

NCE/16/00121 — Apresentação do pedido - Novo ciclo de estudos

Apresentação do pedido

Perguntas A1 a A4

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:
Universidade Do Porto

A1.a. Outras Instituições de ensino superior / Entidades instituidoras:

A2. Unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.):
Faculdade De Letras (UP)

A3. Designação do ciclo de estudos:
Comunicação e Indústrias Criativas

A3. Study programme name:
Communication and Creative Industries

A4. Grau:
Mestre

Perguntas A5 a A10

A5. Área científica predominante do ciclo de estudos:
Ciências das Comunicação

A5. Main scientific area of the study programme:
Communication Sciences

A6.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF):
320

A6.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:
340

A6.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:
<sem resposta>

A7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:
120

A8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de Março):
4 semestres

A8. Duration of the study programme (art.º 3 DL-74/2006, March 26th):
4 semesters

A9. Número máximo de admissões:**30****A10. Condições específicas de ingresso:***Em conformidade com o artº 17º do DLei 63/2016, de 13 de setembro, são admitidos à candidatura.*

- 1. Titulares do grau de licenciado ou equivalente legal, nas áreas das Ciências da Comunicação, Ciência da Informação, Filosofia, Gestão, Economia e de outras áreas afins das Humanidades e Ciências Sociais.*
- 2. Titulares de grau académico superior estrangeiro conferido na sequência de um 1º Ciclo organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo (nas áreas referidas em 1);*
- 3. Titulares de grau académico superior estrangeiro, reconhecido como satisfazendo os objetivos do grau de Lic.º pelo órgão estatutariamente competente da FLUP.*
- 4. Detentores de currículo académico, científico ou profissional reconhecido pela CC, atestando capacidade para a realização do CE. As normas, nº de vagas e prazos de candidatura serão fixadas e publicitadas anualmente no Sigarra.*

A10. Specific entry requirements:*In accordance with the provisions of Article 17 of DL 63/2016, dated september 13, are admitted to candidacy.*

- 1. First degree of studies or legal equivalent; in the fields of Communication Sciences, Information Science, Philosophy, Management, Economics, and related fields of Humanities and Social Sciences.*
- 2. Foreign academic degree conferred following a 1st cycle of studies organized according to the principles of the Bologna Process by a State that has adhered to this Process (in the areas referred to in 1.)*
- 3. Foreign academic degree that is recognized as meeting the objectives of a teaching certificate by the statutorily competent body of FLUP*
- 4. Of an academic, scientific or professional curriculum that is recognized by the Scientific Committee as evidence of ability to complete this course. The standards, number of vacancies*

Pergunta A11**Pergunta A11****A11. Percursos alternativos como ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):****Não****A11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento (se aplicável)****A11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento, em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, specialization areas of the master or specialities of the PhD (if applicable)**

Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento:	Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD:
---	--

Não se aplica

Not applicable

A12. Estrutura curricular**Mapa I -****A12.1. Ciclo de Estudos:*****Comunicação e Indústrias Criativas*****A12.1. Study Programme:*****Communication and Creative Industries*****A12.2. Grau:*****Mestre*****A12.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):**

<sem resposta>

A12.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

<no answer>

A12.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained for the awarding of the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos* / Minimum Optional ECTS*
Ciências da Comunicação/Communication Sciences	CCOM	90	0
Ciências Empresariais/Business Sciences	CEMP	18	0
Qualquer área científica da UPorto (ao nível do 2º Ciclo)/Any scientific area from U. Porto (2nd Cycle)	QACUP	0	12
(3 Items)		108	12

Perguntas A13 e A16**A13. Regime de funcionamento:***Diurno***A13.1. Se outro, especifique:***Não se aplica***A13.1. If other, specify:***Not applicable***A14. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:***Faculdade de Letras da Universidade do Porto***A14. Premises where the study programme will be lectured:***Faculty of Arts of the University of Porto***A15. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional (PDF, máx. 500kB):**[A15._Regulamento Creditação Formação Anterior e Experiência Profissional UPorto.pdf](#)**A16. Observações:**

Este CE contará com um Diretor do CE, uma Comissão Científica composta por três docentes, um dos quais o(a) Diretor(a) do CE que a preside e uma Comissão de Acompanhamento paritária, composta por dois estudantes e dois docentes, um dos quais o Diretor do CE, que a preside. O curso de mestrado (não conferente de grau) em Comunicação e Indústrias Criativas, corresponde aos 1S e 2S curriculares (60 ECTS). No âmbito deste CE, o estudante terá que realizar um conjunto de seis UCs obrigatórias (48 ECTS): Metodologia de Investigação em Ciências da Comunicação e da Informação (1S), Gestão e Modelos de Negócio em Indústrias Criativas (1S), Estratégias Integradas da Comunicação (1S), Marketing, Cultura e Media (2S), Propriedade Intelectual e Criatividade (2S) e Empreendedorismo e Projetos Culturais (2S). Para cumprir os restantes 12 ECTS, do Curso de Mestrado (não conferente de grau) em "Comunicação e Indústrias Criativas", terá de ser escolhida 1 UC optativa por semestre, podendo ser cumprida em qualquer área científica da UP ao nível do 2o ciclo. No 2º ano, o estudante completará outros 60 ECTS, no âmbito das UCs de Seminário de Investigação em Comunicação e Indústrias Criativas (15 ECTS) e de Dissertação/ Estágio/ Projeto (45 ECTS). A opção por Dissertação adequase mais àqueles estudantes que têm por fim desenvolver competências de investigação, enquanto o Estágio e Projeto procuram dar resposta aos estudantes que pretendem adquirir competências práticas e profissionais.

A16. Observations:

This cycle of studies (CS) will have a Course Director and a Scientific Committee comprised of three faculty members, one of which, the Director, presides over it and a Joint Monitoring Committee composed of two students and two professors, one of which, the Director of the CS who presides. The "master course" in Communication and Creative Industries, which does not confer degree in, corresponds to the 1st and 2nd curricular semesters (60 ECTS). As part of this course, the student will have to make a six mandatory UC's (48 ECTS) Methodology in Communication and Information Sciences (1 S), Management and Business, Models in Creative Industries (1 S), Integrated Communications Planning (1 S), Marketing, Culture and Media (2 S), Intellectual Property and Creativity (2

S) and Entrepreneurship and cultural projects (2 S). To fulfill the remaining 12 ECTS of the Master, which does not confer degree, one optional UC must be chosen each semester, in any scientific area from the U. Porto (2nd Cycle). In the 2nd year, students will complete another 60 ECTS within the areas of Research Seminar on Communication and Creative Industries (15 ECTS) and Dissertation / Internship/ Project (45 ECTS). The choice of Dissertation fits more to those students that are designed to develop research skills, while the Internship and Project seeks to respond to students who wish to acquire practical and professional skills.

Instrução do pedido

1. Formalização do pedido

1.1. Deliberações

Mapa II - Despacho Reitoral

1.1.1. Órgão ouvido:

Despacho Reitoral

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

[1.1.2._Despacho reitoral_2ºC Comunicação e Indústrias Criativas.pdf](#)

Mapa II - Conselho Científico da FLUP/Scientific Council

1.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Científico da FLUP/Scientific Council

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

[1.1.2._1 1.pdf](#)

Mapa II - Conselho Científico/Scientific Council

1.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Científico/Scientific Council

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

[1.1.2._1 2.pdf](#)

Mapa II - Conselho Pedagógico/Pedagogical Council

1.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Pedagógico/Pedagogical Council

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

[1.1.2._1 3.pdf](#)

1.2. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos

1.2. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos

A(s) respetiva(s) ficha(s) curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa V.

António José Machuco Pacheco Rosa

2. Plano de estudos

Mapa III - - 1o Ano, 1o Semestre

2.1. Ciclo de Estudos:

Comunicação e Indústrias Criativas

2.1. Study Programme:

Communication and Creative Industries

2.2. Grau:
Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
<sem resposta>

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):
<no answer>

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
1o Ano, 1o Semestre

2.4. Curricular year/semester/trimester:
1st year/1st semester

2.5. 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	Observações / Observations (5)
Metodologia de Investigação em Ciências da Comunicação e da Informação/ Methodology in Communication and Information Sciences	CCOM	Semestral	243	TP – 39 OT -13	9	Obrigatória/ Mandatory
Gestão e Modelos de Negócio em Indústrias Criativas/ Management and Business Models in Creative Industries	CEMP	Semestral	243	TP – 39 OT - 13	9	Obrigatória/ Mandatory
Estratégias Integradas da Comunicação/Integrated Communications Planning	CCOM	Semestral	162	TP – 26 OT-13	6	Obrigatória/ Mandatory
Opção Uporto/ Option UPorto	QACUP	Semestral	162	Depende da opção escolhida	6	Optativa/Opcional
(4 Items)						

Mapa III - - 1o Ano, 2o Semestre

2.1. Ciclo de Estudos:
Comunicação e Indústrias Criativas

2.1. Study Programme:
Communication and Creative Industries

2.2. Grau:
Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
<sem resposta>

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):
<no answer>

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:
1o Ano, 2o Semestre

2.4. Curricular year/semester/trimester:

1.º year/2nd semester**2.5. 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	Observações / Observations (5)
Marketing, Cultura e Media/ Marketing, Culture and Media	CEMP	Semestral	243	TP – 39 OT -13	9	Obrigatória/Mandatory
Propriedade Intelectual e Criatividade/ Intellectual Property and Creativity	CCOM	Semestral	243	TP – 39 OT -13	9	Obrigatória/Mandatory
Empreendedorismo e Projetos Culturais/ Entrepreneurship and cultural projects	CCOM	Semestral	162	TP – 26 OT-13	6	Obrigatória/Mandatory
Opção UPorto/ Option UPorto	QACUP	Semestral	162	Depende da opção escolhida	6	Optativa/Opcional

(4 Items)**Mapa III - - 2.º ano****2.1. Ciclo de Estudos:*****Comunicação e Indústrias Criativas*****2.1. Study Programme:*****Communication and Creative Industries*****2.2. Grau:*****Mestre*****2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):*****<sem resposta>*****2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):*****<no answer>*****2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:*****2.º ano*****2.4. Curricular year/semester/trimester:*****2nd year*****2.5. 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	Observações / Observations (5)
Seminário de Investigação em Comunicação e Indústrias Criativas / Research Seminar on Communication and Creative Industries	CCOM	Anual	405	S-39 OT -52	15	Obrigatória/Mandatory
Dissertaçãoa)/Estágio b)/Projetoc)/ Dissertation / Internship/ Project	CCOM	Anual	1215	52 OT a); 360 E b); 52 OTC)	45	Obrigatória/Mandatory

(2 Items)**3. Descrição e fundamentação dos objetivos, sua adequação ao projeto educativo, científico e cultural da instituição, e unidades curriculares**

3.1. Dos objetivos do ciclo de estudos

3.1.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos:

- A) Proporcionar formação pós-graduada em Comunicação e Indústrias Criativas, segundo um modelo que conjuga o ensino/aprendizagem das matérias lecionadas com uma vertente que se destina a dotar os estudantes de ferramentas e experiência profissionais, tudo isto inscrito no campo interdisciplinar das Ciências da Comunicação;*
- B) Fomentar a prática da investigação em Comunicação e Indústrias Criativas, incentivando a autonomia do estudante no seu percurso académico e profissional;*
- C) Preparar profissionais com um sólido conhecimento que potencie a criação de valor nas indústrias e produtos criativos e culturais;*
- D) Sensibilizar para a importância da propriedade intelectual como ativo estratégico das organizações, da produção de conteúdos e das marcas criativas;*
- E) Identificar e analisar fatores críticos de sucesso no setor criativo, nomeadamente ao nível das estratégias de comunicação, papel dos media, marketing, modelos de negócio, empreendedorismo e elaboração de projetos.*

3.1.1. Generic objectives defined for the study programme:

- A) To provide postgraduate training in Communication and Creative Industries, to a design which combines the teaching/ learning contents taught with a section that is designed to provide students with professional tools and experience; always in the interdisciplinary field of Communication Sciences.*
- B) To promote the practice of research in Communication and Creative Industries, encouraging student autonomy in their academic career;*
- C) To prepare professionals with a solid understanding that enhances value creation in creative and cultural industries and products .*
- D) To raise awareness of the importance of intellectual property as a strategic asset of organizations, content production and creative brands;*
- E) Identify and analyze critical success factors in the creative sector, particularly in terms of communication strategies, media strategies , marketing, business models, entrepreneurship and development projects.*

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

Com este programa espera-se que os estudantes:

- A) Obtenham uma sólida formação teórica no campo das Ciências da Comunicação aplicado ao campo transversal das Indústrias Criativas;*
- B) Produzam Dissertações, Relatórios de Estágio e de Projeto, assentes na discussão e na prática contemporânea do seu campo de estudos;*
- C) Sejam capazes de participar em programas de investigação aplicada, tanto na sua área de especialidade como nas de interface entre as Ciências da Comunicação e as Indústrias;*
- D) Obtenham competências para a comunicação científica e a práticas aplicadas a profissões e projetos no âmbito das Ciências da Comunicação e das Indústrias Criativas;*
- E) Adquiram capacidades científicas, técnicas e relacionais que potenciem a atitude empreendedora – e intra-empreendedora – na criação de negócios e projectos criativos que contribuam para o desenvolvimento regional e nacional.*

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

With this program, students are expected to:

- A) Obtain a solid theoretical background in the fields of Communication Sciences applied to the transversal field of Creative Industries;*
- B) Produce creative Dissertations, Internship Reports and Projects anchored in contemporary discussions and practices of their field of study;*
- C) Be able to lead fundamental and applied research programs, either in their area of expertise, and in the interface between Communication Sciences and Creative Industries;*
- D) Obtain skills for scientific communication and the practice of professions in the framework of the Communication Sciences and Creative Industries;*
- E) May play consultancy roles in institutions, businesses and other public and private organizations in the areas of Communication Sciences and Creative Industries;*
- F) Acquire scientific, technical and relational that enhances an entrepreneurial attitude in the creation of business and creative projects.*

3.1.3. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa face à missão da instituição:

Tendo a Universidade do Porto por Missão a criação de conhecimento científico, cultural e artístico, a formação de nível superior fortemente ancorada na investigação, a valorização social e económica do conhecimento e a

participação ativa no progresso das comunidades em que se insere, o CE que agora se propõe contribui para esta missão pelo seu próprio âmbito de estudo. Partindo de um dos Temas do Plano Estratégico e as Grandes Linhas de Acção da U.Porto aprovado em 2011, que é o do desenvolvimento económico e social da Região e do País, o CE que se propõe pode ser um veículo para assegurar condições para a valorização económica e académica do conhecimento aplicado às Comunicação e Indústrias Criativas. Enquadrando-se dentro do Plano Estratégico, a área das indústrias criativas e culturais assume, hoje em dia, uma importância vital na renovação do tecido empresarial de uma região ou país, com a vantagem de potenciar a criação de emprego jovem e qualificado, na medida em que se trata de um setor que exige recursos humanos com um nível elevado de formação e competências, bem como espírito, criatividade e capacidade de inovação. A relevância do cluster de indústrias criativas e culturais (considerado também um setor prioritário no Portugal 2020, no âmbito das políticas públicas nacionais e regionais) tem ganho uma expressão importante na Região Norte, em que se juntaram à Universidade do Porto entidades como a Fundação Serralves e a CCRN para dinamizar estudos e mapear o sector criativo da região. Particularmente relevante para o CE que se propõe, foi a criação, no âmbito do Parque de Ciência e Tecnologia da Universidade do Porto (UPTEC), do Polo das Indústrias Criativas. Visando a transferência de conhecimento entre a universidade e o mercado, o Polo desenvolve a sua ação em áreas relevantes para o CE, nomeadamente em comunicação, design e edição.

