



**Politécnico
de Tomar**
Polytechnic University

Relatório de Curso

**Comunicação
Social: Jornalismo e Comunicação
Empresarial**

www.ipt.pt



1. Apresentação do Curso

Designação do Curso:	Comunicação Social: Jornalismo e Comunicação Empresarial
Director do Curso:	Hália Filipa da Costa Santos
Regime do Curso:	Diurno
Ano Lectivo:	2024 / 2025

1.1. Caracterização do Curso:

Oferecer uma sólida formação cultural, científica e tecnológica, sustentada por um [plano curricular](#) que inclui o permanente contacto com situações reais em laboratório e in situ. O modelo deste ciclo assenta no desenvolvimento de um conjunto diversificado de competências para excelentes saídas profissionais e para prosseguir estudos de pós-graduação e mestrado.

N.º Registo DGES: **R/A-EF 641/2011/AL03**

Data do Registo DGES: **02/12/2022**

ECTS: **180**

N.º do Processo: **ACEF/1819/0220642**

Prazo de Acreditação: **6 anos**

Data da Publicação: **14/10/2020**

[Deliberação A3ES](#)

Objectivos

A LCS-JCE tem por objetivo a formação de profissionais da Comunicação, conscientes do mundo que os rodeia, com sentido crítico e com capacidade de adaptação a diferentes realidades. Consciente da sua essência (ensino superior politécnico), o curso proporciona aos seus estudantes um percurso que é simultaneamente teórico e laboratorial, com o objetivo de os preparar para o exercício profissional de forma sólida (do ponto de vista dos conhecimentos) e eficaz (do ponto de vista da prática). Para além de um tronco comum nos dois primeiros anos do curso, no 3º ano os alunos optam por um ramo (em Jornalismo ou Comunicação Empresarial), que os dotará de uma especialização, frequentando UC específicas que mais se adaptam à carreira profissional que pretendem seguir. Pretende-se, desta forma, proporcionar uma formação diversificada, que permita aos estudantes obter uma preparação específica, mas também multifacetada, como resposta às constantes mutações e diversidades do mercado

profissional em que a licenciatura se situa.

Saídas profissionais

No ramo de Jornalismo, as principais profissões são: Jornalista, Jornalista de Rádio, Jornalista de Televisão, Jornalista Multimédia, Produtor e Editor de Áudio, Produtor e Editor de Vídeo. No ramo da Comunicação Empresarial, as principais profissões são: Relações Públicas, Gestor de Redes Sociais, Gestor de Marcas, Marketeer e Assessor de Imprensa.

1.2. Corpo Docente:

NOME	UNIDADE DEPARTAMENTAL	CATEGORIA	REGIME
Ana Cláudia L.M.P.Silva M. Pinto	Ciências Sociais	Prof. Adjunto	Exclusividade
Ana Isabel e Sousa do Carmo	Artes, Desing e Com.	Prof. Adjunto	Exclusividade
Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim	Ciências Empresariais	Prof. Adjunto Conv.	Parcial
Andreia Maria Alves Almeida	Ciências Empresariais	Assistente Conv.	Parcial
Carmen Zita B. Garcia Monereo	Ciências Empresariais	Prof. Adjunto Conv.	Parcial
Cláudia Liliana S. Rosa Henriques	Ciências Sociais	Eq. Prof. Adjunto	Integral
Hália Filipa da Costa Santos	Ciências Sociais	Prof. Adjunto	Exclusividade
João Pedro Freire Fonseca da Luz	Artes, Desing e Com.	Prof. Adjunto	Exclusividade
João Ricardo Mendes de F. Pereira	Artes, Desing e Com.	Prof. Adjunto Conv.	Integral
Júlio César M. Jorge Ruivo da Silva	Artes, Desing e Com.	Prof. Adjunto	Exclusividade
Maria da C. C. S. P. P. Barras Romana	Ciências Sociais	Prof. Adjunto	Exclusividade
Maria Isabel Vaz Pitacas	Matemática	Prof. Adjunto	Exclusividade
Marta Margarida Santos Dionísio	Ciências Sociais	Prof. Adjunto	Exclusividade
Raquel Palma T. de Sousa Botelho	Ciências Sociais	Prof. Adjunto	Exclusividade
Ruben Alexandre Lopes Martins	Ciências Sociais	Eq. Prof. Adjunto	Parcial
Vasco Ribeiro dos Santos	Ciências Empresarias	Prof. Adjunto	Exclusividade

2. Estudantes

2.1. Distribuição por anos

Anos lectivos	1º ano		2º ano		Total	
	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%
2022/2023	0	0	0	0	0	0
2023/2024	48	74	17	26	65	100
2024/2025	37	40	30	33	92	72.8260869565

