical Guide to Retaining Brand Relevance*, Kogan Page.

GOBÉ, M. (2009). *Emotional Branding - the new paradigm for connecting brands to people (Updated and revised edition ed.)*. New York: Allworth Press.

HEDING, T. et al (2015). *Brand management: Research, theory and practice*. Routledge

KELLER, K. L. et al (2011). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.

ROSENBAUM-ELLIOTT, R. et al (2015). *Strategic brand management*. Oxford University Press, USA.

SMILANSKY, S. (2017) *Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences*, Kogan Page.

Mapa IV - Gestão de Projetos e Empreendedorismo**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Gestão de Projetos e Empreendedorismo***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Project Management and Entrepreneurship***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***E&G***4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):***sem***4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***TP - 48***4.4.1.6. Créditos ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- Identificar os desafios do empreendedorismo e o seu papel para as organizações;
- Trabalhar os conceitos de inovação ao empreendedorismo;
- Adquirir competências que permitam ações de crowdfunding;
- Estimular capacidades empreendedoras e criativas para a solução de problemas;
- Desenvolver competências de gestão de riscos e de deteção e validação de oportunidades de negócio/projetos;
- Adquirir ferramentas conceituais, políticas e operativas, de apoio à criação e gestão de negócio(s) e/ou projeto(s);
- Trabalhar os conceitos de como liderar e motivar pessoas, estratégias individuais e coletivas; o autoconhecimento, autodesenvolvimento e criatividade, a iniciativa e estratégias para tomada de decisões;
- Desenvolver a constituição e comunicação de propostas de valor e planos de negócio/projetos;
- Despertar um olhar estratégico de como perceber e aproveitar oportunidades;
- Trabalhar a gestão de carreira e marcas pessoais.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Identify the challenges of entrepreneurship and its role for organizations;
- Work on the concepts of innovation in entrepreneurship;
- Acquire skills that enable the creation of crowdfunding;
- Stimulate entrepreneurial and creative skills to solve problems;
- Develop skills in risk management and detection and validation of business/project opportunities;
- Develop conceptual, political and operational tools to support the creation and management of business(s) and/or project(s);
- Work the concepts of how to lead and motivate people, individual and collective strategies; self-knowledge, self-development and creativity, initiative and decision-making strategies;
- Develop the constitution and communication of value propositions and business/project plans;
- Awaken a strategic look at how to perceive and seize opportunities;
- Work on career management and personal brands.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

Definição de empreendedorismo
Perspetiva histórica
Análise da importância do Empreendedorismo na evolução da Economia
Estudos de caso
Inovação e competitividade: criação de valor
Decisão, Gestão de Riscos e Oportunidades
Da Ideia ao Negócio
Business Model Canvas
Propriedade Intelectual
Perspetiva Histórica
Marcas
Marca Pessoal (ser gestor da sua própria carreira)
Modelos de Utilidade
Patentes
Estratégias de proteção internacional

Trâmites Legais para a Criação de Empresas
Crowdfunding
Modelos de financiamento
Planos de Negócio
Gestão de projetos

4.4.5. Syllabus:

Definition of entrepreneurship
Historical perspective
Analysis of the relevance of entrepreneurship in the evolution of the Economy
Case studies
Innovation and competitiveness: value creation
Decision, risk and opportunity management
From idea to business
Business Model Canvas
Intellectual property
Historical perspective
Brands
Personal Brand (being a manager of your own career)
Utility models
Patents
International protection strategies
Legal procedures for company creation
Crowdfunding
Funding models
Business plans
Project management

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos foram definidos numa perspetiva pragmática, na lógica do ensino das ferramentas que os alunos irão necessitar caso pretendam seguir um caminho empreendedor. Esse é, aliás, o maior objetivo da presente unidade curricular. Simultaneamente, e em relação ao desenvolvimento das competências de análise, os conteúdos programáticos permitirão: compreender a relevância e amplitude do empreendedorismo e da inovação bem como as suas implicações e explicar os fatores que influenciam o contexto nacional e internacional.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus was established from a pragmatic perspective, introducing the tools that students will need in the event they decide to pursue an entrepreneurial path. In fact, this is the main goal of this curricular unit. Simultaneously, and regarding the development of analysis skills, the syllabus will enable: understanding the relevance and range of entrepreneurship and innovation, and its implications, as well as explain the factors that influence the national and international context.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Exposição do docente com recursos e bibliografia especializada;
Análise de casos de sucesso;
Leitura de textos, livros e artigos científicos indicados pelo professor da UC;
Indicação de vídeos, filmes, documentários, produtos mediáticos com conteúdos alusivos à Unidade Curricular.

O processo de avaliação é constituído por 4 momentos de avaliação com os seguintes pesos:

M1 (Business Model Canvas) – 25%

M2 (Pitch Deck) – 15%

M3 (Sumário Executivo) – 25%

M4 (Plano de Negócios) – 35%

Avaliação final: Prova a realizar nas Épocas Normal ou de Recurso, com peso de 100% na classificação final.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Exposition of the professor with resources and specialized bibliography;
Analysis of successful cases;
Reading of texts, books and scientific articles recommended by the UC professor;
Indication of videos, films, documentaries, media products with content related to the Curricular Unit.

Continuous assessment: The evaluation process is comprised of four evaluation moments:

M1 (Business Model Canvas) – 25%

M2 (Pitch Deck) – 15%

M3 (Executive summary) – 25%

M4 (Business plan) – 35%

Final evaluation: Exam during Normal or Supplementary Seasons, weighing 100% of the final grade.

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

A metodologia de avaliação proposta tem como objetivo validar a capacidade dos alunos de incorporarem o conhecimento obtido na sua própria ideia de negócio. Nesse sentido, os 4 elementos pedidos para avaliação permitem descrever a ideia de negócio nas suas várias vertentes - servindo de base para contactos futuros com parceiros e potenciais investidores.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The proposed evaluation methodology has the purpose of validating the capacity of students to apply the knowledge they obtained to their own business idea. In that sense, the four evaluation elements requested allow for the description of a business idea and its distinct branches, and are a base for future contracts with partners and potential investors.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

CHIAVENATO, I. (2005) *Comportamento organizacional – A dinâmica do sucesso das organizações*. Rio de Janeiro: Editora COSTA, H. & RIBEIRO, P.C. (2007) *Criação & Gestão de Micro-Empresas e Pequenos Negócios*. Lidel
DORNELAS, J. C. A. (2007). *Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedores de sucesso*. Rio de Janeiro: Elsevier
FARIAS, L.A. de (org.) (2011) *Relações Públicas Estratégicas*. São Paulo: Summus Ed

GONÇALVES, G. & ATHAYDES, A. (2017). *Relações Públicas e Comunicação Organizacional: dos fundamentos às práticas: Liderança, inovação e empreendedorismo* (vol. 5). Covilhã, UBI, LabCom.IFP, Editora LabCom. IFP
HISRIC, R.D.; PETERS, M.P. (2004) *Empreendedorismo*. Porto Alegre: Ed. Bookman
ROBBINS, S. P. (2008). *O segredo na gestão de pessoas*. Lisboa: Centro Atlântico
SARAIVA, P. (2011) *Empreendedorismo: do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor*. 2ª ed, Imprensa da Universidade de Coimbra
SARKAR, S. (2010) *Empreendedorismo e Inovação*. Escolar

Mapa IV - Laboratório de Relações Públicas

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Laboratório de Relações Públicas

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Public Relations Laboratory

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

SIMONE ANTONIACI TUZZO (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Simular o ambiente de um departamento de Relações Públicas para realização de projetos de comunicação para organizações públicas, privadas ou terceiro setor com elaboração de estratégias de relacionamento;
- O laboratório deverá atuar também como agência experimental desenvolvendo campanhas, estratégias de divulgação, relacionamento com stakeholders e construção de mapa de media, incluindo plataformas analógicas e digitais;
- Desenvolver de forma prática os conhecimentos adquiridos nas UC realizadas ao longo do curso de uma forma operacional;
- Sustentar o conjunto dos conteúdos do curso, criando a possibilidade de aproximar os estudantes das práticas do mercado, por isso os conhecimentos adquiridos neste laboratório são estruturantes para o desempenho profissional dos graduados do curso de Relações Públicas e Gestão da Comunicação.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Simulation of the environment of a Public Relations department to carry out communication projects for public, private or third sector organizations with development of relationship strategies, media, mapping of audiences;
- The laboratory should also act as an experimental agency developing campaigns, dissemination strategies, stakeholders/publics relations and construction of a media map, including analogue and digital media;
- In the laboratory, students will have the opportunity to practically develop the knowledge acquired in the subjects taken during the course in an operational way;
- The laboratory will support the set of course contents, creating the possibility of bringing students closer to market practices, so the knowledge acquired in this laboratory is structuring for the professional performance of graduates of the Public Relations and Communication Management course.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

MAPEAMENTO DE PÚBLICOS

Diagnóstico de parceiros, clientes e concorrentes; Seleção de clientes nas diversas áreas organizacionais; Identificação, segmentação e classificação de públicos.

DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Formulação de planos, projetos, programas de relacionamento com os públicos. Pesquisa e diagnóstico da comunicação; Construção do briefing; Definição de Estratégias e Táticas; Criação da matriz SWOT; Desenvolvimento das peças de Comunicação/ Relações Públicas; Produção do orçamento; Construção de um cronograma de trabalho e atividades; Execução do projeto.

MONITORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DAS ATIVIDADES

Ferramentas de avaliação como estratégia de futuras ações.

4.4.5. Syllabus:

AUDIENCE MAPPING

Diagnosis of partners, customers and competitors; Selection of clients in different organizational areas; Identification, segmentation and classification of audiences.

DEVELOPMENT OF THE PUBLIC RELATIONS PLAN

Formulation of plans, projects, relationship programs with the public. Communication research and diagnosis; Construction of the briefing; Definition of Strategies and Tactics; Creation of the SWOT matrix; Development of Communication/Public Relations pieces; Budget production; Construction of a schedule; Project execution.

ACTIVITY EVALUATION

Assessment tools as a strategy for future actions.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Considerando os objetivos da UC e o seu enquadramento no curso, foram definidos conteúdos programáticos de índole maioritariamente prática, concretizados através da aplicação dos conteúdos teóricos contemplados nas diferentes UC do curso, designadamente em Planeamento Estratégico em Relações Públicas, proporcionando uma formação completa e avançada para os futuros profissionais de Relações Públicas nos problemas e desafios que se colocam hoje às organizações.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Considering the Curricular Unit objectives and its context in the course, the content was defined mainly with practical exercises, achieved through the application of theoretical concepts covered in the different Units of the course, providing a complete and advanced training for future public relations professionals on problems and challenges that organizations face today.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino é a de apresentação de casos práticos que constituam problemas no âmbito das Relações Públicas que possam ser desenvolvidos pelos alunos em contexto de aula, simulando o trabalho de um Departamento de Relações Públicas. Em cada aula, os alunos são convidados a analisar e interpretar problemas de Relações Públicas, apresentando as suas propostas para respetiva resolução. Os alunos são permanentemente avaliados pela sua participação e envolvimento ativo em diferentes atividades propostas pela docente, designadamente 4 trabalhos individuais ou em grupo, desenvolvidos ou não no contexto de aula, onde aplicarão conceitos da UC a case studies que contemplem preferencialmente empresas e marcas reais.

Avaliação contínua (4 trabalhos x 25%)

No enquadramento deste desiderato, também os alunos abrangidos pela Avaliação Final realizam uma prova prática (50%), em complemento à aferição dos seus conhecimentos teórico-conceituais num exame final (50%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodology is the presentation of case studies which are problems in the context of public relations that can be developed by students in the context of class, simulating the work of a Public Relations Department. In each class, students are invited to analyze and interpret public relations problems, presenting its proposals for their resolution. Students are continually assessed for their participation and active involvement in different activities proposed by the teacher, including 4 individual or group work, developed or not in the context of class, in which the students must apply concepts of the Unit in case studies that will address preferably to actual companies and brands.

Continuous evaluation (4 assignments x 25%)

In the framework of this goal, the students covered by the Final Evaluation will also perform a practical test (50%), in addition to the measurement of their theoretical and conceptual knowledge in a final exam (50%).

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

Conforme referido, a metodologia de ensino pretende garantir que os alunos não só apreendem os conteúdos teóricos dos temas abrangidos no curso e traduzidos no programa desta UC, como adquirem competências para a sua aplicação prática, cumprindo os objetivos de aprendizagem de uma UC que perspetiva já a integração dos alunos em contexto de trabalho e procura prepará-los para essa circunstância através de simulações e case studies. Paralelamente, a avaliação contínua será concretizada ao longo do semestre, de forma quantitativa e qualitativa, proporcionando-se aos alunos informação que lhes permita adequar o seu desempenho aos objetivos da UC.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodology aims to ensure that the students not only understand the theoretical contents of the issues reflected in the Curricular Unit program, as how they acquire skills for their practical application. At the same time, the ongoing evaluation will be achieved throughout the semester, in a quantitative and qualitative way, providing information that allows the student to adapt their performance to the objectives of the Curricular Unit.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

BARROS, A. & DUARTE, J. (2005) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas
FORTES, W.G. (1990) Pesquisa institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas. São Paulo: Loyola
FRANÇA, F. (2004) Públicos – como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul / SP: Yendis Editora.
HENRIQUES e WERNECK, M. S. (org)(2005) Visões de Futuro: responsabilidade compartilhada e mobilização social: Autêntica
HUTCHINS, A. L. & Tindall, T. J. (Eds.) (2021). Public Relations and Online Engagement - Audiences, Fandom and Influencers, Routledge
KELLEHER, Tom (2021). Public Relations, 2nd ed., Oxford University Press
KUNSCH, M. M. K. (2003) Planejamento das Relações Públicas na comunicação integrada. 4.ed. São Paulo, Summus
KUNSCH, M.M.K. (org.). (2008) Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas. São Caetano do Sul: Difusão
SHIRKY, C. (2012) Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro, Zahar

Mapa IV - Design de Comunicação**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Design de Comunicação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Communication Design

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Compreender a gramática do design de comunicação quer do ponto de vista conceptual como prático;
- Desenvolver competências metodológicas na abordagem de projetos de design;
- Adquirir conhecimentos e competências ao nível da tipografia, hierarquia e composição;
- Reconhecer o potencial da imagem como meio de comunicação e compreender nos diferentes contextos o uso das ferramentas para a comunicação visual;
- Desenvolver raciocínio e estimulação criativa em projeto utilizando diferentes meios de comunicação de forma integrada;
- Saber relacionar as matérias e conceitos lecionados com a prática profissional;
- Demonstrar autonomia, profissionalismo e sentido crítico.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Understand the grammar of communication design both from a conceptual and a practical point of view;
- Develop methodological skills in approaching design projects;
- Acquire knowledge and skills in terms of typography, hierarchy and composition;
- Recognize the potential of the image as a means of communication and understand the use of tools for visual communication in different contexts;
- Develop reasoning and creative stimulation in a project using different media in an integrated way;
- Know how to relate the subjects and concepts with professional practice;
- Demonstrate autonomy, professionalism and critical sense.

4.4.5. Conteúdos programáticos:**DESIGN E COMUNICAÇÃO**

Comunicação e criatividade. Design bidimensional, tridimensional e movimento. Design e marketing digital.

PROCESSOS NA PLANIFICAÇÃO DE UM PROJETO DE DESIGN DE COMUNICAÇÃO

Metodologia e design. Desenvolvimento e aplicação de estratégias e criatividade. Técnicas de "brainstorming" e de "mind map". Formulação do problema ou questão. A composição da narrativa gráfica: relação entre conceito, imagem, texto e suporte. Esboços exploratórios; suportes finais; artes finais e formatos para divulgação online.

DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS

Projetos de comunicação visual, aplicando estratégias e processos de investigação e abordagem holística do design de comunicação.

Composição, estrutura e construção da forma integrada. Desenvolvimento estratégico, estrutural e operacional do projeto de design de comunicação. Comunicação visual para a Informação.

4.4.5. Syllabus:**DESIGN AND COMMUNICATION**

Communication and creativity. Two-dimensional, three-dimensional and movement design. Digital design and marketing.

PROCESSES IN PLANNING A COMMUNICATION DESIGN PROJECT

Methodology and design. Development and application of strategies and creativity. Brainstorming and mind map techniques. Formulation of a problem or a question. The composition of the graphic narrative: relationship between concept, image, text and support. Exploratory sketches; end supports; final arts and formats for online dissemination.

CAMPAIGN DEVELOPMENT

Visual communication projects, applying research strategies and processes and a holistic approach to communication design. Composition, structure and construction of the integrated form. Strategic, structural and operational development of the communication design project. Visual Communication for Information.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que o programa foi concebido para estimular o pensamento crítico na reflexão sobre a teoria e prática do Design de Comunicação, bem como sobre a sua natureza interdisciplinar.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus is consistent with the objectives of the curricular unit, since the programme was designed to encourage critical thinking in the reflection on Communication Design theory and practice, and on its interdisciplinary nature.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O primeiro momento é expositivo, onde o docente expõe conteúdos teóricos, e, ao mesmo tempo ausculta os discentes quanto à sua compreensão, motivando o seu espírito crítico. O segundo momento é destinado ao desenvolvimento de um projeto individual, seguindo um enunciação que põem em prática os conhecimentos adquiridos ao longo do período expositivo.

Avaliação contínua: M1 Teste teórico 40% + M2 Projeto 60%

Avaliação Final (Épocas Normal, Recurso e Especial): Exame teórico-prático 100%.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The first is an expository moment, in which the teacher will present theoretical contents and, simultaneously, verify the comprehension of the students, motivating their critical spirit. The second moment is intended for the development of an individual project, following an instruction text which allows putting into practice the knowledge obtained throughout the expository moment.

Continuous evaluation: M1 Theoretical test (40%) + M2 Project (60%)

Final evaluation (Normal, Supplementary and Special Seasons): Theoretical and practical exam (100%).

4.4.8. 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 da unidade curricular dado que: o modelo de aula segue uma filosofia de constante debate, aquando da análise de um texto e apresentação de exemplos, promovendo a reflexão e pensamento crítico dos estudantes; o trabalho final da unidade curricular permite aos estudantes colocar na prática as questões teóricas sobre as quais refletiram, ao mesmo tempo que desenvolvem competências de natureza processual, técnica e metodológica acompanhados pelo docente.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodologies are consistent with the purposes of the curricular unit since: the class model adopts a philosophy of constant debate, associated to text analysis and the presentation of examples, which encourages student reflection and critical thinking; the final work of this curricular unit enables students to put into practice the theoretical questions considered and develop procedural, technical and methodological competencies, monitored by the teacher.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

AA. VV (1997). *Design Beyond Design: Critical Reflections and the Practice of Visual Communication*, ed. Jan Van Torn, Jan van Eyck Akademie Editions

AA. VV (2006), *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*, ed. Audrey Bennett, Princeton Architectural Press, New York

DABNER D. et al (2019), *Design Gráfico, Princípios e Práticas*. G. Gili

DUBBERLY, H. (2005), *How do you Design? A compendium of models*. Dubberly Design Office.

HELLER, S. & VIENNE, V. (2003). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*. Allworth Press, London

HUNT, J. & DAVIS, M. (2017). *Visual Communication Design - An Introduction to Design Concepts In Everyday Experience*. London: Bloomsbury Publishing.

LUPTON E. & PHILLIPS, J. (2008) *Novos Fundamentos do Design*; Edição Cosac Naify

LUPTON, E. (2019) *Pensar Com Tipos - Guia para designers escritores editores e estudantes*. Ed GG.

WHEELER, A. (2012) *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, 4th Ed*, J. Wiley & S

Mapa IV - Reputação e Comunicação de Crise**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Reputação e Comunicação de Crise

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Reputation and Crisis Communication

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Fábia Ortega Borges (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Identificar, analisar e gerir ativos intangíveis, reconhecendo a sua importância para a reputação;

- Analisar casos reais sobre a construção, manutenção e defesa da reputação, sendo fundamental que os estudantes compreendam que a estratégia de Relações Públicas e as ações de comunicação inerentes influenciam a reputação das marcas, seja de forma positiva ou negativa, por ação ou omissão;

- Analisar o contexto social e mediático das organizações, identificando situações de escrutínio e conflito, que possam penalizar a Reputação e/ou derivar em Crises Corporativas;

- Reconhecer a importância de um Plano de Gestão de Crise e das Relações Públicas como escudo anti-crise;

- Identificar os principais modelos e estratégias de Gestão e Comunicação de Crise, não só junto de OCS (órgãos de comunicação social) mas (e principalmente) com públicos diretamente afetados pela crise.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Identify, analyze and manage intangible assets, recognizing their importance to reputation;
- Analyze real cases about the construction, maintenance and defense of reputation, it is essential that students understand that the Public Relations strategy and the inherent communication actions influence the reputation of brands, whether positively or negatively, by action or omission;
- Analyze the social and media context of organizations, identifying situations of scrutiny and conflict, which may penalize the Reputation and/or lead to Corporate Crises;
- Recognize the importance of Crisis Management and Public Relations as an anti-crisis shield;
- Identify the main models and strategies of Crisis Management and Communication, not only with the media but (and mainly) with audiences directly affected by the crisis.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

CONSTRUÇÃO DA REPUTAÇÃO.

A importância dos ativos intangíveis. Principais elementos de Reputação Corporativa. Medição e gestão da Reputação.

GESTÃO DE CRISE.

Origem, tipos e intensidade da Crise. Avaliação de riscos e previsibilidade. Reatividade e Proatividade na Gestão de Crise. Planos, Simulacros e Comissões de Crise.

COMUNICAÇÃO DE CRISE.

Análise do impacto da crise na Reputação. Relações Públicas: fazer bem e fazê-lo saber. Estratégia e alinhamento de uma narrativa de Gestão e Comunicação de Crise. Comunicação nos media e para além dos media. A exposição global das marcas e as novas crises em plataformas digitais.

4.4.5. Syllabus:

REPUTATION BUILDING.

The importance of intangible assets. Main elements of Corporate Reputation. Reputation measurement and management.

CRISIS MANAGEMENT.

Origin, types and intensity of the crisis. Risk assessment and predictability. Reactivity and Proactivity in Crisis Management. Crisis Plans, Simulators and Commissions.

CRISIS COMMUNICATION.

Analysis of the impact of the crisis on Reputation. Public Relations: doing well and making it known. Strategy and alignment of a Crisis Management and Communication narrative. Communication in the media and beyond the media. The global exposure of brands and the new crises in digital platforms.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Considerando os objetivos da UC e o seu enquadramento no curso, enquanto UC do 5º semestre, foram definidos conteúdos programáticos que contemplam temas não abrangidos pelas anteriores UC nucleares do curso, pretendendo-se que, no seu conjunto, estas UC's proporcionem uma formação completa e avançada para os futuros profissionais de Relações Públicas nos problemas e desafios que se colocam hoje às organizações.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Considering the objectives and its context in the course, as a 5th semester Curricular Unit, were defined syllabus which include issues not covered by previous nuclear Units of the course, with the aim that, as a whole, these Curricular Unit provide a thorough and advanced education, for public relations professionals of the future on the problems and challenges faced by organizations today.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino é a de exposição e discussão dos conceitos teóricos, de casos e exemplos práticos, com recurso a materiais pedagógicos complementares com a finalidade de enquadrar os temas em estudo. Pretende-se ainda a participação dos alunos na discussão teórico-conceitual, a partir dos materiais distribuídos previamente.

Obedecendo a esta dupla abordagem, os alunos serão avaliados através de uma prova escrita e um trabalho semestral, onde serão aferidos os seus conhecimentos teóricos da UC, bem como a sua capacidade de aplicação prática através de competências trabalhadas nas aulas, sendo igualmente avaliada a sua participação nessas dinâmicas.

No que se refere à comunicação em contextos sensíveis, alguns oradores convidados, com produção científica e/ou experiência em cada uma das áreas, darão o seu contributo em aulas previamente definidas.

Aval. contínua: M1 Prova Escrita 40% M2 Trabalho Semestral 40% M3 Participação 20%

Aval. final: prova (100%)

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodology includes exposition and debate of theoretical concepts from practical cases and examples, through the use of complementary teaching materials (video, internet, articles, etc.) so as to place the study topics in context. Participation of students in theoretic and conceptual discussions, using previously assigned materials, is also required. By acting in accordance with this double approach, students' evaluation will include a written test and a semester work, intended to evaluate students' theoretical knowledge regarding the CU, their ability to put it into practice using the competences learned, and their participation in these dynamics.

Regarding communication in sensitive contexts, several guest speakers, with scientific production and/or experience in each area, will contribute with their experience in previously determined classes.

M1 Written test 40% M2 Semester work 40% M3 Participation 20%

Final exam: 100%

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

Conforme referido, a metodologia de ensino pretende garantir que os alunos não só apreendem os conteúdos teóricos dos temas refletidos no programa da UC, como adquirem competências para a sua aplicação prática, cumprindo os objetivos de aprendizagem. Paralelamente, a avaliação contínua será concretizada ao longo do semestre, de forma quantitativa e qualitativa, proporcionando-se aos alunos informação que lhes permitam adequar o seu desempenho aos objetivos da UC.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

As previously mentioned, the teaching methodology seeks to guarantee that students not only learn the theoretical content of the CU programme, but also acquire competences towards their practical application, achieving the intended learning outcomes. In parallel, students will be continuously evaluated throughout the semester, in a quantitative and qualitative manner, providing students with information that will allow them to adjust their performance to the CU goals.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ANDERSON-MELI, L. & Koshy, K. (2020). *Public Relations Crisis Communication: A New Model*, Routledge
 AUGUSTINE, N. (2008) *Como lidar com as Crises*. Elsevier
 BARQUERO, J. D. & CABRERO, M.(2010) *Marketing relacional y comunicación para situaciones de crisis*, Profit editorial
 CAETANO, J. et al (2006) *Gestão de Crise*. Presença
 Corporate Excellence Center for Reputation Leadership & Canvas (2020) *Approaching the future 2020. Tendencias em reputación y gestión de intangibles*.
 FITA TRIAS, J. (1999) *Comunicación en programas de crisis. Gestión 2000*
 Global Alliance for Public Relations and Communication Management & Corporate Excellence Center (2021) *The Global PR and Communication Model 2021*
 GONZÁLEZ HERRERO, A. (1998) *Marketing preventivo La comunicación de crisis en la empresa*. Bosch
 V&A (2018) *Gestión de la reputación y los intangibles empresariales. Informe integrado de metodologías V&A*
 VILLAFANE, J. (2013) *La buena empresa: propuesta para una teoría de la reputación corporativa*, Pearson

Mapa IV - Comunicação Intercultural**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Comunicação Intercultural***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Intercultural Communication***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***Hum***4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):***sem***4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***TP - 48***4.4.1.6. Créditos ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***CÉLIA SOUSA VIEIRA (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

Dominar conceitos e problemáticas relativos à cultura e à interculturalidade
Desenvolver competências e sensibilidade para a comunicação intercultural
Entender a prática comunicacional em diferentes contextos culturais.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

To master concepts and issues related to culture and interculturality
To develop skills and sensibility for intercultural communication
To understand communicational practices in different cultural contexts.

