



IPG Politécnico
da Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Ana Catarina Moreno Manarte

dezembro | 2015



Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO PARA A
OBTENÇÃO DO GRAU DE
LICENCIADO EM COMUNICAÇÃO
E RELAÇÕES PÚBLICAS**

Ana Catarina Moreno Manarte

Guarda, Dezembro de 2015

Ficha Técnica

NOME DO ESTAGIÁRIO: Ana Catarina Moreno Manarte

Nº DE ALUNO: 5006438

ESTABELECIMENTO DE ENSINO: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda

LICENCIATURA: Comunicação e Relações Públicas

DOCENTE ORIENTADOR: Mestre Guilherme Monteiro

ORGANIZAÇÃO DE ESTÁGIO: Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior

Av. Dr. Francisco de Sá Carneiro, 50

6300-559 Guarda

Portugal

Telefone: +351271220191

Fax: +351271222690

<http://www.ipg.pt/udi>

e-mail: udigeral@ipg.pt

SUPERVISOR: Professora Doutora Teresa Paiva

CARGO: Diretora da Organização

GRAU ACADÉMICO: Doutoramento em Marketing

DURAÇÃO DO ESTÁGIO: Três meses

INÍCIO: 2 de março de 2015

FIM: 19 de junho de 2015

Agradecimentos

Antes de mais quero agradecer à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto da Guarda, a todos os docentes que me acompanharam durante esta longa jornada, e em particular ao meu orientador o Mestre Guilherme Monteiro, pela sua disponibilidade para me ajudar e orientar, por puxar não só por mim como por todos os seus alunos para que possamos ser os melhores em tudo o que fazemos, um muito obrigada.

À minha família, em especial aos meus pais por nunca me deixarem desistir e por sempre acreditarem em mim mesmo quando eu própria não acreditava e principalmente pela tanta paciência que tiveram comigo, não eram muitos os que aguentavam o que eles aguentaram.

Ao meu namorado pelo apoio mesmo quando era impossível de apoiar, por estar sempre ao meu lado mesmo quando era praticamente impossível estar, por me fazer acreditar que era possível.

Aos meus amigos, dentro e fora do Instituto, principalmente aqueles que nunca acreditaram que fosse possível chegar a esta fase, um muito obrigada, pois se não fossem vocês não tinha ninguém a quem provar que estavam errados, custou mas consegui!

Como não podia deixar de ser quero deixar um agradecimento muito especial à organização que me acolheu nos três meses do meu estágio, a UDI, à Dr.^a Cristina Castro e à Prof.^a Dr.^a Teresa Paiva, obrigada por me terem ensinado tanto e ajudado quando me deparava com algum obstáculo.

Obrigada!!!

“A essência do conhecimento consiste
em aplicá-lo, uma vez possuído.”¹

Confúcio

¹ Fonte: <http://www.citador.pt/frases/citacoes/t/conhecimento>, consultado em dezembro de 2015

Resumo

O estágio curricular foi desenvolvido na Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior, com o objetivo de integrar a sua equipa e aprofundar os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura.

Esta experiência pode ser resumida em uma palavra: superação, pois existiram várias dificuldades durante o decorrer do estágio mas com persistência, um pouco de curiosidade e nunca esquecendo a minha formação académica todas elas foram superadas.

Procurei durante toda a minha atividade na UDI ter espírito crítico e corresponder às expectativas das minhas superiores, de modo a que o meu trabalho fosse bem executado, dentro dos prazos e do agrado de todos.

A base da filosofia da UDI é o empreendedorismo, tendo isso em conta procurei ser proactiva em todas as tarefas, mostrando sempre o meu ponto de vista de modo a que o meu cunho pessoal estivesse sempre presente no meu trabalho.

Palavras-chave: relações públicas, assessoria, empreendedorismo.

Índice Geral

Ficha Técnica	i
Agradecimentos	ii
Resumo	iv
Índice de Figuras.....	vii
Lista de Siglas	viii
Glossário de Termos Técnicos.....	ix
Introdução	1
Capítulo I - A UDI Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior . 3	
1. Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior.....	4
1.1. Localização	4
1.2. Ergonomia	5
1.3. Contexto	5
1.4. Missão.....	6
1.5. Valores.....	6
1.6. Objetivos.....	6
1.7. Serviços Prestados	7
1.8. Identidade Visual.....	8
1.8.1. Nome	9
1.8.2. Logótipo	9
1.8.3. <i>Slogan</i>	11
1.9. Organigrama	11
1.10. Análise SWOT	12
2. Comunicação e Relações Públicas.....	14
2.1. Comunicação Interna.....	15

2.1.1. Instrumentos da Comunicação Interna.....	16
2.2. Comunicação Externa.....	16
2.3. Comunicação de Crise.....	17
Capítulo II - O Estágio Atividades Desenvolvidas.....	18
1. Anuário Científico do Instituto Politécnico da Guarda de 2014.....	19
2. Impressão em série de Certificados.....	21
3. Atualização do <i>Website</i>	21
4. Poliemprende.....	21
4.1. Oficinas E.....	22
4.2. Inquéritos Poliemprende.....	23
4.3. Ideias +.....	24
5. Programa Investe Jovem.....	24
6. Produz@ideia.....	26
7. Anuário dos Estudantes de Iniciação Científica e Tecnológica do IPG.....	27
8. Edição do Folheto de Pós-Graduações.....	29
Reflexão Final.....	30
Bibliografia.....	31
Anexos.....	34

Índice de Figuras

Figura nº 1 - Logótipo do IPG.....	10
Figura nº 2 - Logótipo da UDI	11
Figura nº 3 - Organigrama da UDI.....	12
Figura nº 4 - Print Screen Microsoft Excel	20
Figura nº 5 - Print Screen Adobe Indesign.....	20
Figura nº 6 - Sala Ideias +	24
Figura nº 7 – Print Screen Microsoft Word.....	28
Figura nº 8 – Print Screen Corel Draw X7.....	28

Lista de Siglas

ESECD – Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

ESTG – Escola Superior de Tecnologias e Gestão

ESTH – Escola Superior de Turismo e Hotelaria

IPG – Instituto Politécnico da Guarda

UDI – Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior

Glossário de Termos Técnicos

Coffe break - Nome dado à pausa que ocorre no meio de uma reunião, palestra, conferência, seminário, congresso, etc.²

Empowerment – Este termo pode ter um vasto leque de significados, interpretações, definições, é muito comum na indústria da autoajuda e ciências da motivação.³

Layout – Consiste num esboço ou rascunho que mostra a estrutura física de uma página de um jornal, revista ou página na internet.⁴

Newsletter - Boletim informativo, geralmente em formato eletrônico, de distribuição regular para os seus assinantes.⁵

² Adaptado de: <http://www.significados.com.br/coffee-break/>, consultado em dezembro de 2015

³ Adaptado de: <http://www.significados.com.br/empowerment/>, consultado em dezembro de 2015

⁴ Adaptado de: <http://www.significados.com.br/layout/>, consultado em dezembro de 2015

⁵ Adaptado de: <http://www.priberam.pt/dlpo/newsletter>, consultado em dezembro de 2015

Introdução

O presente relatório foi realizado no âmbito da unidade curricular “Projeto/Estágio” de modo a concluir a licenciatura em Comunicação e Relações Públicas. Através deste documento pretende-se descrever todas as atividades realizadas durante o decorrer do estágio curricular.

De modo a finalizar o percurso académico, o Instituto Politécnico da Guarda apresenta aos seus alunos duas propostas: numa vertente mais teórica, a realização de um projeto, ou um estágio, que representa uma vertente mais prática, permite aos alunos contactar mais de perto com o que os espera no mundo do trabalho na área escolhida. Optei pela segunda opção, integrando numa organização onde tive a oportunidade de pôr em prática algumas das competências e utilizar ferramentas aprendidas ao longo do curso.