2.2 Candidaturas e matrículas por tipologia de alunos

Anos Lectivos	Candidaturas								Matrículas											
	Con. Local		Est. Inter		Outros		Total		1º ano		1º ano 1ª vez		Con. Local		Est. Inter		Outros		Total	
	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%
2022/2023		0.00	0	0		0.00		100	0	100	0	0.00	0	0.00	0	0	0	0.00	0	100
2023/2024	116	54	222	103	100	46	216	100	48	100	48	100	37	77	0	0	11	23	48	100
2024/2025	210	67	231	74	101	32	313	100	37	100	35	95	32	91	0	0	2	6	34	100

2.3. Caracterização do ingresso (dados relativos às diferentes fases de acesso)

Ano Lectivo	Fases	Nº de vagas	Nº de candidatos	Nº de candidatos (1ª opção)	Nº de colocados	Nº de colocados (1ª opção)	Classificação dos colocados (média)	Classificação do último colocado
2022/2023	1ª							
	2ª							
	3ª							
	Total	---					---	---
2023/2024	1ª	35	79	11	35	9	132	120
	2ª	5	23	2	9	1	133	125
	3ª	1	14	0	1	0	138	138
	Total	---	116	13	45	10	---	---
2024/2025	1ª	38	157	19	38	15	135	128
	2ª	12	52	8	13	3	139	132
	3ª	0						
	Total	---	209	27	51	18	---	---

2.4. Distribuição do nº de alunos por género

Anos lectivos	Masculino		Feminino		Total	
	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%
2022/2023	0	0	0	0	0	0
2023/2024	25	38	40	62	65	100
2024/2025	33	36	59	64	92	100

2.5. Distribuição do nº de alunos por faixa etária

Anos lectivos	< 20 anos		20 a 22 anos		23 a 30 anos		> 30 anos		Total	
	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%	nº alunos	%
2022/2023	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2023/2024	37	57	18	28	8	12	2	3	65	100
2024/2025	32	35	41	45	18	20	1	1	92	100

2.6. Análise e Observações do Corpo Discente:

Em relação ao corpo discente, verifica-se uma relativa estabilidade na sua caracterização, mantendo-se o contingente geral como forma claramente preferencial de ingresso no curso. Em termos de faixas etárias nada há a assinalar, verificando-se que os estudantes são maioritariamente jovens que dão continuidade aos estudos do ensino secundário.

Em termos de candidaturas e de matrículas, e comparando com o ano anterior, há alterações positivas, nomeadamente ao nível dos candidatos: 210 estudantes em 24/25 (116 em 23/24). Pode, eventualmente, atribuir-se esta procura crescente a um progressivo afastamento temporal da pandemia. No entanto, a materialização destes números em matrículas não é tão satisfatório: 35 estudantes em 24/25 (quando no anterior tinham sido 48). Por outro lado, há um outro dado que merece referência pela positiva: o curso foi a primeira opção de 18 estudantes (mais 8 do que no ano anterior).

2.7. Evolução do nº de diplomados

Anos lectivos	Diplomados (nº)				Total
	n	n+1	n+2	> n+2	
2022/2023	0	0	0	0	0
2023/2024	0	0	0	0	0
2024/2025	19	0	0	0	19

* n= corresponde à conclusão do curso em 2 anos.

2.8. Taxa de abandono

Anos lectivos	2022/2023	2023/2024	2024/2025
Total de alunos inscritos no curso (n-1)	0	0	65
Total de alunos inscritos no curso (n)	0	65	92
Total de alunos inscritos no curso (n+1)	65	92	81
Nº de novos alunos (n-1)	0	0	48
Nº de novos alunos (n)	0	48	35
Nº de alunos diplomados (n-1)	0	0	0
Nº de alunos diplomados (n)	0	0	19
Nº de alunos anulados (n)	0	18	18
Nº de alunos que não renovaram (n+1)	0	9	7
% Abandono (n)	0	0	12

n -> Ano letivo

Fórmula de cálculo

Taxa de Abandono Escolar Ano (n) = Não Renovações Ano (n) / Total Previsto Ano (n)

Total Previsto de Renovações Ano (n) = Inscritos ano n-1 - Diplomados do Ano (n-1)

Renovações Ano (n) = Inscritos Ano (n) - Inscritos primeira vez Ano (n)

Não Renovações Ano (n) = Total previsto das renovações do Ano (n) - Renovações Ano (n)

2.9. Taxa de Sucesso Escolar por Unidade Curricular

Ano letivo 2024-2025 - Plano: Despacho n.º 428/2023 de 09/01/2023 + RA-EF/641/2011/AL04 de 22/01/2025