4.4.5. Conteúdos programáticos:*1. Cultura, culturas e interculturalidade**1.1. Identidade e alteridade: a perceção intercultural**1.2. cultura local e globalização**1.3. cultura nacional e cultura organizacional**2. Comunicação intercultural**2.1. Comunicação intercultural nas organizações**2.2. Marketing intercultural**2.3. Diretrizes éticas para a comunicação Intercultural**2.3.1. cidadania intercultural**3. Sociopragmática das relações interculturais**3.1. Atos de fala, linguagem não-verbal, cortesia**3.2. Fórmulas de tratamento e de saudação**3.3. Tabus, tradições e rituais**3.4. Relações próximas*

4.4.5. Syllabus:

1. *Culture, cultures and interculturalism*
 - 1.1. *Identity and otherness: the intercultural perception*
 - 1.2. *Local culture and globalisation*
 - 1.3. *National culture and organizational culture*
2. *Intercultural communication*
 - 2.1. *intercultural communication in organisations*
 - 2.2. *Intercultural marketing*
 - 2.3. *Ethical guidelines for intercultural communication*
 - 2.3.1. *Intercultural citizenship*
3. *Sociopragmatics of intercultural relations*
 - 3.1. *Speech acts, non-verbal language, courtesy*
 - 3.2. *Formulas of treatment and greeting*
 - 3.3. *Taboos, traditions and rituals*
 - 3.4. *Proxemics relations*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos pretendem, por um lado, dotar os estudantes dos principais conceitos operatórios relativos à cultura e à comunicação intercultural e, por outro lado, sensibilizar para a importância das dinâmicas interculturais nas relações interpessoais e organizacionais. Pretende-se, nesta unidade, abordar ainda a dimensão sociopragmática da interculturalidade, identificando nuances determinantes para a eficácia do processo comunicacional.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The programmatic content aims, on the one hand, to provide students with the main operational concepts relating to culture and intercultural communication and, on the other hand, to raise awareness of the importance of intercultural dynamics in interpersonal and organisational relationships. This unit also aims to address the sociopragmatic dimension of interculturality, identifying determining nuances for the effectiveness of the communication process.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Exposição da Docente, com recurso a bibliografia especializada;
Análise de documentos reais (artigos, crónicas jornalísticas, ensaios, documentos empresariais...), relativos aos conteúdos programáticos;
Comentário orientado de excertos de bibliografia especializada;
Apresentação e discussão pelos estudantes de conteúdos programáticos, a partir da análise de documentos reais e sob a orientação da docente;
Exploração de materiais pedagógicos complementares (internet, vídeos), com a finalidade de enquadrar os conteúdos programáticos.*

Av. contínua: Realização de 2 testes e de um trabalho prático, com peso equitativo na classificação.

Av. final: Exame final com peso de 100% na classificação

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

*Exposition by the teacher, using specialized bibliography;
Analysis of real documents (articles, newspaper chronicles, essays, business documents ...), relating to syllabus;
Commentary oriented excerpts of specialized bibliography;
Presentation and discussion of syllabus by students, based on the analysis of real documents and under the guidance of the teacher;
Exploration of additional educational materials (internet, videos) in order to contextualize*

Continuous assessment: two tests and a practical work, with equal weight in the classification.

Final exam: Final exam with 100% weight in the final grade.

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

Tanto a análise de documentos reais, favorecida pelo enquadramento teórico-crítico, como a produção textual, visam melhorar as competências comunicativas dos Alunos em contexto empresarial/organizacional. A orientação de trabalhos dos Alunos, se por um lado justifica o peso da componente não letiva, por outro lado visa dotar os mesmos de uma certa autonomia nos processos de análise sobre comunicação intercultural.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Both the analysis of real documents, supported by the theoretical and critical framework, and the text production aim to improve the students' communication skills in the business/organisation contexts. The monitoring of students' works justifies the non-teaching component and aims to provide students with a certain autonomy in the discursive processes analysis of intercultural communication.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*Boromisza-Habashi, David (2020) Intercultural Communication: Pathways to Better Interactions, Cognella Academic Publishing
Carneiro, Roberto (2011), A educação intercultural, in: Povos e Culturas 13, 129-188.
Kotthoff, Helga and Spencer-Oatey, Helen (2008). Handbook of Intercultural Communication, Berlin, New York: De Gruyter Mouton.
Rings, Guido and Rasinger, Sebastian (2020). The Cambridge Handbook of Intercultural Communication, Cambridge University Press
Shaules, Joseph (2015), The intercultural mind: connecting culture, cognition and global living, Boston: Intercultural Press.*

Mapa IV - Marketing Digital**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Marketing Digital

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Digital Marketing

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

E&G

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):*sem***4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***TP - 48***4.4.1.6. Créditos ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA (48 H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- *Compreender os principais conceitos que sustentam a nova economia digital, relacionados com a dimensão estratégica e operacional do marketing online;*
- *Conhecer os principais componentes do MKT Digital e o seu processo estratégico;*
- *Compreender as particularidades da pesquisa de MKT online;*
- *Conhecer as diferentes modalidades de e-commerce e as especificidades do comportamento do consumidor online;*
- *Conhecer de perto as mais atuais estratégias no MKT Digital;*
- *Pesquisar, tratar, produzir e comunicar informação, através das novas TIC;*
- *Desenvolver capacidades para utilizar, adequadamente, e manipular com rigor técnico, aplicações informáticas, nomeadamente, em articulação com as aprendizagens e tecnologias específicas das outras áreas disciplinares.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- *Understand the main concepts related to the strategic and operational dimension of online marketing.*
- *Know the different types of e-commerce.*
- *Understand the specificities of online marketing search.*
- *Understand the specificities of online consumer behaviour.*
- *Understand the most current strategies in Digital Marketing.*
- *Interact with current digital communication tools.*
- *Develop the ability to research, process, produce and communicate information through the new ICTs.*
- *Develop the ability to properly use and manipulate, with technical rigour, IT applications that are in line with the learning and specific technologies of other subject areas.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:**O MARKETING E O MUNDO DIGITAL, NOÇÕES FUNDAMENTAIS***Conceitos básicos da Nova Economia Digital. Propostas de valor. E-business, e-commerce e e-marketing. Tipologias de comércio eletrónico. ESTRATÉGIA DE E-BUSINESS E ESTRATÉGIA DE E-MARKETING.**Modelos e estratégia de negócio eletrónico. Modelos de e-business. Indicadores de desempenho e balanced scorecard.***PLATAFORMAS DE MARKETING DIGITAL***Sites, Plataformas e Mobile Marketing. Optimização para motores de busca (SEO). Publicidade nos motores de busca (SEA). Marketing de Conteúdo. Marketing de Afiliados. Redes Sociais: Gestão e Publicidade. Publicidade online - Display Advertising. E-mail Marketing***PLANO DE MARKETING DIGITAL DE UM PRODUTO/MARCA.***Criação da estratégia digital (conteúdos, canais e métricas). Objetivos e indicadores de desempenho digitais (KPI's).***4.4.5. Syllabus:****MARKETING AND DIGITAL WORLD, FUNDAMENTAL NOTIONS***Basic concepts of the New Digital Economy. Value propositions. E-business, e-commerce and e-marketing. Types of e-commerce.***E-BUSINESS STRATEGY AND E-MARKETING STRATEGY.***Electronic business models and strategy. E-business templates. Performance indicators and balanced scorecard.***DIGITAL MARKETING PLATFORMS***Websites, Platforms and Mobile Marketing. Search engine optimization (SEO). Advertising in search engines (SEA). Content Marketing. Affiliate Marketing. Social Networks: Management and Advertising. Online Advertising - Display Advertising. E-mail marketing***DIGITAL MARKETING PLAN FOR A PRODUCT/BRAND.***Creation of digital strategy (content, channels and metrics). Digital goals and performance indicators (KPI's).***4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Os conteúdos ministrados estão enquadrados na área científica do curso e servem para representar a temática do e-Marketing na sociedade de informação e do conhecimento.**A metodologia está estruturada em componente teórica e prática.**Na componente teórica são lecionados os conceitos indicados no programa da disciplina. Na componente prática são realizados exercícios, focando ferramentas e estratégias de eMarketing.***4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***The content taught is included in the course's scientific area and serves to represent the e-Marketing theme in the information and knowledge society.**The methodology is structured in theoretical and practical component.*

In the theoretical component, the concepts indicated in the subject programme are taught. In the practical component, exercises focused on e-Marketing tools and strategies are carried out.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino visam desenvolver as principais competências de aprendizagem dos alunos de forma a permitir cumprir todos os objetivos. Para este fim, os métodos seguidos são: Expositivo, com recurso a materiais diversos, possibilitando a transmissão de conhecimentos de forma estruturada e contínua; Interrogativo, questionando sistematicamente os discentes de forma a desenvolverem a capacidade crítica; Demonstrativo, aplicação prática por parte dos discentes; Ativo, os discentes devem tomar a iniciativa de resolução de exercícios.

Classificação final – obtida através da avaliação contínua ou avaliação final – igual ou superior a 10 valores.

Avaliação Contínua: constituída por 2 momentos de avaliação (uma prova escrita com ponderação de 30% e um Plano de Marketing Digital com ponderação de 70%).

Avaliação Final: classificação igual ou superior a 10 valores no teste final individual.

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodologies aim to develop the main learning competences of students, in order to meet all the objectives. For this purpose, the following methods will be used: Expository method: with the use of different materials, allowing the structured and continuous transmission of knowledge; Interrogative method: with systematic questioning of students, in order to develop their critical ability; Demonstrative method: practical application by all students; Active method: students should take the initiative in solving exercises.

Final grade – equal or higher than 10 valores [on a scale of 0-20] through continuous or final evaluation.

Continuous evaluation: comprised of 2 evaluation moments (a written test weighing 30% and a Digital Marketing Plan weighing 70%).

Final evaluation: final grade equal or higher than 10 valores [on a scale of 0-20] in the individual final test.

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

A componente letiva pretende incentivar o sentido (auto)crítico sem descurar a componente ética. Promove-se por isso, a, exposição e discussão crítica de casos e exercícios, a participação nas aulas e apresentação e defesa de trabalhos individuais e de grupo.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching component seeks to encourage critical (self-)awareness without foregoing the ethical component. Therefore, the presentation and critical debate of cases and exercises, participation in classes, and presentation and defence of individual and group works is promoted.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ADOLPHO, C. (2012). Os 8 Ps do Marketing Digital - O guia estratégico de marketing digital, Texto Gestão.

ANACOM (2006). O Comércio Electrónico em Portugal – O Quadro Legal e o Negócio. Lisboa: Autoridade Nacional de Comunicações.

CARREIRA, F. (2018). Marketing Digital na Versão 2.0 – o que não pode ignorar (4ª Ed.). Edições Sílabo.

CHAFFEY, D. & ELLIS-CHADWIC, F. (2012) Digital Marketing - Strategy, Implementation and Practice, Pearson.

KINGSNORTH, S. (2019). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page.

KOTLER, P. et al (2016). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Wiley.

MARQUES, V. (2015). Marketing Digital 360, Actual Editora.

NETO, J. et al (2016). Marketing Digital & E-Commerce, Psicosoma.

Mapa IV - Organização e Gestão de Eventos

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Organização e Gestão de Eventos

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Event Organization and Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Fábia Ortega Borges (48H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- *Enquadrar a Organização e Gestão de Eventos numa estratégia de Relações Públicas, incorporando uma dimensão de promoção e difusão destes acontecimentos especiais, dirigidos para diferentes stakeholders;*
- *Desenvolver e aperfeiçoar competências na planificação, organização e gestão de eventos, através da elaboração de propostas e projetos;*
- *Monitorizar a implementação das atividades planeadas, bem como a identificação de recursos, financiamento e previsão orçamentária.*
- *Avaliar os resultados dos projetos de organização de eventos;*
- *Reconhecer a importância do Protocolo e Cerimonial em Eventos, bem como no acolhimento e relacionamento com diferentes stakeholders no quotidiano das organizações;*
- *Adquirir competências para o desempenho de funções de responsabilidade associadas ao Protocolo e Cerimonial Corporativo.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- *Frame the Organization and Management of Events in a Public Relations strategy, incorporating a dimension of promotion and dissemination of these special events, aimed at different stakeholders;*
- *Develop and improve skills in planning, organizing and managing events, through the preparation of proposals and projects;*
- *Monitor the implementation of planned activities, as well as the identification of resources, funding and budget forecast.*
- *Evaluate the results of event organization projects;*
- *Recognize the importance of the Protocol and Cerimonial in Events, as well as the reception and relationship with different stakeholders in the daily lives of organizations;*
- *Acquire skills to perform the functions of responsibility associated with the Corporate Protocol and Cerimonial.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:**INTRODUÇÃO À ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS.**

Conceito de Evento. Exemplos de Eventos. Tipologia dos Eventos (Técnicos, Científicos, Sociais, Comerciais, Culturais e Diversos). Benefícios dos Eventos. Importância dos Eventos. Competências de um organizador de eventos.

PLANEAMENTO DE EVENTOS.

Etapas na organização de Eventos: Planificação, Implementação e Avaliação. Co-Financiamento e Gestão de Patrocínios. Comunicação para / do/ no evento. Check-lists e outros documentos de apoio.

PROTOCOLO E CERIMONIAL.

Enquadramento do Protocolo, Cerimonial e Etiqueta no quotidiano das organizações e nos eventos. Protocolo oficial. As Precedências no Estado Português. Honras Cívicas e Honras Militares. Símbolos do Estado. Indumentária e Dress Code

4.4.5. Syllabus:**INTRODUCTION TO EVENT ORGANIZATION AND MANAGEMENT.**

Event Concept. Examples of Events. Typology of Events (Technical, Scientific, Social, Commercial, Cultural and Miscellaneous). Benefits of Events. Importance of Events. Competences of an event organizer.

EVENT PLANNING.

Stages in organizing events: Planning, Implementation and Evaluation. Co-Financing and Sponsorship Management. Communication to / from/ at the event. Checklists and other supporting documents.

PROTOCOL AND CEREMONIAL.

Framework of Protocol, Cerimonial and Etiquette in the daily lives of organizations and events. Official protocol. Precedence in the Portuguese State. Civil Honors and Military Honors. State symbols. Clothing and Dress Code

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Considerando os objetivos da UC, o enquadramento dos diferentes temas e a possibilidade dos estudantes assumirem profissionalmente um cargo de Organização de Eventos e/ou Chefe de Protocolo, ou funções transversais associadas a este campo de atuação, foram definidos conteúdos programáticos que proporcionam uma formação ajustada e necessária, bem como competências práticas essenciais no exercício desta função.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Considering the objectives of the CU, the framing of the different issues and the possibility for students to professionally assume a position of Event Organization and/or Head of Protocol, or transversal functions associated with this field of action, syllabus were defined that provide an adjusted and necessary knowledge, as well as essential practical skills for the exercise of this function.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino é a de exposição e discussão dos conceitos teóricos, de casos e exemplos práticos, com recurso a materiais pedagógicos complementares (vídeo, internet, artigos, etc.) com a finalidade de enquadrar os temas em estudo.

Pretende-se ainda a participação dos estudantes na discussão teórico-conceitual e na análise de casos práticos de eventos, a partir de materiais distribuídos antecipadamente.

Os estudantes são avaliados pela sua participação em diferentes atividades propostas pelo docente, designadamente trabalhos individuais e em grupo, desenvolvidos ou não em contexto de aula, onde aplicam conceitos e técnicas de Organização e Gestão de Eventos em casos práticos.

Avaliação Contínua:

MA1 - Prova Escrita 30%

MA2 - Trabalhos e respetiva apresentação (propostas de evento, dossiers de patrocínio, check lists, entre outros) 50%

MA 3 - Participação e Assiduidade 20%

Avaliação Final:

Exame Escrito - 100%

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The teaching methodology is that of exposition and discussion of theoretical concepts, case studies and practical examples, using complementary teaching materials (video, internet, articles, etc.) in order to frame the themes under study.

It is also intended the participation of students in the theoretical-conceptual discussion and in the analysis of practical cases of events, from materials distributed in advance.

Students are evaluated for their participation in different activities proposed by the teacher, including individual and group work, developed or not in the context of class, where they apply concepts and techniques of Organization and Event Management in practical cases.

Continuous evaluation:

MA1 - Written Test 30%

MA2 - Projects and respective presentation (event proposals, sponsorship dossiers, check lists, among others) 50%

MA 3 - Participation and Attendance 20%

Final evaluation:
Written Exam - 100%

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

A metodologia de ensino pretende garantir que os estudantes não só apreendem os conteúdos teóricos dos temas traduzidos no programa desta UC, como adquirem competências para a sua aplicação prática, cumprindo os objetivos de aprendizagem de uma UC que perspectiva a integração dos alunos em contexto de trabalho numa área opcional, nicho ou complementar a funções de Relações Públicas e Gestão da Comunicação, preparando-os para essa circunstância através de simulações e case studies.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The teaching methodology aims to ensure that students not only learn the theoretical contents of the themes translated in this CU's program, but also acquire skills for their practical application, fulfilling the learning objectives of a CU that aims to integrate students into a work context in an optional area, niche or complementary to the functions of Public Relations and Communication Management, preparing them for this circumstance through simulations and case studies.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ALLEN, J. et al (2008) *Organização e Gestão de Eventos*. 3ª edição, Rio de Janeiro: Elsevier Editora
AMARAL, I. (2008) *Imagem e sucesso: Guia de protocolo para empresas*. Lisboa: Verbo
BARROCA, H. O. (1999) *Protocolo Social Protocolo Profissional*. Lisboa: Plátano Edições
CARDOSO, J. (2004) *Como gerir patrocínio com sucesso: para promotores de projetos e eventos*. Lisboa: Sílabo
FERNANDES, C. (2016) *Manual de Protocolo Empresarial*, Lisboa: Universidade Católica Editor
GIACALIA, M.C. (2004) *Organização de Eventos, Teoria e Prática*. São Paulo: Pioniera Thomson Learning.
HOYLE, L. (2006) *Marketing de Eventos*. São Paulo: Atlas
ISIDORO, A. M. (2013) *Manual de organização e gestão de eventos*. Lisboa: Sílabo
PEDRO, F. (2012) *Gestão de Eventos*. Lisboa: Escolar Editora
SERRANO, J.B. (2011) *O Livro do Protocolo. A Esfera dos Livros*

Mapa IV - Responsabilidade Social e Sustentabilidade

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Responsabilidade Social e Sustentabilidade

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Social Responsibility and Sustainability

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

Hum

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):

sem

4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

125

4.4.1.5. Horas de contacto:

TP - 48

4.4.1.6. Créditos ECTS:

5

4.4.1.7. Observações:

<sem resposta>

4.4.1.7. Observations:

<no answer>

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS - (48 H)

4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

*Dominar os principais conceitos e instrumentos associados à responsabilidade social;
Compreender os principais modelos para o desenvolvimento sustentável;
Analisar as motivações e implicações do envolvimento das organizações.
Desenvolver o espírito crítico.
Compreender o papel das Relações Públicas na formação da cidadania, e na consciencialização da importância de um desenvolvimento sustentável atuando junto de diversas instituições/organizações.*

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

*Understand the main concepts and instruments associated with social responsibility;
Understand the main models for sustainable development;
Analyze the motivations and implications of organizational involvement.
Develop critical thinking.
Understand the role of Public Relations in the formation of citizenship, and in raising awareness of the importance of sustainable development working with various institutions/organizations.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

*OS IMPACTOS SOCIAIS E AMBIENTAIS DA ATIVIDADE HUMANA
A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES
O contexto histórico da Responsabilidade Social das Organizações
A Responsabilidade social em Portugal: diagnóstico e análise crítica de casos
CIDADANIA, IGUALDADE E INCLUSÃO
Os usos sociais e políticos da informação e da comunicação;
Cidadania, espaço público e sociedade civil;
RESPONSABILIDADE SOCIAL, SUSTENTABILIDADE E CIDADANIA
Cidadania, sociedade civil e globalização;
A natureza da estrutura das intervenções mediáticas na formação e dinâmica das esferas públicas.
Os Relatórios de sustentabilidade,
Os Índex de Sustentabilidade.*

4.4.5. Syllabus:

*THE SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACTS OF HUMAN ACTIVITY
THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ORGANIZATIONS
The historical context of the Social Responsibility of Organizations
Social responsibility in Portugal: diagnosis and critical analysis of cases
CITIZENSHIP, EQUALITY AND INCLUSION
Social and political uses of information and communication;
Citizenship, public space and civil society;
SOCIAL RESPONSIBILITY. SUSTAINABILITY AND CITIZENSHIP
Citizenship, civil society and globalization;
The nature of the structure of media interventions in the formation and dynamics of public spheres.
Sustainability Reports,
The Sustainability Indexes.*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos foram definidos com o objetivo de fazer sobressair questões relacionadas com a responsabilidade social (quer em termos organizacionais, quer em termos individuais), bem como para a urgência na definição de novas estratégias de intervenção que favoreçam um desenvolvimento sustentável.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus was defined with the aim of standing out issues related to social responsibility (both in organizational and individual terms), as well as the urgency in defining new intervention strategies that favor sustainable development.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Nas horas de contacto, os métodos de ensino incluirão: exposição; debate; análise documental; trabalho de grupo; apresentação de trabalhos; e orientação tutorial. Já no trabalho autónomo, pesquisa de documentos e redação de um ensaio crítico.
Ensaio crítico: 20%, Projeto de Intervenção: 80%.
Avaliação final: exame escrito - 100%.*

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

*In contact hours, teaching methods will include: exposure; debate; document analysis; group work; Work Presentation; and tutorial guidance. In the autonomous work, research of documents and writing of a critical essay are expected.
Critical Test: 20%, Intervention project: 80%.
Final evaluation: written exam - 100%.*

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

No ensino desta unidade curricular será privilegiada uma exposição essencialmente prática no sentido de promover aptidões para a procurar soluções ajustáveis a cada situação não deixando de ter sempre em mente a necessidade de um desenvolvimento sustentável. Apela-se ao desenvolvimento de um sentido crítico, mas também à proatividade, à autonomia e à tomada de iniciativa.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

In teaching this curricular unit, an essentially practical exposition will be privileged in order to promote skills to look for adaptable solutions to each situation, while always keeping in mind the need for sustainable development. It calls for the development of a critical sense, but also for pro activity, autonomy and initiative.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

*AGUIARA, F.C., BENTZA, J., SILVA, J.M., FONSECA, A., SWARTA, R., SANTOS, F.D., Penha-Lopes, G. (2018), Adaptation to climate change at local level in Europe: An overview, Environmental Science and Policy, 86, 38-63.
Renouard, C. (2015); Ethique et entreprise, Les Editions de l'Atelier
Blowfield, M. e Murray (2014), A.; Corporate Responsibility, Oxford University Press
Idowu, S. O., Capaldi, N., Zu, L. and Das Gupta, A.(s/d) ; Encyclopedia of Corporate Social Responsibility, Springer
Moon, J. (2014), Corporate Social Responsibility: A Very Short Introduction, Oxford University Press
PAIVA, Raquel; TUZZO, Simone Antoniaci (Orgs.). (2014). Comunidade, mídia e cidade: possibilidades comunitárias na cidade hoje. Goiânia: FIC/UFG.
EYZAGUIRRE, Lucía Benítez. (2013). La dimensión transnacional de la ciudadanía digital. In SIERRS CABALLERO, Francisco (Coord.). Ciudadanía, tecnología y cultura – nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital. Barcelona: Gedisa.*

Mapa IV - Ética e Deontologia da Comunicação**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Ética e Deontologia da Comunicação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Communication Ethics and Deontology

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:*Hum***4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):***sem***4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***125***4.4.1.5. Horas de contacto:***TP - 48***4.4.1.6. Créditos ECTS:***5***4.4.1.7. Observações:***<sem resposta>***4.4.1.7. Observations:***<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***SIMONE ANTONIACI TUZZO (48H)***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Estimular um sentido de responsabilidade social dos profissionais da comunicação.**Desenvolver um pensamento reflexivo e crítico orientado para a análise de temas e casos de natureza deontológica.**Debater e analisar criticamente diferentes problemas/dilemas contemporâneos da ética e da ética da comunicação.**Compreender os princípios e as várias dimensões da deontologia e definam respostas adequadas aos desafios deontológicos que se colocam na prática quotidiana da comunicação, e mais particularmente, nas relações públicas.**Debater algumas noções fundamentais do direito da comunicação.***4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***Stimulate a sense of social responsibility in communication professionals. I**Develop a reflective and critical thinking oriented to the analysis of themes and cases of a deontological nature.**Debate and analyze different contemporary problems/dilemmas of ethics and communication ethics.**Understand the principles and the various dimensions of deontology and define adequate responses to the deontological challenges that arise in the daily practice of communication, and more particularly, in public relations.**Discuss some fundamental notions of communication law.***4.4.5. Conteúdos programáticos:***ÉTICA, MORAL, DEONTOLOGIA E DIREITO**Conceito de ética**A ética (perspetiva histórica)**A ética para o séc. XXI**Ética e Deontologia (Relações Públicas)**A ÉTICA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL COMO ÉTICA APLICADA**QUESTÕES DA ÉTICA APLICADAS AOS MEDIA**Objetividade, transparência e imparcialidade.**A liberdade de informação e de expressão.**A noção de interesse público e a defesa da vida privada.**A relação entre o comunicador e as suas fontes.**A autorregulação dos media.**A independência necessária dos media.**OS CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS**Códigos deontológicos nacionais e internacionais.**O Código de Atenas**O Código de Lisboa**O Código da PRSA**Os códigos da APE e da APECOM**Outros Códigos**NOÇÕES FUNDAMENTAIS DE DIREITO DA COMUNICAÇÃO**A liberdade de expressão e o direito à informação**Direitos de autor e direitos conexos**A proteção de dados (RGPD)**O Direito e os novos media**ESTUDOS DE CASO.***4.4.5. Syllabus:***ETHICS, MORALS, DEONTOLOGY AND LAW**ethics concept**Ethics (historical perspective)**Ethics for the 20th century XXI**Ethics and Deontology (Public Relations)**THE ETHICS OF SOCIAL COMMUNICATION AS APPLIED ETHICS**ETHICAL ISSUES APPLIED TO MEDIA*

Objectivity, transparency and impartiality.
Freedom of information and expression.
The notion of public interest and the defense of private life.
The relationship between the communicator and its sources.
The self-regulation of the media.
The necessary independence from the media.
THE CODES OF ETHICS
The Code of Athens
The Lisbon Code
The PRSA Code
APE and APECOM codes
Other Codes
National and international codes of ethics.
FUNDAMENTAL NOTIONS OF COMMUNICATION LAW
Freedom of expression and the right to information
Copyright and related rights
Data protection (RGPD)
Law and new media
CASE STUDIES.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos procuram garantir que os conhecimentos sejam ministrados a um nível que permita desenvolver, nos estudantes, o espírito responsável que a Ética profissional exige aos seus praticantes. Em particular, procuram promover as competências diretamente relacionadas com a capacidade de alargar conhecimentos, de lidar com situações complexas e de desenvolver soluções como é típico em Relações Públicas, nomeadamente em departamentos de diferentes empresas e ainda na situação de criadores e gestores das suas próprias empresas.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus aims to guarantee the knowledge taught fosters in students the sense of responsibility that professional Ethics demands from its practitioners. In particular, the syllabus seeks to promote competences directly related with the ability to expand knowledge, handle complex situations and develop solutions, as is typical in relational tasks, namely in departments in companies of a certain dimension, and even in the role of founders and managers of their own companies.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas expositivas complementadas por aulas teórico-práticas dedicadas à discussão de casos práticos com relevância para a ética e deontologia da comunicação. Investigação discente orientada. Dinâmica de Grupos.
A avaliação contínua baseia-se em Testes sumativos, num Ensaio escrito e na Assiduidade/Participação.
M1 Teste escrito 40% M2 Teste escrito 30% M3 Assiduidade/participação 10% M4 Trabalhos de grupo 20%
Avaliação final: prova (100%).

