INSTITUTO SUPERIOR
DE CIÊNCIAS SOCIAIS
E POLÍTICAS
UNIVERSIDADE DE LISBOA

IEPG
INSTITUTO DE ESTUDOS
PÓS-GRADUADOS

10.ª Edição

2023/2024

Pós-Graduação em

Comunicação Estratégica Digital

Entender o Digital como Ferramenta Competitiva

Coordenação Científica
Professor Doutor David Dias

Coordenação Executiva
Mestre David José Monteiro

Exige o teu melhor

Preâmbulo

A Pós-Graduação em **Comunicação Estratégica Digital** é organizada pelo Instituto de Estudos Pós-Graduados (ISCSP-IEPG), unidade de desenvolvimento do ISCSP que disponibiliza cursos destinados a satisfazer necessidades de aprendizagem ao longo da vida.

O ISCSP-IEPG organiza a sua oferta formativa com elevada exigência de qualidade, com o objetivo de formar profissionais e aprofundar as suas competências, procurando corresponder aos seus interesses e expetativas. Neste processo, é objetivo do IEPG a excelência do ensino através de um corpo docente de formação académica sólida e de experiência profissional reconhecida.

Nota Prévia

Creditação para prossecução de estudos de mestrado

A Pós-Graduação em Comunicação Estratégica Digital encontra-se adequada à prossecução de estudos de mestrado no ISCSP (especialmente no Mestrado em Ciências da Comunicação). Para este efeito, consultar o ponto 11 deste regulamento.

Prémio de Mérito ISCSP-CGD

O ISCSP, com o apoio da Caixa Geral de Depósitos (CGD), instituiu um Prémio de Mérito destinado a estudantes que concluam o curso de pós-graduação com média final igual ou superior a 17 valores. Neste caso, os estudantes que pretendam prosseguir os seus estudos ao nível de mestrado, beneficiam de um prémio no valor de mil euros, a aplicar no pagamento da respetiva propina.

Para mais informações sobre este assunto, deverá ser consultado o Regulamento em vigor.

I.

Objetivos e Plano de Estudos

1. Objetivos

A Pós-Graduação em Comunicação Estratégica Digital tem como objetivo geral dotar os alunos de competências teórico-práticas que promovam e auxiliem a integração de meios de comunicação e informação digitais na gestão estratégica de uma organização, marca, produto, pessoa ou serviço.

Em termos específicos, os objetivos incluem:

- Reconhecer a validade dos instrumentos de comunicação digital em termos estratégicos;
- Planear processos de comunicação organizacional em ambiente digital baseado em dados provenientes de ações de *digital intelligence* e *social media listening*;
- Definir e reconhecer táticas que aumentem o efeito das mensagens (estratégia editorial) da comunicação em ambiente digital, analisando criticamente os elementos da gestão de marca;
- Identificar fatores críticos da estratégia digital e enquadrá-los no Direito e Ética da Internet e, particularmente, no RGPD;
- Gerir a presença online, por meio de ações de gestão de mudança, gestão de crise e gestão da reputação e *people engagement*;
- Monitorizar e avaliar resultados da presença online e do investimento em comunicação (ROI);
- Otimizar e orientar resultados da comunicação, canalizando-os para a superação de objetivos: significado, influência, autenticidade e *accountability*.

2. Destinatários/as

Profissionais da comunicação (consultores, publicitários, assessores, relações públicas, marketers); recém-licenciados das áreas da Comunicação e afins; gestores de recursos humanos; empresários; profissionais de tecnologias da informação; formadores; consultores e interessados na Comunicação Digital.

3. Plano curricular

Unidades curriculares	Área científica	Tempo de trabalho		ECTS
		Contacto	Total	
Comunicação Estratégica – Digital *Intelligence* e Planeamento	CC	30	125	6
Propriedade Intelectual, Privacidade e Dados Pessoais	CC	30	125	6
Branding e Gestão de Marcas *Online*	CC	30	125	6
Plataformas e Estratégia de Conteúdos	CC	30	125	6
Inbound Marketing	CC	30	125	6
People Engagement e Comunicação Interna	CC	30	125	6
Comunicação Digital e Gestão de Reputação	CC	30	125	6
Digital Analytics – Métricas e Avaliação de Performance Digital	CC	30	125	6
Workshops de Comunicação Digital Aplicada	CC	30	125	6
Projeto Integrado de Comunicação Estratégica Digital	CC	30	125	6
TOTAL		**300**	**1250**	**60**

Nota:
Tempo de trabalho (aulas, estudo autónomo, tutoria, leituras complementares). Horas de contacto (15h aulas, 12h tutoria, 3h avaliação).
Área científica das unidades curriculares: CC – Ciências da Comunicação.