O objetivo do estágio curricular é a aplicação de todos os conhecimentos apreendidos durante todo o percurso académico, dando ao aluno a possibilidade de lidar de perto com a realidade das relações públicas e da comunicação organizacional.

A organização escolhida para a realização do meu estágio foi a Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior (UDI), um fator determinante para a escolha desta organização foi o facto desta se localizar no meu distrito de residência, e mais particularmente na instituição onde foi realizado todo o meu percurso académico, mas também por me permitir trabalhar e mostrar o meu valor em variadas áreas das Relações Públicas.

Tal como foi delineado no plano de estágio (*vide* Anexo I), participei de forma ativa no dia-a-dia da organização, e foram realizadas atividades nas mais variadas áreas das relações públicas.

Este relatório será dividido em duas partes, uma primeira onde será feita uma exaustiva caracterização da UDI, apresentando a sua história, assim como a sua missão e valores, o modo como comunica interna e externamente, a sua equipa e uma breve análise SWOT; e na segunda parte a descrição de todas as atividades elaboradas durante os três meses de estágio.

Relatório de Estágio

A metodologia adotada para a realização deste relatório foi a observação participante e a consulta documental e bibliográfica. Seguindo o conselho do orientador parti do geral para o particular, daí a forma como o relatório esta estruturado

Capítulo I

A UDI

Unidade de Investigação para o
Desenvolvimento do Interior



IPG

Politécnico
da Guarda

Unidade de Investigação
para o Desenvolvimento
do Interior

O primeiro capítulo deste relatório tem como finalidade apresentar e fazer uma descrição da unidade orgânica onde foi realizado o meu estágio curricular, a Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior (UDI). É nesta fase que será apresentada a unidade orgânica, bem como as atividades que esta desenvolve, a sua história, a sua missão e valores, a sua estrutura orgânica e a sua identidade visual.

1. Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior

A Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior (UDI), inserida no Instituto Politécnico da Guarda (IPG), foi criada em 2007, pelo Prof. Doutor Fernando Neves, é uma unidade orgânica de formação, investigação e desenvolvimento. É, hoje, composta pelos órgãos da Direção, Conselho Científico e Unidade de Acompanhamento e organiza a sua atividade de investigação em Grupos de Investigação, para cada qual possui um Investigador Principal. Os investigadores, que compõem a UDI, são provenientes de todas as áreas científicas que existem nas diferentes ofertas formativas das escolas do IPG, agregadas em cinco grupos de investigação, nomeadamente: Comunicação e Expressão; Saúde; Economia, Gestão e Métodos; Inovação Educacional e Formação de Professores e Desenvolvimento de Produtos e Tecnologia. Dispõe, ainda, de apoio técnico e/ou administrativo, a afetar pelo Presidente do IPG, em função das suas necessidades e atividades.⁶

1.1. Localização

A escolha do local para a instalação de uma organização deve ser alvo de um estudo exaustivo, tendo sempre em conta que este fator depende principalmente do tipo de organização que se pretende construir.

O gabinete da UDI está localizado nas instalações do IPG, na cidade da Guarda, mais exatamente no edifício dos serviços centrais, que é um local favorável tendo em conta o carácter investigativo e empreendedor da organização. Mas mesmo estando inserida no seio académico, a UDI passa ainda despercebida à maior parte dos alunos, pois não possui

⁶ Fonte: http://www.ipg.pt/udi/udi_detalhes.aspx?id=1, consultado em novembro de 2015

o devido destaque, situando-se num pequeno corredor no primeiro andar do principal pavilhão do instituto.

1.2. Ergonomia

A ergonomia é no seu cerne a ciência que estuda as características do trabalhador para que o seu trabalho seja executado de modo a preservar a sua saúde. Esta não envolve somente o ambiente físico, mas também os aspetos organizacionais do local de trabalho. *A ergonomia tem uma visão ampla, abrangendo atividades de planeamento e projeto, que ocorrem antes do trabalho ser realizado, e aqueles de controlo e avaliação que decorrem durante e após esse trabalho.* (Iida, 2005: 2)

Esta ciência tem como objetivo influenciar o desempenho do sistema produtivo, diminuindo o seu sacrifício e sofrimento, para isso procura formas de promover a saúde, a segurança, a satisfação e eficiência no local de trabalho, diminuindo por sua vez a fadiga, o *stress*, os erros e os acidentes.

A UDI é constituída por três pequenos gabinetes ao longo de um corredor dos serviços centrais do IPG, o primeiro sendo o gabinete da diretora, possui um pequeno espaço para reuniões; o segundo da sua assessora; e o terceiro, o gabinete que eu e todos os outros estagiários ocupam durante as suas funções. Gabinetes que apenas possuem o estritamente necessário para o seu funcionamento. Situados numa ala em que pouca luz solar entra, podem-se tornar um pouco desconfortáveis e sombrios.

1.3. Contexto

A UDI está inserida no contexto institucional, e especialmente numa cidade do interior faz todo o sentido, pois como o próprio nome indica, a organização visa o desenvolvimento do interior, apoiando a comunidade com base na investigação levada a cabo na mesma.

1.4. Missão

Por missão entende-se a intenção de gerar resultados, para atender às expectativas dos clientes, fornecedores, colaboradores, acionistas, bem como da comunidade, sendo considerada muitas vezes como o bilhete de identidade da organização. Depende normalmente do tipo de negócio, da dimensão e da região onde atua, mas acima de tudo, depende do estilo de liderança da sua administração.

A UDI tem por missão promover a inovação, o empreendedorismo e o desenvolvimento do conhecimento científico e aplicado, para poder de um modo geral contribuir para o desenvolvimento do interior, tem como objetivos genéricos: promover a realização de investigação e o apoio e participação em instituições científicas; a transferência e valorização económica do conhecimento científico e tecnológico; a realização de ações de formação profissional e de atualização de conhecimentos; a prestação de serviços à comunidade e de apoio ao desenvolvimento; estimular a inovação e o empreendedorismo.⁷

1.5. Valores

A credibilidade, o comprometimento, a integridade, o respeito ao meio ambiente e a valorização da pessoa reúnem os valores da instituição.

Os Valores identificam os princípios que vão orientar a organização junto do mercado, das partes interessadas, sendo como que um código de conduta que a organização assume. (Silva et. al., 2014:44)

O funcionamento da UDI assenta em valores éticos e profissionais de rigor, transparência e de respeito social e humano.⁸

1.6. Objetivos

Não há organização sem objetivos, um objetivo organizacional é a situação que a organização deseja atingir, as suas metas e resultados, e é através da conquista dos

⁷ Adaptado de: http://www.ipg.pt/udi/udi_detalhes.aspx?id=11, consultado em novembro de 2015

⁸ Adaptado de: http://www.ipg.pt/udi/udi_detalhes.aspx?id=11, consultado em novembro de 2015

mesmos que a organização poderá fazer um balanço positivo ou negativo do seu modo de funcionamento.

A UDI tem como principal objetivo consolidar a sua posição como uma unidade de investigação multidisciplinar que pretende desenvolver o conhecimento científico aplicado, numa perspetiva inovadora e empreendedora.⁹

1.7. Serviços Prestados

Os serviços prestados pela UDI visam em primeiro lugar o desenvolvimento da região do interior. A organização atua em várias vertentes:

Formação:

- atividades extracurriculares;
- criação de pós-graduações, não só destinadas aos alunos do instituto mas também à comunidade externa; formação especializada;
- formação no âmbito de projetos/protocolos que respondem às necessidades das entidades ligadas à instituição.

Investigação e Desenvolvimento:

- promove a investigação científica, o que contribui para o reconhecimento das Escolas como polos de conhecimento e inovação, para que isso seja possível, a organização apoia a participação em conferências nacionais e internacionais;
- promove ciclos de conferências e debates, e a publicação de artigos científicos.