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

Lectures complemented by theoretical-practical classes dedicated to the discussion of practical cases with relevance to the ethics and deontology of communication. Guided research. Group dynamics.
Continuous evaluation is based on summative tests, a written essay and attendance/participation.
M1 Written test (40%) M2 Written test (30%) M3 Attendance/participation (10%) M4 Group work (20%).
Final exam (100%).

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

Para introduzir o ensino dos temas recorre-se à exposição oral dialogante (com abundante documentação biblio- informática) e fazem-se participar heurísticamente os estudantes, propondo-lhes questões e levando-os a realizar consultas. Do mesmo modo, quando tal é aconselhado, organizam-se grupos de trabalho que apresentam relatórios (orais ou escritos) acerca do que lhes é sugerido investigarem.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The syllabus is taught through a dialoguing oral presentation of the topics (with plenty of bibliographic-digital documentation), engaging students to participate heuristically by raising questions and encouraging subsequent consultation and research. Likewise, when advised, work groups are created to present reports (oral or written) about suggested research topics.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

ARONS DE CARVALHO, A., Cardoso, A. e Figueiredo, J. (2005) Direito da Comunicação Social, Cruz Quebrada, Casa das Letras/Editorial Notícias.
GONÇALVES, G. M. P. (2019). A ética profissional das Relações Públicas: uma análise comparativa dos códigos de conduta a partir do caso português. E-book_Etica_em_Comunicação_2019.pdf
GONÇALVES, G. M. P. (2007). Ética dos Relações Públicas. A falta de responsabilidade social nos códigos éticos de Relações públicas. IX Congresso da International Association for média and communication research. Paris. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/goncalvesgisela-etica-das-relacoes-publicas.pdf>
MARINHO, S. (2016). A importância da ética nas empresas. RHPortal.
MEDEIROS, A. M. (2016). Ética e Política. Consciência Política.
NEVES, João César (2014). Introdução à Ética Empresarial. 2ª ed., Principia. Cascais.
ROCHA, A. S. (2010). Ética, deontologia e responsabilidade social. Porto: Vida económica.

Mapa IV - Estágio/Projeto

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Estágio/Projeto

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Internship/Project

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CC

4.4.1.3. Duração (anual, semestral ou trimestral):*sem***4.4.1.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***250 H***4.4.1.5. Horas de contacto:***T - 32***4.4.1.6. Créditos ECTS:***10***4.4.1.7. Observações:**

Assumindo o ISMAI a missão de contribuir para a excelência da formação integral dos estudantes em diversos ramos do saber científico, técnico e cultural, motivando-os e preparando-os para uma vida profissional ativa face às novas exigências, os objetivos definidos pelo CE, plasmados nas Fichas Programáticas de cada UC, pretendem precisamente responder a essa responsabilidade e essa vontade, o que se traduz numa proposta que pretende ser diferenciadora e atual. A possibilidade de, no terceiro ano, poder optar pela realização de um Projeto ou de um Estágio pretende permitir ao aluno optar por uma experiência de maior proximidade às atividades de investigação e/ou ter um contato com um mundo de trabalho, graças a um conjunto de parcerias já estabelecidas e que permite a inserção dos estudantes em contextos de prática real assegurando uma articulação entre a formação académica e a prática profissional.

4.4.1.7. Observations:*<no answer>***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***SIMONE ANTONIACI TUZZO - 32 H***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

O Projeto Final tem como objetivo principal o desenvolvimento de um trabalho científico onde devem ser aplicados os conhecimentos e as competências adquiridos pelo aluno no âmbito das unidades curriculares do 1º ciclo em Relações Públicas e Gestão da Comunicação. O Projeto Final deverá evidenciar que os licenciandos se encontram habilitados a proceder a investigação autónoma no seu domínio de formação.

Já no que se refere ao Estágio Curricular, este visa aproximar os estudantes dos contextos profissionais onde poderão vir a desempenhar a sua atividade. O estágio pretende possibilitar o confronto com situações e problemáticas reais para ações interventivas.

O aluno pode optar por realizar uma ou outra vertente da unidade curricular.

4.4.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The ultimate goal of the Final Project is to develop a scientific work, where students should apply the knowledge and competences acquired in the curricular units of the 1st cycle in Public Relations and Communication Management.

The Final Project should demonstrate that the graduates are prepared to carry out independent research in their field of training.

Regarding the Curricular Internship, it was designed to bring students closer to professional contexts where they may perform their activity. The internship aims to provide the possibility of being confronted with real-life situations and problems in search of interventional actions.

The students may choose between the two options of the curricular unit.

4.4.5. Conteúdos programáticos:*Projeto:**Módulo 1 – Desenvolvimento do trabalho prático*

Módulo 2 – Aquisição de competências na pesquisa científica com vista à redação de um projeto científico: Fontes e corpus para a investigação científica; Pesquisa bibliográfica e documental; Estado da arte; Normas de citação e referências bibliográficas; Estrutura do artigo/projeto científico; Redação.

*Estágio:**Módulo 1 – Realização do Estágio (orientação tutorial)*

Módulo 2 – Aquisição de competências com vista à redação de um relatório científico: Recolha de dados; Diário de bordo; Pesquisa bibliográfica e documental; Estado da arte; Normas de citação e referências bibliográficas; Estrutura do Relatório; Redação.

4.4.5. Syllabus:*Project:**Module 1 – Development of a practical work*

Module 2 – Acquisition of skills in scientific research aimed at writing a scientific project: Sources and corpora for scientific research; Bibliographic and document research; State of art; Rules for citation and bibliographic references; Structure of the paper/scientific project; Writing.

*Internship:**Module 1 – Internship (tutorial orientation)*

Module 2 – Acquisition of skills aimed at writing a scientific report: Data collection; Logbook; Bibliographic and document research; State of art; Rules for citation and bibliographic references; Report structure; Writing.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos refletem diretamente os objetivos da unidade curricular. A realização do projeto final ou estágio, sob a orientação dos docentes, compagina com a necessidade de dotar os estudantes de ferramentas que lhes permitam o desenvolvimento autónomo, quer de atividades de investigação, quer de desenvolvimento profissional.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus directly reflects the objectives of the curricular unit. The completion of the final project or internship, under the guidance of the academic staff, is consistent with the need for providing trainees with tools that enable them to carry out an autonomous development of both

research and professional activities.

4.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O trabalho de Projeto Final ou Estágio Curricular é desenvolvido com o apoio técnico e científico específico prestado pelos docentes supervisores dos projetos em sessões de orientação tutorial. A redação do relatório é supervisionada pela docente regente da unidade curricular, em articulação com os orientadores de Projeto Final ou Estágio.

A avaliação da unidade curricular é regida por um regulamento próprio, aprovado pelas instâncias competentes da Universidade da Maia e que exige uma apresentação pública do Projeto/Relatório.

Estágio: Relatório-30%; Apresentação:40%; Avaliação do orientador: 30%.

Projeto: Conceção e estudo 50%; Defesa pública (50%)

4.4.7. Teaching methodologies (including students' assessment):

The Final Project or Internship is carried out with the specific technical and scientific support provided by the academic staff supervising the projects, in tutorial orientation sessions. The writing of the report is supervised by the teacher responsible for the curricular unit, in articulation with the supervisors of the Final Project or Internship.

The CU evaluation is ruled by a separate regulation, approved by the competent bodies of University of Maia and requires a public defence of the Project/Report.

Internship: Report - 30%; Presentation - 40%; Supervisor evaluation - 30%.

Project: study and development (50%); public defense (50%)

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

Como já foi referido esta unidade curricular apresenta como objetivo último, dotar os formandos de ferramentas que lhes permitam o desenvolvimento autónomo de atividades de investigação e desenvolvimento. Foi considerado que o tempo dedicado ao trabalho autónomo dos alunos deveria ser superior ao reservado às sessões de contacto com a docente, pois pretende-se que os Alunos, devidamente orientados, integrem nos projetos/atividades em curso os conhecimentos adquiridos, desenvolvam o espírito crítico, a independência de pensamento e as capacidades de investigação/ação autónomas.

4.4.8. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

As previously mentioned, the ultimate goal of this curricular unit is mastering trainees with tools that will allow an autonomous development of research and developmental activities. It was considered that the time dedicated to independent work by the students should be greater than the time reserved for the contact hours with the teacher, because it is intended that students, properly supervised, integrate the knowledge acquired in the projects/activities underway, developing a critical spirit, independent thinking and the capacity for independent action/research.

4.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

AZEVEDO, Ana Gonçalves de e Azevedo, Carlos A. Moreira de (2008). Metodologia Científica. Contributos Práticos para a Elaboração de Trabalhos Académicos. 9ª Edição. S.l.: Universidade Católica Editora

AZEVEDO, Mário (2003). Teses, Relatórios e Trabalhos Escolares: Sugestões para estruturação da escrita. Universidade Católica

NEVILLE, Colin (2007). The Complete Guide to Referencing and Avoiding Plagiarism; McGraw-Hill

PERRIN, Robert (2012). Pocket Guide to APA Style, 4th ed., Cengage Learning

Bases de dados e fontes de informação especializada em função do tema da dissertação/estágio/projeto

Webgrafia: www.apastyle.

4.5. Metodologias de ensino e aprendizagem

4.5.1. Adequação das metodologias de ensino e aprendizagem aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos:

A organização do curso e a definição das metodologias envolvidas tiveram como objetivo preparar profissionais com um perfil de competências orientado para o desempenho de funções no domínio das Relações Públicas e Gestão da Comunicação, não esquecendo a vertente humanista implicada na própria comunicação, de modo a poderem contribuir, de forma decisiva, na melhoria do desempenho das organizações, da sociedade e das expectativas dos próprios estudantes.

Assim, o presente curso pretende assegurar na sua globalidade, pela organização e metodologia subjacente, uma formação com várias componentes de aprendizagem importantes: (i) uma componente de desenvolvimento de autonomia e de espírito crítico; (ii) uma componente científica, proporcionando o desenvolvimento dos saberes que integram o exercício profissional; (iii) uma componente ética e socialmente responsável face a uma realidade global e altamente tecnológica.

4.5.1. Evidence of the teaching and learning methodologies coherence with the intended learning outcomes of the study programme:

The organization of the course and the definition of the methodologies involved are aimed to prepare professionals with a skills profile oriented towards the performance of the functions in the area of Public Relations and Communication Management, without foregoing the human field involved in communication itself, in order to decisively contribute to the improvement of performance in organizations, in society and the students' own expectations.

Therefore, this course aims to ensure in its whole, with the underlying organisation and methodology, a training with several important learning components: (i) a component of autonomous development and critical spirit; (ii) a scientific component (allowing for knowledge development that integrates professional practice); (iii) an ethical and socially responsible component in light of a global and highly technological reality.

4.5.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho que será necessária aos estudantes corresponde ao estimado em créditos ECTS:

Os créditos atribuídos a cada UC dependem:

(1) do consagrado na lei (decreto-lei nº 74/2006 e posteriores atualizações);

(2) dos conhecimentos e competências que se pretendem ministrar;

(3) das metodologias a utilizar para alcançar os objetivos a que se alude no número anterior;

(4) dos resultados da auscultação aos docentes.

O curso terá uma componente curricular obrigatória para que os alunos possam aprofundar os objetivos e competências inerentes ao ciclo de estudos e possam preparar-se, na teoria e na prática, ora para a realização de um estágio no terceiro ano, ora para o desenvolvimento de um projeto original.

O Estágio corresponde a 10 ECTS e pressupõe a existência de um orientador (na instituição de acolhimento) e de um supervisor (na Universidade da Maia).

O Projeto corresponde igualmente a 10 ECTS e a sua execução resulta de uma investigação orientada por um supervisor científico.

4.5.2. Means to verify that the required students' average workload corresponds the estimated in ECTS credits:

The credits assigned to each CU depend on:

- (1) the provisions established in the Decree-law no. 74/2006 and in its published updates;*
- (2) the knowledge and competences that are aimed to be taught;*
- (3) the methodologies used to achieve the goals mentioned in the previous number;*
- (4) the results of the teaching staff consultation.*

The course will include a compulsory curricular component in order for students to deepen the goals and competences inherent to the study cycle and be prepared for an original research, in theory and practice.

The Internship corresponds to 10 ECTS and presupposes the existence of a supervisor (at the host institution) and a supervisor (at the University of Maia).

The project has a total of 10 credits for the completion of a research guided by the scientific supervisor.

4.5.3. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes será feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Nas UCs é privilegiada a avaliação contínua, na medida em que se considera a participação em sala de aula enquanto extensão da autonomia e do espírito crítico do estudante, sendo fundamental ao permitir definir novas abordagens dos conteúdos e, conseqüentemente, enriquecendo, pela partilha e reflexão, a produção de conhecimento.

Aliás, a avaliação contínua, adequa-se à lógica de Bolonha a partir do momento que permite individualizar o ensino-aprendizagem estando atenta à diversidade de saberes e de culturas e assegurar a independência de pensamento.

Esta preferência, não exclui a existência de uma avaliação final que se pode revelar aliás, fundamental, sobretudo para os trabalhadores estudantes.

4.5.3. Means of ensuring that the students assessment methodologies are adequate to the intended learning outcomes:

Curricular Units privilege continuous evaluation, since the participation in class as an extension of the student's autonomy and critical spirit is essential in allowing the definition of new content approaches and, consequently, enriching the production of knowledge through sharing and reflection. In fact, continuous evaluation suits Bologna logic, since it allows the individualisation of the teaching-learning process, being aware of the diversity of knowledge and cultures, and ensuring the independence of thought. This preference does not exclude the existence of a final evaluation, which may be essential, mainly for student-workers.

4.5.4. Metodologias de ensino previstas com vista a facilitar a participação dos estudantes em atividades científicas (quando aplicável):

A participação dos estudantes em atividades científicas far-se-á sobretudo ao nível da unidade de investigação interna do Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação – o CITEI (Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia) parceiro do CIAC (Centro de Investigação em Artes e Comunicação), da Universidade do Algarve.

Ao nível da UC de Projeto esta participação tornar-se-á ainda mais evidente permitindo ao estudante envolver-se numa dinâmica de projetos de investigação em curso.

4.5.4. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities (as applicable):

The participation of students in scientific activities will occur mainly at the internal research unit of the Department of Communication Sciences and Information Technologies – CITEI (Research Centre in Technologies and Intermedia Studies), which is a partner of CIAC (Centre for the Research in Art and Communication).

At the Project Curricular Unit level, this participation will be even clearer, allowing the students to get involved in the teaching-research dynamics.

4.6. Fundamentação do número total de créditos ECTS do ciclo de estudos

4.6.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos, com base no determinado nos artigos 8.º ou 9.º (1.º ciclo), 18.º (2.º ciclo), 19.º (mestrado integrado) e 31.º (3.º ciclo) do DL-74/2006, na redação dada pelo DL-65/2018:

O presente ciclo de estudos é constituído por 6 semestres. O número total de créditos atribuídos tem por referência o disposto nos n.ºs 8 e 9 do DL n.º 74/2006, de 24 de março, com a redação do DL n.º 65/2018, de 16 de agosto.; e segue as normas estabelecidas para este tipo de ciclo de estudos, no que se refere ao número de créditos (30 ECTS/semestre; 180 ECTS no total), distribuídos de modo a salvaguardar o equilíbrio interno entre as componentes do curso. Possui duração e estrutura curricular idêntica à de ciclos de estudos afins no Espaço Europeu de Ensino Superior e corresponde às expectativas da mobilidade discente e docente. Fundamenta-se ainda na opção da própria Universidade da Maia.

4.6.1. Justification of the total number of ECTS credits and of the duration of the study programme, based on articles 8 or 9 (1st cycle), 18 (2nd cycle), 19 (integrated master) and 31 (3rd cycle) of DL no. 74/2006, republished by DL no. 65/2018:

This study cycle is comprised of 6 semesters. The total number of credits assigned refers to the provisions in numbers 8 and 9 of DL no. 74/2006, of 24 March, amended by DL no. 65/2018, of 16 August, and follows the rules established for this type of study cycle, regarding the number of credits (30 ECTS/semester); 180 ECTS in total), distributed in order to guarantee the internal balance between the course components. It has a similar duration and curricular structure to the related study cycles in the European Higher Education Area and corresponds to the mobility expectations of students and teachers. It is also based on University of Maia own option.

4.6.2. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares:

A definição da atual proposta de ciclo de estudos, nomeadamente no que diz respeito ao plano curricular e metodologias propostas, resultou da consulta de vários docentes (por via formal, em reuniões levadas a cabo para o efeito e informal), bem como de pessoas externas ao meio académico com as quais o ISMAI tem relações protocolares (empresas, organismos públicos e privados na área das Relações Públicas, da Comunicação e dos Media). Foi consensual a modalidade adotada para a atribuição dos créditos e das horas de contacto, optando-se por aulas teórico-práticas capazes de permitir uma maior flexibilidade na planificação das unidades curriculares e articular o enquadramento concetual com trabalhos e exercícios práticos.

4.6.2. Process used to consult the teaching staff about the methodology for calculating the number of ECTS credits of the curricular units:

The definition of the current study cycle proposal, namely regarding its curricular plan and the methodologies proposed, resulted from the consultation with several teachers (formally, through meetings for this purpose, and informally), as well as with stakeholders outside the academic environment with which ISMAI has protocol relations (companies, public and private entities in the areas of Public Relations, Communication and Media). The method adopted for the assignment of credits and contact hours was consensual, with the choice of theoretical-practical classes that allow a higher flexibility in the planning of the curricular units and the articulation of a conceptual framework with practical works and exercises.

4.7. Observações

4.7. Observações:

Assumindo a Universidade da Maia - ISMAI a missão de contribuir para a excelência da formação integral dos estudantes em diversos ramos do saber científico, técnico e cultural, motivando-os e preparando-os para uma vida profissional ativa face às novas exigências, os objetivos definidos pelo CE, plasmados nas Fichas Programáticas de cada UC, pretendem precisamente responder a essa responsabilidade e essa vontade, o que se traduz numa proposta que pretende ser diferenciadora e atual.

A possibilidade de, no terceiro ano, poder optar pela realização de um Projeto ou de um Estágio pretende permitir ao estudante optar por uma experiência de maior proximidade às atividades de investigação e/ou ter um contacto com um mundo de trabalho, graças a um conjunto de parcerias já estabelecidas e que permite a inserção dos estudantes em contextos de prática real, assegurando uma articulação entre a formação académica e a prática profissional.

4.7. Observations:

Since University of Maia - ISMAI assumes the mission of contributing to a complete and excellent education of students, across several branches of scientific, technical and cultural knowledge, motivating and preparing them for the active life in light of the new demands, the objectives defined by the SC, expressed in the syllabus of each CU, aim precisely to respond to this responsibility and will, which is translated into a proposal that wants to be current and distinctive.

In the 3rd year, it is possible to choose between a Project or an Internship, which strives to allow the student to choose between an experience of greater proximity to the research activities and/or a contact with the labour market, thanks to a set of partnerships already established and that allow the student's integration in real practice contexts, ensuring a combination between academic training and professional practice.

5. Corpo Docente**5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.****5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.**

Docente pós-doutorada Simone Antoniaci Tuzzo.

Licenciada em Relações Públicas (1988) pela Universidade Metodista de São Paulo; Mestre em Comunicação e Cultura (1997) pela Universidade Metodista de São Paulo; Doutora em Comunicação (2003) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e Pós-Doutora em Comunicação (2015) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro com pesquisas empíricas realizadas no CIMJ (Centro de Investigação Média e Jornalismo) da Universidade Nova de Lisboa/ Portugal.

A docente possui sólida experiência como investigadora, docente e profissional da área de Relações Públicas, bem como coordenadora de cursos superiores na área da Comunicação (Nível Graduação e Especialização). Autora de livros, capítulos e organização de livros, artigos científicos e publicações em revistas científicas nacionais e internacionais na área das Relações Públicas e da Comunicação Social.

5.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

5.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff							
Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Vínculo/ Link	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment regime	Informação/ Information
ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Audiovisuais e Produção dos Media	100	Ficha submetida
CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS	Professor Associado ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Economia	100	Ficha submetida
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Professor Associado ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Artes e Humanidades	100	Ficha submetida
CRISTINA TERESA SALVADOR REBELO	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Comunicação e Relações Públicas	100	Ficha submetida
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Comunicação	100	Ficha submetida
INÉS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Professor Associado ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Sociais - Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
JOÃO PAULO ARAÚJO DE MENESES	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor	Outro	Não	Comunicação	50	Ficha submetida
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Empresariais / Gestão - Especialização em Marketing e Estratégia	100	Ficha submetida
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Gestão	100	Ficha submetida
PATRICIA NOGUEIRA DA SILVA	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Humanidades - Artes	100	Ficha submetida
PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
SIMONE ANTONIACI TUZZO	Professor Associado ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Comunicação	100	Ficha submetida
TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor	Outro	Não	Tecnologias da Ciência e Comunicação	82	Ficha submetida
						1332	

<sem resposta>

5.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.**5.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)****5.4.1.1. Número total de docentes.**

14

5.4.1.2. Número total de ETI.

13.32

5.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos integrados na carreira docente ou de investigação (art.º 3 DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018).**5.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos integrados na carreira docente ou de investigação (art.º 3 DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018).* / "Career teaching staff" – teachers of the study programme integrated in the teaching or research career.***

Vínculo com a IES / Link with HEI	% em relação ao total de ETI / % of the total of FTE	
Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	90.09009009009	100
Outro	9.9099099099099	50

5.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor**5.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor* / "Academically qualified teaching staff" – staff holding a PhD***

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff holding a PhD (FTE):	13.32	100

5.4.4. Corpo docente especializado**5.4.4. Corpo docente especializado / Specialised teaching staff.**

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Doutorados especializados na(s) área(s) fundamental(is) do CE (% total ETI) / PhDs specialised in the fundamental area(s) of the study programme (% total FTE)	8.32	62.462462462462
Não doutorados, especializados nas áreas fundamentais do CE (% total ETI) / Staff specialised in the fundamental areas of the study programme not holding PhDs in these areas (% total FTE)	0	0
Não doutorados na(s) área(s) fundamental(is) do CE, com Título de Especialista (DL 206/2009) nesta(s) área(s) (% total ETI) / Specialists not holding a PhD, but with a Specialist Title (DL 206/2009) in the fundamental area(s) of the study programme (% total FTE)	0	0
% do corpo docente especializado na(s) área(s) fundamental(is) (% total ETI)		62.462462462462
% do corpo docente doutorado especializado na(s) área(s) fundamental(is) (% docentes especializados)		100

5.4.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)**5.4.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Teaching Staff integrated in Research Units of the Institution, its subsidiaries or integrated centers (article 29, DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)**

Descrição	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados / Teaching Staff integrated in Research Units of the Institution, its subsidiaries or integrated centers	10.5	78.828828828829

5.4.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente.**5.4.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente. / Stability and development dynamics of the teaching staff**

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos de carreira com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Career teaching staff of the study programme with a link to the institution for over 3 years	8	60.06006006006
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / FTE number of teaching staff registered in PhD programmes for over one year	0	0

Pergunta 5.5. e 5.6.**5.5. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.**

Há um Estatuto de Carreira Docente do predecessor Instituto Universitário da Maia, o qual se mantém em vigor. Houve recentemente um concurso interno para Professor Associado e antevêm-se outros, para Professor Associado e para Professor Catedrático. O regulamento de Avaliação de Desempenho dos Docentes está em fase de adaptação aos novos Estatutos da Universidade da Maia, cujo quadro difere substancialmente do anterior. A Universidade da Maia dispõe ainda de um Gabinete de Estatística e de Avaliação da Qualidade (GE/GEPAQ), criado no sentido de edificar instrumentos sistemáticos de avaliação da qualidade do ensino/aprendizagem na instituição, procurando dar a conhecer, de forma periódica, as opiniões e motivações de estudantes e docentes, utilizando questionários normalizados. Têm sido oferecidas regularmente formações pedagógicas ao corpo docente, nomeadamente para o uso básico e avançado do Moodle e ainda a aplicação de diversas ferramentas tecnológicas de apoio ao professor.

