

1.0 Identificação do ciclo de estudos

Escola / Departamento	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO
Ciclo de Estudos	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (1.º ciclo)
Grau	1º Ciclo - Licenciatura
Coordenador	LUÍS HUMBERTO JARDIM MARCOS

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

2.1 Estudantes inscritos

Ano Curricular	N.º Estudantes	% Estudantes
1	63	34,05%
2	64	34,59%
3	58	31,35%
Total	185	100,00%

2.2 Caracterização por género (% do total de inscritos)

Género	N.º Estudantes	% Estudantes
Feminino	132	71,35%
Masculino	53	28,65%
Total	185	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	60	75	70	63	102,20	131,58
2016/2017	55	65	62	58	104,80	132,08
2015/2016	65	58	54	47	99,80	127,00

3.0 Eficiência Formativa

3.1 Taxa de abandono (ano letivo anterior)

N.º Abandonos	N.º Estudantes	Taxa Abandono
19	166	11,45%

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

Ano Curricular	N.º Estudantes	Taxa Progressão
1	62	96,77%
2	52	89,87%
3	52	83,89%

3.3 Aproveitamento dos estudantes

Plano de Estudos: 1º CICLO								
Ano Curricular: 3.º Ano								
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.	

Plano de Estudos: 1º CICLO							
Ano Curricular: 3.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
PROJECTO	18	16	88,89%	14,44	2,45	11	19

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2015							
Ano Curricular: 1.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
Estudos Linguísticos	61	52	85,25%	13,92	2,58	10	19
Introdução às Ciências Sociais	57	57	100,00%	13,04	1,93	10	17
Língua Estrangeira I (Francês)	10	8	80,00%	15,13	2,53	10	18
Língua Estrangeira I (Inglês)	50	38	76,00%	11,32	1,42	10	14
Práticas de Comunicação I	61	57	93,44%	12,91	2,11	10	18
Sociologia da Informação	65	58	89,23%	12,69	1,88	10	17
Tecnologias de Paginação e Imagem Vetorial	73	59	80,82%	13,47	2,42	10	18
Fotografia e Imagem Matricial	72	61	84,72%	14,38	1,90	11	18
Gestão Estratégica de Recursos Humanos (Opção)	15	15	100,00%	12,07	1,87	10	16
História dos Média	57	52	91,23%	14,83	1,37	12	18
Laboratório de Comunicação Digital I	58	53	91,38%	12,40	1,77	10	16
Língua Estrangeira II (Francês)	13	9	69,23%	15,56	2,30	13	18
Língua Estrangeira II (Inglês)	53	42	79,25%	13,12	2,11	10	17
Organização e Gestão de Empresas (Opção)	34	28	82,35%	12,96	1,86	10	16
Práticas de Comunicação II	66	52	78,79%	12,48	1,89	10	17
Psicologia Cultural (Opção)	15	13	86,67%	15,31	2,21	12	18

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2015							
Ano Curricular: 2.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
Áudio Digital	64	54	84,38%	13,87	1,91	10	19
Cultura Contemporânea	56	52	92,86%	13,35	2,09	10	18
Laboratório de Comunicação Digital II	55	55	100,00%	13,91	2,36	10	18
Métodos e Técnicas de Investigação I	56	48	85,71%	14,08	2,30	10	18
Teorias da Comunicação	58	54	93,10%	12,46	2,17	10	18
Direito da Comunicação	55	53	96,36%	12,91	1,89	10	18
Europa e Comunidade Internacional	59	53	89,83%	15,15	2,70	10	19
Laboratório de Comunicação Organizacional (Opção)	18	16	88,89%	15,00	2,28	10	18
Laboratório de Jornalismo (opção)	36	34	94,44%	12,71	1,70	10	17
Laboratório de Marketing e Publicidade (Opção)	8	6	75,00%	13,00	2,19	10	16
Métodos e Técnicas de Investigação II	62	56	90,32%	13,86	1,87	10	17
Opinião Pública e Estudos de Audiência	58	53	91,38%	14,64	1,35	11	17
Vídeo Digital	63	50	79,37%	13,74	2,25	10	19