1.º Ano - Ramo: Comunicação Empresarial

Nº	Designação da Unidade Curricular	Aprovados	Reprovados	Não avaliados	Taxa de sucesso (1)	Taxa de sucesso (2)
1	Estudos Culturais	18	5	3	69	78
2	Fundamentos de Economia	17	4	5	65	81
3	Géneros Jornalísticos	21	3	3	78	88
4	Introdução ao Marketing	19	0	3	86	100
5	Laboratório de Gestão de Eventos	19	1	2	86	95
6	Métodos Quantitativos	21	1	3	84	95
7	Técnicas de Expressão Oral e Escrita	19	2	3	79	90
8	Dinâmica dos Grupos Editoriais	22	2	3	81	92
9	Escrita Digital	21	0	4	84	100
10	História Económica e Política	19	2	5	73	90
11	Inglês e os Média	16	4	4	67	80
12	Laboratório de Jornalismo	17	2	3	77	89
13	Marketing Digital	19	0	4	83	100
14	Semântica e Pragmática	17	1	3	81	94

(1) com base no número de alunos inscritos na UC

(2) com base no número de alunos que se submeteram a pelo menos uma avaliação

2.º Ano - Ramo: Comunicação Empresarial

Nº	Designação da Unidade Curricular	Aprovados	Reprovados	Não avaliados	Taxa de sucesso (1)	Taxa de sucesso (2)
15	Comunicação de Crise	17	1	0	94	94
16	Inglês Aplicado	18	0	1	95	100
17	Laboratório de Imagem	19	0	0	100	100
18	Laboratório de Produção de Conteúdos	17	3	0	85	85
19	Temas de Sociologia	18	0	0	100	100
20	Direito e Ética de Comunicação	17	1	0	94	94
21	Laboratório Audiovisual	15	0	4	79	100
22	Laboratório de Comunicação Organizacional	18	0	1	95	100
23	Literatura e Pensamento Contemporâneo	18	0	0	100	100
24	Semiótica	19	0	0	100	100
25	Sociedade e Globalização	18	0	0	100	100
26	Teorias da Comunicação	13	5	0	72	72

(1) com base no número de alunos inscritos na UC

(2) com base no número de alunos que se submeteram a pelo menos uma avaliação

3.º Ano - Ramo: Comunicação Empresarial

Nº	Designação da Unidade Curricular	Aprovados	Reprovados	Não avaliados	Taxa de sucesso (1)	Taxa de sucesso (2)
27	Branding	10	0	0	100	100
28	Comunicação Estratégica das Organizações	10	0	0	100	100
29	Laboratório de Assessoria de Imprensa	10	0	0	100	100
30	Laboratório dos Média e Relações Públicas	10	0	0	100	100
31	Linguagens Publicitárias	10	0	0	100	100
32	Estágio	9	0	0	100	100
33	Seminários Temáticos	10	0	0	100	100

(1) com base no número de alunos inscritos na UC

(2) com base no número de alunos que se submeteram a pelo menos uma avaliação

1.º Ano - Ramo: Jornalismo

Nº	Designação da Unidade Curricular	Aprovados	Reprovados	Não avaliados	Taxa de sucesso (1)	Taxa de sucesso (2)
34	Estudos Culturais	20	4	5	69	83
35	Fundamentos de Economia	19	6	1	73	76
36	Géneros Jornalísticos	21	2	2	84	91
37	Introdução ao Marketing	21	0	2	91	100
38	Laboratório de Gestão de Eventos	22	0	1	96	100
39	Métodos Quantitativos	21	2	1	88	91
40	Técnicas de Expressão Oral e Escrita	20	3	1	83	87
41	Dinâmica dos Grupos Editoriais	21	5	0	81	81
42	Escrita Digital	19	4	1	79	83
43	História Económica e Política	18	4	0	82	82
44	Inglês e os Média	17	5	5	63	77
45	Laboratório de Jornalismo	13	9	0	59	59
46	Marketing Digital	20	1	1	91	95
47	Semântica e Pragmática	21	1	1	91	95

(1) com base no número de alunos inscritos na UC

(2) com base no número de alunos que se submeteram a pelo menos uma avaliação

2.º Ano - Ramo: Jornalismo

Nº	Designação da Unidade Curricular	Aprovados	Reprovados	Não avaliados	Taxa de sucesso (1)	Taxa de sucesso (2)
48	Comunicação de Crise	13	3	0	81	81
49	Inglês Aplicado	15	1	2	83	94
50	Laboratório de Imagem	16	0	0	100	100
51	Laboratório de Produção de Conteúdos	14	2	0	88	88
52	Temas de Sociologia	14	1	1	88	93
53	Direito e Ética de Comunicação	15	0	1	94	100
54	Laboratório Audiovisual	11	0	5	69	100
55	Laboratório de Comunicação Organizacional	14	0	2	88	100
56	Literatura e Pensamento Contemporâneo	14	0	2	88	100
57	Semiótica	16	0	0	100	100
58	Sociedade e Globalização	14	1	0	93	93
59	Teorias da Comunicação	7	8	4	37	47

