

1.0 Identificação do ciclo de estudos

Escola / Departamento	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO
Ciclo de Estudos	RELAÇÕES PÚBLICAS (1.º ciclo)
Grau	1º Ciclo - Licenciatura
Coordenador	INÊS MARIA VEIGA GUERRA DOS SANTOS

2.0 Procura do ciclo de estudos (dados registados a 31 de dezembro)

2.1 Estudantes inscritos

Ano Curricular	N.º Estudantes	% Estudantes
1	19	30,16%
2	25	39,68%
3	19	30,16%
Total	63	100,00%

2.2 Caracterização por género (% do total de inscritos)

Género	N.º Estudantes	% Estudantes
Feminino	48	76,19%
Masculino	15	23,81%
Total	63	100,00%

2.3 Procura do ciclo de estudos (nos últimos 3 anos)

Ano letivo	N.º Vagas (Regime Geral)	N.º Candidatos	N.º Colocados	N.º Inscritos 1.º Ano/1.ª Vez	Nota Últ. Colocado	Nota Média de Entrada
2017/2018	25	26	18	16	112,90	127,58
2016/2017	25	32	27	24	112,40	129,59
2015/2016	25	27	23	23	104,80	123,06

3.0 Eficiência Formativa

3.1 Taxa de abandono (ano letivo anterior)

N.º Abandonos	N.º Estudantes	Taxa Abandono
4	59	6,78%

3.2 Taxa de progressão / ano curricular (ano letivo anterior)

Ano Curricular	N.º Estudantes	Taxa Progressão
1	25	96,80%
2	22	96,97%
3	12	82,92%

3.3 Aproveitamento dos estudantes

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2013								
Ano Curricular: 1.º Ano								
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.	

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2013 Ano Curricular: 1.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
ESTUDOS LINGÜÍSTICOS I	20	13	65,00%	12,85	2,30	10	17
FRANCÊS I (OPÇÃO)	2	2	100,00%	12,50	2,12	11	14
INGLÊS I (OPÇÃO)	15	11	73,33%	12,82	2,48	10	17
INTRODUÇÃO À INFORMÁTICA	16	10	62,50%	11,90	2,81	10	17
INTRODUÇÃO ÀS CIÊNCIAS SOCIAIS	15	14	93,33%	12,07	1,73	10	15
ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EMPRESAS	17	15	88,24%	12,60	2,20	10	16
RELAÇÕES PÚBLICAS I	16	15	93,75%	16,80	2,88	11	20
ESTUDOS LINGÜÍSTICOS II	17	15	88,24%	14,47	2,47	11	18
FRANCÊS II (OPÇÃO)	3	3	100,00%	13,67	2,52	11	16
INGLÊS II (OPÇÃO)	12	10	83,33%	13,90	2,23	10	16
INTRODUÇÃO À ECONOMIA	22	16	72,73%	13,44	2,71	10	18
INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA	16	13	81,25%	13,92	1,98	11	17
MÉTODOS E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO SOCIAL	14	12	85,71%	14,08	2,19	10	16
RELAÇÕES PÚBLICAS II	15	13	86,67%	13,46	2,44	10	17

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2013 Ano Curricular: 2.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
DIREITO DA COMUNICAÇÃO	20	18	90,00%	12,39	2,20	10	16
ESTATÍSTICA APLICADA I	19	13	68,42%	12,08	2,36	10	17
ESTUDOS LITERÁRIOS I	20	18	90,00%	14,89	2,72	10	19
FRANCÊS III (OPÇÃO)	1	1	100,00%	11,00	-	11	11
INGLÊS III (OPÇÃO)	21	17	80,95%	13,06	2,11	10	18
MARKETING E PUBLICIDADE I	20	17	85,00%	13,82	2,56	10	18
TECNICAS RELAÇÕES PÚBLICAS E PROTOCOLO	19	18	94,74%	14,50	2,90	10	18
A ÉTICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	22	20	90,91%	14,60	2,39	10	18
A EUROPA E A COMUNIDADE INTERNACIONAL	20	16	80,00%	14,13	3,44	10	20
ESTATÍSTICA APLICADA II	20	12	60,00%	12,17	1,70	10	16
ESTUDOS LITERÁRIOS II	22	18	81,82%	14,33	2,93	10	19
FRANCÊS IV (OPÇÃO)	2	1	50,00%	11,00	-	11	11
INGLÊS IV (OPÇÃO)	19	15	78,95%	13,33	2,19	10	18
ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS	21	19	90,48%	16,00	2,08	10	18

