



Mais skills para o mundo “real”

Uma abordagem “hands-on” confere mais e melhores competências através de instrumentos e cenários em contexto real.

É esta a missão do ISCSP, que pretende que os alunos saiam daquela instituição a saber pensar, decidir e executar – atenuando as “urgências” que o meio digital e online colocam no dia-a-dia

O Marketing sempre esteve na matriz da formação em Ciências da Comunicação e da Ciência Política. É parte integrante da formação de licenciaturas, mestrados e doutoramentos há várias décadas. Todavia, não é abordado enquanto disciplina autónoma. No Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP), houve uma percepção de que o grau de exigência dos novos modelos de negócio e as necessidades efectivas do mercado de trabalho exigiam novas propostas diferenciadoras, quer para recém-licenciados, quer para profissionais que são cada vez mais exigentes a decidirem a instituição de ensino na qual irão investir o seu tempo e dinheiro.

«A dinâmica dos modelos de negócio digitais não poderia ser-nos indiferente. A nossa postura no ensino há mais de 110 anos é de inovação no conhecimento e abertura ao mundo para evoluir. Não integrar e desenvolver cursos que coloquem em análise e discussão estas realidades actuais seria rejeitar a inovação natural do conhecimento. E a história do ISCSP revela esta atitude. Por isso mesmo, a formação na área da Estratégia Digital, do Marketing e, essencialmente, da Comunicação têm ganhado um espaço de relevo na formação avançada do ISCSP, particularmente através da actuação do Instituto de Estudos Pós-Graduados (IEPG-ISCSP) e, mais recentemente, da Academia Digital - Leading by Strategic Skills», afirma David Monteiro, coordenador executivo da Pós-Graduação em Comunicação Estratégica Digital do ISCSP.

O ISCSP conta na sua oferta com uma pós-graduação em Comunicação Estratégica Digital, lançada em 2014. Este curso, o primeiro na área da Estratégia Digital desenhado no ISCSP, foi pensado, essencialmente, para preencher uma lacuna que até então existia nesta área ao nível da oferta pós-graduada no ensino superior público.

«Como área emergente, percebemos que havia um conjunto de profissionais que precisava de adquirir e/ou validar novas competências porque também eles se vêem de frente para os desafios que a realidade digital acarreta para o seu trabalho ou para os seus negócios. Inicialmente foi um produto muito orientado para profissionais, contudo, rapidamente nos apercebemos da vontade de recém-licenciados em optarem por completar as suas formações-base, licenciatura, com uma formação profissionalizante como é a proposta deste curso», conforme explica David Monteiro.



David Monteiro, coordenador executivo da Pós-Graduação em Comunicação Estratégica Digital do ISCSP-ULisboa

Esta pós-graduação, desenhada como se de um projecto de Comunicação Estratégica Digital se tratasse, inicia-se com um enquadramento conceptual de grande aplicabilidade com cenários reais para resolver. Segue o Planeamento, no qual os alunos definem o tema do projecto que querem apresentar no final do curso.

Pelo meio vão trabalhando o seu próprio tema ou dando resposta a problemas concretos que tenham na sua actividade profissional ou de negócio. No total são abordados 10 temas (10 módulos de 18 horas cada um), nomeadamente: Comunicação Estratégica Digital, Planeamento Estratégico da Comunicação Digital, Direito e Ética da Internet, Branding e Gestão de Marcas Online, Plataformas e Conteúdos, People Engagement e Comunicação Interna, Comunicação Digital e Gestão de Reputação, Métricas e Avaliação de Desempenho no Digital e Projecto de Comunicação Estratégica Digital. Há ainda o módulo de Workshops de Comunicação Digital Aplicada que serve, em parte, para ligar alguns dos temas que, pela natureza e duração do curso e extensão do meio digital, não é possível abordar em módulos autónomos.

«Aliámos ainda, desde o início, parcerias com agências de comunicação para criar si-



A Academia Digital do ISCSP-ULisboa foi apresentada publicamente a 29 de maio deste ano

nergias e poder trazer para a academia o ambiente real da relação directa com clientes. E criámos um evento anual sobre empreendedorismo digital – o Link Experience Lisbon (L/X) – que coloca em debate os protagonistas de projectos relevantes em diferentes sectores de actividade, tendo inaugurado a primeira edição logo com Cristina Ferreira e mais de 450 participantes», acrescenta.

Em complemento foi ainda atribuído um prémio de mérito ao melhor aluno do curso, em cada edição, patrocinado pelo grupo LIFT World e pela Caixa Geral de Depósitos, parceiros da instituição de ensino.

Menos alunos, mais atenção

A 4.^a edição desta programa permitiu alcançar 100 alunos pós-graduados pela instituição, perfazendo, assim, uma média de 25 anos por edição.

Apesar de o número de candidatos superar em mais de 50% o número de vagas disponíveis, este ano, de forma a otimizar a política de qualidade que o ISCSP procura cultivar, o número de alunos será ainda mais reduzido. «Vamos admitir 20 alunos para garantir o acompanhamento personalizado que procuramos dar a quem nos procura e

responder mais eficazmente às suas necessidades. Neste momento, o número de candidaturas é já elevado o que leva a que o processo de seriação e selecção se torne ainda mais exigente para o número de vagas disponível», explica o coordenador.

Para esta 5.^a edição, haverá aulas abertas com convidados externos que visam proporcionar momentos de maior aprendizagem. Será ainda promovido o encontro com os alumni deste curso e perceber o contributo desta formação, permitindo trocar experiências entre eles.

Procura transversal

David Monteiro afirma que este curso destina-se a profissionais da comunicação (como consultores, publicitários, assessores, relações públicas, marketeers), recém-licenciados das áreas da Comunicação (entre outras), gestores de recursos humanos, profissionais de tecnologias da informação, formadores e ainda interessados na Comunicação Digital em geral.

«Acima de tudo percebemos a transversalidade da Comunicação e da Estratégia Digital: é um factor crítico de sucesso em qualquer área e segmento de actividade. Temos uma média de distribuição por cada turma de 75% de pessoas no mercado de trabalho e 25% de recém-licenciados que, nalguns casos, já chegaram a encontrar o primeiro emprego com colegas do próprio curso que geram entre si uma rede bastante sólida de networking», afirma o coordenador, referindo que a pós-graduação já contou também com alunos oriundos da área de Farmácia, Gestão, Engenharia e Artes.

Em termos de divulgação, o ISCSP aposta numa estratégia on e offline. Há um investimento em paid media (e-mail marketing, redes sociais, SEO) mas, essencialmente, tem desenvolvido um conjunto de acções como os eventos que projectam os produtos formativos e canalizam para os seus próprios canais.

«Ao fim de quatro anos e fruto de uma excelente avaliação do caminho até aqui, há já uma força tremenda no passa a palavra (recomendação), que alivia significativamente a necessidade de grandes campanhas publicitárias», salienta o coordenador executivo da Pós-Graduação em Comunicação Estratégica Digital. ■