(1) com base no número de alunos inscritos na UC

(2) com base no número de alunos que se submeteram a pelo menos uma avaliação

3.º Ano - Ramo: Jornalismo

Nº	Designação da Unidade Curricular	Aprovados	Reprovados	Não avaliados	Taxa de sucesso (1)	Taxa de sucesso (2)
60	Discurso dos Média	13	0	0	100	100
61	Laboratório de Jornalismo Digital	14	0	1	93	100
62	Laboratório de Som	15	0	1	94	100
63	Laboratório de Televisão	13	0	0	100	100
64	Publicações Digitais	15	0	0	100	100
65	Estágio	12	0	3	80	100
66	Seminários Temáticos	14	1	0	93	93

(1) com base no número de alunos inscritos na UC

(2) com base no número de alunos que se submeteram a pelo menos uma avaliação

Distribuição por Áreas Científicas

Área Científica	Aprovados	Reprovados	Não avaliados	Taxa de sucesso (1)	Taxa de sucesso (2)
Ciências Sociais	461	59	47	81	89
Comunicação Empresarial	272	11	16	91	96
Informação e Jornalismo	298	27	30	84	92
Matemática	42	3	4	86	93

(1) com base no número de alunos inscritos na UC

(2) com base no número de alunos que se submeteram a pelo menos uma avaliação

2.10. Evolução da Taxa de Sucesso Escolar por Unidade Curricular (com base no número de alunos avaliados na UC)

1º ano

1º Semestre

ID	Designação da Unidade Curricular	% Sucesso escolar ano lectivo 2022/2023	% Sucesso escolar ano lectivo 2023/2024	% Sucesso escolar ano lectivo 2024/2025
1	Estudos Culturais	---	74%	78%
2	Estudos Culturais	---	74%	83%
3	Fundamentos de Economia	---	84%	76%
4	Fundamentos de Economia	---	71%	81%
5	Géneros Jornalísticos	---	61%	88%
6	Géneros Jornalísticos	---	79%	91%
7	Introdução ao Marketing	---	100%	100%
8	Introdução ao Marketing	---	100%	100%
9	Laboratório de Gestão de Eventos	---	100%	100%
10	Laboratório de Gestão de Eventos	---	100%	95%
11	Métodos Quantitativos	---	83%	95%
12	Métodos Quantitativos	---	90%	91%

13	Técnicas de Expressão Oral e Escrita	---	89%	90%
14	Técnicas de Expressão Oral e Escrita	---	83%	87%

2º Semestre

ID	Designação da Unidade Curricular	% Sucesso escolar ano lectivo 2022/2023	% Sucesso escolar ano lectivo 2023/2024	% Sucesso escolar ano lectivo 2024/2025
15	Dinâmica dos Grupos Editoriais	---	84%	81%
16	Dinâmica dos Grupos Editoriais	---	70%	92%
17	Escrita Digital	---	94%	83%
18	Escrita Digital	---	79%	100%
19	História Económica e Política	---	100%	82%
20	História Económica e Política	---	71%	90%
21	Inglês e os Média	---	83%	77%
22	Inglês e os Média	---	92%	80%
23	Laboratório de Jornalismo	---	95%	89%
24	Laboratório de Jornalismo	---	97%	59%
25	Marketing Digital	---	100%	95%
26	Marketing Digital	---	100%	100%
27	Semântica e Pragmática	---	93%	94%
28	Semântica e Pragmática	---	88%	95%

2º ano**1º Semestre**

ID	Designação da Unidade Curricular	% Sucesso escolar ano lectivo 2022/2023	% Sucesso escolar ano lectivo 2023/2024	% Sucesso escolar ano lectivo 2024/2025
29	Comunicação de Crise	---	100%	94%

30	Comunicação de Crise	---	100%	81%
31	Inglês Aplicado	---	50%	94%
32	Inglês Aplicado	---	---	100%
33	Laboratório de Imagem	---	100%	100%
34	Laboratório de Imagem	---	100%	100%
35	Laboratório de Produção de Conteúdos	---	100%	88%
36	Laboratório de Produção de Conteúdos	---	100%	85%
37	Temas de Sociologia	---	100%	93%
38	Temas de Sociologia	---	100%	100%

2º Semestre

ID	Designação da Unidade Curricular	% Sucesso escolar ano lectivo 2022/2023	% Sucesso escolar ano lectivo 2023/2024	% Sucesso escolar ano lectivo 2024/2025
39	Direito e Ética de Comunicação	---	100%	100%
40	Direito e Ética de Comunicação	---	100%	94%
41	Laboratório Audiovisual	---	100%	100%
42	Laboratório Audiovisual	---	100%	100%
43	Laboratório de Comunicação Organizacional	---	100%	100%
44	Laboratório de Comunicação Organizacional	---	100%	100%
45	Literatura e Pensamento Contemporâneo	---	100%	100%
46	Literatura e Pensamento Contemporâneo	---	100%	100%
47	Semiótica	---	100%	100%
48	Semiótica	---	100%	100%
49	Sociedade e Globalização	---	100%	93%
50	Teorias da Comunicação	---	100%	72%
51	Teorias da Comunicação	---	25%	47%
52	Sociedade e Globalização	---	---	100%