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2015 Ano Curricular: 3.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
Assessoria de Imprensa	7	7	100,00%	15,00	3,83	10	19
Estudos de Mercado	6	5	83,33%	12,20	1,48	10	14
Géneros Jornalísticos	25	25	100,00%	12,92	1,71	10	16
História e Teorias da Publicidade e do Marketing	4	4	100,00%	14,25	1,71	12	16
Jornalismo de Rádio	25	25	100,00%	15,64	2,23	10	19
Jornalismo de Televisão	25	25	100,00%	13,96	1,84	10	17
Laboratório de Investigação aplicada à Comunicação Organizacional	7	7	100,00%	16,71	0,95	16	18
Produção de Conteúdos Multiplataforma I	25	25	100,00%	13,16	2,08	10	17
Seminário Ágora	44	42	95,45%	13,05	1,95	10	17
Técnicas de Comunicação de Marketing e Publicidade	4	4	100,00%	13,75	0,50	13	14
Técnicas de Comunicação Organizacional	8	8	100,00%	12,75	2,12	10	15
Tecnologias para a Internet	49	43	87,76%	14,37	2,15	10	18
Ciberjornalismo	31	27	87,10%	12,67	2,02	10	16
Cultura Organizacional	10	9	90,00%	13,22	2,95	10	18
Estágio	38	28	73,68%	14,32	1,79	11	18
Laboratório de Investigação Aplicada à Publicidade	4	4	100,00%	13,50	0,58	13	14
Laboratório de Organização e Difusão de eventos	7	7	100,00%	13,86	3,44	10	18
Marketing Estratégico	4	4	100,00%	11,75	1,71	10	14
Produção de Conteúdos Multiplataforma II	29	27	93,10%	12,52	2,36	10	18
Projeto	2	0	0,00%	-	-	-	-
Tecnologias de Informação Online e Redes Sociais	50	48	96,00%	13,44	2,36	10	20

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	13	12	5	1	31
2015/2016	10	9	2	1	22
2014/2015	26	18	0	3	47

4.0 Internacionalização

4.1 Mobilidade de estudantes

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Estudantes estrangeiros	3	185	1,62%
Estudantes em mobilidade (in)	36	221	16,29%
Estudantes em mobilidade (out)	4	185	2,16%

4.2 Mobilidade de docentes

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Docentes estrangeiros	0	30	0,00%
Docentes em mobilidade (in)	1	31	3,23%
Docentes em mobilidade na área científica do CE (out)	2	30	6,67%

5.0 Empregabilidade

Descrição	Taxa	Período a que se reporta
Taxa de Desemprego - Dados externos (DGEEC/infocursos.mec.pt)	15,90%	Diplomados 2012/13-2015/16 (IEFP-dez/2017)
Taxa de Desemprego - Dados internos (GEPAQ/GE)	16,40%	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	72,90%	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	50,00%	Diplomados de 2014/15-2016/17 (inquérito jan/2018)

6.0 Comentários gerais

Apesar das limitações e de ser necessário continuarmos a trabalhar no sentido de esbater os pontos fracos do Ciclo, é de referir que a estrutura, o plano, os regulamentos, as práticas, etc. assentam no espírito de Bolonha e apostam numa pedagogia especial.

A forma como as infraestruturas do Curso foram definidas e o seu uso integrado no processo pedagógico-didático, mesmo com as lacunas apontadas, sublinham o processo integrativo das diferentes valências, no espaço formativo.

São de sublinhar as particularidades da UC Seminário Ágora: constituída como espaço aberto que os alunos trabalham de forma grupal, tirando partido das suas valências particulares e do potencial das relações intra-grupais, numa perspetiva de apresentação pública do resultado do seu trabalho. Esta UC, articulada com outros espaços de aprendizagem, reforça a sedimentação de conhecimentos e a abertura para a inovação na pragmatização das aprendizagens.

Nesta mesma linha, se situa o processo do Jornal Ágora como espaço de produção de conteúdos dirigidos ao grande público. Trata-se de um processo criativo e promotor ativo da formação, desde a sua preparação inicial até ao produto final, numa relação acentuadamente estimulante da relação entre a praxis e a teoria. Neste âmbito – tanto no meio analógico, como no digital – a relação entre os processos de comunicação e as tecnologias constituem uma demonstração da importância da aposta do Curso na presença constante de UC tecnológicas atinentes aos diversos campos da Comunicação.

No seu conjunto, todos estes aspetos assentam num paradigma de ensino-aprendizagem centrado no aluno e apostado numa pedagogia interativa e transdisciplinar, preocupada em: promover o trabalho de grupo, incentivar a criatividade, orientar o potencial dos alunos numa linha de grande liberdade e de valorização do potencial de cada um (tutorial) e estimular a formação em rede, num processo claro de ativação do debate e do cruzamento de abordagens promotoras da inovação.