Relação com o meio envolvente:

- aprofunda as relações externas com instituições municipais, académicas e empresariais de modo a reforçar a sua capacidade de intervenção e a dinamizar as colaborações mútuas;

⁹ Adaptado de: http://www.ipg.pt/udi/udi_detalhes.aspx?id=11, consultado em novembro de 2015

- apoia os diplomados na integração no mercado de trabalho e no empreendedorismo através da criação de “Policasulos”, uma marca pertencente ao IPG.

Organização e Desenvolvimento Humano:

- faz com que o instituto seja reconhecido como uma organização e não apenas como um conjunto de escolas, estimulando a comunicação entre as unidades orgânicas.

- reforça a identidade do IPG, estabelecendo ações de modo a fomentar o sentimento de pertença na comunidade académica, e assim contribuir para a imagem do instituto como instituição de referência tanto a nível interno como a nível externo.¹⁰

1.8. Identidade Visual

Para alguns autores a identidade visual deve fazer parte integrante do elemento organizacional, pois está intrinsecamente relacionada com a estrutura da organização, para outros é considerado um fator dinâmico, uma vez que o *slogan*, o logótipo e até o nome podem ser alterados em qualquer altura, segundo Lampreia (1998:48) (...) *são elementos primários para a identificação e reconhecimento desta junto do público.*

Uma empresa é como uma pessoa: veste-se, comunica, tem um estilo próprio. Em suma, possui uma identidade.

A identidade visual de uma instituição é definida em termos de comunicação pelo seu nome, logótipo e *slogan*, pois são os três elementos essenciais para o seu reconhecimento junto do público. Esta deve ser tratada cuidadosamente pois lida diretamente com a perceção visual do ser humano, ou seja, exerce um impacto imediato, e tendo em conta que ela pode ser a primeira impressão junto ao público influencia o conceito que o público irá formular a respeito da empresa. Tendo isso em conta (Strunck, 1989:44) salienta que *as identidades visuais são um instrumento fundamental nas políticas de marketing das empresas. São a expressão da sua individualidade e a garantia de responsabilidade perante a sociedade. Cuidadosamente criadas e implantadas, traduzem exatamente a forma pela qual as empresas gostariam de ser vistas pelos seus públicos externo, seus clientes e fornecedores, e interno, os que nela trabalham.* De acordo com (Péon, 2003:

¹⁰ Adaptado de: <http://www.ipg.pt/udi/files/Plano%20Atividades%202014.pdf>, consultado em novembro de 2015

27) *a identidade visual empresarial pode ser dividida em três elementos fundamentais, primários, secundários e acessórios.* Os elementos primários são fundamentais para o funcionamento do sistema e consistem nos já referidos (logótipo e marca) e ainda o símbolo, que consiste num sinal gráfico que substitui o nome da instituição. Os secundários são as cores e alfabeto institucional, que apesar de não serem tão repetidos no sistema são de igual importância e merecem grande atenção pois contribuem para o processo de percepção e fixação da marca na mente dos consumidores. E os acessórios, que servem como complemento, podem ser grafismos e mascotes que se relacionam com o grau de complexidade da empresa. Segundo (Peón, 2003:45) *grafismos são elementos gráficos – em geral, abstratos – cuja função é enfatizar algum conceito ou servir como apoio de organização de layouts, aliando a um componente estético a função de veicular a identidade visual da instituição.*

1.8.1. Nome

O nome é o elemento mais importante que a organização possui, pois, em conjunto com o logótipo (...) *constituem uma forma de identidade visual constante em tudo o que esteja relacionado com a empresa.* (Beirão, 2008:66).

Sem um nome uma organização não poderá existir, pois é através dele que é reconhecida e é a partir dele que surge o seu logótipo e o seu *slogan*.

1.8.2. Logótipo

Como já foi dito, o logótipo em conjunto com o nome da organização estão intimamente ligados com tudo o que tem a ver com a mesma. O logótipo consiste no (...) *nome da instituição desenhado de forma única e específica, de modo a tornar-se um sinal de reconhecimento imediato.* (Lampreia, 1998:49). Este pode até sobrepor-se à marca em si pois é a imagem que sustenta a organização.

Como já foi dito antes, a UDI é parte integrante do IPG, por essa razão o logótipo é o mesmo mas com algumas alterações.

O logótipo do IPG contém como figura central, uma águia, simbolizando as alturas, pois a Guarda é a cidade mais alta de Portugal, sugerindo uma ideia de elevação da sabedoria. A porta da Sé Catedral da Guarda, monumento que constitui o principal ex-líbris da cidade, surge em alguns momentos como elemento de apoio visual da marca, refletindo igualmente as tradições históricas, culturais e de ensino desta zona do País. Entre as asas da águia surge um vale sugerindo a ideia de serra, o que reforça a ideia de ligação a esta zona geográfica, sugerindo o espaço geográfico beirão, numa identidade própria associada à Guarda, como retrata a Figura 1.¹¹

As cores utilizadas são o vermelho e o preto, neste caso específico o vermelho pode simbolizar orgulho e poder e o preto dá uma ideia de sofisticação, luxo e dignidade.¹²



Figura nº 1 - Logótipo do IPG

Fonte: portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_15_1

O logótipo da UDI assenta nas mesmas bases, tendo a mesma simbologia mas com cores diferentes, assim como todas as unidades orgânicas pertencentes ao Instituto, o símbolo toma a cor cinza que transmite estabilidade, sucesso e qualidade; e o logótipo a amarelo que é uma cor energética e ativa e dá ideia de otimismo, inserindo-se abaixo também o nome da organização, como é demonstrado na Figura 2.

¹¹ Adaptado de: http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_15_1, consultado novembro de 2015

¹² Adaptado de: <http://aprendendosemiotica.blogspot.pt/2009/11/significado-das-cores.html>, consultado em novembro de 2015



Figura nº 2 - Logótipo da UDI

Fonte: portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_15_1

1.8.3. Slogan

O termo *slogan*, provém do gaélico *sluagh-ghairm*, era no início um grito de guerra celta que se destinava a incitar os guerreiros a atacar, mas acabou por se transformar num incitamento ao consumo sendo usado no âmbito da publicidade comercial. Este passou rapidamente a ser utilizado também na comunicação empresarial como complemento ao logótipo, reforçando a sua mensagem e exprimindo a filosofia da empresa. Como Lampreia (1998:53) ressalva, o *slogan* deverá aplicar a lei da simplificação *um slogan deve conseguir dizer muito em poucas palavras, de forma clara e sugestiva*. Devendo-se aplicar tal regra tanto a um *slogan* publicitário como a um institucional.

1.9. Organigrama

Representa os órgãos da organização e as funções que desempenham. A vantagem da existência de um organigrama na organização é pôr em evidência as tarefas e as funções de cada funcionário por ordem hierárquica, para que cada um saiba exatamente o lugar que ocupa na organização. *Um organigrama é um gráfico que representa a estrutura da empresa (...)* (Francois, 1987:51).

A equipa de Direção da UDI é composta pela sua Diretora, a Prof.^a Doutora Teresa Paiva, por um Professor a tempo parcial, o Prof. Doutor Pedro Tadeu, e por um elemento de apoio técnico, a Dr.^a Cristina Castro. Compõem o Conselho Científico da UDI todos os

que, a qualquer título, incluindo o de bolsheiro, quer sejam cidadãos nacionais ou estrangeiros, exerçam atividade na instituição, desde que estejam habilitados com o grau de doutor ou equivalente, tenham obtido aprovação nas provas a que se refere o artigo 17º, nº 2, do Decreto-Lei nº 219/92, de 15 de Outubro, ou, ainda que não possuam qualquer dessas qualificações, integrem a carreira de investigação em categoria igual ou superior à de investigador auxiliar ou a carreira docente universitária em categoria igual ou superior à de professor auxiliar.¹³