5.5. Procedures for the assessment of the teaching staff performance and measures for their permanent updating and professional development.

There is a Teaching Profession Career Code of the predecessor University Institute of Maia, which remains active. There was a recent internal tender for Associate Professor, and more editions are foreseen, also for Full Professor. The Regulation of Teacher Performance Evaluation is being adapted to the new University of Maia's Bylaw, which frame differs substantially from the previous one. At the University of Maia there is also a Statistics and Quality Office (GE/GEPAQ), created with the purpose of setting up systematic instruments to assess the teaching/learning quality of the institution, aimed at periodically communicating the opinions and motivations of students and academic staff, using standardised questionnaires. All the academic staff may benefit of training courses targeting pedagogy, for example, from the basics to advanced use of Moodle, assessment included, application of several technological tools that support the professor.

5.6. Observações:

<sem resposta>

5.6. Observations:

<no answer>

6. Pessoal Não Docente**6.1. Número e regime de tempo do pessoal não-docente afeto à lecionação do ciclo de estudos.**

A Maiêutica, Cooperativa de Ensino Superior, entidade instituidora da Universidade da Maia, tem ao seu serviço um total de 67 colaboradores não-docentes dos quais 65 a tempo integral e 2 a tempo parcial, desempenhando funções, predominantemente em gabinetes de apoio, centros, laboratórios, serviços de Secretariado, Contabilidade, Tesouraria, Secretaria, apoio operacional, Informática, Recursos Humanos e transporte. Para além do total de colaboradores não docentes, há 22 docentes que, simultaneamente com a atividade académica acumulam funções com trabalho em gabinetes, centros e laboratórios.

6.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study programme.

Maiêutica, Cooperativa de Ensino Superior, University Maia's founding entity, has at its service a total of 67 non-teaching employees, of which 65 full-time and 2 part-time, performing functions, mainly in support offices, centres, laboratories, Secretarial services, Accounting, Treasury, Secretariat, operational support services, Informatics, Human Resources and transportation. In addition to the total number of non-teaching staff, there are also 22 teachers who, simultaneously with academic activity, accumulate functions with work in offices, centres and laboratories.

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

Dos 67 colaboradores não-docentes, 36 possuem o grau de licenciado, 10 possuem o grau de mestre e 1 possui o grau de Doutor, desempenhando funções em gabinetes de apoio, centros, laboratórios, Investigação, serviços de secretariado, recursos humanos, tesouraria e secretaria. Os restantes 20, sem habilitação académica superior, pertencem aos serviços administrativos, apoio operacional e transporte. A Maiêutica é ainda entidade instituidora do Centro de Formação ao Longo da Vida que tem como prioridade ministrar ações de formação interna em áreas de formação certificadas pela DGERT. Assim, o CFLV apresenta todos os anos um Plano de Formação Interna, permitindo aos colaboradores a aquisição de novas competências de índole pessoal e profissional, inserido numa perspetiva de melhoria contínua do seu desempenho. No ano em curso, o CFLV já ministrou 18 h de formação interna por funcionário e tem previsto ministrar mais 22h até ao final do ano, dando cumprimento ao Código do Trabalho.

6.2. Qualification of the non-academic staff supporting the study programme.

Regarding the 67 non-teaching employees, 36 have a bachelor's degree and 10 master's degrees and 1 Doctor performing functions in support offices, centers, laboratories and secretarial, human resources, treasury and secretariat services. The remaining 20, without higher academic qualification, belong to administrative services, operational support services and transportation. Maiêutica is also founding entity of the Lifelong Learning Center (CFLV), which, in addition to other valences, has as a priority to provide internal training actions in areas certified by DGERT. Thus, CFLV presents each year an Internal Training Plan, allowing employees to acquire new personal and professional skills, inserted in a perspective of continuous improvement of their performance. This year, CFLV has already provided 18 hours of internal training per employee and has planned, to provide another 22 hours until the end of the year, complying with the Code of Work.

6.3. Procedimento de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

O Sistema de Avaliação do Desempenho representa um processo de vital importância ao nível da gestão de Recursos Humanos e é visto como um incentivo no desenvolvimento do capital humano.

O processo inclui as seguintes fases:

- abertura de processo: identificação dos avaliadores e distribuição do kit de avaliação;*
- autoavaliação: reflexão sobre o desempenho do avaliado;*
- heteroavaliação: avaliação do desempenho de acordo com a autoavaliação;*
- homogeneização: quando a avaliação é feita por mais de um avaliador;*
- entrevista: entre o avaliador e avaliado;*
- parecer da Comissão de Avaliação sobre a legalidade e qualidade do processo;*
- validação e arquivamento: classificações finais atribuídas aos avaliados, informatização dos dados, arquivamento das fichas nos processos*

individuais dos colaboradores;

- *divulgação de resultados: dar conhecimento aos colaboradores dos resultados da avaliação;*
- *reclamação: no prazo de cinco dias úteis após tomar conhecimento da avaliação.*

6.3. Assessment procedures of the non-academic staff and measures for its permanent updating and personal development

The Performance Evaluation System represents a process of crucial importance in managing Human Resources within an organisation and is regarded as an incentive to develop human capital.

The process includes the following stages:

- *opening the process: identifying evaluators and distributing the evaluation kit;*
- *self-evaluation: reflection on self-performance;*
- *evaluation of others: evaluating others' performance according to self-evaluation;*
- *homogenisation: when there is more than one evaluator involved;*
- *interview: between evaluator and the subject of evaluation;*
- *evaluation Commission Report on the legal validity and quality of the process;*
- *validation and filling: final classifications attributed to the evaluated subjects, data computerisation, filing the profiles in the staff's individual files;*
- *announcing results: communicate the evaluation results to the staff;*
- *claim: within five working days after receiving the evaluation.*

7. Instalações e equipamentos

7.1. Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços letivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.):

O Campus Universitário tem mais de 70.000 m2, dos quais cerca de 22.000 m2 correspondem a área coberta (5 edifícios, 43 salas de aula, 15 laboratórios de informática e multimédia, 3 Anfiteatros, 1 Auditório e 1 Biblioteca). Todas as salas e laboratórios estão equipados com webcam, coluna áudio, videoprojector e ecrã tátil, rede cablada, ou wireless, com acesso automático à Internet e bases de dados de todo o campus. Centenas de equipamentos informáticos, audiovisuais e de multimédia. A Biblioteca dispõe de catálogo informatizado e manual; serviço cooperativo e de empréstimo interbibliotecas; acesso on-line a bases de dados internacionais. O Campus possui ainda um Complexo Desportivo, com espaço exterior. A aquisição recente de 13.000 m2 permitiu lançar a quarta fase de ampliação do campus. Destacamos ainda um espaço de 38m2 associado ao CITEI, Unidade de Investigação do Departamento.
<https://www.ismai.pt/pt/universidade/banco-de-imagens/arquitetura>.

7.1. Facilities used by the study programme (lecturing spaces, libraries, laboratories, computer rooms, ...):

The University Campus has more than 70,000 m2 and a covered area of around 22,000 m2 (5 buildings, 43 classrooms, 15 computer and multimedia laboratories, 3 amphitheatres, 1 auditorium and 1 library). All classrooms and laboratories are equipped with a webcam, audio speaker, video projector and touch screen, wired and wireless network, offering automatic access to the Internet and databases on the entire campus. There are many computers, audiovisual and multimedia equipment, of all kinds. The Library has an electronic and manual catalogue; an inter-library loan and cooperation service; online access to international databases. The campus has a great sports building with external space. The recent acquisition of more 13,000 m2 allowed to launch to fourth phase of expansion of the campus. We also highlight a 38m2 space for CITEI, the Department's Research Unit.
<https://www.ismai.pt/pt/universidade/banco-de-imagens/arquitetura>

7.2. Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didáticos e científicos, materiais e TIC):

2 Anfiteatros para 35 pessoas
 4 Gravadores áudio
 6 Gravadores de vídeo
 DVDs didáticos (documentários/ filmes)
 Base de dados EBSCO (inclui Psychology and Behavioral Sciences Collection, Academic Search Complete e Business Source Complete)
 Base de dados bibliográfica B-on
 Bases de dados bibliográficas Springer, Taylor and Francis e Science Direct
 Base de dados empresarial Sabi
 229 Computadores e monitores em gabinetes e centros
 30 Salas equipadas com computador e projector
 4 Máquinas de filmar e tripé
 Software SPSS 100
 Software N'Vivo 30
 Software AMOS 3
 51 Pontos de acesso wireless
 1 Testoteca
 1 Equipamento de teleconferência
 Equipamentos Grafotécnicos
 Docucenter NIRVIS
 ESDA (electrostatic imaging system for detecting indented writing on documents)
 Nikon D7000
 Lentes 70-300 mm, 28-80 mm, 18-70 mm, 105 mm e filtros infravermelho
 Flash circular macro para Nikon
 Mesa fotográfica com estativo e com iluminação
 Nikon D3000 Digital SLR Camera
 Software específico

7.2. Main equipment or materials used by the study programme (didactic and scientific equipment, materials, and ICTs):

2 Amphitheater for 35 people
 6 video recorders
 4 Audio recorders
 didactic DVDs (documentaries/movies)
 Databases EBSCO (including Psychology and Behavioral Sciences Collection, Academic Search Complete and Business Source Complete)
 Bibliographic Database B-on
 Bibliographic Databases Springer, Taylor and Francis and Science Direct
 Business database Sabi
 229 computers and monitors in offices and centres

30 Rooms equipped with computer and projector
 4 Video cameras and tripod
 SPSS software 100
 Software N'Vivo 30
 Software AMOS 3
 51 Wireless access hot spots
 1 Test Library
 1 Teleconferencing equipment
 Graphotechnical equipments
 Docucenter NIRVIS
 ESDA (electrostatic imaging system for detecting indented writing on documents)
 Nikon D7000
 Lenses 70-300 mm, 28-80 mm, 18-70 mm, 105 mm and infrared filters
 Flash circular macro for Nikon
 Photo table
 Nikon D3000 Digital SLR Camera
 Special Softwares

8. Atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível.

Pergunta 8.1. a 8.4.

8.1. Unidade(s) de investigação, no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica.

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/research-centers/formId/550d510e-9146-10f6-6721-615d67d7b092>

8.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livro, relevantes para o ciclo de estudos, nos últimos 5 anos.

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/550d510e-9146-10f6-6721-615d67d7b092>

8.3. Mapa-resumo de atividades de desenvolvimento de natureza profissional de alto nível (atividades de desenvolvimento tecnológico, prestação de serviços ou formação avançada) ou estudos artísticos, relevantes para o ciclo de estudos:

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/high-level-activities/formId/550d510e-9146-10f6-6721-615d67d7b092>

8.4. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos.

No que se refere a projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos é de referir o envolvimento de vários docentes/investigadores do novo CE:

- No projeto CYPet, projeto exploratório financiado pela FCT (2021);
- No projeto JIT4NSTEAM que, a ser aprovado, permitirá ao longo dos próximos 4 anos, alocar bolsas de mérito para estudantes nacionais e estrangeiros nas áreas STEAM (STEM + Artes);
- Vários outros que envolvem parcerias com universidades portuguesas e estrangeiras de entre os quais salientamos:
 - Projeto Erasmus +: EU-CAB "Comparative Analyses of European Identities and every-day behavior".
 - Projeto "Naturalisme-Monde" do ITEM-CNRS.
 - Projeto "Research, healthcare networks and empowerment: scientific and social responses to rare diseases in the Iberian Peninsula".

Por fim, é de referir a existência de projetos de investigação (com financiamento da própria Maiêutica) no quadro da unidade orgânica de investigação do Departamento – o CITEI (Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia):

- Efêmero expandido (ephemeral expanded)
- Narratividade e performance audiovisual ao vivo
- Memória, Comunicação e Cidadania (desenvolvido em duas vertentes: Comunicação em Saúde e Ensino Superior, empregabilidade e Cidadania).
- Cultura da Celebridade: construção e consumo de imagens de figuras públicas
- Centros e periferias Culturais
- Arte Digital, Educação e Design Thinking: uma interação profícua para um Futuro Sustentável
- Teoria e prática da adaptação
- Cidade, Comunicação e cultura do desejo: o mapa imaterial do Porto/Mobile Apps/city branding
- Observatório de Agências e Consultoras de Comunicação – Zona Norte.

8.4. List of main projects and/or national and international partnerships underpinning the scientific, technologic, cultural and artistic activities developed in the area of the study programme.

With regard to national and international projects and/or partnerships that integrate scientific, technological, cultural and artistic activities developed in the area of the study cycle, it is worth mentioning the involvement of several professors/researchers of the new study cycle:

- In the CYPet project, an exploratory project financed by the FCT (2021);
- In the JIT4NSTEAM project, which, if approved, will allow, over the next 4 years, to allocate merit scholarships to national and foreign students in the STEAM (STEM + Arts) areas;
- Several others that involve partnerships with Portuguese and foreign universities, among which we highlight:
 - Erasmus + Project: EU-CAB "Comparative Analyses of European Identities and every-day behavior".
 - Project "Naturalisme-Monde" by ITEM-CNRS.
 - Project "Research, healthcare networks and empowerment: scientific and social responses to rare diseases in the Iberian Peninsula".

Finally, it is worth mentioning the existence of research projects (with funding from Maiêutica itself) within the framework of the Department's organic research unit – CITEI (Center for Research in Technologies and Intermediate Studies):

- Expanded ephemeral
- Narrativity and live audiovisual performance
- Memory, Communication and Citizenship (developed in two aspects: Communication in Health and Higher Education, Employability and Citizenship).
- Celebrity Culture: construction and consumption of images of public figures
- Cultural centers and peripheries
- Digital Art, Education and Design Thinking: a fruitful interaction for a Sustainable Future
- Adaptation theory and practice
- City, Communication and the culture of desire: the immaterial map of Porto/Mobile Apps/city branding
- Observatory of Communication Agencies and Consultants – North Zone.

9. Enquadramento na rede de formação nacional da área (ensino superior público)

9.1. Avaliação da empregabilidade dos graduados por ciclo de estudos similares com base em dados oficiais:

A análise de ciclos de estudos similares e com base nos dados oficiais, disponíveis em <http://infocursos.mec.pt/>, relativos a 2016-2019, apontam para uma elevada taxa de empregabilidade (superior a 85%) o que, a nosso ver, pode constituir um forte argumento e um importante fator de atratividade.

Uma das particularidades da formação superior na área das Relações Públicas e da Comunicação são os seus índices positivos de empregabilidade (aliás, dados da DGEEC apontam para uma taxa de desemprego abaixo dos 15%).

A aposta num conjunto de competências transversais permite aos futuros profissionais exercer funções em áreas muito diversas, o que explica a sua elevada empregabilidade.

9.1. Evaluation of the employability of graduates by similar study programmes, based on official data:

The analysis of similar study cycles based on the official data available at <http://infocursos.mec.pt/>, regarding 2016-2019, point to a high employment rate (over 85%), which, in our view, may constitute a strong argument and an important attractiveness factor.

One of the particularities of higher education in the area of Public Relations and Communication is its high employability rates (in fact, data from DGEEC point to an unemployment rate of approximately 15%).

Investing in a set of interdisciplinary skills allows future professionals to perform duties across very diverse areas, which explains their high employability.

9.2. Avaliação da capacidade de atrair estudantes baseada nos dados de acesso (DGES):

1. O acesso ao ensino superior tem estado maioritariamente vocacionado para os diplomados da modalidade científico-humanística do ensino secundário (segundo o RELATÓRIO SOBRE O ACESSO AO ENSINO SUPERIOR (2019) disponível em

https://wwwcdn.dges.gov.pt/sites/default/files/documentos_internos/relatorio.acesso_ao_ensino_superior.final_junho2019.versao_definitiva.pdf);

2. O aumento global do número de candidatos ao ensino superior (dados de 2020);

3. A localização da Instituição na Área Metropolitana do Porto (com elevado índice de atratividade);

4. Elevado número de alunos na área do ciclo de estudos (<https://www.pordata.pt/DB/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela> e <http://infocursos.mec.pt/>).

9.2. Evaluation of the capability to attract students based on access data (DGES):

1. The access to higher education has been mainly oriented to high school graduates from scientific and humanistic areas (according to the REPORT REGARDING THE ACCESS TO HIGHER EDUCATION (2019) available at

https://wwwcdn.dges.gov.pt/sites/default/files/documentos_internos/relatorio.acesso_ao_ensino_superior.final_junho2019.versao_definitiva.pdf);

2. The global increase in the number of applicants to higher education (2020 data);

3. The location of the Institution in the Metropolitan area of Porto (with a high rate of attractiveness);

4. Large number of students in the study cycle area (<https://www.pordata.pt/DB/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela> e <http://infocursos.mec.pt/>).

9.3. Lista de eventuais parcerias com outras instituições da região que lecionam ciclos de estudos similares:

A inexistência de ciclos de estudo similares em outras Instituições de Ensino Superior é, por si mesmo, um constrangimento, que impossibilita o estabelecimento de parcerias.

Ainda assim, o curso pretende constituir uma oferta distintiva e complementar relativamente a outros ciclos de estudos afins na região e com os quais alguns membros da equipa docente colaboram. Visa a colaboração com outras instituições de ensino superior, quer através de programas de mobilidade de docentes, quer para formação de estudantes, quer ainda pela realização de encontros académico-científicos.

9.3. List of eventual partnerships with other institutions in the region teaching similar study programmes:

The inexistence of similar study cycles in other Higher Education Institutions is itself a constraint, which makes it impossible to establish partnerships.

Still, the course aims to provide a distinctive and complementary offer regarding other similar study cycles in the region and with which some of the teaching staff members cooperate. It aims for the cooperation with other higher education institutions both through the mobility programmes of teachers and students' education, and also through the organisation of international academic and scientific events.

10. Comparação com ciclos de estudos de referência no espaço europeu

10.1. Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior com duração e estrutura semelhantes à proposta:

Os cursos de Relações Públicas de 1º Ciclo encontram-se institucionalizados em diversas instituições de ensino superior, como o London College of Communication (BA em Public Relations), a University of Lincoln (BA em Communications and Public Relations), ou a Birmingham City University (BA em Public Relations and Media).

Na União Europeia, encontramos inúmeros estudos graduados em Relações Públicas tanto em licenciaturas profissionalizantes (Communication & PR (Business School em Munich, Barcelona ou Geneva)), como em grandes escolas universitárias como é o caso da École Supérieure de Publicité (Paris) com a especialização em Relations Publiques et Événementiel, no seio da formação Communication et Publicité; Communication Management and Public Relations (Ulster University - Belfast), Corporate Communication and Public Relations (Università IULM, Milão), Communication and Public Relations (Danubius University, Romania) ou Advertising and Public Relations (Rey Juan Carlos University).

10.1. Examples of study programmes with similar duration and structure offered by reference institutions in the European Higher Education Area:

The 1st Cycle Public Relations courses are institutionalized in several higher education institutions, such as the London College of Communication (BA in Public Relations), the University of Lincoln (BA in Communications and Public Relations), or Birmingham City University (BA in Public Relations and Media).

In the European Union, we find numerous studies graduated in Public Relations both in professional degrees (Communication & PR (Business School in Munich, Barcelona or Geneva)) as in large university schools such as the École Supérieure de Publicité (Paris) with specialization in Relations Publiques et Événementiel, within the Communication et Publicité training; Communication Management and Public Relations (Ulster University - Belfast), Corporate Communication and Public Relations (Università IULM, Milan), Communication and Public Relations (Danubius University, Romania) or Advertising and Public Relations (Rey Juan Carlos University).

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior:

Identificamos ciclos de estudos com objetivos semelhantes aos da presente proposta, focados especificamente em preparar o profissional de Relações Públicas para uma Gestão Estratégica da Comunicação, adequada à nova economia digital, ainda que apresentem, por vezes, áreas específicas com valor distintivo na comparação direta com CE na área da Comunicação e Relações Públicas.

Alguns ciclos focam-se, por exemplo, na Comunicação Publicitária (Richmond - The American International University in London, ESIC Business & Marketing School, Universitat Internacional de Catalunya, University of Worcester ou Rey Juan Carlos University), à semelhança de outros CE em território nacional, não sendo uma área nuclear da nossa proposta, ainda que superficialmente contemplada em algumas UC. Há ainda opções formativas que privilegiam a componente digital, à qual a nossa proposta procura também atender, como a GBSB Global Business School, EU Business School Munich, Barcelona e Montreux.

10.2. Comparison with the intended learning outcomes of similar study programmes offered by reference institutions in the European Higher Education Area:

We identified study cycles with objectives similar to those of this proposal, specifically focused on preparing the Public Relations professional for a Strategic Communication Management, appropriate to the new digital economy, even though they sometimes present specific areas with distinctive value in direct comparison with courses in the field of Communication and Public Relations. Some cycles focus, for example, on Advertising Communication (Richmond - The American International University in London, ESIC Business & Marketing School, Universitat Internacional de Catalunya, University of Worcester or Rey Juan Carlos University), similarly to other CEs in Portugal, that is not a key area in this study cycle although some of those contents are superficially covered in some CUs. There are also training options that privilege the digital component, which our proposal also seeks to meet, such as the GBSB Global Business School, EU Business School Munich, Barcelona and Montreux.

11. Estágios e/ou Formação em Serviço

11.1. e 11.2 Estágios e/ou Formação em Serviço

Mapa VII - Protocolos de Cooperação

Mapa VII - AMZMCRTV, Lda

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

AMZMCRTV, Lda

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Amzmcrtv.pdf](#)

Mapa VII - ASAS - Gabinete de Psicologia e Terapias Complementares

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

ASAS - Gabinete de Psicologia e Terapias Complementares

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._ASAS.pdf](#)

Mapa VII - Associação Plano i

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Associação Plano i

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._AssociacaoPlanoi.pdf](#)

Mapa VII - Brand Power - Marketing e Comunicação, Lda

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Brand Power - Marketing e Comunicação, Lda

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._BrandPower.pdf](#)

Mapa VII - Clair Couture

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Clair Couture

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._ClairCouture.pdf](#)

Mapa VII - Feralbyte

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Feralbyte

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._FeralByte.pdf](#)

Mapa VII - Follow Reference, Lda

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Follow Reference, Lda

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._FollowReference.pdf](#)**Mapa VII - Inês Baltazar Studio****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Inês Baltazar Studio***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._InesBaltazar.pdf](#)**Mapa VII - Kammel Osterreichisches Filmservice eU****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Kammel Osterreichisches Filmservice eU***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._Kammel.pdf](#)**Mapa VII - MaxDigital - Impressões Digitais, Lda****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***MaxDigital - Impressões Digitais, Lda***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._MaxDigital.pdf](#)**Mapa VII - Mr.Milk - Espetáculos e Eventos, Lda****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Mr.Milk - Espetáculos e Eventos, Lda***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._MrMilk.pdf](#)**Mapa VII - PortoLimpo - Facility Services, Lda****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***PortoLimpo - Facility Services, Lda***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._PortoLimpo.pdf](#)**Mapa VII - Pressplay Unipessoal , Lda (FES Agency)****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Pressplay Unipessoal , Lda (FES Agency)***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._PressPlay.pdf](#)**Mapa VII - Vítor Carneiro Unipessoal, Lda****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Vítor Carneiro Unipessoal, Lda***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._VitoCarneiro.pdf](#)**Mapa VII - LVM - Formação e Comércio de Produtos para Cabeleireiro, Lda.****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***LVM - Formação e Comércio de Produtos para Cabeleireiro, Lda.***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._LVM.pdf](#)**Mapa VII - Descoberta da Música - Associação Recreativa, Cultural e Artística****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Descoberta da Música - Associação Recreativa, Cultural e Artística***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._Descoberta da Música.pdf](#)**Mapa VII - A Profundacor, Lda.****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***A Profundacor, Lda.*

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):[11.1.2._A Profundacor, Lda.pdf](#)**Mapa VII - A 4ª. Dimensão Arquitectos Unipessoal, Lda.****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***A 4ª. Dimensão Arquitectos Unipessoal, Lda.***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._A 4ª. Dimensão Arquitectos Unipessoal, Lda.pdf](#)**Mapa VII - A Paula Carvalho Organização de Eventos****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***A Paula Carvalho Organização de Eventos***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._A Paula Carvalho Organização de Eventos.pdf](#)**Mapa VII - A Vilanet Educação e Formação****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***A Vilanet Educação e Formação***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._A Vilanet Educação e Formação.pdf](#)**Mapa VII - GMERP****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***GMERP***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._GMERP.pdf](#)**Mapa VII - CITEI****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***CITEI***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._CITEI.pdf](#)**Mapa VII - A QPT21 - Representações e Serviços, Lda.****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***A QPT21 - Representações e Serviços, Lda.***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._A QPT21 - Representações e Serviços, Lda..pdf](#)**Mapa VII - A Gauditeca - Gabinete de Auditoria e Apoio Técnicas Administrativas, Lda.****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***A Gauditeca - Gabinete de Auditoria e Apoio Técnicas Administrativas, Lda.***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._A Gauditeca.pdf](#)**Mapa VII - A MCSCOM Lda.****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***A MCSCOM Lda.***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._A MCSCOM Lda..pdf](#)**Mapa VII - A SOETIL - Sociedade de Organização e Estudos de Técnica Industrial, Lda.****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***A SOETIL - Sociedade de Organização e Estudos de Técnica Industrial, Lda.***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._A SOETIL.pdf](#)**11.2. Plano de distribuição dos estudantes****11.2. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis. (PDF, máx. 100kB).**

11.2. Mapa de Protocolos.pdf**11.3. Recursos próprios da Instituição para acompanhamento efetivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço.****11.3. Recursos próprios da Instituição para o acompanhamento efetivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço:**

O Gabinete de Estágios e Inserção Profissional é responsável pelo desenvolvimento de programas de estágio na sequência dos Protocolos de Colaboração estabelecidos com as Entidades que acolhem os estudantes da instituição. Os estágios são orientados por supervisores da instituição, podendo ser coadjuvados por outros docentes, aprovados pelo CCP do Curso e sob proposta do coordenador, cujas funções são:

- assegurar a articulação entre os orientadores cooperantes;
- elaborar, em conjunto com cada orientador cooperante, o plano individual de atividades de estágio e supervisionar a sua execução;
- supervisionar e participar nos diferentes momentos de avaliação (intermédica e final).