Além disso, os objetivos gerais enumerados cumprem também a missão da FLUP de ensinar e orientar para a investigação avançada e a especialização ao serviço da sociedade, visando o reconhecimento nacional e internacional, dentro de um espírito crítico de valorização permanente e qualificação. O CE que agora se propõe pretende: 1) Complementar uma estratégia de formação na área científica das Ciências da Comunicação, cuja oferta formativa já está presente na FLUP no 1º ciclo; 2) Preparar os estudantes para aprofundamento da investigação académica na área das indústrias culturais e criativas, nomeadamente em programas de doutoramento da UP; 3) Responder à necessidade de fornecer uma formação pós-graduada que corresponda às exigências e necessidades da sociedade e do mercado de trabalho. Nesse contexto, o CE surge como um passo estratégico natural para produzir, partilhar e maximizar conhecimento já produzido no Departamento de Ciências da Comunicação e da Informação, e na UP de uma maneira mais alargada, e satisfazer a procura de produtos educativos relacionados com as Indústrias Criativas e a Comunicação.

3.1.3. Insertion of the study programme in the institutional training offer strategy against the mission of the institution:
Being University of Porto's Mission the creation of scientific, cultural and artistic knowledge, the formation of higher education strongly anchored in research, the social and economic valorization of knowledge and the active participation in the progress of the communities in which it operates, the new CE proposes to contribute to this mission by their own course of study. Starting from one of the Themes of the Major Lines of Action and Strategic Plan of the U.Porto for the period 2011-2015, which is the economic and social development of the region and the country, the new CE can be a vehicle to ensure conditions for economic and academic valorization of knowledge applied to the Communication and Cultural Industries.

Inserted in the Themes of the Major Lines of Action and Strategic Plan, the field of creative and cultural industries takes today a vital importance in the renewal of the business network of a region or country, with the advantage of developing the creation of young and skilled labor, since it is a sector that requires human resources with a high level of training and skills, as well creativity and innovativeness. The relevance of the cluster of creative and cultural industries (also considered a priority sector in the Portugal 2020 program, in the context of national and regional policies) has won an important expression in the North, where they joined the University of Porto was joined by entities such as the Serralves Foundation and CCRN to increase the research and map the creative sector in the region. Particularly relevant to the CE here proposed, was the creation, in the Science and Technology Park of the University of Porto (UPTEC), of the Creative Industries Center. Aimed at transferring knowledge between universities and the market, the Center develops its action in areas relevant to the CE, notably in communication, design and editing.

Furthermore, the general objectives presented herein and within the specificity of this proposal fulfill the mission of the Faculty to teach and guide for advanced research, the expertise at the service of society aiming at national and international recognition within a critical and a free spirit and of on-going recognition and qualification. The CE now proposed seeks to: 1) Complement a training strategy in the scientific area of Communication Sciences, an area already present in FLUP in the 1st cycle; 2) Prepare students to advance academic research in the field of cultural and creative industries, namely in doctoral programs of UP; 3) Respond to the need to provide post-graduate training that matches the demands and needs of society and the labor market. In this context, the CE appears as a natural strategic step aimed to produce, share and maximize the knowledge produced in the Department of Communication Sciences and Information, and in the UP in general, and as a way to meet the demand for educational products related to the Creative Industries and Communication.

3.2. Adequação ao projeto educativo, científico e cultural da Instituição

3.2.1. Projeto educativo, científico e cultural da Instituição:

A FLUP é uma Unidade Orgânica da Universidade do Porto vocacionada para a investigação e o ensino nas ciências humanas e sociais, para a criação cultural e para o desenvolvimento científico, social e económico. Além das licenciaturas em Arqueologia, Ciência da Informação, Ciências da Linguagem, Estudos Portugueses e Lusófonos, Línguas Aplicadas, Línguas e Relações Internacionais, Filosofia, Geografia, História, História da Arte, Ciências da Comunicação (Jornalismo, Assessoria, Multimédia), Línguas, Literaturas e Culturas, e Sociologia,

disponibiliza dezenas de cursos de pós-graduação e cursos livres e de formação contínua, quer de línguas quer de áreas científicas especializadas. No domínio da investigação, a FLUP acolhe 8 Unidades de I&D reconhecidas e financiadas pela FCT, com produção científica regular. A diversidade de encontros científicos nacionais e internacionais confirma a vitalidade da investigação, visível também nas publicações dos docentes. A FLUP está empenhada na modernização dos serviços, com vista à melhoria das condições do ensino e da investigação, e ao desenvolvimento económico, social, tecnológico e cultural da região e do País. Outro aspeto a realçar está relacionado com a importância atribuída à partilha de conhecimento com o exterior, criando-se canais que facilitem a disseminação dos resultados de Unidades de I&D e que convidem a sociedade a procurar a colaboração da UP em determinadas áreas de investigação, desenvolvimento e serviços com valor cultural e económico à escala nacional e internacional. Em 1990, foi criada a área do Jornalismo e Ciências da Comunicação como parte integrante do projecto formativo da FLUP. Essa área esteve na origem do actualmente existente Departamento de Ciências da Comunicação e da Informação, no âmbito do qual é ministrada a Licenciatura em Ciências da Comunicação: Jornalismo, Assessoria, Multimédia que, últimos 5 anos formou 437 estudantes, e o Mestrado em Ciências da Comunicação, que, nos últimos 5 anos, formou 127 estudantes. A compatibilidade dos objetivos do CE agora proposto com o projeto educativo, científico e cultural da UP em geral, e da FLUP em particular, é evidente no curriculum vitae dos docentes deste programa.

3.2.1. Institution's educational, scientific and cultural project:

FLUP is a component unit of the University of Porto dedicated to teaching and research in the areas of Human and Social Sciences, to cultural creation and to the scientific, social and economic development of the country. It offers undergraduate degrees in Archaeology, Information Science, Portuguese and Lusophone Studies, Applied Languages, Languages and International Relations, Geography, History, Art History, Communication Sciences (with three branches: Journalism, Public Relations and Multimedia), Languages, Literatures and Cultures, and Sociology, and offers continuous training courses, to undergraduates and post-graduates both in the field of languages and of different specialized scientific areas. In the field of research, FLUP hosts 8 Research Units accredited and financed by the Portuguese Foundation for Science and Technology, which are involved in regular and varied scientific activities. The diversity of scientific meetings, congresses, conferences and national and international seminars bears witness to the vitality of the research conducted, also visible in its academic staff's publications. The Faculty is further committed to modernizing all its services so as to improve its teaching, research and vocational training activities and the cultural development of the region and the country. Another aspect is related to the importance given to the sharing of knowledge with the outside world, by creating means by which the results of R&D units can be disseminated in order to invite society to seek the collaboration of the UP in certain areas of research, development and services at national and international level. In 1990 it was created the area of Journalism and Communication Sciences, as part of the formation program of FLUP. This area was at the origin of the currently existing Department of Communication and Information Sciences, under which there is the Bachelor in Communication Sciences: Journalism, Public Relations, Multimedia, which in the last five years graduated 437 students, and the Master of Science in communication, which in the last five years graduated 127 students. The compatibility of the now proposed CE objectives with the educational project, scientific and cultural project of the UP in general, and the FLUP in particular, is evident from the curriculum vitae of teachers associated to this program.

3.2.2. Demonstração de que os objetivos definidos para o ciclo de estudos são compatíveis com o projeto educativo, científico e cultural da Instituição:

O presente programa de 2º Ciclo, cumprindo os requisitos definidos no Regulamento Geral dos Segundos Ciclos de Estudos da Universidade do Porto (Despacho nºGR.02/06/2014) visa fornecer uma oportunidade de formação pós-graduada em Comunicação e Indústrias Criativas, numa especialização de natureza académica com recurso à atividade de investigação, de inovação ou de aprofundamento de competências profissionais (Artº3-5). Esta proposta de CE permite aos futuros estudantes continuar as especializações adquiridas na licenciatura Ciências da Comunicação e áreas afins, assim como acolher estudantes das diferentes áreas de conhecimento. A criação deste novo CE contribui para a realização dos objetivos definidos pela FLUP no sentido de se ampliar as suas competências educativas e científicas. Assim, o programa deste CE pretende desenvolver ações de divulgação interna e externa do trabalho realizado pelos docentes e estudantes. Este trabalho poderá estar associado aos projetos de investigação das Unidades de I&D a que pertencem os docentes do CE.

Dado que o Departamento de Ciências da Comunicação e da Informação tem vindo a desenvolver actividades académicas relacionadas com o estudos de media, importa realçar que a área do jornalismo faz parte das indústrias criativas que têm mais impacto na economia e que, simultaneamente, estão mais orientadas para o mercado, nomeadamente a imprensa – que engloba a publicação de livros, jornais e revistas –, a indústria cinematográfica e a indústria dos meios de transmissão e difusão. Em qualquer um destes exemplos, à semelhança dos outros setores que compõem as indústrias criativas, a primeira etapa de produção é sempre a criatividade, seja esta levada a cabo por empresas ou somente por indivíduos.

Finalmente, importa ainda referir que, tal como sucede com muitos outros CE da FLUP, os responsáveis do programa irão procurar estabelecer parcerias externas, com entidades e empresas (dentro ou fora da região) que operem direta ou indiretamente no setor criativo e cultural, nomeadamente para acolher estágios, ou colaborar no desenvolvimento de projetos ou negócios que possam vir a ser criados no âmbito do CE, fomentando a cooperação entre a academia e a indústria e estimulando o espírito empreendedor ou intra-empreendedor.

3.2.2. Demonstration that the study programme's objectives are compatible with the Institution's educational, scientific and cultural project:

This 2nd Cycle program, fulfilling the requirements set out in the General Regulations of the Second Cycles of Studies of the University of Porto (Order nºGR.02 / 06/2014), aims to provide an opportunity for post-graduate training in the fields Communication and Creative Industries with an academic specialization resorting to research activity, innovation or further development of professional skills (Artº3-5). This CE proposal allows prospective students to continue specializations acquired in undergraduate studies in Communication, as well as welcoming students from different areas of knowledge. The creation of this new CE contributes to achieving the objectives set by the Faculty in order to enlarge their educational and scientific skills. Thus, this CE program aims to develop internal and external dissemination actions of the work developed by Faculty members and students. This work could be associated with research projects carried out at R&D Units to which the CE teachers are associated. Since the Department of Communication and Information Sciences has been developing academic activities related to media studies, it should be pointed out that the area of journalism is part of the creative industries that have more impact on the economy and that, simultaneously, are more oriented to the market, namely the press - which includes the publication of books, newspapers and magazines -, the movies industry and the industry of broadcasting media. In any of these examples, like the other sectors that have its place in the creative industries, the first stage of production is always creativity, whether carried out by corporations or by individuals. Finally, it should also be noted that, as with many other cycles of studies at FLUP, the director of studies will seek to establish external partnerships with entities and companies (within or outside the region) operating directly or indirectly in the creative and cultural sector, particularly internships, or collaborate in the development of projects or businesses that may be created in the course, encouraging cooperation between academia and industry and stimulating a spirit of entrepreneurship.

3.3. Unidades Curriculares

Mapa IV - Metodologia em Ciências da Comunicação e da Informação

3.3.1. Unidade curricular:

Metodologia em Ciências da Comunicação e da Informação

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

Armando Manuel Barreiros Malheiro da Silva 39TP + 13OT

3.3.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Methodology in Communication and Information Sciences

Não se aplica

Not applicable

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

Considerando as metodologias de investigação, incluindo o método quadripolar, como uma base importante para a capacidade de os estudantes desenvolverem um pensamento crítico e aplicarem metodologias para aplicar metodologias de recolha e análise de informação com base em critérios e rigor científicos, esta UC parte dos princípios clássicos- boas práticas-de investigação em ciências sociais, em ciências da comunicação e da informação com aplicação concreta ao estudo das indústrias criativas e culturais.

1.Abordar as principais metodologias em Ciências da Comunicação e da Informação

2.Tomar consciência das várias partes integrantes de um trabalho académico de investigação, bem como a sua utilidade da análise de tendências e oportunidades de mercado.

3.Caracterizar a investigação quanto ao método e ao propósito, de forma a dar orientações sobre técnicas e instrumentos de recolha de dados adequadas a cada situação e contexto relevante para as Ciências da Comunicação e da Informação.

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

Considering the research methodologies, including quadripolar method, as an important basis to prepare students to develop critical thinking and apply methodologies for collecting and analyzing information based on scientific criteria and accuracy, this course starts with the research classical principles in social sciences and communication and information sciences, with practical application to the study of cultural and creative industries.Main objectives:

1. Meet the main approaches to Communication and Information Sciences methodologies;

2. Provide a broad knowledge about possible strategies for proper identification and selection of information resources;

3. Present the fundamental aspects of research guided by the quadripolar method, and improve critical thinking, either on a theoretical (reflection upon methodologies of culture and media studies) or on a practical level (case

studies and action-research in cultural and creative projects).

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *Princípios, métodos clássicos de investigação e recolha de informação em ciências sociais e humanas.*
2. *As Ciências da Comunicação e da Informação como projeto epistemológico e formativo em construção.*
3. *. Metodologia e Método para as Ciências da Comunicação e da Informação no contexto das indústrias culturais e criativas*
4. *O método quadripolar aplicado às ciências sociais e na prática de investigação em ciências da comunicação e estudos culturais, nomeadamente:*
5. *Aplicação teórica e prática da investigação polar ao estudo e projetos nas Industrias Criativas e Culturais.*

3.3.5. Syllabus:

1. *Principles, research classic methods and information gathering in the Humanities and Social Sciences as well as the operative distinction between methodology and method.*
2. *Communication and Information Sciences as an under construction epistemological and training project.*
3. *Methodology and Method for Communication and Information Sciences in the context of cultural and creative industries.*
4. *The quadripolar method applied to Social Sciences and in research practice in Communication Sciences and Cultural Studies, focusing the explanation of its four poles;*
5. *Theoretical and practical application of polar research to the Creative and Cultural Industries study and projects.*

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

Tendo a unidade curricular como objectivo central o desenvolvimento de competências sobre as metodologias em Ciências da Comunicação e da Informação, a UC abordará em detalhe as principais teorias existentes nessa área, visando fornecer o enquadramento que permitirá aos estudantes recolher e organizar informação de modo consistente. Através do domínio do método quadripolar, visa-se que os estudantes sejam capazes de realizar trabalhos de investigação que constituirão ferramentas que lhes permitam desenvolver com sucesso outras UC constantes do ciclo de estudos em Comunicação e Indústrias Criativas.