3º ano**1º Semestre**

ID	Designação da Unidade Curricular	% Sucesso escolar ano lectivo 2022/2023	% Sucesso escolar ano lectivo 2023/2024	% Sucesso escolar ano lectivo 2024/2025
53	Branding	---	---	100%
54	Comunicação Estratégica das Organizações	---	---	100%
55	Discurso dos Média	---	---	100%
56	Laboratório de Assessoria de Imprensa	---	---	100%
57	Laboratório de Jornalismo Digital	---	---	100%
58	Laboratório de Som	---	---	100%
59	Laboratório de Televisão	---	---	100%
60	Laboratório dos Média e Relações Públicas	---	---	100%
61	Linguagens Publicitárias	---	---	100%
62	Publicações Digitais	---	---	100%

2º Semestre

ID	Designação da Unidade Curricular	% Sucesso escolar ano lectivo 2022/2023	% Sucesso escolar ano lectivo 2023/2024	% Sucesso escolar ano lectivo 2024/2025
63	Estágio	---	---	100%
64	Estágio	---	---	100%
65	Seminários Temáticos	---	---	93%
66	Seminários Temáticos	---	---	100%

2.11. Análise e Observações sobre o sucesso escolar:

Os resultados do sucesso escolar revelam, logo à partida, que o aproveitamento dos estudantes vai progredindo ao longo do curso. Uma possível explicação poderá ser a questão da adaptação e um novo tipo de ensino e, também, a um novo tipo de vida, uma vez que a grande maioria dos estudantes estão deslocados ou fazem longas viagens entre a sua casa e a escola. Mesmo assim, a grande maioria das UC tem níveis de aproveitamento superiores a 80% dos estudantes.

No 1º ano, no ramo de Comunicação Empresarial apenas duas UC estão abaixo da fasquia dos 80% de sucesso: Teorias da Comunicação com 72% e Estudos Culturais com 78%. No ramo de Jornalismo o panorama é um pouco pior, com quatro UC abaixo dos 80%: Teorias da Comunicação (47%), Laboratório de Jornalismo (59%), Fundamentos de Economia (76%) e Inglês e os Média (77%). No caso das Teorias da Comunicação regista-se a crescente falta de hábitos de trabalho na interpretação de textos, artigos e livros que possam ser mais densos do que aquilo a que estudantes estão habituados; no caso do Laboratório de Jornalismo verifica-se a crescente falta de iniciativa e de capacidade para procurar e desenvolver trabalhos fora do contexto de sala de aula, que são determinantes para a concretização dos vários projetos que têm de concretizar ao longo do semestre.

Nos 2º e 3º ano evidenciam-se claras melhorias ao nível do sucesso, sendo várias as UC com taxas de aprovação de 100% ou muito próximo disso. Aliás, no 3º ano todos os alunos de CE foram aprovados a todas as UC e em Jornalismo apenas a UC de Seminários Temáticos não teve 100% de sucesso, mas ficou muito perto (93%). Estes dados revelam o crescente empenho dos estudantes ao longo do curso.

2.12. Atividades realizadas no ano letivo:

Realização de visita de estudo (Expresso e SIC).

Palestra com membro da Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas.

Participação de 10 estudantes na Conferência ICON (Marketing), Lisboa.

3. Empregabilidade

Anos lectivos	nº diplomados	% diplomados empregados na área do Curso	% diplomados empregados fora da área do Curso	% diplomados empregados no prazo de um ano
2022/2023	0	%	%	%
2023/2024	0	%	%	%
2024/2025	19	57 %	43 %	100%

Fonte:

Questionário realizado pela OIVA do IPT. Nota importante: responderam 12 dos 19 diplomados.

4. Mobilidade

4.1. Mobilidade dos estudantes

Anos lectivos	Nº de estudantes enviados	Nº de estudantes recebidos	Nº de docentes enviados	Nº de docentes recebidos
2022/2023				
2023/2024				
2024/2025	2	1	7	1

5. Ligação a entidades externas (no ano letivo em curso)

5.1. Protocolos/Parcerias:

Parceria com a Academia Militar para participação de alunos no Exercício Leão (Sta Margarida), anualmente.