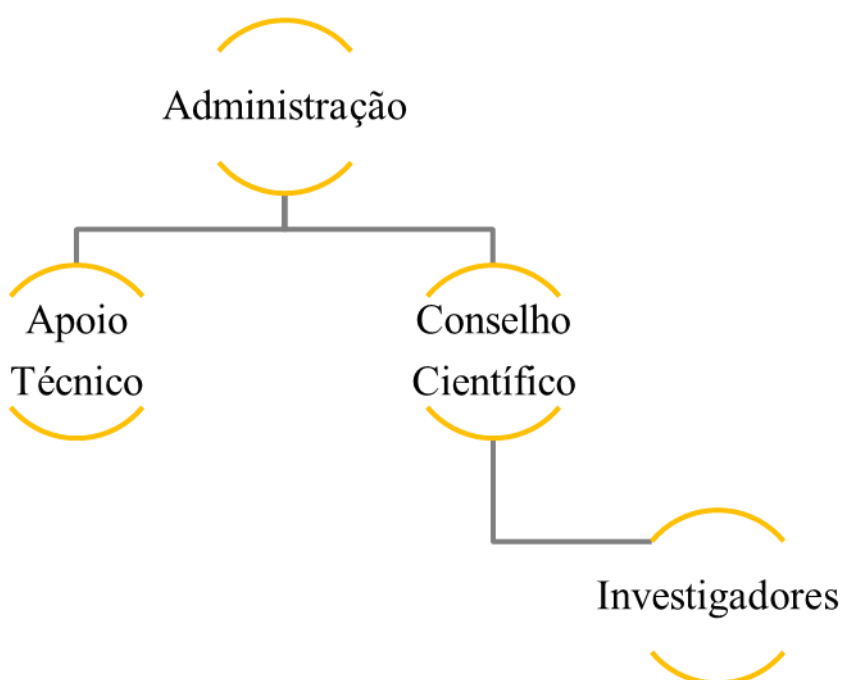


Figura nº 3 - Organigrama da UDI

Fonte: própria

1.10. Análise SWOT

A Análise SWOT é um meio de apresentar o resultado de uma análise estratégica feita à organização. Segundo Lisboa *et. al.* (2011:206), A expressão SWOT resulta das palavras *Strenghts* (pontos fortes), *Weaknesses* (pontos fracos), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças). Esta análise é geralmente representada numa matriz, chamada matriz SWOT, que depois de completa poderá fornecer ferramentas que permitam à organização

¹³ Fonte: <http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp>, consultado em novembro de 2015

aproveitar as oportunidades e reforçar os seus pontos fortes, bem como, transformar as ameaças em oportunidades, ou, pelo menos amenizar o seu impacto e minimizar os seus pontos fracos.

A experiência adquirida ao longo do estágio curricular bem como as conversas e reuniões com os membros da UDI permitiram-me elaborar uma Análise SWOT da mesma, representada na Figura 4.

2. Comunicação e Relações Públicas

O termo comunicação provém do termo latino *communicare*, e significa pôr em comum uma informação com o objetivo de convencer o outro. A comunicação tem vindo a ser definida dos mais variados modos, pelo que não nos devemos prender a uma definição específica, pois todos os autores têm diferentes noções do conceito. Por exemplo, para (Caetano *et. al.*, *apud* Cherry, 2007:20) comunicação significa *compartilhar elementos de comportamento ou modos de vida, pela existência de um conjunto de regras*. Já para (McQuail *et. al.*, 1993:12) *Comunicação pode ser qualquer uma ou o conjunto das seguintes situações: uma ação sobre os outros; uma interação com outros e uma reação aos outros*. Todos comunicamos, todos temos essa necessidade e isso acontece mesmo quando não falamos nem escrevemos, essa necessidade transcorre naturalmente para as organizações, não apenas porque somos animais sociais mas também porque pretendemos realizar as nossas funções organizacionais. Segundo (Rego, 2007:25) uma das razões pelo qual a comunicação é essencial no meio organizacional é porque *permite aos gestores interagirem com superiores, subordinados, colegas, sindicatos, fornecedores, clientes e autoridades*.

No que diz respeito às Relações Públicas não existe uma uniformidade quanto ao seu conceito, já os seus objetivos estão muito bem definidos. Das mais variadas definições podemos salientar por exemplo a da *Public Relation News*, *as relações públicas são um instrumento de política direcional e tomam em consideração os comportamentos e atitudes do público, têm a intenção de identificar as ideias e o modo de atuar do indivíduo ou de uma organização com interesses públicos; e realizam um plano de ação concreto, para conseguir a aprovação e adesão do público*. (García, 1999: 62) ou até citar o Instituto Britânico de Relações Públicas, que define relações públicas como (...) *o esforço deliberado, planeado e continuado para estabelecer e manter o melhor entendimento mútuo entre uma organização e os seus públicos*. (Lindon *et. al.*, 2004: 348). Com base nas definições apresentadas é possível concluir que as relações públicas pretendem melhorar a relação entre as organizações e os seus públicos, é nesse âmbito que elas atuam, lidam com pessoas, e para isso é necessário compreendê-las, por isso de entre todas as ciências sociais que um profissional de relações públicas deve dominar, a sociologia é a mais importante de todas, pois com base nesses conhecimentos é possível por exemplo *Anticipar, analizar e interpretar la opinión pública, actitudes y asuntos que*

pueden tener repercusión, en sentido positivo o negativo, en las operaciones y planes de la organización. ¹⁴ (Palencia-Lefter, 2011: 31). Um eficiente profissional de relações públicas necessita tanto de qualidades pessoais como de competências profissionais, ou sejam, competências básicas. Segundo (Black, 2006: 37) *um bom relações públicas deve ser bom comunicador; deverá ter perspectiva, assim como um bom sentido de humor; deve ser calmo sobre pressão; criativo; organizado; curioso; simpático, acessível e prático; deverá ter uma grande vontade de aprender; ser seguro de si mesmo, concentrado, prático, enérgico, entusiástico, assertivo e resistente.*

2.1. Comunicação Interna

A comunicação interna é o processo que permite as relações dentro do ambiente organizacional, na maior parte das empresas comunicação interna é sinónimo de comunicação escrita, quer seja por *e-mail*, *newsletter*, ou até mesmo o manual de acolhimento, mas é inegável que a comunicação oral é de maior importância, principalmente quando a situação é menos positiva. (...) *os suportes de comunicação interna são utilizados com o objetivo claro de motivar e unir os colaboradores de forma a conseguir a sua adesão aos objetivos comuns.* (Beirão, 2008:80).

O seu maior objetivo é proporcionar uma imagem positiva da organização, de modo a que os seus produtos, serviços e até mesmo a filosofia da empresa não sejam vistos unicamente como responsabilidade dos diretores e dos administradores, mas sim como também dos seus funcionários, acionistas e colaboradores. *A comunicação interna é um pesado investimento que requer tempo, competências e meios. Destina-se a um público cada vez mais prevenido (...).* (Westphalen, 1991: 72)

Ela desempenha várias funções, entre elas a divulgação de resultados, transmitir informação e dar orientações acerca do funcionamento da empresa.

¹⁴ Tradução: Antecipar, analisar e interpretar a opinião pública, atitudes e assuntos que podem ter repercussão, em sentido positivo ou negativo, nas operações e planos da organização.

2.1.1. Instrumentos da Comunicação Interna

Uma vez que estamos na era da Internet, o processo comunicacional passou a ser rápido e eficiente, a única barreira que se impõe é a utilização de linguagem perceptível, quer na comunicação oral quer na comunicação escrita, são vários os instrumentos utilizados no âmbito da comunicação interna escrita, entre eles: as cartas; revistas, jornais e *newsletters*; manuais, como os de acolhimento ou de crise; relatórios; memorandos; brochuras; quadros informativos; intranet e *e-mail*. Na comunicação interna oral, os meios mais utilizados são: a comunicação cara-a-cara; telefone e telemóvel; discursos e apresentações formais; reuniões e eventos internos.

Na UDI a comunicação interna é vista como informal, sendo esta efetuada maioritariamente pessoal e diretamente, mas é também usada a chamada telefónica e o *e-mail* quando necessário.