4. Síntese programática

Unidade curricular	Síntese programática
Comunicação Estratégica – *Digital Intelligence* e Planeamento	A Web como fator estratégico de comunicação; configuração estratégica de um plano de comunicação digital; o "problema de comunicação" e a ideia central. Briefing e "strategy in one page" (sumário executivo). Da recolha de informação à intelligence em comunicação; matrizes de diagnóstico; estratégias, e públicos-alvo operacionalização de objetivos S.M.A.R.T.; indicadores de desempenho e avaliação. Implementação e governação da presença online.
Propriedade Intelectual, Privacidade e Dados Pessoais	Direito de propriedade intelectual (direitos de autor e marca); utilização de conteúdos, imagens, músicas; registo e função distintiva da marca; direito da publicidade; domínio privado e domínio organizacional; gestão da identidade organizacional e da privacidade dos colaboradores; recolha e utilização de dados pessoais; comunicações comerciais (marketing) e bases de dados; situações de risco.
Branding* e Gestão de Marcas *Online	O Branding e a gestão de Marcas; conceitos de identidade e imagem organizacionais em ambiente digital; integração da imagem organizacional; Brand Equity – modelos de gestão e avaliação do capital de marca; o design e arquitetura da marca; convergência e alinhamento; gestão da marca em ambiente digital; aplicação e estudos de caso.

Unidade curricular	Síntese programática
Plataformas e Estratégia de Conteúdos	Ecossistema de plataformas digitais; caraterísticas e categorização de social media; instrumentos para definição estratégica de ação na comunicação (táticas); matriz de hierarquização de táticas para presença online. Content marketing e estratégias editorais: web copywriting; branded content e native advertising; criatividade e digital storytelling. Narrativa, consistência e distribuição da mensagem online. Aplicação e estudos de caso.
Inbound Marketing	Estratégia editorial baseada no Modelo PESO (Paid, Earned, Shared e Owned Media). A importância do conceito criativo e a narrativa comunicacional para os motores de pesquisa online. Gestão da experiência do utilizador omnicanal. Search Engine Marketing (SEM); Search Engine Optimization (SEO); online advertising (ads); estratégias de Link Building.
***People Engagement* e Comunicação Interna**	Fundamentos da Comunicação Interna; técnicas e instrumentos disponíveis na Web; "evangelização" e reforço da identidade e imagens institucionais; relações interpessoais através de redes sociais online; agentes de mudança e inteligência coletiva; hierarquia e estrutura organizacional: transparência e eficiência da comunicação; riscos e monitorização; manual de normas e procedimentos; novos postos de trabalho para funções ligadas à comunicação digital; objetivos, motivação e desempenho; avaliação e autoavaliação. Digital Employer Branding. Estudos de caso e exercícios aplicados.
Comunicação Digital e Gestão de Reputação	Gestão da reputação online; o conceito de reputação como instrumento estratégico; importância da gestão da reputação como instrumento estratégico; o conceito de cadeia de reputação; o paradigma da reputação: gestão de comunicação e crise online: alertas, planos de ação, instrumentos; estudos de caso.
***Digital Analytics* – Métricas e Avaliação de Performance Digital**	Definição de métricas e KPI; construção de um analytics framework; principais métricas de análise; utilização de ferramentas digital analytics (recolha); hierarquização de indicadores/métricas para definir o que analisar e como interpretar; aplicação e estudos de caso. Elaboração de relatórios e análise crítica para avaliação de objetivos.
***Workshops* de Comunicação Digital Aplicada**	Devem revelar a aplicabilidade e transversalidade da comunicação estratégica digital às diversas áreas de atuação na sociedade: comunicação interna, política, comércio, serviços, mediatização, ensino, turismo, tecnologia, grande distribuição, B2B, entre outras. Temas previstos para a próxima edição: ▪ Agências, Influencers e e-PR (Relações Públicas); ▪ Briefing para equipas criativas e comunicação integrada; ▪ E-commerce e Consumer Journey; ▪ Modelos de negócio e new media; ▪ Publicidade online: estratégia; formatos e ação; ▪ Inteligência Artificial, Big Data e Cibersegurança.
Projeto Integrado de Comunicação Estratégica Digital	Aplicação concreta dos contributos dos demais módulos na elaboração de um plano de comunicação estratégica digital para uma área de intervenção da comunicação a escolher pelos formandos.