5.2 Estágios dos estudantes:

Protocolos de Estágio que transitam do ano anterior:

Global Media
Cofina
Observador
Endemol
Jornal Diário do Distrito
Rádio Marinhais
Rádio Torres
Get Digital
LEYA
Lugar da Palavra
Cognitive Technologies
Mapa das Ideias
Blisq - Brand Strategy Agency
Go Biz Viagens e Turismo
AODB Comunicare - Consultores Associados
ARA - Agência Criativa

FUEL Publicidade

Novos protocolos de Estágio:

Empresa Editora Cidade de Tomar

Fds Beauty Consulting Unipessoal Ida.

Reapost Design, Criatividade e Comunicação, Lda

Dona Imagem Unipessoal, Lda.

Chaves do Areeiro ‐ Soluções e Sistemas de Segurança, S.A.

Cast 39, Unipessoal, Lda.

Insidevanity, Lda

6. Publicações

6.1. Publicações dos docentes:

Botelho, R. e Santos, H.

Capítulo "A Academia do Mundo em Abrantes" (131-146) do livro "Academia de leitura do mundo: o jornalismo, a comunicação e eu", 10/dez/2024 – ISBN 978-989-9229-20-4

Carmo, A., Silva, J. e Romana, M.

Sofia Silva, Manuela; Romana, Maria; Cordeiro, João; Silva, Júlio; Carreira dos Santos, Luís; do Carmo, A.; Domingos, Susana. "O filme documental no processo de mediação territorial, cultural e literária". *Biblos* 10 (2024): 65-94. https://doi.org/10.14195/0870-4112_3-10_3

Carmo, A.

Duarte, M. & do Carmo, A. (Eds.) (2025). *Cadernos do Arquivo: A Olaio sob a perspetiva de Mário de Oliveira*. Instituto Politécnico de Tomar. ISBN (impresso): 978-989-9170-19-3/ ISBN (PDF): 978-989-9170-20-9

Duarte, M. & do Carmo, A. (Eds.) (2025). *Archive Notebooks: Olaio through the Perspective of Mário de Oliveira*. Instituto Politécnico de Tomar. ISBN (PDF): 978-989-9170-52-0

Dionísio, M. e Silva, C.

Dionísio, M., da Silva, C. P., Almeida, P., Marques, C. G., Simões, J. T., & Domingos, S. (2024). Local cultural identity as a tourism development agent. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(3), 81-88

Almeida, P., Dionísio, M., Silva, C. P. da, Marques, C. G., & Simões, J. T. (2024). The procession of Santa Iria - a landmark of the cultural identity of the Municipality of Tomar. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(2), 265-276.

Marques, C.G., Araújo, I., Pedro, J.P., Silva, C.P., Dionísio, M. & Almeida, P. (2024). Game on: future directions for gamification in/for cultural. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(1), 327-333.

da Silva, C. P., Simões, J. T., Dionísio, M., Almeida, P., & Marques, C. G. (2024). The role of conventual sweets in promoting tourist destinations. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(4), 16-26.

Simões, J. T., Pires da Silva, C., Dionísio, M., & Marques, C. G. (2025). Cross perspectives: A comparative analysis of perceptions of the Tray's Festival among residents and visitors. In *Management, Tourism and Smart Technologies (ICMTT 2024, Vol. 1, pp. 526–533)*. Springer.

Romana, M., Dionísio, M., Silva, C. P. D., Almeida, P., Marques, C. G., & Mota, S. S. (2025). The concomitant processes of gentrification and touristification and the impact on the identity ecosystem of historic centres - the case study of the Historic Centre of Santarém. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 8(2), 165-175.

Santos, V.

Amorim, L., Sousa, B.B., Santos, V. (2025). Exploring the Future of Tourism in the Metaverse. In: Fakir, F.Z., Albattat, A., Valeri, M. (eds) *Tourism Entrepreneurship and the Metaverse*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-96299-8_6

Sousa, B. B. & Santos, V. R. (2025). Gastronomy, Cheese, and the Contributions of Maketing to Territorial Identity: A Proposal for an Exploratory Study on "Queijo da Serra" (Portugal). In G. Taşkın & A. Altaş (Eds.), *Global Perspectives on Cheese Tourism* (pp. 411-426). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3490-4.ch023>

Santos, V., Sousa, B. B., Peres, R., Bacalhau, L., Reis, I., Sampaio, M. C., Martinho, F., & Marcão, R. (2025). Performing Skills in the Tourism Industry: A State-of-the-Art Analysis. In R. Marcão & V. Santos (Eds.), *Evolving Strategies for Organizational Management and Performance Evaluation* (pp. 509-524). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-0149-5.ch023>

Ali, U. F. & Santos, V. (2025). Glocalization Strategies in the Food Industry: Adapting to Local Needs and Demands. In R. Marcão & V. Santos (Eds.), *Evolving Strategies for Organizational Management and Performance Evaluation* (pp. 237-262). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-0149-5.ch012>