2.2. Comunicação Externa

A comunicação externa é aquela que tem como objetivo obter ou consolidar a recetividade por parte dos públicos fora da empresa. Até há bem pouco tempo as empresas não reconheciam a importância da comunicação, mas hoje reconhecem o seu valor, pois todas as empresas comunicam, querendo ou não, através dos seus produtos e/ou serviços. *As empresas devem controlar a sua comunicação de uma forma sistemática e coerente para se defenderem do fracasso.* (Caetano *et al.*, 2007: 119)

Hoje em dia os meios de comunicação no meio organizacional foram fortemente intensificados devido à tecnologia, estas permitem uma constante troca de informação. *(...) a necessidade de partilhar o conhecimento gera a necessidade de intensificar os processos de comunicação nas organizações, comunicação essa, não de conhecimento tácito, que dependem em grande parte da comunicação presencial.* (Silva *et. al.*, *apud* Dazzi e Pereira, 2003: 56)

No caso da comunicação externa, a UDI desenvolve-a de forma razoável, porque, mesmo não estando presente nas redes sociais, já é detentora do seu próprio *website*, mantém uma boa comunicação através das revistas *Egitania Scientia* e Anuário Científico,

conseguindo também uma boa visibilidade fora do instituto através de alguns projetos, como por exemplo o Policasulos e o Poliemprende.

2.3. Comunicação de Crise

É um erro pensar que uma empresa não pode ser atingida por uma crise. *Nenhuma empresa, por mais sólida, admirada e moderna que seja, está imune à crise. Esse princípio básico da administração de crise, mesmo repetido e mais do que evidente, ainda continua esquecido por muitas organizações.* (Forni, 2002:363). Sendo assim, uma crise trata-se de um acontecimento prejudicial que influencia negativamente a imagem de uma organização.

A gestão de problemas e crises é um trabalho de vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana, e terá de estar preparado para todas as eventualidades. As organizações que se deparam com problemas e crises tendem a comportar-se de uma de duas formas – podem adotar uma abordagem negativa (minimizar/ ignorar/ ocultar) ou podem ver o lado positivo (enfrentar/reconstruir/melhorar).

Para uma empresa, uma comunicação de crise não é obrigatoriamente um acidente de grandes proporções, na verdade, a maior parte das empresas enfrenta as chamadas “pequenas crises” que raramente são resolvidas e na maioria das vezes dão origem a grandes problemas.

No mercado, admite-se como crise (do ponto de vista da comunicação) acontecimentos que, pelo seu potencial explosivo ou inesperado, têm o poder de desestabilizar organizações e governos e suscitar pauta negativa. (Forni, 2002: 373).

No entanto, é importante ter apenas um porta-voz de comunicação de crise, para que não surjam informações contraditórias ou “boatos”.

Capítulo

II

O Estágio

Atividades Desenvolvidas

1. Anuário Científico do Instituto Politécnico da Guarda de 2014

A investigação é uma atividade essencial em todas as instituições de ensino superior, por essa razão toda a informação recolhida durante o ano é compilada num único documento, onde se podem encontrar resumos e capítulos de livros, artigos e atas de congressos, comunicações, *posters* e até os prémios arrecadados pela instituição, a esse documento é dado o nome de anuário científico.¹⁵

O Anuário científico do IPG é um documento que apresenta todo o trabalho científico levado a cabo pelos docentes do Instituto, neste caso, no decorrer do ano de 2014.

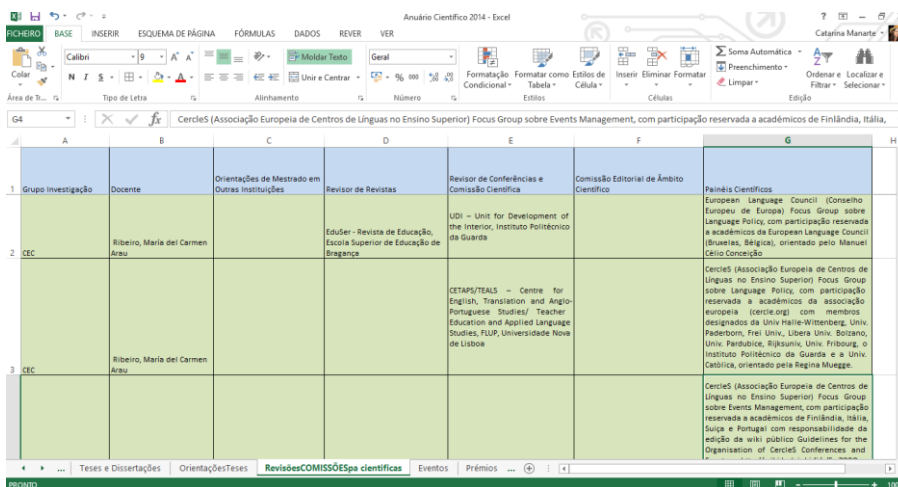
A minha primeira função no estágio curricular foi a edição do mesmo. Recorrendo a um *layout* já construído na plataforma *Adobe Indesign*. (*vide* Anexo II)

O *Adobe Indesign* consiste num programa destinado à criação de *layouts* de páginas profissionais para impressão e publicação digital, permite criar, testar e publicar uma ampla gama de conteúdo para impressão, *Web* e aplicativos para *tablets*, oferece um controlo preciso sobre a tipografia e ferramentas criativas incorporadas. Foi desenvolvida para *designers*, profissionais de pré-impressão e produção e provedores de serviços de impressão que trabalham para revistas, empresas de design, agências de publicidade, jornais, editoras e empresas de catálogo e também que trabalham em design corporativo, impressão comercial e outros ambientes de publicação.¹⁶

Como o *layout* em si já havia sido criado, assim como todas as páginas mestras (*masters*), estilos de caracteres (*character styles*), e estilos de parágrafos (*paragraph styles*); a minha função na edição do anuário foi simplesmente colocar toda a informação e editá-la da forma pré-definida pela direção da UDI. Ou seja, copiar toda a informação contida num documento do *Microsoft Excel* (Figura 5) para o *layout* do *Adobe Indesign* (Figura 6) criado para o efeito, tendo em atenção sempre o grupo de investigação a que pertencia cada artigo e respeitando a ordem alfabética.

¹⁵ Adaptado de: <http://www.estesl.ipl.pt/investigacao/anuario-cientifico>, consultado em novembro de 2015

¹⁶ Fonte: <https://helpx.adobe.com/br/indesign/faq.html>, consultado em novembro de 2015



1	Grupo Investigação	Docente	Orientações de Mestrado em Outras Instituições	Revisor de Revistas	Revisor de Conferências e Comissão Científica	Comissão Editorial de Âmbito Científico	painéis Científicos
2	CEC	Ribeiro, Maria del Carmen Arau		EduSer - Revista de Educação, Escola Superior de Educação de Bragança	ULDI – Unit for Development of the Interior, Instituto Politécnico da Guarda		European Language Council (Conselho Europeu de Línguas) Focus Group sobre Language Policy, com participação reservada a académicos da European Language Council (Buenos Aires, Bélgica), orientado pelo Manuel Celso Conceição
3	CEC	Ribeiro, Maria del Carmen Arau			ETAPS/TEALS – Centre for English, Translation and Anglo-Portuguese Studies/ Teacher Education and Applied Language Studies, FLUP, Universidade Nova de Lisboa		Cercis (Associação Europeia de Centros de Línguas no Ensino Superior) Focus Group sobre Language Policy, com participação reservada a académicos da associação europeia (cercie.org) com membros designados de Univ. Hainric-Witzenberg, Univ. Paderborn, Freil Univ. Libera Univ. Bolzano, Univ. Pardubice, Rijksuniv. Univ. Fribourg, o Instituto Politécnico da Guarda e a Univ. Católica, orientado pela Regina Muegge.
4							Cercis (Associação Europeia de Centros de Línguas no Ensino Superior) Focus Group sobre Events Management, com participação reservada a académicos de Finlândia, Itália, Suíça e Portugal com responsabilidade da edição de wiki público Guidelines for the Organisation of Cercis Conferences and