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

Having the course as core objective the development of methodological skills in Communication and Information Sciences field, the curricular unity will address in detail the major existing theories in this area, aiming to provide the framework that will allow students to consistently gather and organize information. Through students' mastery of quadripolar method, the aim is to enable them with tools, resulting from the carried out research works, which will support the successful development of other course units.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas teórico práticas (TP) compreenderão uma componente mais expositiva e uma componente de aplicação prática de conhecimentos adquiridos. Na parte quantitativa, haverá aulas práticas numa sala de informática, para domínio do SPSS. As sessões de OT destinam-se ao acompanhamento de trabalhos práticos e ao melhor esclarecimento de conteúdos programáticos. Esta UC funciona com avaliação distribuída sem exame final. A avaliação terá componentes formativas e contínuas, conjugando parâmetros flexíveis com outros mais "convencionais", como um teste.. Existirá uma avaliação formativa continuada com uma ponderação de 5%, uma avaliação da execução das tarefas realizadas, com uma ponderação de 80%, e um teste escrito final, com uma ponderação de 15%. Para os estudantes com estatuto especial aplica-se o regulamento e legislação em vigor.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The theoretical-practical lessons (TP) comprise a more expository component and a practical component direct to the application of acquired knowledge. In the quantitative approach, there will be practical lessons focusing the SPSS domain. OT sessions are intended for the monitoring of practical assignments and better understanding of syllabus.

The assessment considers distributed evaluation without final exam. It includes continuous training components, combining flexible parameters with more "conventional" ones, as a test. There will be a continuous formative assessment with a weighting of 5%, an assessment of the tasks performed, with a weighting of 80%, and a final written test, with a weighting of 15%. For students with special status it will be applied the current regulation and legislation.

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

Nesta UC predominará a identificação, análise e aplicação de metodologias científicas no âmbito das ciências sociais e humanas, incluindo o foco nas ciências da informação e comunicação, com destaque para o método

quadripolar. Também serão abordadas técnicas fundamentais da investigação, nomeadamente inquéritos, entrevistas e análise de conteúdo. Essas técnicas fazem parte imprescindível do polo técnico, no qual se insere a prática de SPSS.. Esse enquadramento terá de estar refletido nas tarefas desenvolvidas pelos estudantes, sobretudo na componente de avaliação da execução das tarefas realizadas por cada estudante.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes: *Focus on identification, analysis and application of social sciences and humanities' scientific methodologies, centered on information and communication sciences, particularly the quadripolar method. It will also be addressed fundamental research techniques, such as surveys, interviews and content analysis. These techniques are an essential part of the technical polo, which incorporates the practice of SPSS. This framework needs to be reflected in the tasks developed by the students, mainly in the evaluation component of those implemented by each student.*

3.3.9. Bibliografia principal:

Gay, L. R., Mills, G & Airasian, P.; *Educational Research: competencies for analysis and applications*, 2011
 Andreia Hall; *Grande Maratona de Estatística no SPSS*, Escolar Editora, 2011. ISBN: 9789725923016
 Altheide, D.L., 1996, *Qualitative Media Analysis*, Sage, Thousand Oaks, CA.
 Azevedo, J. & Esteves, A. (Eds.), 1998, *Metodologias Qualitativas para as Ciências Sociais*, Porto, Instituto de Sociologia.
 Gaunt, P. (Ed.) 1993, *Beyond Agendas: New Directions in Communication Research*, Greenwood Press, Westport, Conn
 Hall, A., Neves, C. & Pereira, A. (2007), *Grande Maratona de Estatística no SPSS*, mimeo
 Littlejohn, S.W. 1989, *Theories of Human Communication* (3rd edn), Wadsworth Publishing Coy, Belmont, Ca.
 Murteira, B., 1983, Clack, G., *Estatística Descritiva*, McGraw-Hill.
 Murteira, B., 1993, *Análise Exploratória de Dados*, McGraw-Hill.
 Pestana, M.H., Gageiro, J.N., 2000, *Análise de Dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS*, Edições Sílabo

Mapa IV - Gestão e Modelos de Negócio em Indústrias Criativas

3.3.1. Unidade curricular:

Gestão e Modelos de Negócio em Indústrias Criativas

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

João Paulo de Jesus Faustino 39TP + 13 OT.

3.3.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Management and Business Models in Creative Industries

Não se aplica

Not applicable

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

Pretende-se que os estudantes fiquem capacitados e motivados para atingir os seguintes objetivos:
Introduzir ao estudante o conceito e problemática da envolvente económica e empresarial da atividade criativa, cultural e jornalística, incluindo as variáveis internas e externas que influenciam o negócio, a gestão e o respectivo mercado;
Determinar a especificidade, importância e influência que decorre do conhecimento da envolvente – das organizações - para a tomada de decisões das empresas e produtos criativos;
Dar a conhecer conceitos, princípios, técnicas e modelos de negócio e gestão de empresas/organizações criativas e culturais.
Estimular a capacidade crítica e concetual articulada entre a teoria e prática;
Fomentar a estreita relação entre o estudante, empregadores e empreendedores;
Potenciar a participação ativa nas aulas e realização de trabalhos teóricos e práticos;
Partilhar experiências, conhecimento e identificar modelos de negócio competitivos;

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

During the sessions the students will be capacitated and motivated to achieve the following goals:
 • *Introduce to the student the concept and problematic of the economic and business environment of the creative, cultural and journalistic activity, including the internal and external variables which influence the business;*
 • *Determine the specificity, importance and influence of the knowledge of the environment - of the organizations -*

for decision-making of companies and creative products, being strategic or operational.

- *Knowing concepts, principles, techniques and models of management of creative and cultural companies/organizations and allow a global vision of the business, financing and market of the creative products.*
- *Stimulate the critical and conceptual capacity articulated with theory and practice;*
- *Develop a close relationship between the student and the job market;*
- *Potentiate the participation in class and development of practical works;*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

As sessões focam-se em três níveis: i) paralelismo entre os princípios de gestão aplicado à generalidade das indústrias e as especificidades da indústria criativa e cultural; ii) ênfase nos diversos domínios associados à aplicação de boas práticas de organização e gestão de empresas e projectos criativos; e iii) aplicação de prática de conhecimento para a elaboração de um plano de negócio e fontes de financiamento. Os temas a abordar são:

- Especificidades da indústria criativa, mercado e gestão*
- *Especificidades e características dos produtos criativos*
 - *Fatores envolventes que influenciam os projectos e negócios*

- Gestão estratégica, cadeia de valor e modelos de negócio*
- *Gestão empresarial, planeamento estratégico e inovação*
 - *Modelos de gestão e cadeias de valor da indústria criativa*

- Planos de negócio e identificação de fontes de financiamento*
- *Identificação de oportunidades de negócios no sector criativo*
 - *Criação, elaboração e implementação de empresas e planos de negócio*

3.3.5. Syllabus:

The sessions will be divided in three main levels of approach: 1) parallelism between the principles of marketing applied to industries and the specificities of the creative and cultural industries; 2) emphasis in the several domains related to applying best practices of marketing and research system of markets; 3) application of knowledge to the elaboration of a business plan. In this context, the following themes will be approached:

- Specificities of the creative industry, market and management*
- *Specificities and characteristics of creative products*
 - *Factors of the environment that influence projects*

- Strategic management, chain of value and business models*
- *Business management, strategic planning and innovation*
 - *Managing models and chains of value of the creative industry*

- Business plans and identification of financing sources*
- *Identification of business opportunities in the cultural sector*
 - *Creation and elaboration of companies and creative business plans*

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

A unidade curricular tem como objetivo central o desenvolvimento de competências na área da gestão empresarial, ao nível estratégico e operacional, aplicada a organizações, empresas e projetos criativos, culturais e jornalísticos. Com este propósito o programa aborda matérias relacionadas com as políticas, estratégias, táticas e outras práticas de gestão e organização aplicadas ao setor criativo. Neste sentido, a função expositiva é um elemento insubstituível, na medida em que constitui um procedimento básico de transmissão do conhecimento ao estudante. No entanto, o método expositivo será complementado com outras estratégias metodológicas, razão pela qual se irá recorrer à análise de estudos de caso, visitas de estudo, criação de planos de negócio, realização de leituras orientadas, assim como outras técnicas que potenciem a aprendizagem e partilha de conhecimento entre os professores e estudantes. Os estudantes serão também avaliados pelo contributo no debate, assim como através da realização de atividades práticas e teóricas.

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

This discipline has as main goal the development of competences in the area of strategic and operational marketing management applied to creative, cultural and journalistic organizations, companies and projects. Therefore, the program approaches subjects related to policies, strategies, tactic and other practices of management applied to the creative and cultural sector. In this sense, the expositive function is an irreplaceable element, as it constitutes a basic way of transmitting knowledge to the student. However, the lecture method is supplemented with other methodological strategies, which is why we will appeal, sometimes, to the analysis of case studies, project creation and realization of guided readings, as well as other techniques that enhance learning

and sharing knowledge among teachers and students. The students will be evaluated by the contribution in the debate, as well as through practical activities.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os estudantes realizarão os seguintes trabalhos:

- *Leituras obrigatórias: o docente entregará um livro, estudo, ou artigo científico na área de gestão de empresas, organizações e projetos criativos, cujas ideias centrais deverão ser aprofundadas com investigação complementar.*
- *Trabalho Prático: Os estudantes serão orientados e incentivados a desenvolver uma ideia - negócio - relacionado com a indústria criativa que deverá ser sistematizada num plano de negócios (business plan).*
- *Trabalho de investigação: Os estudantes deverão realizar individualmente um trabalho de investigação sobre um dos temas a propor pelo professor na área da gestão, mercados e políticas relacionadas com indústrias criativas, culturais e jornalísticas.*
- *Os estudantes que não obtiverem aprovação na avaliação contínua poderão submeter-se à avaliação final por exame.*

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The students must do the following works:

- *Mandatory readings. The teacher will present a book, study or scientific paper in the field of marketing of creative companies and projects for the students to create a synthesis, which main ideas should be developed with complementary research.*
 - *Practical work. The students will be orientated to develop an idea - business - related to creative industry (press, radio, TV, books, cinema, music, theatre, dance, museums, for example), in a business plan where it will be described all the strategy, and other fundamental aspects for the project or business, including the business model..*
 - *Research work: The students must write individually a research work - or case study about one of the themes to be proposed by the teacher in the field of management, markets and policies related to creative, cultural and journalistic industries.*
- The students who don't get approval can submit for final evaluation through exam*

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

Para alcançar as metas propostas, considera-se, antes de mais, importante que o estudante aprenda a fazer, pelo que todos os esforços a desenvolver nesse sentido são fundamentais. No entanto, nenhuma metodologia - ou recurso didático - será válido se o estudante não se esforçar por aprender e assimilar referenciais teóricos. As aulas teóricas e práticas constituem um elemento central da UC, tendo a vantagem de canalizar o pensamento do estudante face ao objetivo pretendido pelo professor. Por seu lado, a função expositiva será um elemento insubstituível, na medida em que constitui um procedimento básico de transmissão do conhecimento ao estudante.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

To achieve the proposed goals, it is above all important that students learn by doing, so all efforts to develop this sense are indispensable. However, no methodology - or teaching resource - will be valid if the student does not strive to learn. In this sense, the theoretical and practical classes are a central element of the discipline, having the advantage of confining student thinking against the objective sought by the teacher. For its part, the expository function is irreplaceable, as it is a basic procedure of transmitting knowledge to the student.

3.3.9. Bibliografia principal:

- *Allen, Paulo. (2007): Artist Management. Focal Press. New York.*
- *Bilton, Chris (2007): Management and creativity: from creative industries to creative management. Malden, MA: Blackwell Publishing*
- *Faustino, Paulo; Moreira, Sónia. (2015): Estratégias, Economia e Administração de Empresas de Mídia e Criativa, UERJ – Formalpress/Media XXI. São Paulo.*
- *Faustino, Paulo. Coord. (2013). Indústrias Criativas, Media e Clusters. Formalpress/Media XXI. Lisboa.*
- *Faustino, Paulo. (2012): "Tendências de gestão, marketing e modelos de negócio nas editoras de livros", in Brand Trends Journal, pp: 41-57. Year 02, Vol. 2, nº 02, April.*
- *Hotho, Sabine; Katherine Champion, (2011): "Small businesses in the new creative industries: innovation as a people management challenge", Management Decision, Vol. 49 Iss: 1, pp.29 - 54*
- *Townley, Barbara; Nic Beech and Alan McKinlay (2009): "Managing in the creative industries: Managing the motley crew", Human Relations, Volume 62(7): 939–962*

3.3.1. Unidade curricular:***Estratégias Integradas da Comunicação/Integrated Communications Planning*****3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:*****Fernando Vasco Moreira Ribeiro 26TP + 13 OT*****3.3.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:*****Integrated Communications Planning******Não se aplica******Not applicable*****3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):*****Objetivos******Dotar os estudantes de conhecimentos estratégicos na área da comunicação empresarial e institucional.******Desenvolver técnicas e táticas de comunicação integrada. Promover a capacidade de investigação em ciências sociais.******Competências******Os discentes ficarão capazes de desenhar um plano de estratégico de comunicação para uma empresa ou instituição, nomeadamente na área cultural. Terão argumentos teóricos e práticos para avaliar e criticar processos de comunicação integrada.*****3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):*****Goals******Provide students with strategic expertise in the field of corporate and institutional communication. Develop techniques and tactics of integrated communications. Promote research capacity in social sciences.******Competences******The students will be able to design a strategic communication plan for one corporate or one institution, particularly in the cultural sphere. They will have theoretical and practical arguments to evaluate and criticize integrated communication processes.*****3.3.5. Conteúdos programáticos:*****I.Breve história da comunicação pública******II.Modelos e correntes da comunicação integrada******III.Teorias, campos e conceitos da projeção de mensagens******IV.Técnicas e ferramentas da comunicação integrada:******a.Assessoria de imprensa******b.Comunicação interna******c.Publicações e jornalismo transgénico******d.Comunicação de crise******e.Public Affairs******f.Eventos******g.Responsabilidade social******V.O Plano Estratégico de Comunicação*****3.3.5. Syllabus:*****I. Brief history of public communication******II. Models and theories of integrated communication******III. Theories, concepts and fields of messages projection******IV. Integrated communication tools:******a. Media relations******b. Internal communication******c. Publications and institutional journalism******d. Crisis communication and. public affairs******e. Events******f. Social responsibility******V. The Strategic Communication Plan*****3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

O conteúdo programático contempla uma abordagem prática da assessoria de imprensa, assim como a análise de vários casos práticos do universo das Indústrias Criativas e das Ciências da Comunicação.