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2013							
Ano Curricular: 3.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
AS RELAÇÕES PÚBLICAS DE CRISE	19	19	100,00%	14,47	2,89	10	19
HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO	19	19	100,00%	15,47	2,01	11	18
LABORATÓRIO DE RELAÇÕES PÚBLICAS	20	20	100,00%	14,05	2,19	10	17
MARKETING E PUBLICIDADE II	18	18	100,00%	14,56	2,06	10	17
PSICOLOGIA SOCIAL I	19	19	100,00%	13,95	2,86	10	18
TEORIA DA COMUNICAÇÃO	18	18	100,00%	15,00	1,75	11	18
ANÁLISE DE SISTEMAS E EFICÁCIA DA COMUNICAÇÃO	21	21	100,00%	14,62	1,50	11	17
CONCEÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS E ARTÍSTICOS	22	22	100,00%	14,68	2,32	10	18
DOCTRINAS POLÍTICAS CONTEMPORÂNEAS	21	21	100,00%	15,38	1,66	12	18
ESTÁGIO CURRICULAR	21	19	90,48%	17,26	1,82	14	20
PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO	20	20	100,00%	13,35	2,62	10	18
PSICOLOGIA SOCIAL II	19	17	89,47%	14,71	2,95	10	19

3.4 Número de diplomados (nos últimos 3 anos)

Ano Letivo	N.º Diplomados em N anos	N.º Diplomados em N+1 anos	N.º Diplomados em N+2 anos	N.º Diplomados em > N+2 anos	Total Diplomados
2016/2017	7	1	2	0	10
2015/2016	10	1	0	0	11
2014/2015	10	3	2	0	15

4.0 Internacionalização

4.1 Mobilidade de estudantes

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Estudantes estrangeiros	3	63	4,76%
Estudantes em mobilidade (in)	32	95	33,68%
Estudantes em mobilidade (out)	2	63	3,17%

4.2 Mobilidade de docentes

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Docentes estrangeiros	0	21	0,00%
Docentes em mobilidade (in)	0	21	0,00%
Docentes em mobilidade na área científica do CE (out)	1	21	4,76%

5.0 Empregabilidade

Descrição	Taxa	Período a que se reporta
Taxa de Desemprego - Dados externos (DGEEC/infocursos.mec.pt)	16,20%	Diplomados 2012/13-2015/16 (IEFP-dez/2017)
Taxa de Desemprego - Dados internos (GEPAQ/GE)	22,20%	Diplomados de 2014/15-2016/17 (inquérito jan/2018)
Taxa de diplomados que obtiveram emprego até 1 ano depois de concluído o ciclo de estudos	92,30%	Diplomados de 2014/15-2016/17 (inquérito jan/2018)
Taxa de diplomados que obtiveram emprego em setores de atividade relacionados com a área do ciclo de estudos	53,80%	Diplomados de 2014/15-2016/17 (inquérito jan/2018)

6.0 Comentários gerais

As alterações introduzidas já em 2012, traduzem o reconhecimento da importância de ajustar a oferta formativa às necessidades e exigências do mercado de trabalho, ao mesmo tempo que refletem as recomendações da CAE. A estratégia adotada permitiu reforçar a componente aplicada do curso, mas também, aproximá-lo das áreas científicas nucleares do departamento em que se inscreve, o Departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação. Ao mesmo tempo, a alteração dos conteúdos programáticos das unidades curriculares existentes e a inclusão de novas, traduziu-se num incremento da motivação dos alunos e simultaneamente, no colmatar de eventuais lacunas que subsistiam. De realçar, no entanto, que existindo limites para as alterações a incluir, pretende-se, num futuro próximo, introduzir outras que permitirão dar continuidade ao espírito da primeira revisão.

Quanto à investigação, tem sido realizado um esforço no sentido de promover sinergias entre investigadores/docentes (aos níveis nacional e internacional), nomeadamente promovendo projetos de investigação em comum com reflexo no número e tipo de publicações que daí resultam. De referir que a mudança de designação do Centro de Investigação, afeto ao departamento de Ciências da Comunicação e Tecnologias da Informação, se enquadra exatamente nesta estratégia de atração do interesse de novos investigadores e de favorecimento de sinergias entre cursos e docentes do Departamento.

Mantém-se, no entanto, a consciência da necessidade de continuar a desenvolver este esforço de crescimento ao nível da produção científica nomeadamente no que se refere a publicações internacionais com revisão por pares. A proposta de inclusão, a curto prazo, de uma unidade curricular optativa de Projeto Final visa aproximar os alunos finalistas da investigação científica e prepará-los para o prosseguimento de estudos ao nível pós-graduado.

Em termos de procura, os últimos anos têm mostrado uma significativa consistência, mantendo-se um número aproximado às duas dezenas de novos alunos por ano.

No que se refere à divulgação do curso, tem-se apostado na disseminação de informação relativa aos eventos levados a cabo em cada ano letivo e na participação dos nossos alunos em acontecimentos (nomeadamente Congressos, Seminários, Exposições) levados a cabo pela Comunidade envolvente. Em 2017/2018, a título de exemplo, podemos referir a sua colaboração na Cerimónia de entrega de prémios da Associação Golfe Norte de Portugal em Vila Nova de Gaia; na Feira de Turismo e lazer Ativo no IPMAIA; no XXV Encontro de Relações Públicas; no Congresso Internacional de Futebol; no Seminário de Treino Desportivo; no Seminário ENESOL e em múltiplas atividades da C. Municipal da Maia.

Outra estratégia tem assentado no contacto direto com alunos das escolas da área metropolitana do Porto. O recurso a testemunhos de ex-alunos e a participação do ISMAI em feiras de educação tem-se revelado igualmente, importantes mais-valias.