Figura nº 4 - Print Screen Microsoft Excel

Fonte: própria

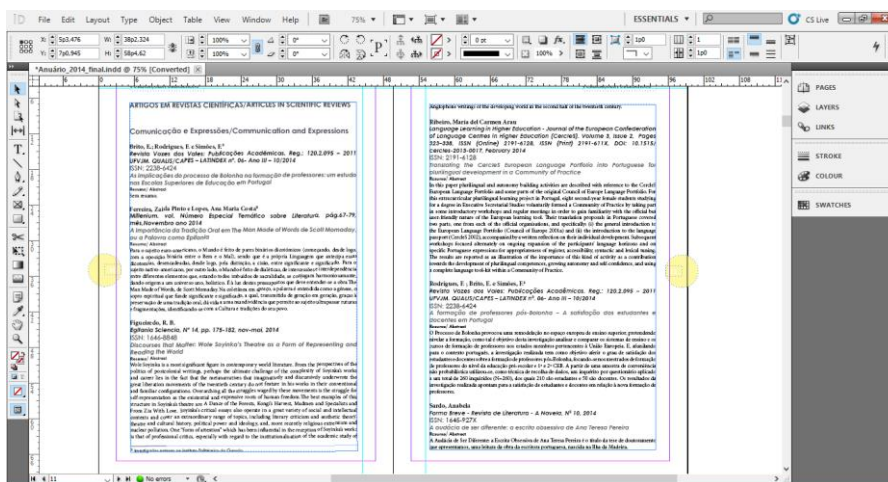


Figura nº 5 - Print Screen Adobe Indesign

Fonte: própria

Após a edição estar concluída foi necessária a impressão de um teste de modo a detetar mais facilmente alguns erros ou falhas, infelizmente foram necessárias várias impressões até chegar à versão final do anuário, mas desta forma pudemos ter a certeza que este sairia sem qualquer gralha.

2. Impressão em série de Certificados

Certificado é um documento que comprova que o indivíduo fez algum curso ou esteve presente em algum lugar, deverá ser emitido por alguém, ou alguma instituição, que tenha credibilidade perante a sociedade. Essa credibilidade pode ser instituída por lei ou decorrente de aceitação social.¹⁷

Neste caso específico foi-me pedido que procedesse à impressão em série de certificados referentes a um curso de francês lecionado no instituto a funcionários da empresa Olano Portugal – Transportes SA, localizada na plataforma logística da Guarda mas que tem sede em França. (*vide* Anexo III)

Para a impressão de certificados em série recorri ao *Microsoft Office - Word* e foi um processo de aprendizagem pois nunca tinha executado nada do género.

Mais à frente no percurso do estágio, pude pôr em prática, mais uma vez, os conhecimentos adquiridos nesta ferramenta da *Microsoft*, pois foi-me pedido também que procedesse à impressão e posterior envio de certificados referentes a publicações na 15ª edição da Revista *Egitanea Scientia*. (*vide* Anexo IV)

3. Atualização do Website

Uma das funções que me foi requerida durante o estágio foi a atualização do *website* da organização, atualização da informação e correção pois o texto ainda era redigido segundo o antigo acordo ortográfico.

4. Poliempreeende

O Poliempreeende é uma metodologia de ensino que procura atuar nas diversas vertentes do empreendedorismo. Pretende promover a criatividade e a inovação, o desenvolvimento da ideia e a planificação da ação, com o propósito da criação do próprio negócio e/ou registo de patente, tendo todo o apoio em todas as fases do projeto. O Poliempreeende

¹⁷ Adaptado de: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Certificado> e <https://pt.wikipedia.org/wiki/Certifica%C3%A7%C3%A3o>, consultado em novembro de 2015

pretende ser mais que um concurso de ideias de negócio, o seu objetivo fundamental é promover o espírito empreendedor e a criação de novos negócios.

Os seus objetivos assentam numa metodologia educacional do empreendedorismo diferenciadora e adaptável à organização de cada Instituto Politécnico que nele participa.

A metodologia do Poliemprende divide-se em duas fases, uma primeira que procura estimular a criatividade e a inovação, as “Oficinas E”, que culmina numa sessão de apresentação e da análises das ideias que se encontram a concurso, o “Ideias +”, numa perspetiva positiva e inovadora.

O projeto não só pretende que estudantes e docentes tenham ideias inovadoras, mas também que essas ideias tenham potencialidade de aceitação no mercado, nesse sentido, na sessão do “Ideias +” o painel de membros convidados, sendo eles professores e empresários e variados ramos, procuram incentivar as equipas, alertando-as dos riscos possíveis e dando dicas para que os seus projetos possam vir a se tornar um sucesso no mercado.

Numa outra fase, as equipas que já se encontram em concurso têm a possibilidade de frequentar a chamada “Oficina E2”, que proporciona formação nas temáticas fundamentais à criação de planos de negócio de cada uma, que posteriormente será apresentada perante um júri regional, apresentação da qual sairá a equipa que representará o seu Instituto Politécnico ou Escola perante o júri nacional.¹⁸

4.1. Oficinas E

Esta foi a fase de divulgação do Poliemprende, a UDI esteve presente nas quatro escolas do Instituto Politécnico da Guarda, numa primeira fase a convidar os seus alunos e docentes a participar entregando folhetos (*vide* Anexo V) e incitando-os a comparecer às palestras que explicavam pormenorizadamente em que consistia o projeto. Estive presente em duas das divulgações sendo estas na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto e na Escola Superior de Tecnologias e Gestão, participando tanto na divulgação como na preparação das salas onde foram administradas as palestras.

¹⁸ Adaptado de: <http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp>, consultado em novembro de 2015

4.2. Inquéritos Poliemprende

Um inquérito consiste numa interrogação particular acerca de uma determinada situação, esta ferramenta tem como objetivo principal a generalização. No caso particular dos inquéritos há que ter em conta que as condições em que ele se realizará não são independentes, segundo (Guiglione *et al*, 1997:159) *a entrevista não diretiva é incompatível com os contactos na rua ou em outros lugares onde as pessoas a inquirir apenas estão de passagem. Não construiremos um questionário da mesma forma se as questões forem colocadas pelo entrevistador, que anotarás as respostas, ou se deixarmos um formulário à pessoa que o irá preencher.*

Uma das tarefas que me foi incutida foi a aplicação de inquéritos sobre o Poliemprende (*vide* Anexo VI) a alunos das várias escolas do instituto, o inquérito era realizado *on-line*, para isso era necessário deslocar-me às escolas nas horas de intervalo das aulas e incitar os estudantes a participar, encontrei algumas dificuldades nesta tarefa, uma vez que os inquéritos eram demasiado extensos muitos dos alunos abordados para a sua realização se recusavam devido ao pouco tempo de intervalo de que dispunham.

4.3. Ideias +

Na sessão de apresentação, a minha função foi preparar a sala de reuniões para que todas as condições fossem reunidas para a sua realização, desde preparar computadores e projetores, a dispor águas, blocos de notas e canetas para os convidados (Figura 7), como a preparação de um *coffe break*. Durante o decorrer da sessão tirei fotos às diversas apresentações (*vide* Anexo VII) para que posteriormente fossem colocadas na página do projeto na rede social *Facebook*.



Figura nº 4 - Sala Ideias +

Fonte: própria

5. Programa Investe Jovem

O Investe Jovem é um programa para o desenvolvimento e viabilização de projetos empresariais inovadores. Enquadrada no programa Garantia Jovem, esta medida promove a criação de empresas por jovens desempregados, através de várias modalidades de apoio, como: apoio financeiro ao investimento; apoio financeiro à criação do próprio emprego dos promotores; ou apoio técnico na área do empreendedorismo para reforço de competências e para a estruturação e consolidação do projeto. Tem como objetivos estimular a prática empreendedora e promover a criação de emprego e o crescimento económico.