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

The syllabus includes a practical approach to media relations, as well as the analysis of several case studies the universe of Creative Industries.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Método expositivo, seminários/conferências, tutorias e elaboração/apresentação oral de projetos de investigação. No final do semestre, os estudantes terão que apresentar uma proposta de Plano Estratégico de Comunicação (PEC) na área das Indústrias Culturais, assim como três recensões de livros (RL) desta área, sendo obrigatório apresentar os quatro trabalhos.

Nota Final = PEC 40% + RL 20% + RL 20% + RL 20%.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Expositive method, seminars/conferences, tutorials and preparation / oral presentation of research projects.

At the end of the semester, students will have to submit a proposal for Strategic Communication Plan (SCP) in the area of cultural industries, as well as three book reviews (BR) of this area, and must present the four papers.

Final Grade = SCP 40% + BR3 (20% + 20% + 20%)= 100%

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

Todo o conteúdo programático prevê uma abordagem às mais recentes teorias e técnicas da comunicação integrada, assim como toda a formação contempla análise crítica de diversos estudos de casos nacionais e internacionais.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The entire curriculum provides an approach to the latest theories and techniques of integrated communication, as well as all training includes critical analysis of several studies of national and international cases.

3.3.9. Bibliografia principal:

•Davis, A. (2000), Public relations, news production and changing patterns of source access in the British national media. [Retirado de]. Media, Culture & Society, 22, 39-59.

•Flew, T. (2015), Global Creative Industries (PGMC - Polity Global Media and Communication series), London, Polity Press.

•Letang, J. (2005), Critical public relations: Some reflections. [Retirado de]. Public Relations Review, 31(4), 521-526. doi: 10.1016/j.pubrev.2005.08.011

•Moss, D., Verčič, D., & Warnaby, G. (2002), Perspectives on Public Relations Research, Taylor and Francis.

•Oliver, S. (2007), Public Relations Strategy, Kogan

•Ribeiro, V. (2014). O campo e o triângulo operacional da assessoria de imprensa. In G. Gonçalves (Ed.), Relações Públicas e Comunicação Organizacional - Dos fundamentos às práticas (pp. 27-50). Covilhã: LabCom. Universidade da Beira Interior.

Mapa IV - Marketing, Cultura e Média/Marketing Culture and Media

3.3.1. Unidade curricular:

Marketing, Cultura e Média/Marketing Culture and Media

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

João Paulo de Jesus Faustino 39TP + 13OT

3.3.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Não se aplica

Not applicable

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

Pretende-se que os estudantes fiquem capacitados e motivados para atingir os seguintes objetivos:

- Introduzir os conceitos e problemáticas fundamentais relacionadas com a análise do mercado e o papel do

marketing das organizações na identificação de necessidades associadas ao setor cultural, criativo e media.

- *Compreender ao nível teórico e prático o mercado dos media e da publicidade, incluindo a estrutura de organização, os públicos e a sua aplicação no âmbito da gestão de marketing das empresas, negócios, e projetos, com ou sem fins lucrativos.*
- *Preparar os estudantes com conhecimentos teóricos e práticos que permitem a elaboração de um plano de marketing baseado na análise de sistemas de investigação de mercado.*
- *Estimular a capacidade crítica e concetual articulada entre a teoria e prática;*
- *Promover a interação entre o estudante, mercado do setor criativo;*
- *Potenciar a participação nas aulas e realização de trabalhos teóricos e práticos;*

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

The students become capacitated and motivated to achieve the following goals:

- *Introduce concepts and fundamental problematics related to market analysis and the role of marketing in the identification of needs related to products and services of the cultural, creative and media sector.*
- *Understand to the theoretical and practical level the role of media and advertising, audience and its application for the marketing management of companies and projects, including non-profit organizations.*
- *Prepare the students with theory and practical knowledge that allow the elaboration of a marketing plan supported by market research, including the identification of statistical data and creation of performance indicators of the project.*
- *Stimulate the critical and conceptual capacity articulated with theory and practice;*
- *Develop a close relationship between the student and the creative job market;*
- *Potentiate the participation in class and development of practical works;*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

As sessões terão três níveis de abordagem: i) princípios de marketing aplicado às especificidades da indústria criativa e cultural; ii) identificação e aplicação de boas práticas de marketing e sistemas de investigação de mercados; e iii) orientação de referenciais teóricos e aplicação de prática de conhecimento para a elaboração de um plano de negócio. Serão abordados os seguintes temas:

Aspetos centrais na evolução dos conceitos e práticas de marketing

- *Evolução e centralidade do marketing nas organizações culturais*
 - *Segmentação, alvos, posicionamento e criação de valor pelo marketing*
- Planeamento estratégico do marketing e análise de mercados*
- *O ambiente de marketing, auditoria e os modelos de análise estratégica*
 - *Técnicas e sistemas de investigação em marketing e mercados*

Competitividade, gestão da marca e plano de marketing

- *A gestão estratégica da marca como fator de competitividade*
- *O marketing mix, marketing digital, media tradicional e novos media*

3.3.5. Syllabus:

The sessions will be divided in three main levels of approach: 1) parallelism between the principles of marketing applied to industries and the specificities of the creative and cultural industries; 2) emphasis in the several domains related to applying best practices of marketing and research system of markets; 3) application of knowledge to the elaboration of a business plan. The following themes will be approached:

Main aspects of the evolution of concepts and marketing practices

- *Evolution and centrality of marketing in cultural organizations*
- *Segmentation, targets, positioning and value creation through marketing*

Strategic planning in marketing and market analysis

- *The marketing environment, audit and strategic analysis models*
 - *Techniques and research systems in marketing and markets*
- Competitiveness, brand management and marketing plan*
- *The strategic management of the brand as competitiveness factor*
 - *Marketing-mix, digital marketing, traditional media and new media*

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

A unidade curricular tem como objetivo central o desenvolvimento de referenciais teóricos e competências na área do marketing estratégico e operacional aplicado a empresas e projetos criativos, culturais e organizações de media ou jornalísticas. Com este propósito o programa aborda matérias relacionadas com as políticas, estratégias, táticas e outras práticas de marketing aplicadas ao setor criativo em geral. Neste sentido, a função expositiva será um elemento insubstituível, na medida em que constitui um procedimento básico de transmissão do conhecimento ao estudante. No entanto, o método expositivo será complementado com outras estratégias metodológicas, razão pela

qual se irá recorrer à análise de estudos de caso, visitas de estudo, criação de planos de marketing, realização de leituras orientadas, assim como outras técnicas que potenciem a aprendizagem e partilha de conhecimento entre os professores e estudantes. Os estudantes serão avaliados pelo contributo no debate, assim como através da realização de atividades práticas.

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

This discipline has as main goal the development of competences in the area of strategic and operational marketing applied to creative, cultural and media organizations, companies and projects. Therefore, the program approaches subjects related to policies, strategies, tactic and other practices of marketing applied to the creative sector in general. In this sense, the expositive function is an irreplaceable element, as it constitutes a basic way of transmitting knowledge to the student. However, the lecture method is supplemented with other methodological strategies, which is why we will appeal, sometimes, to the analysis of case studies, project creation and realization of guided readings, as well as other techniques that enhance learning and sharing knowledge among teachers and students. The students will be evaluated by the contribution in the debate, as well as through practical activities.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os estudantes deverão realizar os seguintes trabalhos:

- Leituras obrigatórias: O docente entregará um livro, estudo, ou artigo científico na área de marketing de empresas, projetos criativos, culturais e jornalísticos, cujas ideias centrais deverão ser aprofundadas com investigações complementares..

- Trabalho Prático. Os estudantes serão orientados e incentivados a desenvolver um plano de marketing para um projeto relacionado com a indústria criativa, onde será descrita toda a política estratégica e operacional.

- Trabalho de investigação: Os estudantes deverão realizar individualmente um trabalho de investigação – ou um estudo de caso - sobre um dos temas a propor pelo professor na área do marketing aplicado às indústrias criativas, culturais e jornalísticas.

-A avaliação por exame consistirá num teste escrito individual, correspondente aos conteúdos programáticos da UC.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The students must do the following works:

• Mandatory readings. The teacher will present a book, study or scientific paper in the field of marketing of creative, cultural and journalistic companies and projects, which main ideas should be developed with complementary research.

• Practical work: The students will be orientated to develop a marketing plan for a project related to creative industry (press, radio, TV, books, cinema, music, theatre, dance, museums, for example), where it will be described all the strategic and operational policies, and other fundamental aspects for the project or business.

• Research work. The students must write individually a research work - or case study about one of the themes to be proposed by the teacher in the field of marketing applied to creative, cultural and journalistic industries.

The students who don't get approval can submit for final evaluation through exam.

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

Para alcançar as metas propostas, considera-se, antes de mais, importante que o estudante aprenda a fazer, pelo que todos os esforços a desenvolver nesse sentido são fundamentais. No entanto, nenhuma metodologia - ou recurso didático - será válida se o estudante não se esforçar por aprender. As aulas teóricas e práticas constituem um elemento central da UC, tendo a vantagem de canalizar o pensamento do estudante face ao objetivo pretendido pelo professor. Por seu lado, a função expositiva será um elemento insubstituível, na medida em que constitui um procedimento básico de transmissão do conhecimento ao estudante.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

To achieve the proposed goals, it is above all important that students learn by doing, so all efforts to develop this sense are indispensable. However, no methodology - or teaching resource - will be valid if the student does not strive to learn. In this sense, the theoretical and practical classes are a central element of the discipline, having the advantage of confining student thinking against the objective sought by the teacher. For its part, the expository function is irreplaceable, as it is a basic procedure of transmitting knowledge to the student.

3.3.9. Bibliografia principal:

•Angeli, Franco. (2011): "Economia e marketing per la cultura". Franco Angeli s.r.l, Milano.

•Assassi, Isabelle; et all. (2010): "Reserches en Marketing des Activités Culturelles". Vuibert. France.

•Faustino, Paulo. (2012): "Gestão de Marketing da Televisão e Audiovisual". Formalpress/ Media XXI. Lisboa.

•Faustino Paulo. (2013): "Book Industry Business, Concentration, Internet and Social Media Management and

Marketing", pp. 87-125, in Friedrichsen, Mike, and Wolfgang Muhl – Benninghaus, *Handbook of Social Media Management*. Springer. Berlin.

•Faustino, Paulo (2011) "De Leitores a Fans: Marketing e Magia do Harry Potter", in Alzira Marques, *Marketing Relacional*. Edições Sílabo. Lisbon.

•Hill, Liz; Catherine O'Sullivan & Terry O'Sullivan. (1995, 2003): "Creative Arts Marketing". Elsevier, Burlington.

•Powell, Shaun; Sean Ennis, (2007): "Organisational marketing in the creative industries", *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 10 Iss: 4, pp.375 – 389

Mapa IV - Propriedade Intelectual e Criatividade/Intellectual Property and Creativity

3.3.1. Unidade curricular:

Propriedade Intelectual e Criatividade/Intellectual Property and Creativity

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

António José Machuco Pacheco Rosa 39TP + 13OT

3.3.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Não se aplica

Not applicable

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

A unidade curricular tem como objectivo mostrar como a propriedade intelectual em geral constitui o principal activo que dá valor às diversas indústrias criativas. Dentro desse contexto, os estudantes deverão ser capazes de desenvolver os seguintes conhecimentos, aptidões e competências:

- *Conhecer os fundamentos das leis que estatuem as diversas áreas da propriedade intelectual*
- *Dominar os princípios fundamentais do copyright e do direito de autor*
- *Conhecer os princípios fundamentais das leis sobre patentes*
- *Conhecer os princípios fundamentais das leis tradicionais das marcas registadas, bem como as recentes leis antidiluição*
- *Identificar o uso estratégico da propriedade intelectual em indústrias criativas*
- *Elaborar conteúdos criativos no contexto dos novos tipos de licenças de propriedade intelectual em modo aberto*

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

The UC goal is to show how intellectual property in general is the main asset that gives value to the various creative industries. In this context, students should be able to develop the following knowledge, skills and competences:

- *To know the fundamentals of laws underlying the various areas of intellectual property*
- *To understand the basic principles of copyright and author's rights*
- *To know the basic principles of patent law*
- *To know the basic principles of trademark law, as well as the recent anti-dilution laws*
- *To identify the strategic use of intellectual property in creative industries*
- *To develop creative content in the context of new types of intellectual property licenses based in open access*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

I.Direito de Autor e Copyright

1.1.História do copyright e do direito de autor

1.2.Fundamentos e princípios do direito de autor e do copyright

1.3.Direitos económicos ou patrimoniais

1.4.Direitos morais

1.5.Legislação internacional e directivas europeias sobre o direito de autor

1.6.Novas condições da indústria da edição

1.7.Livros electrónicos e modos de licenciamento

1.8. Propriedade intelectual em objectos de design e vestuário de moda

II.Patentes

1.1.As origens históricas da outorga de patentes

1.2.Princípios do código da propriedade industrial

1.3. Uso estratégico de patentes nas indústrias criativas

III.Marcas registadas

- 1.1.Fundamentos das leis de marca registada
- 1.2.As leis clássicas das marcas registadas
- 1.3.Leis antidiluição
- 1.4.Imagem de marca e uso estratégico das marcas nas indústrias criativas
- IV.Criatividade
- 1.Criatividade, recombinação e acesso à informação existente
- 2.Novas licenças de propriedade intelectual
- 2.1.General Public Licence
- 2.2.Creative Commons

3.3.5. Syllabus:

- I. Author's Rights and Copyright
 - 1.1. History of copyright and author's rights
 - 1.2. Foundations and principles of copyright and author's rights
 - 1.3. Economic rights
 - 1.4. Moral rights
 - 1.5. International law and European directives on copyright
 - 1.6. New challenges in the publishing industry
 - 1.7. Electronic books and new types of licensing
 - 1.8. Intellectual property in design and fashion clothing
- II. Patents
 - 1.1. The historical origins of the grant of patents
 - 1.2. Principles of industrial property law
 - 1.3. Strategic use of patents in creative industries
- III. Trademarks
 - 1.1. Fundamentals of trademark law
 - 1.2. The classical trademark law
 - 1.3. Anti-dilution laws
 - 1.4. Brand image and strategic use of brands in creative industries
- IV. Creativity
 - 2. Creativity, recombination and access to existing information
 - 3. New intellectual property licenses
 - 3.1. General Public Licence
 - 3.2. Creative Commons

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

Tendo a unidade curricular como objectivo central o desenvolvimento de competências na área da propriedade intelectual aplicada às indústrias criativas na área da comunicação e cultura, os conteúdos programáticos articulam-se nas dimensões do copyright e direito de autor, das patentes, marcas registadas e dos modos de acesso e reutilização da informação existente em vista à criação de nova informação. Procura-se que os estudantes tenham um conhecimento da fundamentação filosófica das leis de propriedade intelectual, nomeadamente que essas leis são um meio destinado a incentivar a criatividade. Exige-se um conhecimento efectivo das normas constantes dessas leis, tendo em conta que elas frequentemente colidem com a percepção pública que muitas vezes existe acerca do alcance da propriedade intelectual. Partindo da pertinência do direito de autor e propriedade intelectual nas Ciências da Comunicação e Indústrias Criativas, será necessário abordar os detalhes de alguma legislação, dando-se importância à legislação aplicada à Comunidade Europeia. Os estudantes poderão assim reconhecer em casos concretos qual é a efetiva proteção que é garantida pelas leis do direito de autor, patentes e marcas registadas, assim como elas podem criar condições para a criatividade. Eles poderão assim avaliar qual o valor económico que a propriedade intelectual confere às indústrias criativas. De forma mais geral, os estudantes adquirirão competências que lhe permitirão, por um lado, desenvolver projetos no quadro de licenças em modo de acesso aberto à informação e conhecimento e, por outro, avaliar o uso estratégico que as leis de propriedade intelectual possuem em termos de concorrência.