11.3. Institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods:

The Internship and Professional Insertion Office is responsible for the development of internship programs by following the Protocols of Cooperation established with the entities that receive IPMAIA's students. The interns are guided by expert teachers, who may be assisted by other teachers, approved by the Scientific and Pedagogical Committee of the course after proposal of the coordinator. Its functions are:

- Ensure the articulation between cooperative advisors;
- Develop, together with each cooperative advisor, the individual plan of training activities and supervise their implementation;
- Supervise and participate in the different stages of evaluation (intermediate and final).

11.4. Orientadores cooperantes**11.4.1. Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço (PDF, máx. 100kB).****11.4.1 Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço (PDF, máx. 100kB).**

<sem resposta>

11.4.2. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por lei)**11.4.2. Mapa X. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por Lei) / External supervisors responsible for following the students' activities (mandatory for study programmes with in-service training mandatory by law)**

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional (1)/ Professional qualifications (1)	Nº de anos de serviço / Nº of working years
-------------	---	---	---	---

<sem resposta>

12. Análise SWOT do ciclo de estudos**12.1. Pontos fortes:**

A Universidade da Maia assinalou, em outubro de 2021, 30 anos de história, com grande reconhecimento e sustentação do seu projeto pedagógico, do qual fez parte, desde sempre, formação de ensino superior na área das Relações Públicas, contribuindo em Portugal para a afirmação académica, científica e de formação de profissionais de excelência nesta área de conhecimento. Neste enquadramento, um dos pontos fortes a referir diz respeito à qualificação académica e experiência técnica e científica dos docentes designados para o presente ciclo de estudos. Paralelamente, de forma a reforçar o CE, procedeu-se ao recrutamento de novos docentes com perfil adequado e currículo de relevo, com vista a fortalecer a massa crítica no âmbito das áreas científicas em que o curso se inscreve, sendo de sublinhar a afinidade entre as competências dos docentes, a área científica do curso e as unidades curriculares que lhes são adstritas. Ao nível da estrutura curricular, evidenciamos a variedade, abrangência e articulação de temas e do funcionamento das UCs, por exemplo no mesmo semestre do curso, que permitem uma maior abertura e flexibilidade na adequação ao mercado de trabalho. O curso de Relações Públicas e Gestão da Comunicação constitui uma oferta formativa importante, em especial para o Norte de Portugal, onde a concentração do tecido empresarial (comércio, indústria e serviços) carece ainda de recursos humanos especializados na área de formação apresentada. Como referimos anteriormente, os 30 anos da Universidade da Maia conferem-lhe um forte conhecimento do mercado e posicionamento estratégico, já que se encontra implantada numa zona onde o tecido empresarial é vasto e diversificado e está em grande crescimento, beneficiando de acessibilidades e de uma rede de mobilidade favorecedora de intercâmbios na aprendizagem académica. De referir que, a este nível, existe uma excelente relação com os stakeholders, que se tem traduzido num número crescente e na diversificação da oferta em termos de instituições de acolhimento na Unidade Curricular de Estágio. Finalmente, consideramos que esta é uma oferta formativa relevante, ao nível nacional e europeu, ao apostar na formação de profissionais com competências pessoais, sociais e profissionais ajustadas às exigências com que se deparam as organizações inseridas nas dinâmicas da indústria 4.0 e da web 2.0 e 3.0.

12.1. Strengths:

In October 2021, University of Maia marked 30 years of history, with great recognition and support for its pedagogical project, which always integrated higher education in the area of Public Relations, contributing to an academic, scientific and training demonstration of professionals of excellence in this knowledge area, in Portugal. Accordingly, one of the strengths worth mentioning concerns the academic qualification and technical and scientific expertise of the academic staff assigned to this study programme. At the same time, in order to reinforce the study programme, new teachers with an appropriate profile and significant curriculum were hired to strengthen the critical mass within the scientific areas of this course. It is also important to highlight the relationship between the skills of the academic staff, the scientific area of the course and the related curricular units. Regarding the curricular structure, we highlight the variety, range and articulation of the themes and the way the CUs will function, for example during the same semester, which allow for a greater openness and flexibility in the adequacy to the labour market. The course in Public Relations and Communication Management represents a relevant training offer, particularly in the North of Portugal, where the concentration of the industrial fabric (trade, industry and services) still lacks human resources specialised in this particular training area. As mentioned before, the 30 years of the University of Maia grant it a strong market knowledge and strategic positioning, since it is located in an

area where the business fabric is vast and varied, and is growing strongly, benefiting from good accessibility and a mobility network which encourages exchanges in academic learning. Moreover, the course has an excellent relationship with stakeholders, which has translated into a growing and a very diversified offer in terms of host institutions in the Internship curricular unit. Finally, we consider that this is a relevant training offer, at the national and European level, by investing in the training of professionals with personal, social and professional skills adjusted to the demands required by organisations within the Industry 4.0 and Web 2.0 and 3.0 dynamics.

12.2. Pontos fracos:

Conforme referimos, embora o ISMAI / Universidade da Maia possua há três décadas uma oferta formativa no domínio das Relações Públicas, tendo sido pioneiro em Portugal na criação de estudos superiores neste domínio, reconhecemos que a Licenciatura em Relações Públicas, agora reforçando o seu âmbito de Gestão da Comunicação, não possui ainda, junto do grande público, a visibilidade merecida, ou o reconhecimento da sua identidade formativa, académica e profissional, o que penaliza esta área de conhecimento, os seus estudantes e graduados, pelo desconhecimento do seu real contributo em contexto organizacional. Assumimos que faltam ainda estratégias de Relações Públicas para o curso de Relações Públicas e Gestão da Comunicação, sendo essencial que os agentes educativos se envolvam numa Estratégia de Comunicação que afirme e reforce a sua identidade junto de diferentes stakeholders, apoiando o reconhecimento da competência social dos seus graduados. A criação ou envolvimento em eventos que afirmem o curso de Relações Públicas e Gestão da Comunicação e das suas diferentes áreas de atuação, bem como projetos e interfaces de relação com a comunidade envolvente (empresas, instituições, ONG, entre outras), em que os estudantes apliquem conhecimentos e competências em projetos experimentais, numa lógica de simulação, ou mesmo de serviços de Consultoria e Assessoria de Comunicação, são eventuais propostas de desenvolvimento a médio prazo que fortalecerão o ciclo de estudos.

12.2. Weaknesses:

As mentioned before, although ISMAI/University of Maia has more than three decades of a training offer in the area of Public Relations and as a pioneer in the creation of higher studies in this field in Portugal, we recognise that the Bachelor's Degree in Public Relations, now reinforced with its scope of Communication Management, still does not have the deserved visibility from the general public or the recognition of its training, academic and professional identity, which hinders this knowledge area, its students and graduates, due to the lack of knowledge of its real contribution to the organisational context. Therefore, we assume that Public Relations strategies for the course in Public Relations and Communication Management are still missing, so it is essential that the educational providers get involved in a Communication Strategy that states and reinforces its identity close to different stakeholders, supporting the recognition of the social skills of its graduates. The creation or involvement in events that present the course in Public Relations and Communication Management and its different performance areas, as well as projects and interfaces involving the surrounding community (companies, institutions, NGOs, among others), in which the students apply the knowledge and skills to experimental projects, in a simulation logic, or even Communication Consultancy and Counselling services, are some of the potential development proposals for medium-term, in a moment where the new study programme maintains its mission which will strengthen the study cycle.

12.3. Oportunidades:

O plano de estudos corresponde às expectativas do mercado de trabalho, orientando os graduados para a gestão estratégica de uma comunicação cross media, constituindo, assim, uma oferta diferenciada e oportuna, num contexto em que cada vez mais ganham destaque, ao nível global, as necessidades relacionadas com a gestão da reputação e de ativos intangíveis. A pertinência desta proposta é ainda reforçada pela reduzida oferta, nesta área particular, no que se refere ao ensino superior em Portugal. A montante, evidenciamos que as áreas científicas em que se insere o CE continuam a ter uma elevada procura no que diz respeito ao ingresso no ensino superior, sendo dever das instituições oferecer uma formação altamente qualificada e adequada aos contextos e dinâmicas empresariais, sociais e culturais atuais. Ao mesmo tempo, o curso integra-se em redes de cooperação nacionais e internacionais, não só ao nível de uma possível mobilidade (quer de docentes, quer de estudantes) mas também de atividades de I&D, em consonância com a missão de uma formação universitária. A este nível, as UC nucleares deste CE são frequentemente escolhidas pelos estudantes ERASMUS incoming da Universidade da Maia, apoiando a afirmação da identidade das Relações Públicas, pelos conhecimentos, competências e partilha de reflexões com os seus países de origem. Finalmente, identificamos mais valias para o curso e os seus graduados, que aferimos aquando do diálogo estabelecido com diferentes stakeholders para o desenvolvimento deste CE. A falta de disponibilidade de algumas pequenas e médias empresas para o recrutamento e integração nas suas estruturas de profissionais desta área não tem, ainda assim, impossibilitado a contratação dos seus serviços qualificados, prestados por Agências, Consultoras e mesmo freelancers, que têm inovado na oferta distintiva dos seus saberes e competências profissionais.

12.3. Opportunities:

The study plan meets the expectations of the labour market, guiding the graduates to a strategic management of cross-media communication, therefore, constituting a diverse and suitable offer in a context in which the needs related to the management of reputation and intangible assets has increasing emphasis. The importance of this proposal is also reinforced by the reduced offer that exists in the Portuguese higher education institutions, in this specific area. We highlight the fact that upstream the scientific areas which comprise this study programme continue to have a high demand regarding the admission to higher education, so institutions have the duty to offer highly qualified and appropriate training to the current business, social and cultural contexts and dynamics. At the same time, the course is part of national and international cooperation networks, not only at a possible mobility level (both teachers and students), but also R&D activities, in line with the university's education mission. At this level, the core CUs of this study programme are often chosen by incoming ERASMUS students of Universidade da Maia, supporting the assertion of the Public Relations identity through its knowledge, skills and sharing of reflections with their countries of origin. Lastly, we identify an opportunity for the course and its graduates that we assessed during the dialogue established with different stakeholders for the development of this study programme. The lack of availability of some small and medium companies for recruiting and integrating in their structures professionals from this area, has not prevented the hiring of their qualified services, provided through agencies, consulting companies and even freelancers, who have innovated in the distinctive offer of their knowledge and professional skills.

12.4. Constrangimentos:

A atual situação financeira do país e os constrangimentos causados pela nova realidade em consequência de uma sociedade pós-pandemia, ainda com efeitos a médio prazo, são fatores que podem justificar alguma apreensão da decisão de ingresso no Ensino Superior Privado. Ainda assim, o encargo das famílias com a formação dos estudantes tem sido assumido em grande escala por Bolsas de Estudo, às quais os alunos da Universidade da Maia têm acesso, com o acompanhamento de Serviços de Ação Social próprios, tendo sido atribuídas em 2020/2021 bolsas a 1431 estudantes. O grande afluxo de alunos verificado nos últimos anos pode levantar algum constrangimento na disponibilidade de espaços letivos. No entanto, esta situação encontra-se em via de resolução uma vez que está aprovado e prestes a ser implementado o projeto de ampliação das instalações (um aumento de 13 mil metros quadrados).

12.4. Threats:

The current financial situation of the country and the constraints caused by the new reality due to a post-pandemic society, still registering medium-term effects, are the factors that could create some apprehension. Even so, the burden of families with education has been taken on on

a large scale by Scholarships, to which students from the University of Maia have access, with the monitoring of their own Social Action Services, having been awarded in 2020/ 2021 scholarships to 1431 students. The large influx of students seen in recent years may cause some constraint in the availability of teaching spaces. However, this situation is almost resolved once the project to expand the facilities is approved and about to be implemented (an increase of 13 thousand square meters).

12.5. Conclusões:

A presente análise SWOT faz sobressair a predominância de pontos fortes o que nos faz considerar que estamos perante uma proposta de um ciclo de estudos oportuna e necessária, sendo de esperar que tenha uma procura significativa. A experiência de três décadas do ISMAI no domínio das Relações Públicas, a par de um plano de estudo de banda larga, mas focado na aquisição de competências pessoais, sociais e profissionais adequadas às novas exigências do mercado de trabalho pretende assegurar um elevado nível de empregabilidade e, simultaneamente, a satisfação e motivação dos potenciais estudantes.

Uma parte significativa dos docentes tem já experiência de trabalhar em conjunto e está totalmente disponível para colaborar com os novos docentes. O novo ciclo de estudos poderá ainda beneficiar do reforço muito significativo de equipamento por parte da entidade instituidora do ISMAI. Os docentes estão envolvidos em unidades de investigação internas e/ou outras reconhecidas pela FCT, apresentando currículos adequados às unidades curriculares para as quais foram propostos.

Diferencia-se de outros ciclos de estudo na área das Ciências da Comunicação, quer pelo relevo atribuído a diferentes abordagens centradas nos media digitais como novos e privilegiados instrumentos de comunicação, quer na disponibilização de competências técnicas e enquadramentos conceituais necessários ao exercício profissional de um licenciado em Relações Públicas e Gestão da Comunicação. Ao mesmo tempo, procurará promover junto dos estudantes um necessário posicionamento crítico, uma aprendizagem autónoma e uma capacitação, no sentido de responder à necessidade de adaptação a diferentes contextos, seguindo o espírito do projeto Tuning e, consequentemente, conjugando as novas exigências do mercado de trabalho com as expectativas dos agentes educativos, numa lógica de transparência e qualidade. Este ciclo de estudos, que pretende ser inovador, está igualmente alinhado com as grandes tendências internacionais no domínio das Ciências da Comunicação, defendendo, do ponto de vista pedagógico, metodologias ativas e centradas no próprio estudante com o objetivo de lhe conferir aptidões e competências relacionadas com os universos comunicacionais, culturais e organizacionais das sociedades contemporâneas. Importa ainda realçar que a acreditação deste curso visa preencher um vazio, a nível de ensino superior, resultante de não haver projeto formativo neste ramo do conhecimento, capaz de garantir uma identidade própria aos graduados, com capacidade de assumir funções de maior relevância, principalmente, para as pequenas e médias empresas, bem abundantes na zona norte do país, interessadas em transparecer modernidade, dinamização e inovação.

12.5. Conclusions:

This SWOT analysis emphasises the predominance of strengths, which leads us to consider that we have a suitable and necessary proposal for the study programme, and a significant demand is expected. ISMAI's experience of more than three decades in the area of Public Relations, together with a broadband study plan, more focused on the acquisition of personal, social and professional skills, suitable to meet the demands of the labour market, aims to ensure a high employability rate and, at the same time, the satisfaction and motivation of potential students.

A significant part of the teachers is already used to working together and they are completely available to cooperate with the new teachers. The new study programme may also benefit from the very significant reinforcement of equipment made by the founding entity of ISMAI. The teachers are involved in internal research units, as well as in others recognised by FCT, presenting curricula appropriate to the curricular units for which they were proposed.

It stands out from other study programmes in the area of Communication Sciences, both for the importance attached to the different approaches focused on digital media as the new and privileged communication tools, and for the provision of technical skills and conceptual frameworks needed for the professional performance of a Public Relations and Communication Management graduate. At the same time, it tries to promote in students a necessary critical positioning, autonomous learning and empowerment, in order to respond to the need for adaptation to different contexts, following the spirit of the Tuning project and, consequently, combining the new demands of the labour market with the expectations of the educational providers, in a logic of transparency and quality. This study programme, which aims to be innovative, is also aligned with the main international trends in the area of Communication Sciences, advocating, from a pedagogical point of view, active methodologies focused on students, with the goal of providing them with skills and competences related to communication, cultural and organisational universes of contemporary societies. It is also important to highlight that the accreditation of this course aims to fill a gap at the higher education level, which results from the fact that there is no educational project in this knowledge field, capable of ensuring a proper identity to the graduates, with the capacity to assume significant positions, mainly in small and medium companies, which are numerous in the North of Portugal, interested in demonstrating modernity, revitalisation and innovation.

Lista de actividades / Activities list

Mapa Resumo de actividades de desenvolvimento de natureza profissional de alto nível (actividades de desenvolvimento tecnológico, prestação de serviços ou formação avançada) ou estudos artísticos, relevantes para o ciclo de estudos.

Summary-table with high-level professional development activities (technological development activities, services of advanced training) or artistic studies, with relevance for the study programme

Docente / Teacher	Atividades de desenvolvimento de natureza profissional de alto nível / High-level professional development activities
ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO	Participou na formação "Análise de Equações Estruturais com o SPSS AMOS Graphics" (agosto, 2021), com o formador João Marôco
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Membro da Comissão Organizadora da Conferência Besides the Screen Porto 2020 - Instituto Universitário da Maia, King's College London, Universidade Federal do Espírito Santo (2020)
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Systematic Illusion Serralves em Festa Fundação de Serralves, Porto (2016)
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Livro Disperso. Casa das Artes / Sputnik the Window Media Instáveis (co-curadoria) (2017)
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	ARQUIVO VIVO É ANARQUIVO Texto-Texto/Texto-Imagem Performance / presentation Rui Torres + Ana Carvalho Local guest: Bruno Ministro Salão Brazil, Coimbra (2016/2016)
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Membro da Comissão Organizadora da Conferência Besides the Screen Porto 2018 - Instituto Universitário da Maia, King's College London, Universidade Federal do Espírito Santo (2018/2018)
CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS	Editor do Journal of Management Sciences (indexed in Emerging Sources Citation Index, Thomson Reuters)
CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS	Editor do Global Economics and Finance Journal
CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS	Research Fellow do World Business Institute (Melbourne, Austrália)
CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS	Diretor Adjunto do CEGE (unidade de I&D acreditada junto da FCT), e Investigador Principal do Grupo de Economia e Finanças, Católica Porto Business School, UCP
CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS	Coordenador da ação de apresentação e formação sobre a Base de Dados SABI, organizada pelo Centro de Formação ao Long da Vida (CFLV), Maiêutica.
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Membro da equipa de investigação do projeto exploratório CyPet, financiado pela FCT, 2021-2022
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Membro da Comissão Organizadora da Conferência Besides the Screen Porto 2020 (2020/07/22 - 2020/07/24), ISMAI, King's College London, Univ. Fed. do Espírito Santo (2020/2020)
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Investigadora no projeto «Projet Naturalisme-Monde» do ITEM-CNRS, Paris. Equipa Écritures du XIXe siècle/ Centre d'Étude sur Zola et le Naturalisme (desde 2017)
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Membro da equipa de coordenação do encontro internacional bienal de investigação Besides the Screen (King's College/ Universidade de Vitória/ ISMAI) (desde 2017)
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Membro do Conselho Científico dos Encontros de Cinema de Viana do Castelo (2011/2017)
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Coordenadora do projeto Erasmus + : EU-CAB "Comparative Analyses of European Identities in Business and Every-Day Behaviour"
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Investigadora integrada
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Docente de mobilidade Erasmus
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Participação em Think Tanks de contexto social e de intervenção
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	Organização do Festival ISMAI LEGENDS - Coordenação do Evento (http://legends.ismai.pt/)
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	Organização do Porto Wine Fest, Douro Wine Fest e Vinho Verde Wine Fest - Consultoria OFFE Organização Funcional de Feiras e Eventos (http://www.winefest.pt)
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	CELCC / CITEI - Projecto de Benchmarking sobre os Cursos de Relações Públicas em Portugal
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	CELCC / CITEI - Projecto Observatório de Agências e Consultoras de Comunicação - Zona Norte
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Membro da equipa de investigação do projeto exploratório CyPet, financiado pela FCT, 2021-2022
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Investigadora no Projeto Research, healthcare networks and empowerment: scientific and social responses to rare diseases in the Iberian Peninsula - HAR2017-87318-P
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Investigadora no projeto Internacionalización y estrategias contra la enfermedad - HAR2012-39655-C04-03
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Investigadora no projeto De la experiencia individual al movimiento asociativo - HAR2009-14068- C03-02
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Membro da Comissão Organizadora da Conferência Besides the Screen Porto 2020 (2020/07/22 - 2020/07/24), ISMAI, King's College London, Univ. Fed. do Espírito Santo (2020/2020)
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Grupo de trabalho relativo ao acompanhamento do processo de revisão de Medição de Audiências TV (Comité de Análise e Estudos de Meios (CAEM)), Associação Portuguesa de Anunciantes (2005-2009)
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Grupo de Trabalho responsável pelo lançamento das Ações de Responsabilidade Social "Missão Sorriso"/Missão Continente e "Causa Maior" - Grupo SONAE (2003-2009)

JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Grupo de trabalho responsável pela criação do primeiro evento PIC NIC Continente / Modelo - Grupo SONAE (2008-2009)
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Grupo de trabalho responsável pela campanha de lançamento do Cartão Continente / Modelo - Grupo SONAE (2007)
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Grupo de trabalho responsável pela monitorização de indicadores de notoriedade da comunicação e indicadores de Relações públicas (Marktest e CISION) - Grupo SONAE(2003-2012))
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Organização do Circular Summit Closing the Loop, Opening the Future", 7, 8 e 9 de junho 2021
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Dinamização de um workshop sobre Estratégia de Marketing para a organização ShARE-UP
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Supervisão de projetos da organização ShARE-UP
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Supervisão de projetos da organização RiseUp
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	"Fixar memórias: O documentário enquanto processo de escrita do eu", oficina de cinema documental lecionada no âmbito do Porto Femme - International Film Festival, 1, 2 e 3 de Outubro, 2021
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	"Entre-imagens", oficina de cinema lecionada no âmbito do M... Mês da Imagem do Porto, 13, 20 e 27 de Novembro 2021
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	Organização anual da Conferência Internacional de Cinema de Viana (desde 2015)
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	Vice-presidente do grupo de investigação europeu Cinema and Contemporary Visual Arts, integrado na NECS - European Network for Cinema and Media Studies
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	Coordenadora geral do Kino Meeting, encontro internacional de literacia de Cinema (desde 2017)
PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO	Coordenadora da licenciatura em Gestão de Empresas do ISMAI.
PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO	Coordenadora da Unidade Curricular de Estágio/Projeto da Licenciatura em Gestão de Empresas e Supervisora de Estágio de alunos do referido curso.
PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO	Orientadora de dissertações de mestrado - Gestão de Empresas (ISMAI).
PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO	Organização processual de pedidos de acreditação/pedidos de reapreciação de acreditações condicionadas de ciclos de estudos submetidos à A3ES.
PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO	Membro da Comissão Organizadora do 1º Congresso Internacional de Ciências Empresariais, realizado no dias 30 e 31 de outubro de 2018, no ISMAI, Maia.
SIMONE ANTONIACI TUZZO	Site com produção intelectual e académica - https://www.simonetuzzo.com/
SIMONE ANTONIACI TUZZO	Canal no YouTube com vídeoaulas: https://www.youtube.com/c/TuzzodeBom/
SIMONE ANTONIACI TUZZO	Revisora e avaliadora de artigos científicos em revistas científicas (Exemplo: Comunicação e Informação, Intercom, Comunicação e Sociedade)
SIMONE ANTONIACI TUZZO	Chefe de Cerimonial e Protocolo em Eventos públicos e privados (Sociais e Corporativos)
TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA	Convidado na qualidade de expert para desenvolver projectos de Comunicação de Ciência com a Universidade do Porto
TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA	Co-coordenador de atividade de formação organizada de forma colaborativa no âmbito da Aliança. EUGLOH "European University for Global Health" – uma iniciativa piloto financiada pelo Programa Erasmus+
TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA	Moderador de Paineis no 6º congresso SciComPT, na sessão "How can the field of science communication be more effective in the Attention Economy?"
TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA	Convidado na qualidade de expert para desenvolver projetos de Comunicação de Ciência com o Governo Regional do Açores

Lista de Publicações Científicas / Scientific Publications List

Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livro, relevantes para o ciclo de estudos, nos últimos 5 anos.

Summary-table with publications of the teaching staff of the study programme, in international journals with peer review, books or chapters in books, with relevance for the study programme, in the last 5 years.