O programa Investe Jovem destina-se principalmente a jovens entre os 18 e 29 anos (inclusive), que estejam inscritos como desempregados e que tenham uma ideia de negócio viável e nível de formação adequado para o desenvolvimento e implementação de negócios.

A sessão de apresentação do Programa foi realizada no dia 21 de abril de 2015 no auditório dos Serviços Centrais do IPG e contou com a presença do Presidente do Instituto Politécnico da Guarda, do Delegado Regional do Centro do IEFP, do Diretor do Centro de Emprego e Formação Profissional da Guarda e de um Representante do IEFP. A sessão de encerramento foi levada a cabo pela diretora da UDI, a Prof.^a Dr.^a Teresa Paiva. (*vide* Anexo VIII) ¹⁹

Nesta conferência a minha tarefa foi certificar-me que tudo corria pelo melhor, verificar todo o equipamento eletrónico, como computadores e projetores, de modo a que estivessem a funcionar na perfeição, providenciar as águas para os oradores e dispor os seus lugares de acordo com o protocolo.

Protocolo pode-se considerar (...) *o depósito em que a pessoa encontra rapidamente as formas de comportamento que se esperam dela, nas situações comuns e diárias da vida social.* (Teixeira *apud* Fichter, 1993: 9).

O protocolo é uma disciplina que determina as estruturas ou formas sobre as quais se realiza uma atividade humana, é basicamente a arte de fazer as coisas de uma forma perfeita e natural. Existem regras protocolares em todos os países do mundo mas não é possível estabelecer uma regra protocolar uniforme, devido aos diversificados padrões culturais e costumeiros. A liberdade protocolar é pequena e não pode, em hipótese alguma permitir deslizes. O protocolo e as relações públicas complementam-se, pois a imagem da organização que organiza um evento é imprescindível para o seu sucesso. ²⁰

¹⁹ Adaptado de: <http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp>, consultado em novembro de 2015

²⁰ Adaptado de:

http://portal.iefp.pt/xeobd/attachfileu.jsp?look_parentBoui=22526164&att_display=n&att_download=y, consultado em dezembro de 2015

6. Produz@ideia

Há já vários anos que a Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior desenvolve atividade de promoção do empreendedorismo no Instituto Politécnico da Guarda, implementando projetos de promoção do empreendedorismo de um ponto de vista empresarial.

Mas tendo em conta que para haver empreendedores no futuro a chave está em desenvolver as atitudes e os comportamentos das crianças, e em sintonia com a estratégia europeia para o empreendedorismo a UDI considerou que era necessário desenvolver projetos mais orientados para outros níveis de ensino, que não só o do ensino superior, como já tem vindo ser a sua prática de atuação.

É nessa altura que nasce o Projeto Produz@ideia, que integra a vertente empreendedora e de educação, juntando dois dos seus investigadores (Teresa Paiva e Pedro Tadeu) nesta área, este visa a promoção da criatividade e das competências empreendedoras nas crianças do Ensino Básico. Através da criação deste projeto foi possível ultrapassar barreiras culturais e educacionais ao desenvolvimento das atitudes e comportamentos empreendedores, ensinar as crianças a desenvolverem a sua criatividade e a acreditar que os seus sonhos são concretizáveis é algo determinante no seu desenvolvimento e capacitação.

O projeto consiste no estímulo da criatividade infantil para o desenho de um produto que as crianças considerem importante que exista, neste caso produtos alimentares, e onde, posteriormente, equipas de professores e alunos dos estabelecimentos de ensino superior politécnico irão construir fisicamente as ideias selecionadas, ou seja, não é somente a criatividade das crianças que é estimulada mas também a dos jovens do ensino superior, pois para ser possível concretizar as ideias é necessária também uma grande dose de criatividade.

O Produz@ideia foi implementado em duas escolas básicas da cidade da Guarda, a Escola Básica do 1º Ciclo Augusto Gil e a Escola Básica do 1º Ciclo de Alfarazes.

Este *empowerment* das nossas crianças e jovens vai torná-las mais capacitadas para arriscar e atreverem-se a desenvolver as suas ideias no futuro.

A este projeto associou-se uma equipa da Escola Superior de Turismo e Hotelaria, o seu diretor, uma equipa de alunos e um docente que tiveram um papel determinante no sucesso do projeto, pois foram eles os concretizadores dos sonhos das crianças criando os produtos alimentares que elas imaginaram que deveriam existir.

O culminar deste projeto deu-se no dia 5 de junho na ESECD, os alunos das escolas básicas voltaram ao Instituto e puderam ver os seus trabalhos expostos, e provar os alimentos criados pelos alunos da ESTH. (*vide* Anexo IX) ²¹

Para este evento foram criados cadernos para oferecer às crianças, estes continham na capa e em todas as páginas as mascotes desta iniciativa, foi-me requerido que procedesse à sua execução (*vide* Anexo X). Antes do evento foi necessário expor todos os desenhos e proporcionar aos alunos da ESTH todas as condições para a montagem do material necessário para as demonstrações de culinária, à entrada além dos placards com os desenhos das duas escolas foi montada uma mesa com o material destinado a oferecer às crianças: os cadernos, canetas e porta-chaves do Instituto; e ainda dois cartazes da ESTH e do IPG.

7. Anuário dos Estudantes de Iniciação Científica e Tecnológica do IPG

O objetivo do anuário dos estudantes é compilar todos os mestrados finalizados durante o ano de 2014, para isso foi necessário recolher todas as teses e fazer o *download* dos seus resumos em português e inglês.

Foi necessário também executar um *layout* de raiz, devido à falta de experiência no programa *Adobe Indesign*, este foi realizado no *Microsoft Word*, não sendo uma ferramenta tão eficaz mas mesmo assim foi bem-sucedida, como demonstra a Figura 8. (*vide* Anexo XI).

²¹ Adaptado de: <http://www.ipg.pt/udi/produz-ideia/>, consultado em novembro de 2015

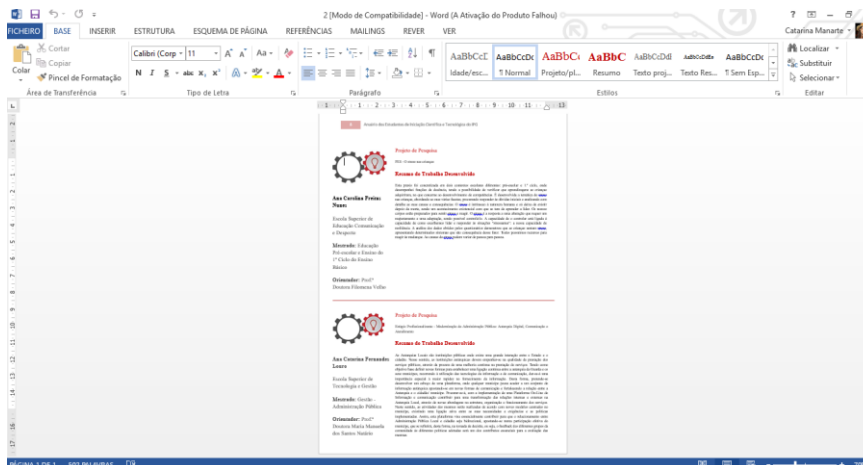


Figura nº 7 – Print Screen Microsoft Word

Fonte: própria

Foi também necessário construir duas capas, uma em português e outra em inglês, que funcionam simultaneamente como capa e contra capa (Figura 9), foram levadas a cabo no programa *Corel Draw X7*, que consiste num *software* de design gráfico. Estas seguiram o *design* de publicações do mesmo ano (*vide* Anexo XII).