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

Since the UC central objective is the development of skills in the area of intellectual property applied to the creative industries in the area of communication and culture, the syllabus deals with the dimensions of copyright and author's rights, patents, trademarks and types of access and re-use of existing information, in order to create new information. It seeks that students have knowledge of the philosophical foundations of intellectual property laws, namely the point of view according to which the aim of these laws is to encourage creativity. The students must have a real knowledge of the precise content of intellectual property laws, given the fact that these content often collide with the public perception that often exists about the scope of intellectual property. Starting with the relevance of copyright and intellectual property in Communication Sciences and Creative Industries, the details of some law will be examined, in particular the European Community legislation. Students will then be able to recognize in individual cases which is the effective protection that is guaranteed by the laws of copyright, patents and trademarks, and s they can be conditions for creativity. They will thus be able to assess what is the economic value that intellectual property gives the creative industries. More generally, students will acquire skills that allow,

on one hand, to develop projects in the framework of open access licences and, secondly, to assess the strategic use that intellectual property laws have in terms of economic competition.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular terá uma forte componente expositiva, a qual será apoiada por um conjunto de textos que serão previamente disponibilizados aos estudantes. Serão também analisados em contexto de sala de aula (TP) algumas decisões jurídicas que exemplificam os princípios gerais expostos. As sessões de OT destinam-se ao acompanhamento de trabalhos práticos e ao melhor esclarecimento de conteúdos programáticos. Esta UC funciona com avaliação distribuída com exame final. A avaliação consiste num trabalho de investigação individual (50%) e num exame final (50%). Para os estudantes com estatuto especial aplica-se o regulamento e legislação em vigor.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The UC will have a strong exposition component, which will be supported by a set of texts that will be previously available to students. There will be also an analysis, in classroom context (TP), of some legal decisions that exemplify general principles exposed. OT sessions are intended for research work supervision and a better understanding of the syllabus. That UC has distributed evaluation with final exam. The evaluation consists of individual research (50%) and a final test (50%). For students with special status the current regulation and legislation applies.

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

Cada ponto do programa possui uma abordagem teórica que pressupõe um conjunto de leituras prévias que permitam um efetivo conhecimento dos conteúdos abordados em sala de aula. Apenas a conjugação desses aspetos permitirá o domínio das competências necessárias para uma avaliação positiva no exame final. Por outro lado, o estudo de casos em que a propriedade intelectual se revela decisiva em atividades de produção cultural permitirá que os estudantes desenvolvam os trabalhos individuais de investigação que completarão a sua avaliação. As aulas OT serão um momento em que será feito o enquadramento e a orientação metodológica desses trabalhos.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Each point of the syllabus has a theoretical approach which presupposes a set of previous readings that enables an effective knowledge of the content exposed in class. Only the combination of these aspects will guarantee that students have the skills needed for a positive assessment in the final exam. On the other hand, the study of cases in which intellectual property laws is a crucial requirement in cultural production allows students to develop the individual research work that complete its assessment. The OT classes will be a moment in which the framework and methodological guidance of the individual research will be made.

3.3.9. Bibliografia principal:

*Beebe, B. (2010). Intellectual Property Law and the Sumptuary Code. Harvard Law Review. 123, pp. 809-889.
Benkler, Y. (2006). The Wealth of Networks - How Social Production Transforms Markets and Freedom. New Haven: Yale University Press.
Jaffe, A., Lerner, J., Innovation and its Discontents – How our Broken Patent System is Endangering Innovation and Progress, and What to Do About It. Princeton: Princeton University Press, 2004.
Landes, W. Posner, R. (2003). The economic structure of intellectual property law. Cambridge: Harvard University Press, 2003.
Lévêque, F., Menière, Y. (2004). The Economics of Patents and Copyright. Berkeley Electronic Press
Machuco Rosa, A. (2009). Os Direitos de Autor e os Novos Media. Coimbra: Angelus Novus.
Machuco Rosa, A. (2014). Do Copyright às Marcas Registadas – História e Fundamentos da Propriedade Intelectual. Lisboa: Chiado Editora.
Schechter, F. (1927). The Rational Basis of Trademark Protection. Harvard Law Review. 40, 6, pp. 813-833*

Mapa IV - Empreendedorismo e Projetos culturais/Entrepreneurship and cultural projects

3.3.1. Unidade curricular:

Empreendedorismo e Projetos culturais/Entrepreneurship and cultural projects

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

Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto 26TP + 13 OT

3.3.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Não se aplica

Not applicable

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

Objetivos:

- Promover uma atitude empreendedora;
- Capacitar para o processo de empreendedorismo;
- Promover a identificação de necessidades e oportunidades;
- Desenvolver soluções inovadoras e sustentáveis nas áreas das indústrias criativas e cultura;
- Habilitar com capacidades de liderança e de gestão de projetos de empreendedorismo ou de intra-empendedorismo de base cultural;
- Capacitar para a comunicação e a gestão da informação em projetos.

Competências:

I. Compreender e analisar o processo empreendedor, a forma de pensar e agir dos empreendedores e a sua relação com o criativo e o gestor.

II. Aplicar diferentes métodos para gerar conceitos, produtos e serviços inovadores.

III. Compreender os fatores de competitividade presentes no setor das indústrias criativas e culturais e as tendências de valorização informacional, comunicacional e de desenvolvimento tecnológico/redes digitais/novos média.

IV. Ser capaz de elaborar um projeto: equipa, organização do trabalho e afetação de recursos

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

Goals:

- Promote an entrepreneurial attitude;
- Enable for the entrepreneurial process;
- Promote the identification of needs and opportunities;
- Boost the search for innovative and sustainable solutions;
- Develop new business ideas in the areas of culture and creative industries;
- Enable with leadership and project management skills;
- Improve communication and information management in projects context.

Skills

I. Understand and analyze the entrepreneurial process, the way of thinking, reasoning and acting of entrepreneurs and their relationship with creative people and managers.

II. Apply different methods to generate concepts, innovative products and services.

III. Understand the factors for competitiveness of creative and cultural industries sector and trends of information, communication and technological development, including digital networks and new media enhancement.

IV. Be able to design a project, considering the team structure, the work organization and resources allocation.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

I. Enquadramento e conceitos

1. A interdisciplina das Ciências da Comunicação e da Informação
2. Invenção, Inovação, Empreendedorismo, Cultura e Criatividade
3. Do 'espaço' ao 'lugar'

II. Os facilitadores da Inovação Cultural

1. Tecnologia e novos média
2. Gestão da Informação
3. Gestão da Inovação
4. Políticas, iniciativas e programas de suporte à Inovação Cultural

III. Novo conhecimento e a sua apropriação e/ou comercialização

1. Conceção e desenvolvimento de novos conceitos, produtos e serviços
2. Estratégias de inovação e técnicas de pensamento criativo
3. O processo empreendedor e o comportamento do empreendedor vs gestor
4. Identificação do problema/necessidade, a oportunidade e a sua formatação
5. Abordagens práticas para a interação: o criativo, o empreendedor e o gestor

IV. Gestão de projeto

1. Conceitos
2. Áreas a gerir
3. Fases do projeto
4. Comunicação e gestão da informação

3.3.5. Syllabus:

I. Background and concepts

1. Information & Communication
2. Invention, Innovation, Entrepreneurship, Culture and Creativity

3.The 'Space' and the 'Place': Physical vs. Virtual/digital; Immersive vs. non immersive

II.Cultural Innovation Facilitators in the Information Age

1.Technology & new media

2.Information & Innovation Management

3.Policies, Initiatives and Programs

III. Between the new knowledge and its ownership and/or mercantilization

1.Design and development of new concepts, products and services

2.Innovation strategies and creative thinking techniques

3.Entrepreneurial process and the behavior of entrepreneur vs management and the manager

4.Identification of the problem/need, the opportunity and its formatting

5.Practical approaches for interaction: creative person, entrepreneur and manager

IV. Project management

1.Concepts

2.Management Areas

3.Project Stages: Initiation, Planning, Implementation, Monitoring & Control and Closure

4.Project Communication & Information Management

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

Tratando-se de um 2º ciclo procura-se que o estudante potencie e aplique conhecimento e competências anteriormente adquiridos, adquira bases teórico-práticas em domínios de aplicação transversal como a gestão de projetos e desenvolva uma atitude empreendedora que considere as oportunidades/necessidades no universo da Cultura e das Indústrias Criativas, o valor e os novos usos da informação e a importância da eficiência e eficácia do processo infocomunicacional num contexto de inovação.

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

The aim is the potentiation and application of students' previously acquired knowledge and skills, the acquisition of theoretical and practical bases in cross-application domains, such as project management, and the development of an entrepreneurial attitude that considers: Culture and Creative Industries sector opportunities / needs; the value and new uses of information; and the importance of infocomunicacional process efficiency and effectiveness, in the context of Innovation.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Realizar-se-ão aulas teórico-práticas/sessões tutoriais, assim como serão apresentados casos de estudo e desenvolvidos exercícios práticos ou apresentação / discussão de casos para explorar em profundidade os temas abordados.

Tipo de avaliação: Avaliação distribuída sem exame final

Fórmula de cálculo da classificação final:

1) Avaliação de Grupo: Projeto da Ideia ao produto / serviço e Proposta de Valor.

2) Avaliação Individual: Estudo de caso "Do Criativo ao Empreendedor"

PA: participação nas aulas

Nota Final = AG 40% + AI 50% + PA 10%

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Theoretical and practical / tutorial sessions with the presentation and discussion of case studies and development of practical exercises, exploring in depth the topics covered.

Avaliation: Distributed evaluation without final exam

Final grade calculation formula:

1) Group assignment (GA): Project "From the idea to the product/ service" and Value Proposition

2) Individual assignment (IA): Case Study "From the Creative to the Entrepreneur"

3) Personal attendance and participation (PA)

Final classification = GA (40%) + IA (50%) + (PA) 10%

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

A abordagem teórico-prática é central para esta UC pois pretende-se potenciar a aquisição e a aplicação de conhecimentos num contexto de rápidas mudanças e que exige flexibilidade e rapidez na resposta. A função expositiva associa-se a análise de casos e o contacto direto com situações reais e projetos em curso.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The theoretical and practical approach is central to this course. It is intended to enhance the acquisition and application of knowledge in a context of rapid changes and that requires flexibility and fast responses. The expository function is associated with case studies and the direct contact with real situations and projects in

progress.

3.3.9. Bibliografia principal:

- Bygrave, William; Zacharakis, Andrew (2008). *Entrepreneurship*. ISBN: 978-0-471-75545-6. (FEUP)
- De Beukelaer, Christiaan (2015). *Developing Cultural Industries. Learning from the Palimpsest of Practice* European Cultural Foundation [S.l.] ISBN 9789062820672. (FEUP)
- EUROOPA NOORED (2013). *Startup Guide for Entrepreneurs in Creative Industries : E-handbook*. Kärldla.
- Howkins, John (2012). *Economia Criativa. Como Ganhar Dinheiro com Ideias Criativas*. M Books [S.l.] ISBN 8576802066. (FEUP)
- ge towards innovation. p. 466-490. ISBN: 78-1-4666-7537-7. DOI: 10.4018/978-1-4666-7536-0.ch024.
- Ribeiro, Fernanda et al. (2014). *Rethinking the conceptual base for new practical applications in information value and quality*. ISBN: 978-1-4666-4562-2.
- Ribeiro, Fernanda; Silva, Armando Malheiro da (2015). *Information management in project management : theoretical guidelines for practical implementation*. IGI Global. p. 44-57. DOI: 10.4018/978-1-4666-7536-0.ch003.

Mapa IV - Seminário de Investigação em Comunicação e Indústrias Criativas

3.3.1. Unidade curricular:

Seminário de Investigação em Comunicação e Indústrias Criativas

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

António José Machuco Pacheco Rosa; 9 S+12 OT

3.3.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Research Seminar on Communication and Creative Industries

Ana Isabel Crispim Mendes Reis; 3 S+4 OT

Armando Manuel Barreiros Malheiro da Silva; 6 S+8 OT

Helder Manuel Ferreira Bastos; 3 S +4 OT

Fernando Vasco Moreira Ribeiro; 6 S +8 OT

João Paulo de Jesus Faustino; 6 S+8 OT

Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto; 6 S+8 OT

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

O Seminário de Investigação em Comunicação e Indústrias Criativas terá duas vertentes essenciais. A primeira, numa vertente teórico-prática, desenvolverá alguns núcleos temáticos da Comunicação e das Indústrias Criativas, tendo em atenção a cooperação e transferência de conhecimento para a indústria bem como as políticas públicas que potenciam o desenvolvimento do cluster criativo. A segunda, numa vertente de orientação tutorial, centrar-se-á na capacidade de os estudantes elaborarem autónoma e sistematicamente temas de investigação.

Nomeadamente, esta UC visará fornecer os seguintes conhecimentos, aptidões e competências:

- *Desenvolver competências para a transferência de conhecimento para a indústria e demais organizações do sector criativo*
- *Adquirir competências na promoção, marketing e transacção internacional de produtos criativos e culturais*
- *Apresentar, debater e defender o tema ou um projeto, quer numa perspetiva académica quer da indústria ou demais contextos organizacionais.*

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

The Research Seminar on Communication and Creative Industries will have two main components. The first one, a theoretical and practical component, develops some central themes in Communication and Creative Industries, taking into account the cooperation and transfer of knowledge to companies and also the public policies that enhance the development of the creative cluster. The second one, a tutorial component, will focus on the ability of students to autonomously develop research topics.