Docente / Teacher	Publicações Científicas / Scientific Publications
ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO	Melro, A. & Pereira, S. (2021, under review). Seeing but not Believing': Undergraduate Students' Media Uses and Perceptions on News Trust. International Journal of Communication
ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO	Tarling, G., Melro, A., Fujita, T. & Kleine Staarman, J. (2021, under review). Making coding meaningful: university students' perceptions of bootcamp pedagogies. Pedagogies: An International Journal.
ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO	José-Garcia, A., Sneyd, A., Melro, A., Ollagnier, A., Tarling G., Zhang, H., Everson, R. & Arthur, R. (2021, under review). C3-IoC: a career guidance system for assessing student skills using machine learning and network visualisation. International Journal of Artificial Intelligence in Education.
ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO	Melro, A., Tarling, G., Fujita, T. & Kleine Staarman, J. (2020, under review). Thinking about Computational Thinking: non-Computer Science students' perceptions of coding and reasons for learning how to code. Computer Science Education.
ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO	Melro, A. & Pereira S. (2019). Fake or not fake? Perceptions of undergraduates on (dis)information and critical thinking. Medijske studije/Media Studies, 10(19), 46-67.
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Carvalho, Ana. (2020). "Lo spartito come strumento. Intervista a Samson Young". Mancuso, Marco (Ed) Intervista con la New Media Art: L'osservatorio Digicult tra arte, design. Mimesis.
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Carvalho, Ana. (2020). "A relação entre objeto e performance entendida como ecossistema – a partir dos exemplos de Gustav Metzger e Fernando Velasquez". Práticas de Arquivo em Artes Performativas. Universidade de Coimbra.
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Carvalho, Ana e Vieira, Célia (2019). "Narrativity and Audiovisual Performance". CITAR Journal of Science and Technology of the Arts, Vol 11 No 1 (2019): Volume 11 - Number 1, 2019 (Special Issue), section: Marginalized Narratives - Special Issue.
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Carvalho, Ana. (2019). "Symbiotic fictional experiments in the visual arts". Technoetic Arts, Volume 17, Numbers 1-2, June 2019, pp. 111-118(8). DOI: https://doi.org/10.1386/tear_00010_1
ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO	Carvalho, Ana. (2016). "Construction of Processes to Live Audiovisual Performance". In Camille Baker e Kate Sicchio, Kate (Ed.) Intersecting Art and Technology in Practice: Techne/Technique/Technology. London: Routledge.
CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS	Oliveira, M. A., & Santos, C. (2016). A Volatility-based approach to gold as a safe haven: can it explain the abnormalities in gold returns in periods of financial adversity?. Investment Management and Financial Innovations, 13 (3), 204-214.
CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS	Oliveira, M. A., & Santos, C. (2018). Determinants of credit default swaps implied ratings during the crisis: was sovereign risk mispriced?. Investment Management and Financial Innovations, 15 (3), 1-14.
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Vieira, Célia e Guerra, Inês (2020). "Photographic Portrait in the 19th Century – Uses and Functions in the Construction of Celebrities. The Case of Émile Zola". Metacritic Journal for Comparative Studies and Theory 6 2 (2020): 160-173
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Vieira, Célia (2020). "Les lettres portugaises à Émile Zola". Les cahiers naturalistes 94 (2020): 211-217. http://www.cahiers-naturalistes.com/index.html
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Vieira, Célia e Carvalho, Ana (2019). "Narrativity and Audiovisual Performance". Journal of Science and Technology of the Arts - CITAR 11 1 (2019): https://doi.org/10.7559/citarj.v11i1.590 .
CÉLIA SOUSA VIEIRA	Vieira, Célia (2018). "De l'influence à la théorie du système-monde: le cas du naturalisme ibérique". Transilvania 8 (2018): https://revistatransilvania.ro/de-linfluence-a-la-theorie-du-systeme-monde-le-cas-du-naturalisme-iberique/
CÉLIA SOUSA VIEIRA	VIEIRA, Célia (2017). "Naturalisme en Espagne", "Vicente Blasco Ibanez", "Leopoldo Alas (Clarín)", "Emilia Pardo Bazán", "Benito Pérez Galdós", "Capitales - Madrid", in Dictionnaire des Naturalismes (Dir. Colette Becker et Pierre Dufief), Paris, Champion, 2017
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Sousa, V., Faustino, P., & Rebelo, C. (2021). Perceção internacional de Portugal como destino turístico. Revista Turismo & Desenvolvimento, 36(2), 575-591. https://doi.org/10.34624/rtd.v36i2.8797
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Rebelo, C.T, Faustino, P., Sousa, J.P. et al.(2020). Performance comunicativa e redes sociais: a importância de estratégias que envolvam o usuário in "Comunicação estratégica e Integrada: A visão de renomados autores de 5 países". Editora Rede Integrada
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Rebelo; C.T, Lindemann, C. (2020). Média, informação e comportamento no Brasil e em Portugal durante a pandemia. In "Perspetivas multidisciplinares da Comunicação em contexto de

	pandemia". Coordenação: Francisco Rui Cádima e Ivone Ferreira. ICNOVA.
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Lindemann, C., Gruzinsky, A. Rebelo, C.T (2019). Literacia Digital: estratégias didáticas del periódico Zero Hora multiplataforma in Jornalismo e estudos mediáticos, Memória II, Jorge Pedro Sousa Org. , Universidade Fernando Pessoa. ISBN 978-989-643-156-3
CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO	Faustino, P., Rebelo, C.T., Sousa, J. P. (2018). Marketing e comunicação nas redes sociais em organizações do turismo; o caso do Porto e Região Norte. <i>Media XXI</i> , Porto.
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	Guerra Santos, Inês; Borges, Fábila Ortega; Padrão, Joana; Tavares, Joana Inês. (2020). "The teaching of public relations in HEI: a comparative study". <i>Regional and Sectorial Economic Studies</i> . RSES 20 (1).
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	Santos, Inês Guerra; Borges, Fábila Ortega; Tavares, Joana; Padrão, Joana (2018) O Ensino das Relações Públicas em Instituições de Ensino Superior: Um Estudo Comparativo. in 1.º Congresso Internacional de Ciências Empresariais. Universidade e Empresas: casamento ou divórcio? ISMAI, Maia
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	Santos, Inês Guerra; Borges, Fábila Ortega; Tavares, Joana; Padrão, Joana (2017). Smart Cities, Smart Tourism? The Case of the City of Porto. <i>Revista Galega de Economía</i> . Vol 26-2 (2017): 130-142
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	Santos, Inês Guerra; Borges, Fábila Ortega (2015) " O impacto da reputação das instituições de Ensino Superior no modo como o mercado de trabalho valoriza os seus diplomados". A Universidade e o Mercado de Trabalho. Publicações ISMAI.
FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES	Santos, Inês M. V. G.; Borges, Fábila Ortega; Rebelo, Cristina (2013) "Sincretismo de conteúdos e plataformas: a campanha de Luís Filipe Menezes à Câmara Municipal do Porto", Trabalho apresentado em XII Ibercom, In Actas do XII Ibercom, Santiago de Compostela.
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Guerra Santos, Inês; Vieira, Célia. ""Photographic Portrait in the 19th Century - Uses and Functions in the Construction of Celebrities. The Case of Émile Zola". <i>Metacritic Journal for Comparative Studies and Theory</i> 6 (2020): 160-173.
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Guerra Santos, Inês; Borges, Fábila Ortega; Padrão, Joana; Tavares, Joana Inês Veiga Guerra. "The teaching of public relations in HEI: a comparative study". <i>Regional and Sectorial Economic Studies</i> . RSES 20-1 (2020) 20 1 (2020):
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Sánchez, Juan Antonio Rodríguez; Santos, Inês Guerra. "Una enfermedad lejana: la información sobre poliomielitis y síndrome post-polio en la prensa hispanolusa, 1995-2009". <i>História, Ciências, Saúde-Manguinhos</i> 22 3 (2015): 985-1005.
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Rodríguez-Sánchez, Juan Antonio; Guerra-Santos, Inês. "Denial, Oblivion and New Fears: Poliomyelitis and the Post-Polio Syndrome in the Spanish and Portuguese Press (1995-2009)". <i>Hygiea Internationalis</i> 11 1 (2015): 93-129. http://dx.doi.org/10.3384/hygiea.1403-8668.1511191 .
INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS	Santos, Inês; Padrão, Maria Helena; Padrão, Joana; Borges, Fábila Ortega; Tavares, Joana Inês Veiga Guerra. "Smart Cities, Smart Tourism? the case of the City of Porto". (2017): <i>Revista galega de economía: Publicación Interdisciplinar da Faculdade de Ciencias Económicas e Empresariais</i> , ISSN 1132-2799, ISSN-e 2255-5951, Vol. 26, Nº. 2, 2017, págs. 129-142
JOÃO PAULO ARAÚJO DE MENESES	2019 - "Como as leis estão a definir (e a criminalizar) as fake news", <i>Comunicação Pública [Online]</i> , URL : https://journals.openedition.org/cp/5423
JOÃO PAULO ARAÚJO DE MENESES	2018 - "Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news". <i>OBS Obercom</i>
JOÃO PAULO ARAÚJO DE MENESES	2017 - Caso das escutas": contributos para o estudo do spinning em Portugal, <i>VivatAcademia</i> , http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/992/...
JOÃO PAULO ARAÚJO DE MENESES	2016 (Livro) "Jornalismo Radiofónico", CECS edições
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Pratas, J.M. & Amorim, C. (in press). Smart Retailing Technologies impact in Brand Leadership and Market Performance: a conceptual model. In A. Rocha, J.L. Reis, M.K. Peter, R. Cayolla, S. Correia & Z. Bogdanovic (Eds.), <i>Marketing and Smart Technologies</i> . Springer (Forthcoming)
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Pratas, J.M. & Amorim, C. (in press). Consumer Research Shopping and Buying Behaviors in Sports Footwear Omnichannel Retailing: a conceptual model. In A. Rocha, J.L. Reis, M.K. Peter, R. Cayolla, S. Correia & Z. Bogdanovic (Eds.), <i>Marketing and Smart Technologies</i> . Springer (Forthcoming)
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Pratas, J.M. & Brito, P. Q. (2019). Distribuição: Gestão de pontos de venda e de retalho: gestão eficiente do negócio. <i>Conjuntura Actual Editora, Grupo Almedina</i> . ISBN 9789896942731.
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Pires, M. J., Pratas, J.M., Liz, A.J. & Amorim, P. S. (2017). A Framework for Designing Backroom Areas in Grocery Stores. <i>International Journal of Retail and Distribution Management</i> , 45 (3), 230-252. https://doi.org/10.1108/IJRDM-01-2016-0004
JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS	Brito, P. Q. & Pratas, J. M. (2016). Online brochures: relationship between message strategies and communicated attributes. Issue 1: <i>Digital Marketing Technologies and New Markets: From Embryonic Markets to Digital Marketing</i> . <i>Anatolia: an International Journal of Tourism and Hospitality Research</i> , 27, 47-57. https://doi.org/10.1080/13032917.2015.1083208
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Roxo, M. T., & Brito, P. Q. (2020). Augmented Reality: What Motivates Late Millennials towards Fashion Mobile Apps? In

	Proceedings of the 2019 Academy of Marketing Science World Marketing Congress (pp. 315–327). Academy of Marketing Science. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42545-6_102
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Roxo, M. T., & Quelhas Brito, P. (2020). "I See Myself, Therefore I Purchase": Factors Influencing Consumer Attitudes Towards m-Commerce AR Apps. In T. Jung, M. C. tom Dieck, & P. A. Rauschnabel (Eds.), <i>Augmented Reality and Virtual Reality: Changing Realities in a Dynamic World</i> (pp. 51–63). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-37869-1_5
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Roxo, M. T., & Brito, P. Q. (2018). Exploring Augmented Reality: A Review of 20 years of Research. <i>Asian Journal of Business Research</i> , 8(2), 94–117.
MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO	Roxo, M. T., & Brito, P. Q. (2017). The evolution of azuma's augmented reality-an overview of 20 years of research. In Á. Rocha, A. M. Correia, H. Adeli, L. P. Reis, & S. Costanzo (Eds.), <i>Advances in Intelligent Systems and Computing</i> (Vol. 570, pp. 259–266). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56538-5_27
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	Nogueira, P., & Da Fonte, Y. S. (2021). Entre o jornalismo e o ativismo: o documentário interativo enquanto meio de mobilização afetiva nas questões de género. <i>Media & Journalism</i> , 21(38), 15–37. https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_1
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	Nogueira, P. (2020). Ways of affection: How interactive documentaries affect the interactor's felt experience and performance. <i>New Cinemas: Journal of Contemporary Film</i> , 17(1), 49–68. https://doi.org/10.1386/ncin_00004_1
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	Nogueira, P. (2016). Participative Interactive Documentary as a fragmented and "deterritorialized" archive. <i>Cinergie: Il Cinema e Le Altre Art</i> , 10, 156–164. https://doi.org/https://doi.org/10.6092/issn.2280-9481/6846
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	Nogueira, P. (2015). Ways of Feeling: audience's meaning making in interactive documentary through an analysis of Fort McMone. <i>Punctum. International Journal of Semiotics</i> , 1(1), 79–93. https://doi.org/10.18680/hss.2015.0006
PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA	Nogueira, P. (2015). Documentário e tecnologia: duas realidades em desenvolvimento paralelo. <i>DOC Online - Revista Digital de Cinema Documentário</i> , 18, 33–60. https://doi.org/10.20287/doc.d18.dt07
PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO	Moutinho, P., Fernández, J. & Doiro, M. (2016), "Academic Patenting: a Systematic Review of the Literature". Proceedings of the 5th International Conference Integrity – Reliability – Failure, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 24-26 July (ISBN: 978-989-98832-5-3).
PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO	Douro, M., Fernández, J., Santos, G. & Moutinho, P. (2016). "Public Subsidies R&D Policies Evolution since the Crisis and Proposals for the Future. The Spanish and Galician Case". Proceedings of the 5th International Conference Integrity – Reliability – Failure, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 24-26 July.
SIMONE ANTONIACI TUZZO	TUZZO, Simone Antoniaci. (2017). Relações Públicas frente às novas realidades sociais. <i>REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN</i> , v. 27, p. 398-408.
SIMONE ANTONIACI TUZZO	TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; TUZZO, Simone Antoniaci. (2020). Não basta informar, tem que participar: a inserção dos jornalistas nos novos formatos diversionais do telejornalismo. <i>INTERCOM (SÃO PAULO. IMPRESSO)</i> , v. 43, p. 37-51.
SIMONE ANTONIACI TUZZO	TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa ; TUZZO, Simone Antoniaci. (2019). Visões da cidade: o vandalismo, a violência e o grotesco no telejornalismo. <i>TRIÁDE: COMUNICAÇÃO, CULTURA E MÍDIA</i> , v. 7, p. 145-162.
SIMONE ANTONIACI TUZZO	Temer, Ana Carolina Rocha Temer ; TUZZO, Simone Antoniaci. (2020). Jornalismo, cidadania e questões sociais em uma perspectiva midiática. <i>CAMBIASSU: ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO (ONLINE)</i> , v. 15, p. 5-20.
SIMONE ANTONIACI TUZZO	TUZZO, Simone Antoniaci; Braga, Claudomilson Fernandes. (2018). A mídia e a construção de uma nova representação social do idoso. <i>Âmbitos - Revista Internacional de Comunicação</i> , v. 1, p. 1-15.
TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA	

Unidade(s) de investigação, no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica / Research unit(s), in the field of knowledge or specialty of the study cycle, in which teachers develop their scientific activity

Unidade(s) de investigação, no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica

/ Research unit(s), in the field of knowledge or specialty of the study cycle, in which teachers develop their scientific activity

Unidade de investigação / Teacher	Classificação(FCT) / Mark	IES / HEI	Tipo de Unidade de Investigação / Type of Research Unit	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados / No. of teachers in the integrated study cycle
CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade	excelente	Universidade do Minho	institucional	3
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	institucional	10
CIAC	muito_bom	Universidade do Algarve	institucional	3
CeBER	muito_bom	Universidade de Coimbra	institucional	1
ICNOVA	excelente	Unversidade Nova de Lisboa	institucional	2
LEAD - UFRGS	NA	Universidade Federal Rio Grande do Sul	institucional	1
Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP)	muito_bom	Universidade de Aveiro	institucional	1
UNICES - Unidade de Investigação em Ciências Empresariais e Sustentabilidade	NA	Universidade da Maia	institucional	3
LIAAD - INESC TEC	muito_bom	Universidade do Porto	institucional	1
Comunicação, Consumo e Identidades Sócio-Culturais - CICO	NA	Escola Superior de Propaganda e Marketing (São Paulo - Brasil)	institucional	1
Bases Epistemológicas da Leitura Crítica da Mídia; e Mídia, Imagem e Cidadania	NA	Universidade Federal de Goiás (Brasil)	institucional	1

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	ANA MARIA DA ASSUNÇÃO CARVALHO
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Auxiliar ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Audiovisuais e Produção dos Media
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2013
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade do Porto - Faculdade de Letras
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
CIAAC	Muito Bom	Universidade do Algarve	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2004	Master	Artes	University Falmouth	Pass
1994	Licenciatura	Artes e design	ESAD - Matosinhos	13

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. / Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme.

[em formato APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>]
 [APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].
 Carvalho, Ana. (2020). "Lo spartito come strumento. Entrevista a Samson Young". Mancuso, Marco (Ed) Intervista con la New Media Art: L'osservatorio Digidult tra arte, design. Mimesis.
 Carvalho, Ana. (2020). "A relação entre objeto e performance entendida como ecossistema – a partir dos exemplos de Gustav Metzger e Fernando Velasquez". Práticas de Arquivo em Artes Performativas. Universidade de Coimbra.
 Carvalho, Ana e Vieira, Célia (2019). "Narrativity and Audiovisual Performance". CITAR Journal of Science and Technology of the Arts, Vol 11 No 1 (2019): Volume 11 - Number 1, 2019 (Special Issue), section: Marginalized Narratives - Special Issue.
 Carvalho, Ana. (2019). "Symbiotic fictional experiments in the visual arts". Technoetic Arts, Volume 17, Numbers 1-2, June 2019, pp. 111-118(8). DOI: https://doi.org/10.1386/tear_00010_1
 Carvalho, Ana. (2016). "Construction of Processes to Live Audiovisual Performance". In Camille Baker e Kate Sicchio, Kate (Ed.) Intersecting Art and Technology in Practice: Techne/Technique/Technology. London: Routledge.

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)
 Membro da Comissão Organizadora da Conferência Besides the Screen Porto 2020 - Instituto Universitário da Maia, King's College London, Universidade Federal do Espírito Santo (2020)
 Systematic Illusion Serralves em Festa Fundação de Serralves, Porto (2016)
 Livro Disperso. Casa das Artes / Sputnik the Window Media Instáveis (co-curadoria) (2017)
 ARQUIVO VIVO É ANARQUIVOTexto-Texto/Texto-ImagemPerformance / presentationRui Torres + Ana CarvalhoLocal guest: Bruno MinistroSalão Brazil, Coimbra (2016/2016)
 Membro da Comissão Organizadora da Conferência Besides the Screen Porto 2018 - Instituto Universitário da Maia, King's College London, Universidade Federal do Espírito Santo (2018/2018)

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Carvalho, Ana e Lund, Cornelia (Ed.) (2015). The Audiovisual Breakthrough. Berlin: Fluctuating Images.
 Carvalho, Ana. (2018). "Clonagem — Repetição — Reprodução". Carvalho, Isabel (Ed.) Leonorana #2 Famílias. Porto: Leonorana.
 Carvalho, Ana. (2016). "Rodrigo Carvalho: Sound + Visual + Movement". Digidult – Digital art, design and culture. <http://www.digidult.it/news/rodrigo-carvalho-suono-visual-movimento/>
 Carvalho, Ana. (2015). "Live Audiovisual Performance and Documentation". Crisp, Virginia e Menotti, Gabriel (Ed.) Besides the Screen: Moving Images through Distribution, Promotion and Curation. London: Palgrave Macmillan.
 Carvalho, Ana (2014). "The use of visual scores in live audiovisual performance". AVANCA CINEMA. Avanca: cine-clube de Avanca.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Três Mapas (quase um Atlas) Vídeo instalação QWERTY Mostra de art digital, Espaço Mira, Porto. (2018)
 Anatomia Série de três imagens retroiluminadas. Muppi Gallery, Maus Hábitos, Porto. (2017)
 Impermanence Performance com vídeo Autoria de Susana Santos Silva, com: Brandão, Raro, Zetterberg, Cavaleiro, Colbert. Teatro Viriato, Viseu. (2018)
 Faz tu mesm - Arte por Instrução. Sputnik the Window, Porto. Media Instáveis (co-curadoria) <http://media-instaveis.tumblr.com> (2016)
 Ana Carvalho (vídeo) e Phill Niblock (som) Quietude Acelerada (instalação). GNRation, Braga. (2015)

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Animação	Arte Multimédia (1º ciclo)	TP	32
Arte e Cultura na Era Digital	Arte Multimédia (1º ciclo)	TP	48
Composição Visual e Tipografia	Arte Multimédia (1º ciclo)	TP	48
Cultura Digital	Tecnologias de Comunicação Multimédia (1º Ciclo)	TP	32
Design de Comunicação	Arte Multimédia (1º ciclo)	TP	32
Estágio / Projeto Final	Arte Multimédia (1º ciclo)	TP	16
Teorias da Imagem I	Arte Multimédia (1º ciclo)	TP	48
Instalações Interativas	Arte Multimédia (1º ciclo)	TP	48

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	ANA ISABEL GOMES GONÇALVES MELRO
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Auxiliar ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Ciências da Comunicação
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2019
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade do Minho
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade	Excelente	Universidade do Minho	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2019	Pós-doutoramento	Comunicação, Tecnologia e Educação	University of Exeter, UK	
2018	Doutoramento Europeu	Comunicação e Educação	Universidade Autónoma de Barcelona, Spain	Muito Bom

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. / Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme. [APA Style (American Psychological Association) - http://www.apastyle.org].

Melro, A. & Pereira, S. (2021, under review). Seeing but not Believing': Undergraduate Students' Media Uses and Perceptions on News Trust. International Journal of Communication
 Tarling, G., Melro, A., Fujita, T. & Kleine Staarman, J. (2021, under review). Making coding meaningful: university students' perceptions of bootcamp pedagogies. Pedagogies: An International Journal.
 José-García, A., Sneyd, A., Melro, A., Ollagnier, A., Tarling G., Zhang, H., Everson, R. & Arthur, R. (2021, under review). C3-IOc: a career guidance system for assessing student skills using machine learning and network visualisation. International Journal of Artificial Intelligence in Education.
 Melro, A., Tarling, G., Fujita, T. & Kleine Staarman, J. (2020, under review). Thinking about Computational Thinking: non-Computer Science students' perceptions of coding and reasons for learning how to code. Computer Science Education.
 Melro, A. & Pereira S. (2019). Fake or not fake? Perceptions of undergraduates on (dis)information and critical thinking. Medijske studije/Media Studies, 10(19), 46-67.

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)
 Participou na formação "Análise de Equações Estruturais com o SPSS AMOS Graphics" (agosto, 2021), com o formador João Marôco

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Melro, M. & Pereira, S. (2021, September). 'They trust what they do not see': How young people perceive the news and the role of information in their lives. 8th European Communication Conference ECREA.
 Silva, I. Costa, G., Organista, D., Carreira, R. & Melro, A. (2021, October) Credibility and disinformation during the covid-19 pandemic. 14th annual International Conference of Education, Research and Innovation.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Associate Fellowship of the Higher Education Academy (AFHEA), UK
 Professional Pedagogical Trainer in Portugal (CPP, Certificate: F619578/2015)

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Sociologia da Informação	Licenciatura em Ciências da Comunicação (1º ano)	TP	48
Questões Contemporâneas da Comunicação	Licenciatura em Ciências da Comunicação (3º ano)	TP	48
Métodos e Técnicas de Investigação II	Licenciatura em Ciências da Comunicação (2º ano)	TP	16
Tecnologias de Informação Online e Redes Sociais	Licenciatura em Ciências da Comunicação (3º ano)	TP	32

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	CARLOS MANUEL FERREIRA DOS SANTOS
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Associado ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Economia
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2006
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	University of Oxford
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
CeBER	Muito Bom	Universidade de Coimbra	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2013	Agregação	Econometria	Universidade Católica Portuguesa	Aprovado
2003	Mestrado	Economia	University of Oxford	Excellent
1999	Licenciatura	Economia	Universidade do Porto	17

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. / Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme.

[APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].
[APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].

Oliveira, M. A., & Santos, C. (2016). A Volatility-based approach to gold as a safe haven: can it explain the abnormalities in gold returns in periods of financial adversity?. *Investment Management and Financial Innovations*, 13 (3), 204-214.

Oliveira, M. A., & Santos, C. (2018). Determinants of credit default swaps implied ratings during the crisis: was sovereign risk mispriced?. *Investment Management and Financial Innovations*, 15 (3), 1-14.

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências. / Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

Editor do Journal of Management Sciences (indexed in Emerging Sources Citation Index, Thomson Reuters)

Editor do Global Economics and Finance Journal

Research Fellow do World Business Institute (Melbourne, Austrália)

Diretor Adjunto do CEGE (unidade de I&D acreditada junto da FCT), e Investigador Principal do Grupo de Economia e Finanças, Católica Porto Business School, UCP

Coordenador da ação de apresentação e formação sobre a Base de Dados SABI, organizada pelo Centro de Formação ao Long da Vida (CFLV), Maiêutica.

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Oliveira, M. A., & Santos, C. (2015). Market exuberance in sovereign credit default swaps: Assessing the EU Regulatory Framework and trading profit opportunities. *Investment Management and Financial Innovations*, 12 (4), 70-80.

Oliveira, M. A., Coelho, J., & Santos, C. (2013). The Budgeting of Portuguese Public Museums: A Dynamic Panel Data Analysis, *World Review of Business Research*, 3 (3), 145-156.