5. Corpo docente

Comunicação Estratégica – *Digital Intelligence* e Planeamento

David José Monteiro

Diretor de Marca e Comunicação na Câmara Municipal de Lisboa; Autor do livro "Comunicação 2.0"

Propriedade Intelectual, Privacidade e Dados Pessoais

Inês Pires

Advogada na TELLES Advogados

Branding* e Gestão de Marcas *Online

João Campos

Diretor Criativo do Estúdio João Campos; Autor do livro "Marca Positiva"

Plataformas e Estratégia de Conteúdos

Eduardo André

Global Social Media & Creators Lead na Nestlé

Inbound Marketing

Márcio Miranda

Ecommerce Manager & Digital Analytics no Grupo Nabeiro; Coautor do livro Marketing Digital & E-commerce #2 e #3

***People Engagement* e Comunicação Interna**

Christine Trévidic

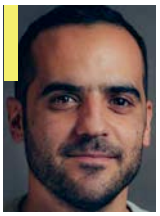
Marketing Director, Dom Pedro Hotels and Golf Collection; Membro do Conselho Superior da APRICEM

Comunicação Digital e Gestão de Reputação

Bruno Amaral

Consultor de Estratégia Digital e User Experience; Formador e Blogger

***Digital Analytics* – Métricas e Avaliação de Performance Digital**



Filipe Almeida

Head of Digital na Science4you; Consultor de Marketing Digital

***Workshops* de Comunicação Digital Aplicada**

Miguel Moreira Rato

CEO do grupo Adagietto; Public Relations, Content, Digital, Creative, Shapers, Films

Projeto Integrado de Comunicação Estratégica Digital

David José Monteiro

Diretor de Marca e Comunicação na Câmara Municipal de Lisboa; Autor do livro "Comunicação 2.0"

II.

Organização e Funcionamento

1. Condições de candidatura

O período de candidaturas decorre entre 1 de março e 17 de setembro, em duas fases:

- A primeira, entre 1 de março e 30 de junho;
- A segunda, entre 1 de julho e 17 de setembro.

O número de vagas para cada fase é de 50% do *numerus clausus*. O candidato deverá deter o grau de licenciado. A análise das candidaturas e respetiva comunicação aos candidatos é efetuada num prazo de 15 dias após o término de cada uma das fases. Em caso de preenchimento do *numerus clausus*, o ISCSP pode encerrar antecipadamente a candidaturas.

Obs.:

Em casos excecionais podem ser aceites candidatos não licenciados. A admissão destes candidatos é possível desde que cumpram, no mínimo, dois dos seguintes critérios:

- Experiência profissional relevante efetiva na área, com exercício de funções no âmbito de formação em que se inclua a pós-graduação a que se candidatam;
- Frequência de formação universitária a nível de Licenciatura pré-Bolonha, na mesma área ou em área afim;
- Sejam detentores de certificação por outras instituições universitárias portuguesas ou estrangeiras em pós-graduações da mesma área ou área afim.

Para efeitos de admissão destas candidaturas é necessário parecer favorável do coordenador da Pós-Graduação respetiva e do Diretor do IEPG-ISCSP.

A aceitação do candidato sem grau para a frequência da pós-graduação nas condições acima descritas não confere qualquer grau académico e o detentor de uma pós-graduação obtida nestas condições não poderá requerer creditação dos ECTS para prossecução de estudos para Mestrado. Poderá, contudo, ser feita ao abrigo do estipulado no Decreto-Lei n.º 74/2006.

2. Seleção dos candidatos

O curso funcionará com um mínimo de 12 e um máximo de 20 inscrições.

Em cursos cujo número de candidaturas ultrapasse o *numerus clausus* (20), a seleção dos candidatos será feita de acordo com as seguintes dimensões e respetivos critérios, classificados numa escala de 0 a 20 valores:

2.1 Adequação da formação de Licenciatura

- Desempenho no grau de Licenciatura: classificação final (até 6 valores).
- Afinidade da Licenciatura com a área científica do curso de pós-graduação a que se candidata (até 4 valores).

2.2 Análise curricular

- Percurso profissional: duração e relevância da experiência profissional; cargos de liderança e coordenação profissional (até 6 valores).
- Formação adicional: frequência de cursos de formação avançada, pertinentes para a área científica em questão (até 4 valores).

3. Processo de candidatura

3.1 Documentação necessária

- Certificado de Habilitações;
- *Curriculum Vitae*;
- Declaração de compromisso (apenas para candidatos que sejam suportados parcial ou integralmente por uma entidade).

3.2 Forma de candidatura

- **Candidatura *online*:** para proceder à candidatura *online* consulte a página do ISCSP.