In particular, the UC will provide the following knowledge, skills and competences:

- *To develop skills for the transfer of knowledge to the industry and other creative sector organizations*
- *To acquire skills in the promotion, marketing and international trading of creative and cultural products.*
- *To present, discuss and defend the topic of research or the project either in an academic perspective or in the context of companies and organizations*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

I. Aprofundamentos e desenvolvimentos temáticos

- 1. Políticas Públicas e Cluster Criativo*
- 2. Eventos Culturais e Economia Criativa*

3. Internacionalização e Promoção de Produtos Criativos**4. Jornalismo e Produção de Conteúdos****5. Cultura, Comunicação Digital e Redes Sociais****6. Conceptualização de Projetos e Design thinking****II. Preparação do tema****1. Pesquisa bibliográfica, iconográfica e documental****2. Revisão crítica de bibliografia e textos apresentados pelo estudante****3. Reflexão sobre as problemáticas, fundamentos teóricos e práticos dos temas em estudo.****4. Discussão das metodologias a aplicar e modelos de investiga o acad mica e de mercado****3.3.5. Syllabus:****I. Deepening and thematic developments****1. Public Policy and the Creative Cluster****2. Cultural Events and Creative Economy****3. Internationalization and Promotion of Creative Products****4. Journalism and Contents Production****5. Culture, Digital Communications and Social Networks****6. Conceptualization of Projects and Design thinking****II. Preparation of research subject****1. Bibliographical research, iconographic and written****2. Critical review of literature and texts presented by the student****3. Reflection on the problems and theoretical and practical foundations of the subjects under study****4. Discussion of the methodologies to be applied and academic research and market models****3.3.6. Demonstra o da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

Nesta UC pretende-se, numa primeira vertente, identificar e aprofundar alguns temas específicos em Comunica o e Indústrias Criativas que potenciem e desenvolvam competências, permitindo a liga o e transferência de conhecimento para indústria e demais organizações do sector criativo e cultural. Numa segunda vertente, visa-se apoiar o estudante na investiga o e sustent a o teórica do trabalho e respetiva aplica o ao tema em estudo.

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

In this UC it is intended, first, to identify and deepen some specific issues in Communication and Creative Industries that enhance and develop skills allowing the connection and transfer of knowledge to the industry and other creative and cultural sector organizations. In the second part, the aim is to support the student in research and in the theoretical framework of the work and their application to the topic under study

3.3.7. Metodologias de ensino (avalia o incluída):

Os estudantes deverão realizar um coment rio escrito/oral versando sobre uma das sessões teórico-práticas (20%). Pede-se a apresenta o, debate e defesa do tema em desenvolvimento nas sessões de OT (40%). Avalia-se o trabalho escrito que   elaborado ao longo do ano (40%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Students should make a written/oral review dealing with one of the theoretical and practical sessions (20%). It is asked the presentation, discussion and defense of the theme that is developed in OT sessions (40%). It is evaluated the final written work that is produced throughout the year (40%).

3.3.8. Demonstra o da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Um docente responsável avaliar  a resposta dos estudantes   componente teórico-prática, que versará alguns núcleos temáticos escolhidos na área da Comunica o e Indústrias Criativas Atrás de sessões regulares de contacto, cada docente responsável avalia as dificuldades e avanços do percurso de investiga o do estudante, fornecendo novos elementos de pesquisa e adequando as metodologias às problemáticas identificadas que servirão de base ao trabalho escrito.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

A teacher will evaluate the response of students to the theoretical and practical components, which will deal with some nuclear themes chosen in the field of Communication and Creative Industries. Through regular contact sessions, each teacher in charge evaluates the difficulties and advances of each student research, providing new research elements and adapting the methodologies to the identified issues that will underpin written final work.

3.3.9. Bibliografia principal:

A Bibliografia será indicada por cada docente de acordo com o tema de investiga o a realizar por cada estudante.

The Bibliography will be indicated by each teacher, in line with the research topic to be accomplished by each student.

Mapa IV - Dissertação/Estágio/Projeto/Dissertation / Internship/ Project

3.3.1. Unidade curricular:

Dissertação/Estágio/Projeto/Dissertation / Internship/ Project

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

Armando Manuel Barreiros Malheiro da Silva (a definir)

3.3.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

O plano de estudos assegura a cada estudante 52 OT, 360 E, conforme componente pela qual opte, sendo definido no início do ano letivo o docente responsável pela orientação (OT) do estudante.

Ana Isabel Crispim Mendes Reis (a definir)

António José Machuco Pacheco Rosa (a definir)

Helder Manuel Ferreira Bastos (a definir)

Fernando Vasco Moreira Ribeiro (a definir)

João Paulo de Jesus Faustino (a definir)

Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto (a definir)

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

- *Desenvolver um estudo científico de acordo com as metodologias das Ciências da Comunicação/Ciências Sociais aplicadas às Indústrias Criativas e Culturais;*
- *Realizar uma Dissertação.*
- *Aprofundar e aplicar/experimentar os conhecimentos em Comunicação e Indústrias Criativas.*
- *Conceber, planejar e redigir um relatório de estágio em função das experiências vivida e observadas, seguindo as regras da clássicas de investigação/elaboração de relatórios.*
- *Aplicar o conhecimento em Comunicação e Indústrias Criativas no planeamento e criação de um produto ou de um serviço;.*
- *Construir um projeto individual.*

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

- * *Develop a scientific study in accordance with the methodologies of Communication Sciences / Social Sciences applied to the Cultural and Creative Industries;*
- * *Conduct a Dissertation.*
- * *Deepen, apply and experience the knowledge in Communication and Creative Industries.*
- * *Design, plan and write an internship report according to the experiences lived and observed following the rules of classical research / reporting.*
- * *Apply knowledge in Communication and Creative Industries in the planning and creation of a product or a service;.*
- * *Create an individual project.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

- *Cumprimento da planificação apresentada pelo estudante e validada pelo orientador de acordo com o tipo de projeto desenvolvido pelo estudante;*
- *Elaboração de uma Dissertação, de acordo com o tema escolhido.*
- *Partindo do Protocolo de Estágio ou de Projeto do 2º ciclo de estudos em Comunicação e Indústrias Criativas, o Estágio/Projeto de cada estudante terá um programa de trabalho que será especificado na adenda individual do protocolo a estabelecer entre a FLUP, o estudante e a instituição de acolhimento. São prioridades o envolvimento no mundo do trabalho, a aquisição de uma experiência variada dentro dos conteúdos específicos da profissão, bem como a realização de um projeto individual que concretiza a criação de um produto ou de um serviço.*

3.3.5. Syllabus:

- *Fulfilling the planning presented by the student and validated by the supervisor according to the type of project developed by the student;*
- *Preparation of a dissertation, according to the chosen theme.*
- *According to internship protocol or Project for the 2nd cycle of studies in Communication and Creative Industries, the internship/project of every student will have a work program that will be specified in individual protocol*

addendum to be established between the Faculty, the student and the host institution. Priorities will be the involvement in the labor market, acquiring a wide experience within the specific content of the profession, as well as the realization of an individual project which consists in creating a product or a service.

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

No caso da Dissertação, o estudante define, planifica e discute o objeto de estudo, os objetivos e a metodologia de trabalho com o docente orientador no início do ano letivo. Em sessões regulares de trabalho, o estudante apresenta, analisa e discute o desenvolvimento do seu projeto, expondo as bases metodológicas e teóricas e as fontes empregues sob a supervisão e validação do seu orientador.

No caso do Estágio e Projeto, o programa é organizado de acordo com os objetivos específicos do estágio ou do projecto de cada estudante, numa estreita relação orientador-orientando e instituição de acolhimento, de modo a reforçar as competências dos estudantes e capacidade competitiva nas organizações através da introdução de abordagens criativas e inovadoras nas práticas profissionais. O objetivo principal é promover a integração dos estudantes em empresas vocacionadas para as indústrias criativas como as empresas da UPTEC.

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

In the case of the dissertation the student defines plan and discusses the object of study, the purposes and working methods with the guiding teacher at the beginning of the school year. At regular working sessions, the student presents, analyzes and discusses the development of the project, stating the methodological and theoretical bases and sources used under the supervision and validation of the advisor.

In the case of internship / Project, the program is organized according to the specific objectives of the internship and the project of each student, in a close relationship advisor-guiding and host institution. In this way, it is intended to enhance the skills of students and the competitive capabilities in organizations by introducing creative and innovative approaches in professional practices. The main objective is to promote the integration of students in companies engaged in the creative industries such as businesses of UPTEC.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Na Dissertação, as metodologias de ensino centram-se em sessões de acompanhamento tutorial (OT). A avaliação é validada pelas provas públicas de avaliação da dissertação. No Estágio e no Projeto, de acordo com as horas de contacto de cada um dos componentes, o estudante será apoiado, simultaneamente, pelo orientador designado pela FLUP (OT) e pelo orientador cooperante que for indicado na instituição de acolhimento. A orientação tutorial do primeiro contribuirá sobretudo para a consolidação da sua formação metodológica e técnica. Do segundo esperase não só o apoio na condução da investigação, facilitando o acesso à informação de proximidade e especializada, como também o acolhimento na prática profissional e equipas da instituição, que garantam essa importante componente para a futura empregabilidade que é a formação em exercício e contexto real de trabalho. A avaliação é validada pelas provas públicas de avaliação do relatório de estágio e do projeto.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

In the dissertation, the teaching methodologies focus on tutoring sessions (OT). The assessment is validated by public evaluation exams. On internship and in the Project, and in accordance with the contact hours of each of the components the student will be supported both by the advisor appointed by the Faculty (OT) and the cooperative advisor that is indicated at the host institution. The tutorial supervision of the first advisor will contribute mainly to the consolidation of methodological and technical training. From the second tutor is expected not only support in the conduct of research, facilitating the access to proximity and specialized information, as well as the host in professional practice and teams of the institution, to ensure this important component for future employment that is training in exercise and a real work environment. The evaluation is validated by public evaluation exams of the internship report and project.

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

As sessões de orientação tutorial são previamente agendadas entre o estudante e o orientador, realizando-se em contexto de sala de aula, em aula de campo (visitas de estudo ou participação em seminários ou conferências, por exemplo), ou na instituição de acolhimento. Discutem-se os temas em análise ou a interpretação de dados recolhidos. Validada a planificação e completada a pesquisa, o estudante procede à redação da dissertação, regularmente acompanhada pelo orientador. No caso do estágio e do projecto, existirá discussão das tarefas também com o orientador cooperante, após o que se procederá à redacção de um relatório de estágio/projecto que é submetido a provas públicas.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Tutorial sessions are scheduled in advance between the student and the supervisor, taking place in the context of the classroom, on the field of class (school trips or participation in seminars and conferences, for example), or at the host institution. Discussing the issues under analysis or interpretation of data collected. Validated planning and

completion of the research, the student starts writing the dissertation, regularly accompanied by the advisor. In the case of the internship and the project, there will be discussion of the tasks also with the cooperative advisor, and subsequently, the wording of an internship report / project that is subject to public examination.

3.3.9. Bibliografia principal:

A Bibliografia será indicada por cada docente de acordo com o tema de investigação, tema do estágio e projecto individual a realizar por cada estudante.

The Bibliography will be indicated by each teacher according to the research topic, stage theme and individual project carried out by each student.

4. Descrição e fundamentação dos recursos docentes do ciclo de estudos

4.1 Descrição e fundamentação dos recursos docentes do ciclo de estudos

4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos

4.1.2. Equipa docente do ciclo de estudos / Teaching staff of the study programme

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Armando Manuel Barreiros Malheiro da Silva	Doutor	Historia	100	Ficha submetida
Helder Manuel Ferreira Bastos	Doutor	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
Maria Manuela Gomes de Azevedo Pinto	Doutor	Ciência da Informação	100	Ficha submetida
Ana Isabel Crispim Mendes Reis	Doutor	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
João Paulo de Jesus Faustino	Doutor	Ciências da Comunicação/Ciências Empresariais	23.4	Ficha submetida
Fernando Vasco Moreira Ribeiro	Doutor	Ciências da Comunicação	100	Ficha submetida
António José Machuco Pacheco Rosa	Doutor	Histoire: Histoire des Sciences	100	Ficha submetida
(7 Items)			623.4	

<sem resposta>

4.2. Dados percentuais dos recursos docentes do ciclo de estudos

4.2.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

4.2.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos / Full time teaching staff

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of full time teachers:	6	96.2

4.2.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

4.2.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff

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 with a PhD (FTE):	62.3	999.4

4.2.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

4.2.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialized teaching staff

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff with a PhD, specialized in the main areas of the study programme (FTE):	62.3	999.4
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists, without a PhD, of recognized professional experience and competence, in the main areas of the study programme (FTE):	0	0

4.2.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

4.2.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação / Teaching staff stability and training dynamics

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Full time teaching staff with a link to the institution for a period over three years:	5	80.2
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / Teaching staff registered in a doctoral programme for more than one year (FTE):	0	0

4.3. Procedimento de avaliação do desempenho

4.3. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente atualização:
De acordo com o «Regulamento de Avaliação de Desempenho dos Docentes da Universidade do Porto» (DR, 2ª série, n.º 154, 10.08.2010) e com o «Regulamento de Avaliação de Desempenho dos Docentes da Faculdade de Letras do Porto» (DR, 2ª série, nº37, 22.02.2011), a FLUP dispõe de mecanismos internos de avaliação do desempenho do pessoal docente, tendo como referência os elementos curriculares das vertentes do ensino, da investigação, da transferência do conhecimento e da gestão universitária. A progressão na carreira docente dos professores envolvidos neste CE, anterior aos referidos regulamentos, já seguia essa lógica de avaliação, considerando para tanto Relatórios e outras peças pertinentes para efeitos de Nomeação Definitiva, Provas de Agregação e concurso para passagem a Professor Associado e Professor Catedrático. Os Inquéritos pedagógicos preenchidos pelos estudantes avaliando cada uma das UC's lecionadas na FLUP, de preenchimento anónimo no Sigarra, incluem uma secção de avaliação sobre o desempenho dos docentes. A acrescer a estes mecanismos de avaliação interna, encontra-se a avaliação da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), que periodicamente tem considerado a produção científica das Unidades de I&D.

4.3. Teaching staff performance evaluation procedures and measures for its permanent updating:
According to the Regulation concerning the Evaluation of Teachers of the Universidade do Porto (DR, 2nd series, August 10, 2010) and to the Regulation concerning the Evaluation of Teachers of the Faculdade de Letras do Porto (DR, 2nd series, February 22, 2011), FLUP offers internal mechanisms for evaluating the performance of teaching staff, taking as reference the elements of curricula for teaching, research, knowledge transfer and the University management. The progression in the teaching career of the teachers involved in this course of studies prior to the above mentioned regulations already followed this logic, taking into consideration reports and other relevant pieces for final appointment, aggregation and application procedures for Associate Professor and full Professor. The pedagogical surveys, anonymously filled in SIGARRA by the students evaluating each of UC's taught in FLUP, include a section on evaluating the performance of teachers. In addition to those mechanisms of internal evaluation, it is also to be considered the evaluation of the Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT), which has periodically considered the scientific production of the I&D units.