Oliveira, M. A., & Santos, C. (2014). Sovereign CDS contagion in the European Union: A Multivariate GARCH with variables analysis of volatility spill-overs. *Proceedings of the 27th Business Research Conference*. Ryerson University, Toronto. ISBN: 978-1-922069-53-5

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Professor Associado com Agregação, Instituto Universitário da Maia, ISMAI

Professor Auxiliar Convidado com Agregação, Instituto Universitário da Maia, ISMAI

Professor Auxiliar com Agregação (Católica Porto Business School)

Professor Auxiliar (Universidade Católica Portuguesa, Faculdade de Economia e Gestão)

Departmental Teaching Associate, Department of Economics, Oxford University

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Curso de Moodle

Curso de Moodle (nível intermédio)

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Finanças Empresariais	Mestrado em Gestão de Empresas	TP	48
Decisões de Pricing	Licenciatura em Gestão de Marketing	TP	48
Macroeconomia	Licenciatura em Gestão de Empresas	TP	96
Mercados Financeiros	Licenciatura em Gestão de Empresas	TP	48

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	CÉLIA SOUSA VIEIRA
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Associado ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Artes e Humanidades
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2004
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
CIAAC	Muito Bom	Universidade do Algarve	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
1997	Mestre	História da Cultura	Faculdade de letras da Universidade do Porto	Muito Bom
1993	Licenciada	Línguas e Literaturas	Faculdade de letras da Universidade do Porto	16

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. / Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme.

[APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].

[APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].

Vieira, Célia e Guerra, Inês (2020). "Photographic Portrait in the 19th Century – Uses and Functions in the Construction of Celebrities. The Case of Émile Zola". *Metacritic Journal for Comparative Studies and Theory* 6 2 (2020): 160-173

Vieira, Célia (2020). "Les lettres portugaises à Émile Zola". *Les cahiers naturalistes* 94 (2020): 211-217. <http://www.cahiers-naturalistes.com/index.html>

Vieira, Célia e Carvalho, Ana (2019). "Narrativity and Audiovisual Performance". *Journal of Science and Technology of the Arts - CITAR* 11 1 (2019): <https://doi.org/10.7559/citarj.v11i1.590>.

Vieira, Célia (2018). "De l'influence à la théorie du système-monde: le cas du naturalisme ibérique". *Transilvania* 8 (2018): <https://revistatransilvania.ro/de-influence-a-la-theorie-du-systeme-monde-le-cas-du-naturalisme-iberique/>

VIEIRA, Célia (2017). "Naturalisme en Espagne", "Vicente Blasco Ibanez", "Leopoldo Alas (Clarín)", "Emilia Pardo Bazán", "Benito Pérez Galdós", "Capitales - Madrid", in *Dictionnaire des Naturalismes* (Dir. Colette Becker et Pierre Dufief), Paris, Champion, 2017

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

Membro da equipa de investigação do projeto exploratório CyPet, financiado pela FCT, 2021-2022

Membro da Comissão Organizadora da Conferência Besides the Screen Porto 2020 (2020/07/22 - 2020/07/24), ISMAI, King's College London, Univ. Fed. do Espírito Santo (2020/2020)

Investigadora no projeto «Projeto Naturalisme-Monde» do ITEM-CNRS, Paris. Equipa Écritures du XIXe siècle/ Centre d'Étude sur Zola et le Naturalisme (desde 2017)

Membro da equipa de coordenação do encontro internacional bienal de investigação Besides the Screen (King's College/ Universidade de Vitória/ ISMAI) (desde 2017)

Membro do Conselho Científico dos Encontros de Cinema de Viana do Castelo (2011/2017)

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

VIEIRA, Célia (2017). «Les théories sur le roman naturaliste dans les littératures portugaise et espagnole», in EXCAVATIO. *International Review for Multidisciplinary Approaches and Comparative Studies Related to Émile Zola and Naturalism Around the World* Editor: Anna Gural-Migdál, VOL. XXIX, ÉMILE ZOLA AND NATURALISM, 2017

VIEIRA, Célia Sousa e RIO NOVO, Isabel (2015). "L'intermédialité au Portugal: bilan des rencontres scientifiques à l'ISMAI" in FISHER, Caroline (éd.), *Intermédialités*, Paris, Édition de la Société Française de Littérature Générale et Comparée, pp. 179-195

PADRÃO, Maria Helena, VIEIRA, Célia e RIO NOVO, Isabel (2014). "Narratives of the Portuguese Diaspora: Life, Literature, Cinema", in *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 5. N° 19, August 2014, Rome, MCSER Publishing, p. 600-608.

VIEIRA, Célia e Rio Novo, Isabel (2011). *Inter Media. Études d'intermédialité*, Paris, L'Harmattan

PADRÃO, Maria Helena; VIEIRA, Célia; RIO NOVO, Isabel; OLIVEIRA, Clementina; PADRÃO, Reinaldo (2012) "Portuguese Diaspora Narratives". *MJSS (Mediterranean Journal of Social Sciences)*, Vol 3. N. 10: 49-54 (ISSN 2039-9340 (print) and ISSN 2039-2117 (online)), Italy.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Membro da Presidência do Conselho Científico do ISMAI (desde 2018)

Diretora do Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia (CITEI), do ISMAI (2017/2018)

Coordenadora do Centro de Estudos de Língua, Comunicação e Cultura (CELCC) do ISMAI (2007/2016)

Júri, na categoria Curta-metragem, do FEST – New Directors, New Films Festival, 2016 (2016/2016)

Coordenadora da Licenciatura em Artes e Multimédia do ISMAI (2009/2017)

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Clube de teatro sub-88, Teatro Nacional de São João, setembro de 2019-dezembro de 2020

Laboratório de escrita dramática, Centro educativo do TNSJ, setembro de 2016

Laboratório de Aperfeiçoamento de leitura poética, Teatro Rivoli, setembro-dezembro de 2015

Laboratório de Leitura Poética, Teatro do Campo Alegre, setembro-dezembro de 2013

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Estudos Linguísticos	Ciências da Comunicação	TP	48
Artes Performativas	Arte Multimédia	TP	48
Estruturas Narrativas	Arte Multimédia	TP	48
Estruturas Narrativas I	Tecnologias de Comunicação Multimédia	TP	48
Língua Estrangeira I (Francês)	Ciências da Comunicação	TP	32
Estética e História da Arte	Arte Multimédia	TP	48

Teoria e prática da adaptação

Arte Multimédia

TP

48

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	CRISTINA TEREZA SALVADOR REBELO
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Auxiliar ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Comunicação e Relações Públicas
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2009
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade de Vigo
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
ICNOVA	Excelente	Universidade Nova de Lisboa	Institucional
LEAD - UFRGS	NA	Universidade Federal Rio Grande do Sul	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2000	Mestrado	Comunicação, Sociologia e Tecnologias da Informação	ISCTE	BOM
2009	Doutoramento	Comunicação e Relações Públicas	Universidade de Vigo	Sobresaliente cum Laude

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. [em formato APA Style (American Psychological Association) - http://www.apastyle.org]

Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme.

[APA Style (American Psychological Association) - http://www.apastyle.org].

Sousa, V., Faustino, P., & Rebelo, C. (2021). Perceção internacional de Portugal como destino turístico. Revista Turismo & Desenvolvimento, 36(2), 575-591. https://doi.org/10.34624/rt.v36i2.8797

Rebelo, C.T., Faustino, P., Sousa, J.P. et al.(2020). Performance comunicativa e redes sociais: a importância de estratégias que envolvam o usuário in "Comunicação estratégica e Integrada: A visão de renomados autores de 5 países". Editora Rede Integrada

Rebelo; C.T., Lindemann, C. (2020). Média, informação e comportamento no Brasil e em Portugal durante a pandemia. In "Perspetivas multidisciplinares da Comunicação em contexto de pandemia". Coordenação: Francisco Rui Cádima e Ivone Ferreira. ICNOVA.

Lindemann, C., Gruzinsky, A. Rebelo, C.T (2019). Literacia Digital: estratégias didáticas del periódico Zero Hora multiplataforma in Jornalismo e estudos mediáticos, Memória II, Jorge Pedro Sousa Org. , Universidade Fernando Pessoa. ISBN 978-989-643-156-3

Faustino, P., Rebelo, C.T., Sousa, J. P. (2018). Marketing e comunicação nas redes sociais em organizações do turismo; o caso do Porto e Região Norte. Media XXI, Porto.

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

Coordenadora do projeto Erasmus + : EU-CAB "Comparative Analyses of European Identities in Business and Every-Day Behaviour"

Investigadora integrada

Docente de mobilidade Erasmus

Participação em Think Tanks de contexto social e de intervenção

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Rebelo, C.T. (2016). City and virtual communication: the immaterial chart of Oporto: Atas do Congresso Arte Y Ciudad. Ciudad y Comunicación. Edita: Miguel Ángel Chaves Martín (Ed.) Universidad Complutense de Madrid. Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea.Madrid, 2016. 528 págs. ISBN 978-84-617-5575-2

Rebelo, C.T. Et Al.(2016). Tribes and cultural dynamics in the construction of a relationship with the city: Fantasporto - Oporto International Film Festival). Comunicación. Revista Internacional de comunicación audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales. número 14.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Coordenadora do Projeto Internacional "EU-CAB "Comparative Analyses of European Identities in Business and Every-Day Behaviour".)JISMAI-IU) Erasmus +. DHBW (AL)

Reviewer of the International Scientific Journal "Cultural Heritage and Tourist Territories". (Issued by the Tourism Management Department of the Baltic International Academy- RIGA)

Participação como investigador no projeto Iniciativa de Transferência de Conhecimento na Promoção Online do Turismo - ITRACOTUR (ref.º NORTE-46-2015-03)

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Formação Erasmus: CREATE THE FUTURE LEADERS & INNOVATORS IN YOUR CLASSROOM. Prague

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Teoria da Comunicação	Licenciatura	TP	48
História da Comunicação	Licenciatura	TP	48

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	FÁBIA ISABEL ORTEGA BORGES
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Auxiliar ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Comunicação
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2007
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidad Santiago Compostela
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade	Excelente	Universidade do Minho	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
1999	Licenciatura	Relações Públicas	Instituto Superior da Maia	17

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. / Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme.

[APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].
 [APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].
 Guerra Santos, Inês; Borges, Fábila Ortega; Padrão, Joana; Tavares, Joana Inês. (2020). "The teaching of public relations in HEI: a comparative study". Regional and Sectorial Economic Studies. RSES 20 (1).
 Santos, Inês Guerra; Borges, Fábila Ortega; Tavares, Joana; Padrão, Joana (2018) O Ensino das Relações Públicas em Instituições de Ensino Superior: Um Estudo Comparativo. in 1.º Congresso Internacional de Ciências Empresariais. Universidade e Empresas: casamento ou divórcio? ISMAI, Maia
 Santos, Inês Guerra; Borges, Fábila Ortega; Tavares, Joana; Padrão, Joana (2017). Smart Cities, Smart Tourism? The Case of the City of Porto. Revista Galega de Economía. Vol 26-2 (2017): 130-142
 Santos, Inês Guerra; Borges, Fábila Ortega (2015) "O impacto da reputação das instituições de Ensino Superior no modo como o mercado de trabalho valoriza os seus diplomados". A Universidade e o Mercado de Trabalho. Publicações ISMAI.
 Santos, Inês M. V. G.; Borges, Fábila Ortega; Rebelo, Cristina (2013) "Sincretismo de conteúdos e plataformas: a campanha de Luís Filipe Menezes à Câmara Municipal do Porto", Trabalho apresentado em XII Ibercom, In Actas do XII Ibercom, Santiago de Compostela.

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)
 Organização do Festival ISMAI LEGENDS - Coordenação do Evento (<http://legends.ismai.pt/>)
 Organização do Porto Wine Fest, Douro Wine Fest e Vinho Verde Wine Fest - Consultoria OFFE Organização Funcional de Feiras e Eventos (<http://www.winefest.pt>)
 CELCC / CITEI - Projecto de Benchmarking sobre os Cursos de Relações Públicas em Portugal
 CELCC / CITEI - Projecto Observatório de Agências e Consultoras de Comunicação - Zona Norte

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Simões, Pedro & Borges, Fábila Ortega (2011) "New Media in 2009 Portuguese Political Elections in Political Communication in the New Technology's Era". Varsovia, Polonia
 Borges, Fábila Ortega (2008) "A Comunicação como elemento facilitador do Desenvolvimento Organizacional" in Vieira, C. (org) "Estudos de Língua, Comunicação e Cultura I" Cadernos Universitários. N.4 Maia, Centro de Publicações do ISMAI 978- 972-9048-27-2 [pp.105-136]
 Borges, Fábila Ortega (2005) "Feedback interno - de la información a la comunicación organizacional" in Proceedings "La Universidad en la Comunicación. La Comunicación en la Universidad" [VI Foro universitario de Investigación en Comunicación]; ed Isabel de Salas Nestares, Ana Belen Fernandez Souto e Fernando Martinez Vallvey, Madrid: Edipo S.A 84-88365-16-0. [pp. 199-212]
 Borges, Fábila Ortega (2004) "Comunicação Empresarial Integrada: Necessidade? Exigência? Solução?" in Cardoso, P.R. e Gaio, S.N. (org) "Publicidade e Comunicação Empresarial. Perspectivas e Contributos" Porto: Universidade Fernando Pessoa 972- 8830-16-5 [pp . 239-251]

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Bolsreira de Doutoramento FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia
 Membro da Mesa do Conselho Pedagógico da Universidade da Maia

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Curso Plataforma Moodle para Docentes do CFLV Centro de Formação ao Longo da Vida (ISMAI)
 Technologies for the New Education com Prof. Ignacio Blanco, no âmbito ERASMUS + (ISMAI)
 "Encontro metodológico": partilhando experiências com o Prof. Juan Antonio Rodríguez Sánchez (CITEI /CFLV, ISMAI)
 Turnitin Originality Check – Ferramentas e boas práticas de prevenção e deteção de plágio (CFLV, ISMAI)
 Workshop PBL (Project-/Problem- Based Learning) (GPIP / CFLV, ISMAI)

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Assessoria de Imprensa	Ciências da Comunicação	TP	60
Laboratório de Comunicação Organizacional	Ciências da Comunicação	TP	48
Laboratório de Organização e Difusão de Eventos	Ciências da Comunicação	TP	60
Marketing Digital	Tecnologias de Comunicação Multimédia	TP	28

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Associado ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Ciências Sociais - Ciências da Comunicação
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2009
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade de Salamanca
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
CIAAC	Muito Bom	Universidade do Algarve	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
1997	Mestrado	Estudos Económicos e Sociais	Universidade do Minho	Bom com distinção
1994	Licenciatura	Relações Internacionais	Universidade do Minho	15

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. [em formato APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>]
 Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme. [APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].

Guerra Santos, Inês; Vieira, Célia. "Photographic Portrait in the 19th Century - Uses and Functions in the Construction of Celebrities. The Case of Émile Zola". *Metacritic Journal for Comparative Studies and Theory* 6 (2020) (2020): 160-173.
 Guerra Santos, Inês; Borges, Fábila Ortega; Padrão, Joana; Tavares, Joana Inês Veiga Guerra. "The teaching of public relations in HEI: a comparative study". *Regional and Sectorial Economic Studies. RSES* 20-1 (2020) 20 1 (2020):
 Sánchez, Juan Antonio Rodríguez; Santos, Inês Guerra. "Una enfermedad lejana: la información sobre poliomielitis y síndrome post-polio en la prensa hispanolusa, 1995-2009". *História, Ciências, Saúde-Manguinhos* 22 3 (2015): 985-1005.
 Rodríguez-Sánchez, Juan Antonio; Guerra-Santos, Inês. "Denial, Oblivion and New Fears: Poliomylitis and the Post-Polio Syndrome in the Spanish and Portuguese Press (1995-2009)". *Hygiea Internationalis* 11 1 (2015): 93-129. <http://dx.doi.org/10.3384/hygiea.1403-8668.1511191>.
 Santos, Inês; Padrão, Maria Helena; Padrão, Joana; Borges, Fábila Ortega; Tavares, Joana Inês Veiga Guerra. "Smart Cities, Smart Tourism? the case of the City of Porto". (2017); *Revista galega de economía: Publicación Interdisciplinar da Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais*, ISSN 1132-2799, ISSN-e 2255-5951, Vol. 26, N.º 2, 2017, págs. 129-142

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

Membro da equipa de investigação do projeto exploratório CyPet, financiado pela FCT, 2021-2022
 Investigadora no Projeto Research, healthcare networks and empowerment: scientific and social responses to rare diseases in the Iberian Peninsula - HAR2017-87318-P
 Investigadora no projeto Internacionalización y estrategias contra la enfermedad - HAR2012-39655-C04-03
 Investigadora no projeto De la experiencia individual al movimiento asociativo - HAR2009-14068- C03-02
 Membro da Comissão Organizadora da Conferência Besides the Screen Porto 2020 (2020/07/22 - 2020/07/24), ISMAI, King's College London, Univ. Fed. do Espírito Santo (2020/2020)

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Padrão, Maria Helena; Padrão, Joana; Isidro, João. "Portuguese Diaspora: Life Stories / Documentaries". *Mediterranean Journal of Social Sciences* (2014): 533-539. <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n22p533>.
 Santos, Inês; Padrão, Maria Helena; Marnoto, Sandra; Padrão, Reinaldo; Oliveira, Clementina. "Social Representations: International Students in Portugal". *Regional and Sectorial Economic Studies* (2014): 69-80.
 Guerra Santos, Inês; Padrão, Maria Helena; Padrão, Reinaldo; Oliveira, Clementina. "Erasmus students in Portugal : the perception and impact of the international crisis". *Estudios Económicos regionales y sectoriales* 12 2 (2012): 133-148.
 Guerra Santos, Inês. "The face of immigration in the north of Portugal". *Regional and sectorial economic studies* (2011). *Regional and sectorial economic studies*. Vol. 11-2, pp. 73-82.
 Ballester, R., Rodríguez-Sánchez, Juan A. e Guerra Santos, I. (2013). "El movimiento asociativo: una perspectiva internacional, nacional y los casos de Madrid, Valencia e Castilla". In *Porras Gallo, Maria I., Ayarzagüena Sanz, M., Heras Salord, J. e Baguena Cervellera, Maria J. (orgs), El drama de la Polio (pp. 233-259)*, Espanha: Catarata.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Membro do Conselho Científico (até à atualidade)
 Coordenadora do Centro de Investigação (2018-...)
 Coordenadora da Licenciatura em Relações Públicas (2012-2021)
 Coordenadora do Gabinete de Relações Internacionais do ISMAI (1997-2009)
 Membro da mesa do Conselho Pedagógico (2003-2005)

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Bolsa de Formação -IE Best Practices in Digital Education for Teachers
 Formação - Análise de dados com o SPSS
 Curso Moodle para docentes

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Introdução às Ciências Sociais	Ciências da Comunicação (1º ciclo)	TP	48
A Europa e a Comunidade Internacional	Ciências da Comunicação (1º ciclo)	TP	48
A Ética das Relações Públicas	Relações Públicas (1º ciclo)	TP	48
Práticas de Comunicação	Relações Públicas (1º ciclo)	TP	48
Métodos e Técnicas de Investigação Social	Relações Públicas (1º ciclo)	TP	16

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	JOÃO PAULO ARAÚJO DE MENESES
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Outro
Categoria / Category	Professor Auxiliar convidado ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Comunicação
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2008
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade de Vigo
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	50

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade	Excelente	Universidade do Minho	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermedia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
1998	Diploma de Estudos Superiores	Jornalismo Internacional	Escola Superior de Jornalismo	17

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. [em formato APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>]

Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme. [APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].

2019 - "Como as leis estão a definir (e a criminalizar) as fake news", Comunicação Pública [Online]. URL : <https://journals.openedition.org/cp/5423>

2018 - "Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news". OBS Obercom

2017 - "Caso das escutas": contributos para o estudo do spinning em Portugal, VivatAcademia, <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/992/1213>

2016 (Livro) "Jornalismo Radiofónico", CECS edições

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

2012 – Livro "Estudos sobre a Rádio – passado, presente e futuro"; Porto: Legis Editora/Cepese

2003 – Livro "Tudo o que se passa na TSF"; Porto; Edição Jornal de Notícias

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

TSF (jornalista 1991-2015)

Rádio Macau (jornalista 1993)

Macau Business (jornalista -2015-presente)

Membro efetivo do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas (2016-presente)

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Cultura Organizacional	Ciências da Comunicação	TP	48

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	JOAQUIM FERNANDO MONTEIRO PRATAS
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências Empresariais
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Auxiliar ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Ciências Empresariais / Gestão - Especialização em Marketing e Estratégia
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2015
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade do Porto - Faculdade de Economia do Porto (FEP-UP)
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP)	Muito Bom	Universidade de Aveiro	Institucional
UNICES - Unidade de Investigação em Ciências Empresariais e Sustentabilidade	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2007	Mestre	Ciências Empresariais / Gestão - Especialização em Marketing e Estratégia	Universidade do Porto - Faculdade de Economia do Porto (FEP-UP)	Muito Bom
2003	Licenciado	Economia	Universidade do Porto - Faculdade de Economia do Porto (FEP-UP)	15 valores (média final)

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. [em formato APA Style (American Psychological Association) - http://www.apastyle.org.]
Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme. [APA Style (American Psychological Association) - http://www.apastyle.org.]

- Pratas, J.M. & Amorim, C. (in press). Smart Retailing Technologies impact in Brand Leadership and Market Performance: a conceptual model. In A. Rocha, J.L. Reis, M.K. Peter, R. Cayolla, S. Correia & Z. Bogdanovic (Eds.), Marketing and Smart Technologies. Springer (Forthcoming)
- Pratas, J.M. & Amorim, C. (in press). Consumer Research Shopping and Buying Behaviors in Sports Footwear Omni-channel Retailing: a conceptual model. In A. Rocha, J.L. Reis, M.K. Peter, R. Cayolla, S. Correia & Z. Bogdanovic (Eds.), Marketing and Smart Technologies. Springer (Forthcoming)
- Pratas, J.M. & Brito, P. Q. (2019). Distribuição: Gestão de pontos de venda e de retalho: gestão eficiente do negócio. Conjuntura Actual Editora, Grupo Almedina. ISBN 9789896942731.
- Pires, M. J., Pratas, J.M., Liz, A.J. & Amorim, P. S. (2017). A Framework for Designing Backroom Areas in Grocery Stores. International Journal of Retail and Distribution Management, 45 (3), 230-252. <https://doi.org/10.1108/IJRD-01-2016-0004>
- Brito, P. Q. & Pratas, J. M. (2016). Online brochures: relationship between message strategies and communicated attributes. Issue 1: Digital Marketing Technologies and New Markets: From Embryonic Markets to Digital Marketing. Anatolia: an International Journal of Tourism and Hospitality Research, 27, 47-57. <https://doi.org/10.1080/13032917.2015.1083208>

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

- Grupo de trabalho relativo ao acompanhamento do processo de revisão de Medição de Audiências TV (Comité de Análise e Estudos de Meios (CAEM)), Associação Portuguesa de Anunciantes (2005-2009)
- Grupo de Trabalho responsável pelo lançamento das Ações de Responsabilidade Social "Missão Sorriso"/Missão Continente e "Causa Maior" - Grupo SONAE (2003-2009)
- Grupo de trabalho responsável pela criação do primeiro evento PIC NIC Continente / Modelo - Grupo SONAE (2008-2009)
- Grupo de trabalho responsável pela campanha de lançamento do Cartão Continente / Modelo - Grupo SONAE (2007)
- Grupo de trabalho responsável pela monitorização de indicadores de notoriedade da comunicação e indicadores de Relações públicas (Marktest e CISION) - Grupo SONAE(2003-2012)

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

- Pires, M.J., Pratas J.M., Amorim, P.S. & Liz A.J. (2017). Design das Retaguardas de uma loja de retalho alimentar. Resumo de Conferência/Jornadas Técnico-científicas Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda (ESTGA), 25 outubro de 2017, Águeda.
- Brito, P. Q. & Pratas, J.M. (2015). Tourism Brochures: linking message strategies, tactics and brand destination attributes. Tourism Management, 48 (1), 123-138. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.013>
- Pires, M. J., Amorim, P.S., Liz, A.J. & Pratas, J.M. (2015). Design of backroom storage: a research opportunity?. In A. Póvoa & J. de Miranda (Eds.), Operations Research and Big Data. Studies in Big Data, Vol 15. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24154-8_20
- Pratas, J., Vale V. & Brito P.Q. (2014). A informação e o processo de tomada de decisão na gestão e planeamento em turismo. In C. Costa, F. Brandão, Z. Breda Z. & R. Costa (Eds.), Turismo nos Países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios. Escolar Editora.
- Brito P.Q. & Pratas J.M. (2013). Choosing online content for tourism destination marketing: current creative strategies and positioning. In A. Correia, M. Kozak, J. Gnoth, A. Fyall, S. Lebe & L. Andreu (Eds.), Marketing Places and Spaces. Shifting Tourist Flows, 5th Advances in Tourism Marketing Conference, Faculdade de Economia da Universidade do Algarve.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

- Professor Convidado da Porto Business School - University of Porto (2009-...) - Pós-graduações de Comunicação Empresarial e Gestão do Turismo e Hotelaria (unidade curricular de Comunicação Turística)
- Professor Adjunto Convidado ISCAP - IP Porto (2019-...) - Licenciaturas de Marketing e Comércio Internacional - UCs de Gestão e Desenv. de Marca, MKT de Distribuição, e MKT P. Venda
- Professor Adjunto Convidado (2016-2019) e Diretor do Mestrado em Gestão Comercial (2017-2019) na Universidade de Aveiro / Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda (ESTGA-UA)
- Head of Space Business Analysis - Equipa de Análise de Negócio da Sonae MC (Grupo SONAE) (2012-2016) + Gestor Cartão de Fidelização Cartão Continente (2009-2012)
- Brand Manager - Equipa de Publicidade / Comunicação da SONAE MC (Grupo SONAE) (2003-2009) - Conteúdos e Gestão de Media das marcas Continente, Continente Modelo, Continente Bom Dia e Worten / Vobis.