Marcão, R., Santos, V., & Martinho, F. (2024). Ethical Grand Strategy: Fostering Trust and Reputation in International Management. IntechOpen. doi: 10.5772/intechopen.115280

Sousa, B. B., Silva, J., & Santos, V. R. (2025). Promotion of Geocaching and

Educational Tourist Routes in the Euroregion of Northern Portugal and Galicia. In A. Roșca (Ed.), Exploring Multicultural Dimensions of Literary, Linguistic, and Educational Frontiers (pp. 87-106). IGI Global Scientific Publishing.
<https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8196-0.ch004>

Santos, L.; Sanches, M.; Silva, J.; Rosa, M.; Silva, S.; Simões, J.; do Carmo, A. (Eds.) (2025). Research & Innovation Session Portugal: Initiatives of Sustainable Development in Highlands. Instituto Politécnico de Tomar. ISBN 978-989-9170-31-5

Escourido-Calvo, M., Martin-Bermudez, F., Outes-Castro, F., & Santos, V. R. (2025). The Strategic Impact of Macro and Micro Fashion Influencers on Instagram. DADOS PARA OS RELATÓRIOS DOS CURSOS DA ESTA - IPT International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology (IJSSMET), 16(1), 1-18. <https://doi.org/10.4018/IJSSMET.376937>

Santos, V., Carvalho, R., Reis, P., & Simões, J. (2025). Tourism e-Storytelling in creative territories: proposal of a model for a digital multiplatform of e-Storytelling in creative territories. Revista Turismo & Desenvolvimento, 48, 624-648.
<https://doi.org/10.34624/rtd.v48i0.36394>

Lopes, H. S., Rocha, J. P., Santos, V., Silva, L. T., Remoaldo, P., & Ribeiro, V. (2025). A Geospatial Approach to Urban Project Management and Resilience: Promoting Climate Shelters in the Municipality of Braga (Portugal). International Journal of Information Technology Project Management (IJITPM), 16(1), 1-20.
<https://doi.org/10.4018/IJITPM.373263>

Silva, C.P.

Marques, C.G., Barradas, T., Araújo, I., Pedro, J.P., Silva, C. P. & Nogueira, A. (2024) Gamification and Heritage: an identification of global research clusters world-wide. In Atas da 4th International Workshop on Gamification and Motivational Technologies (GAMOTEC) (pp.91-99), Zaragoza, Spain

6.2. Publicações com participação dos estudantes:

7. Projetos e redes de investigação

7.1. Projetos e redes de investigação:

Participação de cinco docentes do curso em várias áreas do projeto de Universidade Internacional que é a KreativEU.

7.2. Projetos com participação dos estudantes:

Jornal Laboratório - ESTAJORNAL online.

Peodução e edição de programa informativo na Rádio Antena Livre.

Visitas de estudo (Expresso e SIC).

Visita de Estudo com alunos de CS à casa Museu de José Régio- Portalegre.

A convite da Academia Militar, cinco alunos participaram num exercício com vista a testar e avaliar as competências dos cadetes daquela instituição de ensino, assim como dos cadetes da GNR. Ao longo de quatro dias, os alunos não só desempenharam o papel de jornalistas, por forma a simular situações em contexto real, que os futuros agentes da autoridade se vão ver envolvidos, como fizeram reportagens para o jornal laboratório do curso.

8. Análise SWOT

8.1. Pontos fortes do curso:

Plano curricular recente, adaptado às mudanças e novas exigências do setor

Grande proximidade entre docentes e alunos

Grande proximidade entre a escola e os meios de Comunicação Social regionais da zona, assim como com o tecido empresarial da região, permitindo a cooperação em projetos conjuntos

Proximidade com a base de Santa Margarida que permite aos alunos integrarem projetos de aprendizagem mútua

Bom relacionamento com a Câmara de Abrantes

Capacidade de atrair alunos (vagas preenchidas na totalidade e com mais estudantes de outros contingentes)

Capacidade de atrair alunos de Erasmus, permitindo troca de experiências e de realidades diferentes

Crescente mobilidade por parte de docentes

Ctesps de áreas afins que canalizam estudantes para o curso

Organização de diversas atividades

Vasta oferta em termos de estágios curriculares (nomeadamente internacionais)

8.2. Pontos fracos do curso:

Instalações antigas

Aulas práticas de audiovisual num edifício afastado do centro da cidade

Equipamento audiovisual a necessitar de atualização

Biblioteca com pouca oferta

Dificuldade relativa em contratar novos docentes (pela localização e pelas exigências da A3ES)

Reduzido número de alunos em mobilidade em instituições estrangeiras

Fraca adaptação da comunicação e divulgação do curso em plataformas digitais

8.3. Oportunidades:

Novas instalações e nova residência para breve

Novos ciclos de estudo para possível continuidade da LCS-JCE: Pós-Graduação em Comunicação de Emergência e Mestrado em Documentário e Reportagem