5. Descrição e fundamentação de outros recursos humanos e materiais

5.1. Pessoal não docente afeto ao ciclo de estudos:

A FLUP dispõe de um Serviço de Gestão Académica com 2 elementos adstritos aos CE de 2.º ciclo; o Departamento dispõe de 1 elemento de secretariado e de apoio administrativo; além disso, existe pessoal técnico de informática (7 elementos). Considera-se, pois, que existem recursos humanos em número suficiente para que seja garantido o apoio administrativo e técnico necessário ao bom funcionamento do ciclo de estudos.

5.1. Non teaching staff allocated to the study programme:

The FLUP has an Academic Management Service with 2 employees assigned to the 2nd cycle courses; the Department has 1 employee for administrative support. Furthermore, there is the Information System Office (with 7 employees). It is considered therefore that there are human resources in sufficient numbers to guarantee the administrative and technical support necessary for the appropriate functioning of the course

5.2. Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços letivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.):

O Departamento que é o principal responsável pelo presente CE – o DCCI- dispõe de sala própria na Faculdade de Letras da Universidade do Porto, cuja biblioteca de especialidade está incorporada na Biblioteca Central da FLUP; as atividades letivas e científicas do CE fazem, contudo, amplo uso das instalações da Faculdade como um todo. A Faculdade de Letras dispõe, entre outras, das seguintes infraestruturas de utilização pedagógica: 28 salas de aula, 9 salas de informática (também utilizadas como salas de aula e para realização de exames na plataforma Moodle), com um total de 160 computadores, 3 anfiteatros, 69 gabinetes de docentes (onde poderão ter lugar as horas de contacto OT), uma biblioteca geral e 12 bibliotecas especializadas. Em todo o edifício existe cobertura wireless.

5.2. Facilities allocated to and/or used by the study programme (teaching spaces, libraries, laboratories, computer rooms, etc.):

The Department responsible for this CE – DCII - has its own room in the Faculty of Arts, University of Porto. Its specialty library is incorporated into the Central Library of the Faculty. The scientific activities of the CE use the College's facilities as a whole. The Faculty of Arts offers the following infrastructures for pedagogical use: 28 classrooms, 9 computer rooms (also used as classrooms for Moodle exams), with a total of 160 computers, 3 amphitheatres, 69 teachers offices (in which can take place the contact hours OT), a central library and 12 specialized libraries. There is a wireless network that covers the building.

5.3. Indicação dos principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didáticos e científicos, materiais e TICs):

A FLUP possui uma Biblioteca que tem cerca de 300.000 volumes, disponíveis no catálogo em linha, e é consultada regularmente por estudantes da FLUP e por estudantes de outras Faculdades. Estão disponíveis bases de dados internacionais especializadas, podendo os utilizadores usufruir de uma grande panóplia de publicações periódicas eletrónicas; há ainda uma biblioteca digital onde são disponibilizados textos integrais das publicações da FLUP. A FLUP e o Departamento de Ciências da Comunicação e da Informação possui um amplo e avançado leque de tecnologias multimédia especificamente orientadas para a prática do jornalismo e criação multimédia.

Nomeadamente:

Laboratórios e equipamentos de apoio às aulas

Estúdio de TV e Regie

Estúdio de Rádio e 5 ilhas de edição

Laboratório de Fotografia

Laboratório de Audiovisual (handycams e cameras profissionais; postos de edição digital)

Laboratório de Infografia

Redações:

JPN (online)

JPR (rádio)

5.3. Indication of the main equipment and materials allocated to and/or used by the study programme (didactic and scientific equipments, materials and ICTs):

The Faculty has a library which has about 300,000 volumes available in the online catalog, and is regularly consulted by students of the Faculty and students of other Faculties. There are also major electronic databases, and the users can access to a wide number of electronic publications; there is also a digital library where the publications edited by FLUP can be found.

FLUP and the Department of Communication and Information Sciences have a wide and advanced range of multimedia technologies specifically oriented to the practice of journalism and multimedia creation. In particular:

Laboratories and equipment that supports classrooms

TV Studio and Regie

Radio Studio and 5 editing islands

Laboratory of photography

Audiovisual Laboratory (handycams and professional cameras, digital editing stations)

Infographics laboratory

Redactions:

JPN (online)

JPR (radio)

6. Atividades de formação e investigação

Mapa VI - 6.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a su. Atividade científica

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

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	Observações / Observations
Centro de Investigação em Informação, Comunicação e Cultura Digital (CIC DIGITAL)	N.A	U. Porto/ U. Nova/ U. Lusófona/ U- Aveiro	O Centro encontra-se em processo de reorganização, a aguardar reavaliação. Ele integra investigadores antes integrados em outras unidades como o Centro de Estudos das Tecnologias e Ciências da Comunicação (CETAC.MEDIA). O CETAC teve fair na última vez que foi avaliado pela FCT

Perguntas 6.2 e 6.3

6.2. Mapa resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, na área predominante do ciclo de estudos, em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos cinco anos (referenciação em formato APA):

<http://a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/1e5b0281-597e-e5f6-2d70-57e3ab6973f4>

6.3. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram a. Atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos:

Estágios, projetos e dissertações beneficiarão com o contacto com as linhas de investigação da UI&D+I CIC.Digital Porto e observatórios: ObCiber - Observatory of Cyberjournalism (FLUP), o ObCCI - Communication and Information Sciences Observatory (FLUP) e o ObCONTECSI - Information Systems and Technology Management Observatory (USP - U.Porto/FLUP).

No sentido da formação avançada, da interação com UI&D's e a cadeia de valor da inovação na U.Porto, bem como da transferência de conhecimento e reforço da ligação às empresas e comunidades externas, prevê-se a criação do CICLab - Communication & Creative Industries Lab (FLUP) e parceria com o UPTEC-PINC - Creative Industries Center / Science and Technology Park of University of Porto, a U.Porto Inovação e o SCOL - Science Communication Open Lab (FLUP). Serão, ainda, criados o e-HeritageLab - New Media applied to the Heritage (FLUP) e o InovAceleratorLab - Information Management in the context of Innovation at U.Porto (FLUP/INESC TEC).

6.3. List of the main projects and/or national and international partnerships, integrating the scientific, technological, cultural and artistic activities developed in the area of the study programme:

Internships, projects and dissertations will benefit with the interaction with the lines of research of the R&D+I unity - CIC.Digital Porto - and its observatories: ObCiber - Observatory of Cyberjournalism; ObCCI - Communication and Information Sciences Observatory; and ObCONTECSI - Information Systems and Technology Management Observatory (Un. S. Paulo – U.Porto/FLUP).

We also point the interaction with: R&D unities and university innovation value chain; the transfer of knowledge process and external actors. It's also planned the creation of CICLab - Communication & Creative Industries Lab and a partnership with UPTEC-PINC - Creative Industries Center/Science and Technology Park of U.Porto, the U.Porto Innovation service and SCOL - Science Communication Open Lab (Faculty). There will also be created the e-HeritageLab - New Media applied to the Heritage (FLUP) and an InovAceleratorLab - Information Management in the context of Innovation at U.Porto (FLUP/INESC TEC).

7. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artísticas, prestação de serviços à comunidade e formação avançada

7.1. Descreva esta. Atividades e se a sua oferta corresponde às necessidades do mercado, à missão e aos objetivos da instituição:

Identificam-se três eixos: 1) projetos (meio institucional e empresarial) que respondem a problemas reais das comunidades; 2) participação em investigação fundamental e aplicada desenvolvida no contexto de projetos de investigação em curso e novos, via H2020, Erasmus+, Portugal 2020 e FCT, etc.; 3) resultados e percursos de jovens investigadores/empreendedores.

Participação em redes: o CEeUP - Clube de Empreendedorismo da U.Porto; a Junior Achievement Europe network; a JA Alumni Europe network; a Enterprise Europe Network-Creative Industries; a ECIA-European Creative Industries Alliance; o EURICSE; a iSchools network; a GEECT; a EMMA; a ECREA; a CILECT; a IMMAA network.

Atividades: *CIC-YR Conference (CIC-Young Researchers), a organizar pelos estudantes do MCIC; iUP25k na U.Porto; prémio ANJE; Start Up Programme; JA Enterprise Challenge; ObCiber Congress; MEDINFOR; Science e-Heritage Summit; Science.CCI Conference; EMMA Conference; IMMAA Conference; CRIC Conference (IMMAA; ARC).*

7.1. Describe these activities and if they correspond to the market needs and to the mission and objectives of the institution:

We point out three axes: 1) projects (institutional and business context) that will answer to real problems; 2) participation in basic and applied research developed in the context of ongoing and new research projects, via H2020, Erasmus+, Portugal 2020, FCT, etc; 3) results and researchers/young entrepreneurs pathways. Networking with: CEDUP - Entrepreneurship Club of the University of Porto; Junior Achievement network Europe; JA Alumni network Europe; the Enterprise Europe Network-Creative Industries; the ECIA - European Creative Industries Alliance; the EURICSE; iSchools the network; the GEECT; EMMA; the ECREA; the CILECT; IMMAA the network. Activities: CIC-YR Conference (CIC-Young Researchers), to be organized by students MCIC; iUP25k competition (U.Porto); ANJE Premium; Start Up Programme; JA Enterprise Challenge; ObCiber Congress; MEDINFOR Congress; Science e-Heritage Summit; Science.CCI Conference; EMMA Conference; IMMAA Conference; CRIC Conference (IMMAA; ARC).

8. Enquadramento na rede de formação nacional da área (ensino superior público)

8.1. Avaliação da empregabilidade dos graduados por ciclos de estudos similares com base nos dados do Ministério que tutela o emprego:

Não existem dados, mas espera-se a integração dos estudantes em algumas das organizações referidas em 6.3. e 7., nomeadamente a UPTEC. A atualidade dos conteúdos abordados no Ciclo de Estudos pode ser vista como um indicador de uma futura taxa de empregabilidade satisfatória.

8.1. Evaluation of the graduates' employability based on Ministry responsible for employment data:

There is no data, but it is expected the integration of students in some of the organizations referred to in 6.3. and 7., namely the UPTEC. The contents covered in the cycle of studies can be seen as an indicator of a future rate of satisfactory employment.

8.2. Avaliação da capacidade de atrair estudantes baseada nos dados de acesso (DGES):

Os CE actualmente em funcionamento no Departamento, a Licenciatura em Ciências da Comunicação: Jornalismo, Assessoria, Multimédia e o Mestrado em Ciências da Comunicação, têm ao longo dos nos registados uma forte procura por parte dos Estudantes, normalmente superior à oferta existente. Alguns dados:

Licenciatura em Ciências da Comunicação: Jornalismo, Assessoria, Multimédia

Nº de inscritos

2011-324

2012-340

2013-332

2014-316

2015-300

Mestrado em Ciências da Comunicação

Nº de inscritos

2011-109

2012-92

2013-88

2014-113

2015-124

Licenciatura em Ciências da Comunicação: Jornalismo, Assessoria, Multimédia

Nº de concluídos

2010-85

2011-86

2012-70

2013-100

2014-96

Espera-se que o CE agora proposto, complementando a oferta formativa já existente no Departamento, também venha a registar uma forte procura. Acresce a capacidade de o CE poder atrair Estudantes. Oriundos das áreas da

Ciência da Informação, Filosofia, Gestão, Economia e de outras áreas afins das Humanidades e Ciências Sociais.

8.2. Evaluation of the capability to attract students based on access data (DGES):

The CE's in the Department, the Bachelor in Communication Sciencess: Journalism, Public Relations, Multimedia and the Master in Communication Sciencess, have over the years registered a strong demand from students that usually exceeds the existing supply.

Some figures:

Bachelor in Communication Sciencess: Journalism, Public Relations, Multimedia

Enrolled Students

2011 – 324

2012 – 340

2013 - 332

2014 – 316

2015 - 300

Master in Communication Sciencess

Enrolled students

2011 – 109

2012 – 92

2013 – 88

2014 – 113

2015 – 124

Bachelor in Communication Sciencess: Journalism, Public Relations, Multimedia

Course completed

2010 – 85

2011 – 86

2012 – 70

2013 – 100

2014 – 96

It is expected that the CE now proposed, complementing the offer already existing in the Department, will have a strong demand. Moreover, the EC can attract students from the areas of Information Science, Philosophy, Management, Economics and other related fields of Humanities and Social Sciences.

8.3. Lista de eventuais parcerias com outras instituições da região que lecionam ciclos de estudos similares:

Não se aplica.

8.3. List of eventual partnerships with other institutions in the region teaching similar study programmes:

Not applicable.

9. Fundamentação do número de créditos ECTS do ciclo de estudos

9.1. 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 Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março:

O CE que agora se propõe está organizado em 120 ECTS, cumprindo a legislação em vigor para o efeito. O CE tem 108 ECTS obrigatórios e 12 optativos. O cálculo dos ECTS para cada UC foi estabelecido tendo em consideração a experiência em cursos de Mestrado atualmente em funcionamento na FLUP. Foram ainda feitas várias reuniões dos Docentes para se aferir, em conjunto, a distribuição do nº de ECTS pelas diferentes UC's.

9.1. Justification of the total number of ECTS credits and of the duration of the study programme, based on articles no.8 or 9 (1st cycle), 18 (2nd cycle), 19 (integrated master) and 31 (3rd cycle) of Decreto-Lei no. 74/2006, March 24th:

The new CE is organized in 120 ECTS, fulfilling the current legislation. The CE has 108 mandatory ECTS and 12 optional ECTS. The calculation for each UC's ECTS was established considering the experience acquired by the Master courses in FLUP. There were several meetings with teachers to assess together the distribution of the number of ECTS by the different UC's.

9.2. Metodologia utilizada no cálculo dos créditos ECTS das unidades curriculares:

Os diferentes ECTS (European Credit Transfer System) aplicados às unidades curriculares foram calculados tendo em atenção o esforço do Estudante e o estipulado no DL 42/2005, de 22.02, e o «Regulamento do Sistema de Aplicação de Créditos Curriculares aos Ciclos de Estudos e Cursos da Universidade do Porto», que estabelece que 1 crédito corresponde a 27 horas de trabalho do estudante, aprovado pela Universidade do Porto e em vigor. Teve-se em atenção o valor médio anual de 1620 horas de trabalho do Estudante, equivalente a 60 ECTS.

9.2. Methodology used for the calculation of the ECTS credits of the curricular units:

The different ECTS (European Credit Transfer System) applied to courses were calculated taking into account the effort stipulated in the Student (as stipulated in DL 42/2005, of 22 February, and in the "Regulation of Credit Application System Curriculum Studies and the Cycles Courses at the University of Porto", that establishes 1 credit to 27 work hours, approved by the University of Porto. We note the yearly average 1620 hours of student's work, equivalent to 60 ECTS.