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

- Seminário Conjoint.ly - "Conjoint Analysis 101: with example for New Product Development", Webinar online, 12 de julho de 2021; <https://us02web.zoom.us/j/87435120585>
- Seminário Copenhagen Business School - "The dual role of retailers and digital platforms in marketing channels"; Webinar online; 1 de Outubro de 2020
- Seminário da Harvard Business Publishing for Educators - "Simulation Workshop"; 6 de fevereiro de 2018; Harvard Business Publishing/Porto Business School, Matosinhos, Portugal.
- Curso de Programação/Web Creation: HTML, Photoshop, CSS, HTML 5, CSS 3, Javascript, PHP, MySQL; junho 2016-março 2017; Formabase Informática-Consultoria e Formação; 110 horas em regime presencial.
- Workshop "Writing for English Language Research Journals: Exploring Academic Voice", Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, 8 de julho 2013.

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Logística e Distribuição	Licenciatura em Gestão de Marketing	TP	48

Fundamentos de Gestão de Marketing	Licenciatura em Gestão de Empresas (Diurno)	TP	48
Marketing Aplicado	Mestrado em Gestão de Empresas	TP	20
Fundamentos de Gestão de Marketing	Licenciatura em Gestão de Empresas (Pós-Laboral)	TP	48
Direção e Técnica de Vendas	Licenciatura em Gestão de Marketing	TP	48
Gestão de Retalho	Licenciatura em Gestão de Marketing	TP	48
Transformação no Marketing e nas Vendas	Mestrado em Transformação Digital	TP	48

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	MAFALDA TELES DE MOURA E ROXO ESPÍRITO SANTO
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Auxiliar ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Gestão
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2020
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Faculdade de Economia da Universidade do Porto
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
LIAAD - INESC TEC	Muito Bom	Universidade do Porto	Institucional
UNICES - Unidade de Investigação em Ciências Empresariais e Sustentabilidade	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2014	Mestre	Marketing	Universidade Católica Portuguesa - Faculdade de Economia e Gestão	16
2012	Licenciatura	Línguas e Relações Internacionais	Universidade do Porto - Faculdade de Letras	15

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. [em formato APA Style (American Psychological Association) – http://www.apastyle.org] Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme. [APA Style (American Psychological Association) – http://www.apastyle.org].

- Roxo, M. T., & Brito, P. Q. (2020). Augmented Reality: What Motivates Late Millennials towards Fashion Mobile Apps? In Proceedings of the 2019 Academy of Marketing Science World Marketing Congress (pp. 315–327). Academy of Marketing Science. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42545-6_102
- Roxo, M. T., & Quelhas Brito, P. (2020). "I See Myself, Therefore I Purchase": Factors Influencing Consumer Attitudes Towards m-Commerce AR Apps. In T. Jung, M. C. tom Dieck, & P. A. Rauschnabel (Eds.), Augmented Reality and Virtual Reality: Changing Realities in a Dynamic World (pp. 51–63). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-37869-1_5
- Roxo, M. T., & Brito, P. Q. (2018). Exploring Augmented Reality: A Review of 20 years of Research. Asian Journal of Business Research, 8(2), 94–117.
- Roxo, M. T., & Brito, P. Q. (2017). The evolution of azuma's augmented reality-an overview of 20 years of research. In Á. Rocha, A. M. Correia, H. Adeli, L. P. Reis, & S. Costanzo (Eds.), Advances in Intelligent Systems and Computing (Vol. 570, pp. 259–266). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56538-5_27

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

- Organização do Circular Summit Closing the Loop, Opening the Future", 7, 8 e 9 de junho 2021
- Dinamização de um workshop sobre Estratégia de Marketing para a organização ShARE-UP
- Supervisão de projetos da organização ShARE-UP
- Supervisão de projetos da organização RiseUp

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

- Silva, S.C. Roxo, M. T. e Pereira, J. (2017) Shortcut case study managing social media for B2B companies. The Case Centre refs.: 517-0180-1 e 517-0180-8

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

- Consultora externa em diversos projetos da Porto Business School
- Faculdade de Economia da Universidade do Algarve (FEUALG) | Seminário: Psicologia do Consumidor n o âmbito da UC de Comportamento do Consumidor do MSc em Marketing
- Consultora externa em diversos projetos do Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada da Católica Porto Business School
- Revisora nas revistas científicas: Journal of Business Research, Journal of Marketing Theory and Practice, European Journal of Marketing e Journal of Medical Systems.
- Membro do Comité Científico ICITS: International Conference on Marketing and Technologies; International Conference on Tourism (ICMarkTech)

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

- IE Foundation: IE Best Practices in Digital Education for Teachers | Maio 2020
- Academy of Marketing Science: PLS-SEM PRE-Conference Workshop (Profs.: Joe F. Hair, Christian Ringle, and Marko Sarstedt, Ph. D.) | Julho 2019
- European Institute for Advanced Studies in Management (EIASM): EDEN Doctoral Seminar on Experimental Research Design (Formador: Bob Fennis, Ph. D.) | Abril 2019
- Faculdade de Medicina da Universidade do Porto: MATLAB - Introdução e Aplicações Biomédicas (Formador: Rute Almeida, Ph. D.) | Fevereiro 2019
- An Introduction to Consumer Neuroscience & Neuromarketing (Licença N4EGT2E4JHK2) (Formador: Thomas Zoëga Ramsøy) | Outubro 2016

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Marketing Internacional	Licenciatura em Gestão de Empresas	TP	96
Marketing Internacional	Licenciatura em Gestão de Marketing	TP	48
Estudos de Mercado	Licenciatura em Gestão de Marketing	TP	96
Tendências no Marketing Digital	Licenciatura em Gestão de Marketing	TP	48
Estudos de Mercado (Opção MKT)	Licenciatura em Gestão de Empresas	TP	96

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	PATRÍCIA NOGUEIRA DA SILVA
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Auxiliar ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Humanidades - Artes
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2018
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade do Porto / Universidade Nova de Lisboa / Universidade do Texas, Austin
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponen (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. /
 Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
ICNOVA	Excelente	Universidade Nova de Lisboa - FCSH	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2012	Mestrado	Audiovisual e Produção de Media	Intituto Politécnico do Porto - Escola Superior de Música, Artes e Espectáculo	18
2003	Licenciatura	Comunicação Social	Escola Superior de Jornalismo do Porto	14

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos.

[em formato APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>]

Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme.

[APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].Nogueira, P., & Da Fonte, Y. S. (2021). Entre o jornalismo e o ativismo: o documentário interativo enquanto meio de mobilização afetiva nas questões de género. *Media & Jornalismo*, 21(38), 15–37.https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_1Nogueira, P. (2020). Ways of affection: How interactive documentaries affect the interactor's felt experience and performance. *New Cinemas: Journal of Contemporary Film*, 17(1), 49–68.https://doi.org/10.1386/ncin_00004_1Nogueira, P. (2016). Participative Interactive Documentary as a fragmented and "detrterritorialized" archive. *Cinergie: Il Cinema e Le Altre Art*, 10, 156–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.6092/issn.2280-9481/6846>Nogueira, P. (2015). Ways of Feeling: audience's meaning making in interactive documentary through an analysis of Fort McMone. *Punctum. International Journal of Semiotics*, 1(1), 79–93.<https://doi.org/10.18680/hss.2015.0006>Nogueira, P. (2015). Documentário e tecnologia: duas realidades em desenvolvimento paralelo. *DOC Online - Revista Digital de Cinema Documentário*, 18, 33–60. <https://doi.org/10.20287/doc.d18.dt07>

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

"Fixar memórias: O documentário enquanto processo de escrita do eu", oficina de cinema documental lecionada no âmbito do Porto Femme - International Film Festival, 1, 2 e 3 de Outubro, 2021

"Entre-imagens", oficina de cinema lecionada no âmbito do MIP: Mês da Imagem do Porto, 13, 20 e 27 de Novembro 2021

Organização anual da Conferência Internacional de Cinema de Viana (desde 2015)

Vice-presidente do grupo de investigação europeu Cinema and Contemporary Visual Arts, integrado na NECS - European Network for Cinema and Media Studies

Coordenadora geral do Kino Meeting, encontro internacional de literacia de Cinema (desde 2017)

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Ferreira, E., & Saldanha, L. (2020). Patrícia Nogueira: entre a realidade e a ficção. MNAC: Museu Nacional de Arte Contemporânea.

Maciel, D. & Nogueira, P. (ed.). (2020). Conferência Internacional de Viana 2018. Viana do Castelo: Ao Norte. ISBN: 978-989-54416-3-1

Baptista, A., Ferreira, J. & Nogueira, P. (ed.). (2016). *Cadernos IRI: Imagens do Real Imaginado*. n. 2 Porto: ESMAD - Instituto Politécnico do Porto.Nogueira, P. (2015). Três Horas Para Amar: a representação da sexualidade feminina em reclusão, in: *Mulheres e Crime: Perspetivas sobre intervenção, violência e reclusão*, ed. Sílvia Gomes; Rafaela Granja, 119 - 138. ISBN: 9789897551147. Braga: HumusGomes, S., & Nogueira, P. (2015). Eduardo Coutinho: "com os Outros, e não sobre os Outros" a obra nasce, in: *En[Q]uadramento*. (ed.) Cineclub de Guimarães.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

AO NORTE - participação na organização do MDOC - festival internacional de Documentário de Melgaço, e dos Encontros de Cinema de Viana (desde 2013)

INESC TEC - Consultoria em diversos projetos de Cinema e Novos Media, nomeadamente narrativas interativas e realidade virtual (desde 2018)

National Film Board do Canadá - residência nos estúdios da instituição pública de cinema Canadiana (2015)

SIC televisão - jornalista repórter da direção de informação, com cobertura de notícias em direto e em diferido, peças de média e longa duração, trabalhos de investigação jornalística (2004 - 2013)

Oswaldo Caldeira produções (RJ, Brasil) - Coordenadora de Produção da longa-metragem Luso-Brasileira "Histórias de Alice" (2016)

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Narrativa Documental - Curso de Narrativa Documental ministrado pelo Instituto de Cinema de São Paulo (Br), com a duração de 18 horas, de 27 de Julho a 1 de Agosto.

Cinema: Seeing and Creativity - Webinar lecionado por Mark Cousins e organizado pelo Sundance Film Festival Collab, 3 de Junho de 2020.

Documentary Filmmaking Session - Curso de formação de realização de documentário, organizado pelo Documentary Film Program do Sundance Film Festival, 30 de Maio de 2020.

VR and 360 Video Production - Curso de formação na área de Realidade Virtual e produção de vídeo 360º, lecionado pelo Google VR & AR, com a duração de 4 semanas (20 horas), 2019

Data Journalism and Visualization with Free Tools - Curso de formação lecionado pelo Knight Center for Journalism in Americas (Un. Texas, Austin), com a duração de seis semanas (30 horas), 2019

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Vídeo ficcional e vídeo documentário	Artes e Multimédia	TP	16
Teorias da Imagem II	Artes e Multimédia	TP	48
Narrativas Multimédia Interativas	Tecnologias de Comunicação Multimédia	TP	48
Montagem e Edição	Tecnologias de Comunicação Multimédia	TP	36

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	PAULA SUSANA FIGUEIREDO MOUTINHO
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Auxiliar ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Ciências Empresariais
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2016
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	UNIVERSIDADE DE VIGO
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
UNICES - Unidade de Investigação em Ciências Empresariais e Sustentabilidade	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2004	Mestre	Ciências Empresariais	Universidade Técnica de Lisboa - Instituto Superior de Economia e Gestão	Aprovada
2001	Licenciado	Economia	Universidade do Porto - Faculdade de Economia	13

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. [em formato APA Style (American Psychological Association) - http://www.apastyle.org] Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme. [APA Style (American Psychological Association) - http://www.apastyle.org].

Moutinho, P., Fernández, J. & Doiro, M. (2016). "Academic Patenting: a Systematic Review of the Literature". Proceedings of the 5th International Conference Integrity - Reliability - Failure, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 24-26 July (ISBN: 978-989-98832-5-3).

Douro, M., Fernández, J., Santos, G. & Moutinho, P. (2016). "Public Subsidies R&D Policies Evolution since the Crisis and Proposals for the Future. The Spanish and Galician Case". Proceedings of the 5th International Conference Integrity - Reliability - Failure, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 24-26 July.

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

Coordenadora da licenciatura em Gestão de Empresas do ISMAI.

Coordenadora da Unidade Curricular de Estágio/Projeto da Licenciatura em Gestão de Empresas e Supervisora de Estágio de alunos do referido curso.

Orientadora de dissertações de mestrado - Gestão de Empresas (ISMAI).

Organização processual de pedidos de acreditação/pedidos de reapreciação de credenciações condicionadas de ciclos de estudos submetidos a A3ES.

Membro da Comissão Organizadora do 1º Congresso Internacional de Ciências Empresariais, realizado no dias 30 e 31 de outubro de 2018, no ISMAI, Maia.

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Moutinho, P. (2016). "Las Patentes Académicas en las Organizaciones Públicas de Investigación: Un Análisis del Sector Biotecnológico de Portugal", Tese de Doutoramento, Departamento de Organización de Empresas e Marketing, Universidade de Vigo.

Moutinho, P., Arruela, M., Pina, L. & Fernandes, A. (2014). "O processo Ensino/Aprendizagem no ISMAI: resultados e evidências". Proceedings of the XI Foro Internacional sobre la Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior (FECIES), Bilbao, 8-10 July.

Arruela, M., Moutinho, P., Pina, L. & Fernandes, A. (2013). "O processo Ensino/Aprendizagem como instrumento de avaliação da qualidade no ISMAI". Proceedings of the X Foro Internacional sobre la Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior (FECIES), Granada, 25-28 June.

Fernandes, A., Moutinho, P., Arruela, M. & Pina, L. (2013) "A influência do perfil docente nas percepções Ensino/Aprendizagem", X Foro Internacional sobre la Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior (FECIES), Granada, 25-28 June.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Professora Auxiliar no Instituto Universitário da Maia - ISMAI e docente no Instituto Politécnico da Maia - IPMAIA.

Colaboradora Residente no Gabinete de Estudos, Planeamento, Avaliação e Qualidade (GEPAQ) - Maiêutica.

Responsável pelos normativos de ordem pedagógica e restantes procedimentos para a admissão dos Candidatos Maiores de 23anos ao Ensino Sup., no ISMAI (área_C.Empresariais)

Membro da Comissão de Admissão de Alunos Internacionais, no Instituto Universitário da Maia - ISMAI.

Representante do Instituto Universitário da Maia - ISMAI no Conselho Geral do Agrupamento de Escolas da Maia.

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Curso de Moodle

Curso de Moodle (nível intermédio)

Curso de AMOS-SPSS

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Microeconomia	Gestão de Empresas (1º ciclo)	TP	96
Economia I	Gestão de Marketing (1º ciclo)	TP	48
Introdução à Economia	Gestão de Recursos Humanos (1º ciclo)	TP	48
Estágio	Gestão de Empresas (1º ciclo)	E + OT	34
Projeto	Gestão de Empresas (1º ciclo)	OT	2

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	SIMONE ANTONIACI TUZZO
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018
Categoria / Category	Professor Associado ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Comunicação
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2003
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade Federal do Rio de Janeiro
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponer (%)	100

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
Comunicação, Consumo e Identidades Sócio-Culturais - CICO	NA	Escola Superior de Propaganda e Marketing (São Paulo - Brasil)	Institucional
Bases Epistemológicas da Leitura Crítica da Mídia; e Mídia, Imagem e Cidadania	NA	Universidade Federal de Goiás (Brasil)	Institucional
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia (Portugal)	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
1988	Bacharel em Relações Públicas	Comunicação	Universidade Metodista de São Paulo	4 de 5
1997	Mestre em Comunicação Social	Comunicação	Universidade Metodista de São Paulo	4 de 5
2015	Pós-Doutorado em Comunicação	Comunicação	Universidade Federal do Rio de Janeiro	7 de 7

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. / Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme.

[em formato APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>]
[APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].

TUZZO, Simone Antoniaci. (2017). Relações Públicas frente às novas realidades sociais. REVISTA LATINOAMERICANA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, v. 27, p. 398-408.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; TUZZO, Simone Antoniaci. (2020). Não basta informar, tem que participar: a inserção dos jornalistas nos novos formatos diversoriais do telejornalismo. INTERCOM (SÃO PAULO. IMPRESSO), v. 43, p. 37-51.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa ; TUZZO, Simone Antoniaci. (2019). Visões da cidade: o vandalismo, a violência e o grotesco no telejornalismo. TRIÁDE: COMUNICAÇÃO, CULTURA E MÍDIA, v. 7, p. 145-162.

Temer, Ana Carolina Rocha Temer ; TUZZO, Simone Antoniaci. (2020). Jornalismo, cidadania e questões sociais em uma perspectiva midiática. CAMBIASSU: ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO (ONLINE), v. 15, p. 5-20.

TUZZO, Simone Antoniaci; Braga, Claudomilson Fernandes. (2018). A mídia e a construção de uma nova representação social do idoso. Âmbitos - Revista Internacional de Comunicação, v. 1, p. 1-15.

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências. / Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

Site com produção intelectual e académica - <https://www.simonetuzzo.com/>

Canal no YouTube com videoaulas: <https://www.youtube.com/c/TuzzodeBom/>

Revisora e avaliadora de artigos científicos em revistas científicas (Exemplo: Comunicação e Informação, Intercom, Comunicação e Sociedade)

Chefe de Cerimonial e Protocolo em Eventos públicos e privados (Sociais e Corporativos)

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

César, Adriane Geralda Alves do Nascimento (Org.) ; TUZZO, SIMONE ANTONIACI (Org.). (2021). Utopias e distopias sobre as Relações Públicas: reflexões, possibilidades e resultados de uma profissão sistêmica [E-book]. 1. ed. Goiânia: CEGRAF - UFG. v. 4. 177p .

TUZZO, Simone Antoniaci; César, Adriane Geralda Alves do Nascimento; Braga, Claudomilson Fernandes (Org.). (2020). Gestão de crises, relações públicas e COVID-19 [Ebook]. 1. ed. Goiânia: Cegraf UFG. v. 1. 148p.

TUZZO, Simone Antoniaci; Pereira, Luciano Alves (Org.).(2019). Comunicação e Relações Públicas em uma visão plural. 1. ed. Goiânia: Cegraf UFG. v. 1. 178p .

TUZZO, Simone Antoniaci; Temer, Ana Carolina Rocha Temer (Org.). (2018). Assessoria de comunicação e marketing - 1. ed. Goiânia: Cegraf UFG . v. 2. 237p

TUZZO, Simone Antoniaci. A teoria do impacto Físico Sensorial aplicada às Assessorias de Comunicação e Marketing. In: Simone Antoniaci Tuzzo e Ana Carolina Rocha Pessoa Temer. (Org.). (2018). Assessoria de Comunicação e Marketing - Volume 2. 1ed.Goiânia: Cegraf UFG, v. 2, p. 15-42.

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

Investigadora e Docente na Universidade Federal de Goiás, Brasil.

Coordenadora do Curso de Licenciatura em Relações Públicas e do Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação e Marketing da Universidade Federal de Goiás - Brasil

Assessora de Comunicação da Universidade Tiradentes - Sergipe - Brasil

Investigadora e Professora na Universidade Tiradentes - Sergipe - Brasil

Secretária de Cultura e Eventos da Prefeitura Municipal de São Caetano do Sul - São Paulo - Brasil

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Curso de aperfeiçoamento na Área da Comunicação Social

Curso de aperfeiçoamento na Área das Relações Públicas

Participação em Eventos científicos com apresentação de trabalhos (Nacionais e Internacionais)

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Estudos Linguísticos	Ciências da Comunicação (1º ciclo)	TP	48
Laboratório de Relações Públicas	Relações Públicas (1º ciclo)	TP	48

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other

Ficha Curricular do Docente / Academic Staff Curricular File

Dados Pessoais / Personal data

Nome / Name	TIAGO ARAÚJO E GAMA CONSTANTE DA ROCHA
Instituição de ensino superior / Higher education institution	Universidade da Maia
Unidade Orgânica / Unit	Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação
Vínculo com a instituição de ensino superior / Link with the higher education institution	Outro
Categoria / Category	Professor Auxiliar convidado ou equivalente
Grau académico / Academic degree	Doutor
Área científica do grau académico / Scientific area of academic degree	Tecnologias da Ciência e Comunicação
Ano em que foi obtido o grau académico / Year the degree was awarded	2017
Instituição que conferiu o grau académico / Institution that awarded the academic degree	Universidade do Porto - Faculdade de Engenharia
Título de Especialista (art.º 3 alínea g) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018) / Specialist title (article 3, paragraph g), DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)	Não
Área científica do título de especialista / Area of the specialist title	
Ano em que foi obtido o título de especialista / Year in which the specialist title was obtained	
Instituição que conferiu o título de especialista / Institution that awarded the specialist title	
Regime de tempo na instituição que submete a proposta (%) / Employment regime with the proponent (%)	82

Filiação em unidade(s) de investigação no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos. / Membership in research unit(s) in the field of knowledge or specialty of the study cycle

Unidade de investigação / Research unit	Classificação / Grade	Instituição / Institution	Tipo / Type
CITEI - Centro de Investigação em Tecnologias e Estudos Intermédia	NA	Universidade da Maia	Institucional

Outros graus académicos ou títulos / Other Academic degrees or titles

Ano / Year	Grau ou título Degree or title	Área / Area	Instituição / Institution	Classif. / Mark
2007	Master	Cinema Documental e Sociedade	ESCAC	Aprovado
2006	Licenciatura	Cine-Vídeo	ESAP	15

Atividades científicas - referenciar até 5 artigos em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, nos últimos 5 anos, relevantes para o ciclo de estudos. [em formato APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>]
 Scientific activities - refer up to 5 articles in international journals with peer review, books or chapters of books, in the last 5 years, relevant to the study programme. [APA Style (American Psychological Association) – <http://www.apastyle.org>].

Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade. - até 5 referências.

Advanced training activities, professional and artistic development, and services to the community (up to 5 references)

Convidado na qualidade de expert para desenvolver projectos de Comunicação de Ciência com a Universidade do Porto
 Co-coordenador de atividade de formação organizada de forma colaborativa no âmbito da Aliança. EUGLOH "European University for Global Health" – uma iniciativa piloto financiada pelo Programa Erasmus+
 Moderador de Painel no 6º congresso SciComPT, na sessão "How can the field of science communication be more effective in the Attention Economy?"
 Convidado na qualidade de expert para desenvolver projetos de Comunicação de Ciência com o Governo Regional do Açores
 UT Austin Advanced Training: Entrepreneurial Journalism in the Digital Age

Outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica (até 5 referências) / Other relevant publications, in particular of pedagogical nature (up to 5 references)

Magalhães, G. & Rocha, Tiago G. (2018) EMERGENCE Hackathon - How to communicate complex concepts in scientific research. In Ciência 2018 - Science and Technology in Portugal Summit, "UT Austin and Portugal - Emerging Challenges of Knowledge" session. Lisbon, Portugal.
 Rocha, Tiago G.; Frias, Paulo, Almeida, Pedro R. (2017) Journalism and Personalized Distribution. In Proceedings V International Conference On Online Journalism, Porto, Portugal. ISBN: 978-989-98199-2-4.
 Teixeira, Ivo; Carvalho, Rodrigo; Gonçalves, Francisca & Rocha, Tiago G. (2016) DRIPPIMENT. In xCoAx: Proceedings of the Conference on Computation, Communication, Aesthetics and X, Bergamo, Italy. ISBN: 978-989-746-094-4
 Rocha, Tiago G.; Frias, Paulo; Almeida, Pedro R.; Lopes, João S. & Leite, Sofia (2015) Combining Online Journalism and Self-Digitization: a New Practical Approach. In Proceedings IV International Conference On Online Journalism, Porto, Portugal. 978-989-98199-1-7
 Rocha, Tiago G.; Frias, Paulo; Almeida, Pedro R.; Lopes, João S. & Leite, Sofia (2014) Wearable Technology and Journalism: an experimental approach. In VI Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, Bilbao, Spain. ISBN: 978-84-9082-053-7

Experiência Profissional Relevante (até 5 referências) / Relevant Professional Experience (up to 5 references)

EMERGENCE Hackathon — Co-Founder and Hackathon Specialist, desde 2018
 Openfield Creative Lab — Co-Founder and Creative Producer, desde 2015
 Nome inglês com style — Co-Founder and Creative Strategist, desde 2018
 Professor Auxiliar Convidado na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, desde 2019

Formação Pedagógica Relevante para a Docência (até 5 referências) / Relevant Pedagogical Training for Teaching (up to 5 references)

Certificação em "Innovation in the Age of Disruption" pela INSEAD Executive Education Program

Distribuição do serviço docente/ Teaching service allocation

Unidade Curricular / Curricular Unit (module)	Ciclo de estudos / Study programme	Tipo / Type	Nº Total de Horas anuais de contacto / Total annual contact hours
Cultura Contemporânea	Ciências da Comunicação	TP	48
Produção de Conteúdos Multiplataforma II	Ciências da Comunicação	TP	48
Dados Abertos e Visualização	Tecnologias da Informação, Comunicação Multimédia (2º ciclo)	TP	20

(1) Tipo de metodologia: T-Ensino teórico, TP-Ensino teórico-prático, PL-Ensino prático e laboratorial, TC-Trabalho de campo, S-Seminário, E-Estágio, OT-Orientação tutorial, O-Outra.

(1) Type of methodology: T-theoretical, TP-theoretical and practical, PL-Practical and laboratorial, TC-Field work, S- Seminar, E-Training, OT-Tutorial, O-Other