Capacidade crescente do curso em atrair alunos da região

Número de docentes integrados e colaboradores em centros de investigação

Possibilidade de aproveitamento das potencialidades da IA

8.4. Ameaças:

Data prevista para finalização das novas instalações da escola

Dificuldades financeiras dos alunos para a realização da UC de Estágio em meios de Comunicação Social/empresas sediados nas cidades de maior dimensão, nomeadamente Lisboa e Porto

Existência de uma oferta diversificada e gratuita de formações online certificadas nas áreas do curso

Utilização extensiva da IA por parte dos estudantes sem o devido enquadramento

9. Estratégias de melhoria

9.1. Análise crítica e estratégias de melhoria a desenvolver

Formação de estudantes e docentes em IA

Prioridade Alta, Um Ano, Cursos e Ações

Organização de atividades de contacto com profissionais

Prioridade Alta, Um Ano, Cursos e Ações

Estratégias de melhoria identificadas pelos docentes nos RUC

No âmbito da melhoria contínua da Licenciatura em Comunicação Social, foram identificadas diversas estratégias orientadas para o reforço do sucesso académico, da motivação dos estudantes e da qualidade pedagógica das unidades curriculares. Em primeiro lugar, tem vindo a ser consolidada uma estratégia centrada na alteração e diversificação das metodologias de ensino em sala de aula, com forte aposta na componente prática. A realização de exercícios de aplicação, nomeadamente a análise de temas e notícias da atualidade à luz dos conteúdos teóricos lecionados, revelou-se particularmente eficaz em anos anteriores e continua a ser entendida como uma abordagem pertinente. O reforço de aulas mais práticas, com simulação de ambientes de redação e de empresas de produção de conteúdos, pretende aproximar os estudantes das dinâmicas reais do mercado profissional. Paralelamente, propõe-se uma maior otimização do tempo de aula para o desenvolvimento acompanhado de projetos, incentivando momentos de debate, partilha e crítica construtiva entre pares. A integração de tarefas de análise e exploração prévias à elaboração de trabalhos práticos visa promover uma utilização mais consciente e eficaz das ferramentas adotadas, contribuindo para uma melhoria progressiva da qualidade dos trabalhos desenvolvidos. Neste sentido, sugere-se também a realização de trabalhos mais curtos, passíveis de conclusão em contexto de aula, bem como a introdução de um elemento de avaliação oral. A diversificação de abordagens, exemplos e formatos constitui igualmente uma prioridade, assim como a produção de diferentes trabalhos em torno de um mesmo tema e o fomento de articulação com outras unidades curriculares. Uma maior complementaridade entre as disciplinas do 2.º e 3.º anos poderá colmatar fragilidades identificadas, sendo ainda referida a necessidade de reforço da carga horária em

determinadas áreas. A utilização continuada de materiais multimédia e de metodologias interativas — com especial destaque para o debate orientado e a participação dirigida — surge como elemento central na captação da atenção e do interesse dos estudantes. A aposta em pesquisas de grupo realizadas durante as aulas, com apresentação dinâmica de conclusões, reforça competências de análise, síntese e comunicação. Nos seminários, recomenda-se o incentivo sistemático ao debate entre os estudantes após as intervenções dos convidados. No plano motivacional, sugere-se a implementação de estratégias desde o início das unidades curriculares, nomeadamente através da apresentação de casos práticos, exemplos de aplicação profissional e projetos de referência nas áreas do audiovisual e do jornalismo. A introdução precoce de atividades práticas poderá facilitar a apropriação dos conteúdos e potenciar um melhor desempenho ao longo do semestre. Importa ainda sensibilizar os estudantes para a relevância das unidades curriculares no seu percurso académico e profissional, estabelecendo uma ligação clara entre a componente teórica e a sua aplicabilidade nas áreas de especialização. A criação de estratégias de motivação para a aquisição de hábitos de estudo e a contínua consciencialização da importância das UCs no currículo do curso são igualmente apontadas como dimensões fundamentais. No que respeita ao estágio, propõe-se a elaboração de um documento-guia destinado a estudantes e orientadores, com o objetivo de clarificar e uniformizar procedimentos. Sugere-se ainda a criação de uma turma específica no Moodle onde a Comissão de Curso disponibilize toda a documentação e informação necessária ao correto desenvolvimento das diferentes etapas do estágio. Em síntese, as propostas apresentadas convergem na valorização de metodologias ativas, na articulação entre teoria e prática, no reforço da motivação estudantil e na melhoria da coordenação pedagógica entre unidades curriculares, visando consolidar a qualidade formativa e potenciar o sucesso académico dos estudantes da licenciatura.