4. Custos

- **Taxa de candidatura: 100,00€** (cem euros).
- **Valor da propina: 2700,00€** (dois mil e setecentos euros) a pagar de uma só vez, no ato da matrícula, ou em 3 prestações:
  - **1.ª prestação** – No ato da matrícula, o qual decorrerá no momento de aceitação do candidato para matrícula, no valor de 1350,00€ (mil trezentos e cinquenta euros), correspondente a 50% do valor total de propina.

- **2.ª prestação** – Pagamento até 31 de janeiro de 2024, no valor de 810,00€ (oitocentos e dez euros), correspondente a 30% do valor total de propina.
- **3.ª prestação** – Pagamento até 30 abril de 2024, no valor de 540,00€ (quinhentos e quarenta euros), correspondente a 20% do valor total de propina.

- **Seguro Escolar: valor a definir** (valor de referência do ano letivo 2022/23: 2,03€).

Obs.:
A taxa de candidatura só será devolvida caso o curso não reúna condições para se realizar e o reembolso ocorrerá até 60 dias após a comunicação de não abertura do curso. No caso de não seleção do/a candidato/a, a taxa de candidatura não será devolvida.

5. Formas de pagamento

O pagamento pode ser efetuado das seguintes formas:

- Preferencialmente, através das referências multibanco emitidas pelo sistema de gestão académico do ISCSP (https://fenix.iscsp.ulisboa.pt);
- Ao balcão de atendimento do Núcleo de Alunos do ISCSP, através de cartão de débito ou de crédito.

Obs.:
O não cumprimento dos prazos implica o pagamento de juros de mora à taxa legal em vigor, de acordo com o previsto no Despacho n.º 24315/2009, publicado no Diário da República, II Série, de 4 de novembro.

Os alunos que não tiverem liquidado as prestações nos prazos indicados não poderão efetuar as avaliações às unidades curriculares que ocorrerem no período de vigência do prazo. Só poderão iniciar o curso os alunos que tenham pago a primeira prestação de propina.

6. Regimes especiais de redução de propinas

Os regimes especiais de redução de propinas têm a seguinte configuração:

- **Condições *Corporate***: encontram-se previstas condições especiais para inscrições *corporate* em que a entidade assume a totalidade do valor de propina um ou mais colaboradores, nos seguintes termos:
  - 5% sobre a propina total para 1 inscrição;
  - 10% sobre a propina total para 2 a 4 inscrições;
  - 15% sobre a propina total para 5 ou mais inscrições.

- **Condição Recém-Licenciado ISCSP**: os recém-licenciados do ISCSP que tenham concluído a sua Licenciatura até 2 anos antes à data de candidatura à pós-graduação:
  - Usufruem de um desconto de 5% sobre a propina total;
  - E aqueles que tenham média final igual ou superior a 15 valores, usufruem de um desconto de 10% (não cumulativo com o anterior) sobre a propina total.

- **Condição Estudante Prime**: os alunos que já tenham frequentado e concluído com aproveitamento cursos de Pós-Graduação e/ou de Formação Especializada e pretendam efetivar uma nova matrícula terão acesso a um desconto de 15% sobre o valor total da propina.
- **Condição *Partner***: inscrições de orientadores de estágio de instituições parceiras do ISCSP têm um desconto de 20% sobre o valor total da propina.
- **Condição Pronto Pagamento**: os alunos que efetuem o pagamento integral da propina no ato da matrícula usufruem de um desconto de 12,5%.

Os regimes especiais supra mencionados não são cumulativos, devendo os candidatos identificar, no ato de candidatura, qual o regime especial selecionado para usufruto de desconto.

Para mais informações sobre este assunto, deverá ser contactado o Gabinete de Apoio ao IEPG (iepg@iscsp.ulisboa.pt).

7. Horário letivo

As aulas serão lecionadas dois dias por semana, tendencialmente às sextas-feiras, em horário pós-laboral (das 18h00 às 21h00) e aos sábados (das 10h00 às 13h00). O curso funcionará nas instalações do ISCSP, em sala a indicar.

A carga horária de cada unidade curricular é de 30 horas de contacto (15 horas de aulas, 12 horas de tutoria e 3 horas de avaliação), tendo cada aula a duração de 3 horas.

O início das aulas está previsto para a última semana de outubro, com comunicação prévia mínima de uma semana por parte do IEPG.

Obs.:
As aulas decorrerão em regime presencial, exceto se as condições não o permitirem, o que acarretará a mudança para um regime de ensino à distância.