9.3. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares:

A presente proposta de criação de um 2º CE em Comunicação e Indústrias Criativas resultou de um amplo debate no seio de uma comissão integrada por membros do Departamento especialmente criada para conceber o CE. Foram debatidos diversos modelos curriculares, nacionais e estrangeiros. De seguida, o debate foi alargado a todos os membros do Departamento, tendo, posteriormente, a estrutura do CE sido apresentada e aprovada por unanimidade em Conselho de Departamento. Trata-se, por isso, de um processo debatido e meditado, quer na estrutura do CE, quer no cálculo do nº de créditos das UC.

9.3. Process used to consult the teaching staff about the methodology for calculating the number of ECTS credits of the curricular units:

This proposal for a creation of a Master in Communication and Creative Industries is the result of a wide debate between the members of a commission designated by the Department specially created to design the CE. Several national and international curriculum models were debated. The CE structure was later presented and approved unanimously at the Department Council. It is therefore a widely discussed and meditated process, both in the CE structure and in the UC's credits calculation.

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:**

A Universidade de Malmö oferece um MA em Media and Communication Studies: Culture, Collaborative Media, and Creative Industries, com a duração de dois anos. O Master em Creative Industries and Cultural Policy da Universidade de Glasgow tem a duração de 1 ano, no qual se realizam 120 ECTS. Esse MA possui unidades curriculares semelhantes às da nossa proposta, nomeadamente "Research Methods", "Managing Innovation and Creativity", "Creative Industries and Cultural Policy" e "Intellectual Property Law". A Universidade de Alicante propõe um curso com designação idêntica ao por nós proposto, Máster Universitario en Comunicación e Industrias Creativas, tendo a duração de 1 ano e 60 ECTS."O MA Creative and Media Enterprises da Universidade de Warwick tem como módulos nucleares "Managing Cultural Organizations" e "Managing Intellectual Property", exprimindo assim uma orientação similar à do CE proposto.

10.1. Examples of study programmes with similar duration and structure offered by reference institutions of the European Higher Education Area:

The Malmö University offers a Master of Media and Communication Studies: Culture, Collaborative Media, and Creative Industries, with duration of two years. The Master in Creative Industries and Cultural Policy at the University of Glasgow has duration of 1 year, with a total of 120 ECTS. This Master has courses similar to our proposal, namely "Research Methods", "Managing Innovation and Creativity", "Creative Industries and Cultural Policy" and "Intellectual Property Law". The University of Alicante proposes a course with an identical name to what we propose: University Master in Communication and Creative Industries, with a duration of 1 year and 60 ECTS. The Master in Creative and Media Enterprises at the University of Warwick has as core modules "Managing Cultural Organizations" and "Managing Intellectual Property", thus expressing an orientation similar to the proposed EC.

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior:

O Máster Universitario en Comunicación e Industrias Creativas da Universidade de Alicante visa oferecer "a los licenciados y graduados universitarios la formación que les permita dominar tanto las estrategias e instrumentos de investigación y gestión de programas y herramientas de Comunicación con una perspectiva de aplicación

empresarial en el entorno de la economía creativa". São portanto objetivos de base semelhantes aos enunciados na presente proposta de CE, nomeadamente fornecer aos estudantes formação teórica no campo das Ciências da Comunicação aplicado ao campo transversal das Indústrias Criativas (vd. 3.1.2), conjugada com a obtenção de ferramentas e experiência profissionais (vd. 3.1.1.). O MA Creative Industries and Cultural Policy da Universidade de Glasgow "provides an interdisciplinary grounding in the key economic, cultural and policy forces shaping the development of the creative industries at global, national and local levels." O CE proposto também assume essa perspectiva interdisciplinar, focando-se na importância das políticas públicas, nomeadamente na área da propriedade intelectual. O MA Cultural and Creative Industries (King's College of London) "é um "interdisciplinary programme that allows students to examine the structure and history of the cultural and creative industries and explore practical and theoretical issues facing cultural entrepreneurs, professionals and policy-makers". Um dos objectivos do nosso CE consiste igualmente em "preparar profissionais com um sólido conhecimento que potencie a criação de valor nas indústrias e produtos criativos e culturais" (vd. 3.1.1.). O Mestrado do King's College também visa preparar os estudantes para desenvolverem investigação autónoma em indústrias criativas, cultura e média. O CE proposto tem igualmente como objectivo a prática da investigação, incentivando a autonomia do estudante no seu percurso académico e profissional (vd. 3.1.1.). O MA Creative and Media Enterprises da Universidade de Warwick visa desenvolver competências na área da comunicação necessárias para gerir projetos criativos. De modo similar, no CE agora proposto procura-se "Identificar e analisar fatores críticos de sucesso no setor criativo, nomeadamente ao nível das estratégias de comunicação, papel dos media, marketing, modelos de negócio, empreendedorismo e elaboração de projectos" (vd. 3.1.1.). Assim como o nosso CE visa "proporcionar uma visão de conjunto sobre as indústrias criativas e suas relações com a academia, empresas e políticas públicas num contexto regional, nacional e internacional", também o MA da Universidade de Warwick tem como objectivo analisar os contextos internacionais e locais, económicos e culturais, nos quais se situam as iniciativas criativas ligadas à comunicação.

10.2. Comparison with the intended learning outcomes of similar study programmes offered by reference institutions of the European Higher Education Area:

The University Master in "Communication and Creative" of the University of Alicante aims to provide "to graduates and college graduates training that enables them to master both the strategies and instruments of research and program management and communication tools with a perspective of business application in the environment of the creative economy". Are basic objectives similar to those set out in the proposed EC, in particular to provide students with theoretical training in the field of Communication Sciences applied to the transverse field of Creative Industries (vd. 3.1.2), together with obtaining professional tools and experience (vd. 3.1.1.). The Master of "Creative Industries and Cultural Policy" at the University of Glasgow "Provides an interdisciplinary grounding in the key economic, cultural and policy forces shaping the development of the creative industries overall at, national and the local levels." The proposed EC also takes this interdisciplinary perspective, focusing on the importance of public policies, namely in the area of intellectual property. The Master of "Cultural and Creative Industries" (King's College London) is an "interdisciplinary program that allows students to examine the structure and history of the cultural and creative industries and explore practical and theoretical issues facing cultural entrepreneurs, professionals and policy-makers" One of the purposes of our EC is also to "prepare professionals with a solid knowledge that enhances value creation in industries and creative and cultural products" (vd. 3.1.1.). The King's College Master also aims to prepare students to develop independent research in creative industries, culture and media. The proposed EC also aims the practice of research, encouraging student autonomy in their academic and professional career (vd. 3.1.1.). The MA in Creative and Media Enterprises at Warwick University aims to develop skills in communication necessary to manage creative projects. Similarly, the EC that we propose seeks to "identify and analyze critical success factors in the creative sector, particularly in terms of communication strategies, role of media, marketing, business models, entrepreneurship and development projects" (vd. 3.1.1.). As our EC aims to "provide an overview of the creative industries and their relations with academia, business and public policy at a regional, national and international context", also the Master of the University of Warwick aims to analyze the contexts, international and local, economic and cultural, in which we find the creative initiatives related to communication.

11. Estágios e/ou Formação em Serviço

11.1. e 11.2 Locais de estágio e/ou formação em serviço (quando aplicável)

Mapa VII - Protocolos de Cooperação

Mapa VII - Modelo- Protocolo de Estágio

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Modelo- Protocolo de Estágio

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

[11.1.2._Protocolo_Estagio_2ºC Comunicação e Indústrias Criativas.pdf](#)

Mapa VII - Modelo- Protocolo Projeto**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Modelo- Protocolo Projeto***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):**[11.1.2._Protocolo_Projeto_2ºC Comunicação e Indústrias Criativas.pdf](#)**Mapa VIII. Plano de distribuição dos estudantes****11.2. Mapa VIII. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.(PDF, máx. 100kB).**

<sem resposta>

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:**

Os estudantes têm que realizar um E obrigatório numa instituição aprovada pela Comissão Científica do CE, mediante proposta do regente da UC, e devidamente protocolada com a FLUP, na qual irão exercer uma tarefa concreta devidamente acompanhada dentro do âmbito acordado. O estagiário tem um supervisor na FLUP e um responsável que o acompanha na instituição de acolhimento. O supervisor estabelece os contatos com vista à realização do E e é responsável pela avaliação do estudante. Do mesmo modo, no âmbito do Projeto que os estudantes podem realizar no 2º ano com vista à obtenção do grau, a instituição de acolhimento é aprovada pela Comissão Científica do CE, é estabelecido um Protocolo, é nomeado um orientador na FLUP e se necessário na IA. As OT permitirão ao orientador da FLUP compreender se há um acompanhamento efetivo na instituição de acolhimento.

11.3. Resources of the Institution to effectively follow its students during the in-service training periods:

The students have to realize a mandatory internship in an institution approved by the Scie.Com. of the CE, upon proposal by the responsible of UC, and properly protocolled with the Fac., which will exert a properly accompanied concrete activity within the agreed framework. The intern has an advisor in the Fac. and a responsible accompanying at the institution. The advisor establishes contacts in order to achieve the internship and is responsible for the internship assessment. Likewise, under the the Project that they can realize in the 2nd year in order to obtain the degree, the institution is approved by the Scientific Committee of the CE, a protocol is established, and an advisor is appointed in the Fac. and, if required, at the host institution. The OT will allow the advisor of the Fac. to understand whether there is effective monitoring at the institution.

11.4. Orientadores cooperantes**Mapa IX. Normas para a avaliação e seleção dos elementos das instituições de estágio e/ou formação em serviço responsáveis por acompanhar os estudantes****11.4.1 Mapa IX. 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_11.4.1.pdf](#)**Mapa X. 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:

- O CE constitui um curso inovador na área das Ciências da Comunicação.
- O CE beneficia do prestígio da Universidade do Porto e da existência de um polo de indústrias criativas situado na Universidade, bem como a sua ligação a redes nacionais e internacionais.
- O CE possui um corpo docente experiente e preparado, com produção científica na área.
- O CE insere-se num Departamento cujos cursos ministrados registam anualmente uma forte procura, sempre superior à oferta existente.
- A estrutura curricular faz a ligação à indústria, sendo que a opção por Dissertação Estágio ou Projeto permite que os estudantes optem por um percurso mais académico ou adquiram adicional experiência profissional em entidades idóneas.

12.1. Strengths:

- The EC is an innovative course in the area of Communication Sciences.
- EC benefits from the prestige of the University of Porto and the existence of a center of creative industries situated in the University, as well as their connection to national and international networks.
- The EC has an experienced faculty and prepared with scientific production in the area.
- The EC is part of a Department whose courses annually register strong demand always exceeds the existing supply.
- The curriculum connects to the industry, with the option for internship Dissertation or project allows students to opt for a more academic path or acquire additional experience in qualified entities.

12.2. Pontos fracos:

- O CE insere-se num Departamento ainda com pouca visibilidade internacional.
- Existem limitações orçamentais e de marketing, bem como é reconhecida a sobrecarga horária do corpo docente. Isso obrigará a criatividade na gestão dos recursos existentes.

12.2. Weaknesses:

- The EC is part of a Department with still little international visibility.
- There are budget and marketing restrictions, as well as a recognized time overload of teachers. This will require creativity in the management of existing resources.

12.3. Oportunidades:

O CE constitui uma oportunidade para a aproximação dos estudantes ao mercado de trabalho. Ele tem em conta o facto de as Indústrias Criativas e a Comunicação serem áreas cada vez mais valorizadas e em crescimento. Trata-se de áreas consensuais na agenda política, constituindo um setor prioritário no Portugal 2020. Paralelamente, a Comunicação e as Indústrias Criativas têm vindo a posicionar-se como um cluster estratégico no norte do país. O CE procurará assim promover parcerias com a comunidade e desenvolver investigação aplicada.

12.3. Opportunities:

The EC is an opportunity to approaching the students to the job market. It takes into account the fact that the creative industry and communication areas are increasingly valued and growing. It is consensual areas on the political agenda, being a priority sector in Portugal 2020. In parallel, the Communication and Creative Industries has been positioning itself as a strategic cluster in the north. The EC will thus promote partnerships with the community and develop applied research

12.4. Constrangimentos:

A existência de uma conjuntura económica adversa, sendo que o mercado regional tem limitações e ainda se verifica uma insuficiente dinâmica na criação de emprego. Serão desenvolvidos esforços no sentido da boa promoção do curso.

12.4. Threats:

The existence of an adverse economic environment, and the regional market is limited, and there is still a lack of dynamic job creation. Efforts will be made towards good promotion of the course.

12.5. CONCLUSÕES:

O presente CE beneficia de um corpo docente especializado na área das Ciência da Comunicação e da Informação com investigação em temas relacionados com as Indústrias Criativas. Apesar de cursos existentes nas Universidades europeias, a área das Indústrias Criativas ainda não teve, em Portugal, o desenvolvimento em ambiente académico correspondente à sua crescente importância no mundo empresarial e do trabalho. Este CE

poderá fornecer um contributo relevante para esse desenvolvimento. Ele está pensado numa lógica de complementaridade de formação académica do estudante com o contacto direto com a experiência profissional. Para além de poderem optar pela Dissertação, os estudantes poderão igualmente seguir as opções de Estágio ou Projeto para concluírem o seu ciclo de estudos. O CE beneficia da existência do polo das Indústrias Criativas da Universidade do Porto, bem como das suas ligações a redes internacionais que desenvolvem actividades nas áreas da Comunicação, Empreendedorismo e Indústrias Criativas (CEdUP; ECIA; EURICSE; GEEC; EMMA, entre outras). Os docentes e a instituição que integram este CE têm prestígio nacional e internacional reconhecido, assim como vontade e capacidade para aceitar o desafio. A conjugação destes fatores confere a este CE um carácter inovador no panorama dos estudos de 2.º ciclo.

12.5. CONCLUSIONS:

The EC benefits from expert faculty in the field of Science Communication and Information with research on issues related to the Creative Industries. Despite the existing courses in European universities, the area of creative industries has not had in Portugal the developing academic environment corresponding to their increasing importance in the business world and the labor sector. This EC could provide an important contribution to this development. Is created in a student's academic training complementary logic with direct contact with professional experience. Besides the student can opt for the Dissertation, they can also follow the internship or project options to complete their course of study. The EC benefits from the existence of the pole of the Creative Industries at the University of Porto and its links to international networks that are active in the areas of Communication, Entrepreneurship and Creative Industries (CEDUP; ECIA; EURICSE; GEEC, EMMA, among others). The teachers and the institution that integrate this EC have nationally and internationally recognized prestige, as well as willingness and ability to accept the challenge. The combination of these factors gives the EC an innovative character in the panorama of the 2nd cycle studies.