8. Sistema de avaliação e certificado

A aprovação em cada unidade curricular requer a classificação mínima de 10 valores. A aprovação na pós-graduação, que confere direito ao respetivo certificado, depende da aprovação em todas as unidades curriculares. Os docentes podem optar por outro tipo de avaliação para além de provas escritas, nomeadamente a avaliação por trabalhos individuais ou ainda avaliação contínua (sempre com pelo menos um elemento escrito de avaliação).

Haverá duas épocas de avaliação:

- A época normal, que decorre logo após as aulas de cada unidade curricular;
- A época especial, que terá lugar em julho de 2024 (cf. calendário de avaliação em época especial).

Os participantes poderão efetuar melhoria aos resultados obtidos na época normal de avaliação, desde que respeitadas as seguintes condições:

- A prova de melhoria de nota coincidirá com a data de avaliação em época especial e consistirá em prova idêntica a esta.

Nota:
A inscrição para avaliação em época especial (para obtenção de aproveitamento ou para melhoria de nota) implica a inscrição formal no Fenix e importa ao valor estipulado pela Tabela de Emolumentos em vigor no ano letivo em causa (valor de referência do ano letivo 2022/23: 100,00 € por unidade curricular).

A avaliação em cada unidade curricular será objeto de lançamento em pauta no Fenix. No final do curso, os alunos que tiverem aproveitamento em todas as unidades curriculares podem solicitar a emissão de certificação no Fenix, nos separadores Pessoal > Serviços > Requerimentos > Criar > Tipo de Requerimento.

Nota:
O Diploma e a Certidão de Conclusão terão o valor previsto na Tabela de Emolumentos em vigor no ano letivo em causa

9. Utilização das instalações do ISCSP

Os alunos admitidos à frequência da Pós-Graduação podem utilizar as instalações do ISCSP, nomeadamente a Biblioteca, o restaurante, os serviços de reprografia e o parque de estacionamento. Para o uso do parque de estacionamento poderá adquirir um cartão próprio de acesso, mediante pagamento.

10. Avaliação do curso

O funcionamento do curso será objeto de avaliação pelos alunos, através da administração de um inquérito.

11. Processo de creditação para prossecução de estudos de mestrado

No que respeita ao processo de creditação, o ISCSP possibilita a solicitação de creditação em cursos de 2.º ciclo (Mestrado) aos alunos que tenham frequentado, com aproveitamento, cursos de Pós-Graduação cujas áreas científicas das unidades curriculares sejam similares às existentes nos cursos de Mestrado lecionados no ISCSP.

Para solicitar a creditação, após a conclusão da Pós-Graduação, deverá proceder à candidatura ao Mestrado desejado, aguardando pela eventual decisão de aceitação, sendo que somente após este passo poderá iniciar o processo de pedido de creditação de unidades curriculares. Posteriormente, após instrução do processo de creditação e respetivo pagamento, o processo será analisado por uma Comissão de Creditação e, depois, pelo Conselho Científico do ISCSP.

Para obter informações específicas sobre prazos e documentação necessária, poderá consultar o Regulamento de Creditação de Formações Académicas e Profissionais, disponível em https://www.iscsp.ulisboa.pt/pt/media-f-o/open?-guid=5c7d0f8b0ac0c.

Para mais informações sobre questões relacionadas com as condições de ingresso, de frequência e de creditação em Mestrados deverá contactar o Núcleo de Apoio aos Estudos Pós-Graduados (estudos.posgraduados@iscsp.ulisboa.pt).

12. Outras informações e contactos

O ISCSP-IEPG funciona na dependência do Presidente e, para efeitos de natureza científica, do Conselho Científico do ISCSP. A Coordenação do presente curso foi determinada pelo Conselho Científico do ISCSP e é composta por:

Coordenação Científica

Prof. Doutor David Dias dadias@iscsp.ulisboa.pt

Coordenação Executiva

Mestre David Monteiro davidjosemonteiro2@gmail.com

As questões técnico-administrativas competem ao Gabinete de Apoio ao IEPG, através dos seguintes contactos:

Área de Cooperação e Desenvolvimento

Núcleo de Apoio à Formação Avançada e Especializada

Gabinete de Apoio ao Instituto de Estudos Pós-Graduados do ISCSP (ISCSP-IEPG)

Piso 1 | Gabinete 7B

iepg@iscsp.ulisboa.pt

Telf.: (+351) 213600441

INSTITUTO SUPERIOR
DE CIÊNCIAS SOCIAIS
E POLÍTICAS

UNIVERSIDADE DE LISBOA

iscsp.ulisboa.pt

AED-NE2023033