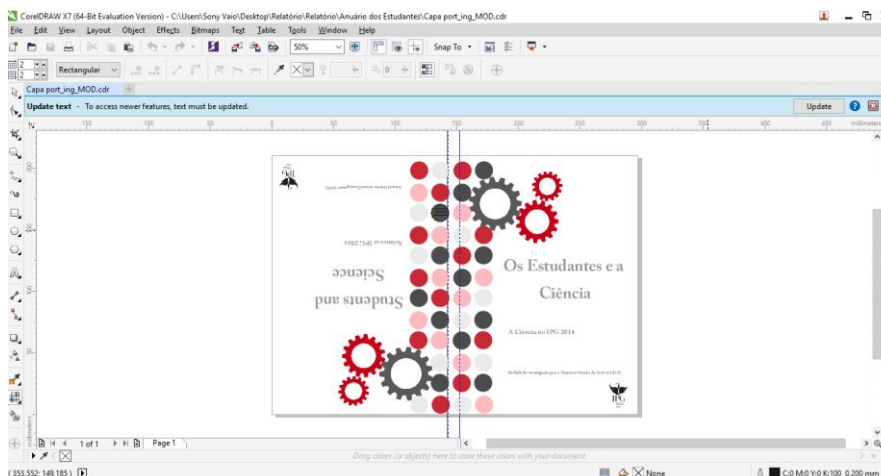


Figura nº 8 - Print screen Corel Draw X7

Fonte: própria

8. Edição do Folheto de Pós-Graduações

Outra tarefa executada por mim no decorrer do estágio foi a modificação dos folhetos das Pós-Graduações que o IPG disponibiliza ao público, destacando apenas as que se direcionavam para a área da saúde, este trabalho foi efetuado no programa *Corel Draw X7*.

Posteriormente foi necessário proceder ao seu envio, para isso foram recolhidas as moradas de todos os centros de saúde, farmácias, termas e spas, dos distritos da Guarda, Viseu e Castelo Branco e foram feitas etiquetas no programa do *Office*, o *Microsoft Word* (*vide Anexo XIII*), esta foi um tarefa muito interessante pois nunca tinha feito nada do género, com muita persistência e curiosidade foi possível concluir esta empreitada com sucesso.

Reflexão Final

O estágio é o momento que todo o estudante espera com mais entusiasmo, o contactar de perto com o mundo profissional é o culminar de toda a nossa formação como técnicos de relações públicas e como tal geram-se muitas expectativas em torno desse acontecimento. Pessoalmente esta experiência enriqueceu-me não só a nível profissional como também a nível pessoal, aprendi a lidar com as críticas o que me ajudou a exigir sempre mais de mim e a dar o melhor de forma ao meu trabalho corresponder às expectativas da minha coordenadora.

Deu-me a oportunidade de utilizar as ferramentas que adquiri ao longo da minha formação e aprender tantas outras novas, integrar-me na UDI, ou seja, no IPG em si, conheci pessoas muito diferentes e todas incutiram em mim valores que vou levar para o resto da minha vida profissional e pessoal.

Em suma, é irrepreensível que o estágio curricular me marcou das mais variadas formas, me preparou para o que me espera “lá fora”, e foi das experiências mais enriquecedoras que tive durante todo o meu percurso académico.

Bibliografia

- BEIRÃO, I. *et. al.* (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. (1ª ed.). Plátano Editora, SA.
- BLACK, C. (2006). *Guia Prático do Profissional de RP*. (1ª ed.). Mem Martins: Publicações Europa América.
- CAETANO, J. *et. al.* (2007). *Gestão da Comunicação*. (3ª ed.). Lisboa: Quimera Editores, Lda.
- CAETANO, J. *et. al.* (2007). *Gestão e Planeamento de Comunicação*. (1ª ed.). Lisboa: Quimera Editores, Lda.
- FORNI, J. J. (2002); *Gestão de crises e comunicação*. (1ª ed.). São Paulo: Editora Atlas S.A.
- FRANÇOIS, A. R. (1987). *Organização da Empresa*. (s./e.). Porto: RÉS-Editora, Lda.
- GARCÍA, M. M. (1999). *As Relações Públicas*. (1ª ed.). Lisboa: Editorial Estampa, Lda.
- GHIGLIONE, R. *et. al.* (1997). *O Inquérito – Teoria e Prática*. (s./e.). Oeiras: Celta Editora.
- IIDA, I. (2005). *Ergonomia – Projeto e Produção*. (2ª ed.). São Paulo: Editora Edgard Blucher, Lda.
- LAMPREIA, J. M. (1998). *Comunicação Empresarial – As Relações Públicas na Gestão*. (2ª ed.). Lisboa: Texto Editora, Lda.
- LINDON, D. *et. al.* (2004). *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing*. (10ª ed.). Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- LISBOA, J. *et. al.* (2011). *Introdução à Gestão de Organizações*. (3ª ed.). Porto: Vida Económica – Editorial, SA.
- PALENCIA-LEFTER, M. (2011). *90 Técnicas de Relaciones Públicas – Manual de Comunicación Corporativa*. (s./e.). Barcelona: Profit Editorial.
- PEÓN, M. L. (2003). *Sistemas de Identidade Visual*. (3ª ed.). Rio de Janeiro: 2AB.

REGO, A. (2007). *Comunicação Pessoal e Organizacional*. (1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

SILVA, E. *et.al.* (2014). *Empreendedorismo e Plano de Negócios*. (s./e.). Porto: Vida Económica – Editorial SA.

SILVA, R.V. *et. al.* (2003). *Gestão de Empresas – Na Era do Conhecimento*.(1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

STRUNCK, G. L. (1989). *Identidade Visual – A Direção do Olhar*. (s./e.). São Paulo: Editora Europa, Lda.

TEIXEIRA, M. P. (1993). *Protocolo Empresarial*. (1ª ed.). Lisboa: Associação Industrial Portuguesa – COPRAI – Departamento de Formação.

WESTPHALEN, M. H. (1991). *A Comunicação na Empresa*. (s./e.). Porto: Rés – Editora, Lda.

Webgrafia

<http://www.scielo.br/pdf/rae/v34n1/a07v34n1.pdf>, consultado em novembro de 2015

<http://www.ipg.pt/udi/udi.aspx>, consultado em novembro de 2015

<http://www.ipg.pt/udi/files/Plano%20Atividades%202014.pdf>, consultado em novembro de 2015

<http://aprendendosemiotica.blogspot.pt/2009/11/significado-das-cores.html>, consultado em novembro de 2015

<http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp>, consultado em novembro de 2015

<http://www.estesl.ipl.pt/investigacao/anuario-cientifico>, consultado em novembro de 2015

<https://helpx.adobe.com/br/indesign/faq.html>, consultado em novembro de 2015

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Certificado>, consultado em novembro de 2015

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Certifica%C3%A7%C3%A3o>, consultado em novembro de 2015

<http://www.ipg.pt/udi/produz-ideia/>, consultado em novembro de 2015

portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_15_1, novembro de 2015

<http://www.priberam.pt/dlpo/newsletter>, consultado em novembro de 2015

http://portal.iefp.pt/xeobd/attachfileu.jsp?look_parentBoui=22526164&att_display=n&att_download=y, consultado em dezembro de 2015

<http://www.significados.com.br/layout/>, consultado em dezembro de 2015

<http://www.significados.com.br/empowerment/>, consultado em dezembro de 2015

<http://www.significados.com.br/coffee-break/>, consultado em dezembro de 2015

<http://www.citador.pt/frases/citacoes/t/conhecimento>, consultado em dezembro de 2015

Anexos

Listagem de Anexos

Anexo I – Plano de Estágio

Anexo II – *Layout* do Anuário Científico do IPG 2014

Anexo III – Certificados Olano

Anexo IV – Certificados *Egitanea Scientia*

Anexo V – Folheto Poliemprende

Anexo VI – Inquérito Poliemprende

Anexo VII – Fotografias do Ideias +

Anexo VIII – Cartaz Programa Investe Jovem

Anexo IX – Fotografias Produz@ideia

Anexo X – Caderno Produz@ideia

Anexo XI – *Layout* do Anuário dos Estudantes de Iniciação Científica e Tecnológica do IPG

Anexo XII – Capa do Anuário dos Estudantes de Iniciação Científica e Tecnológica do IPG

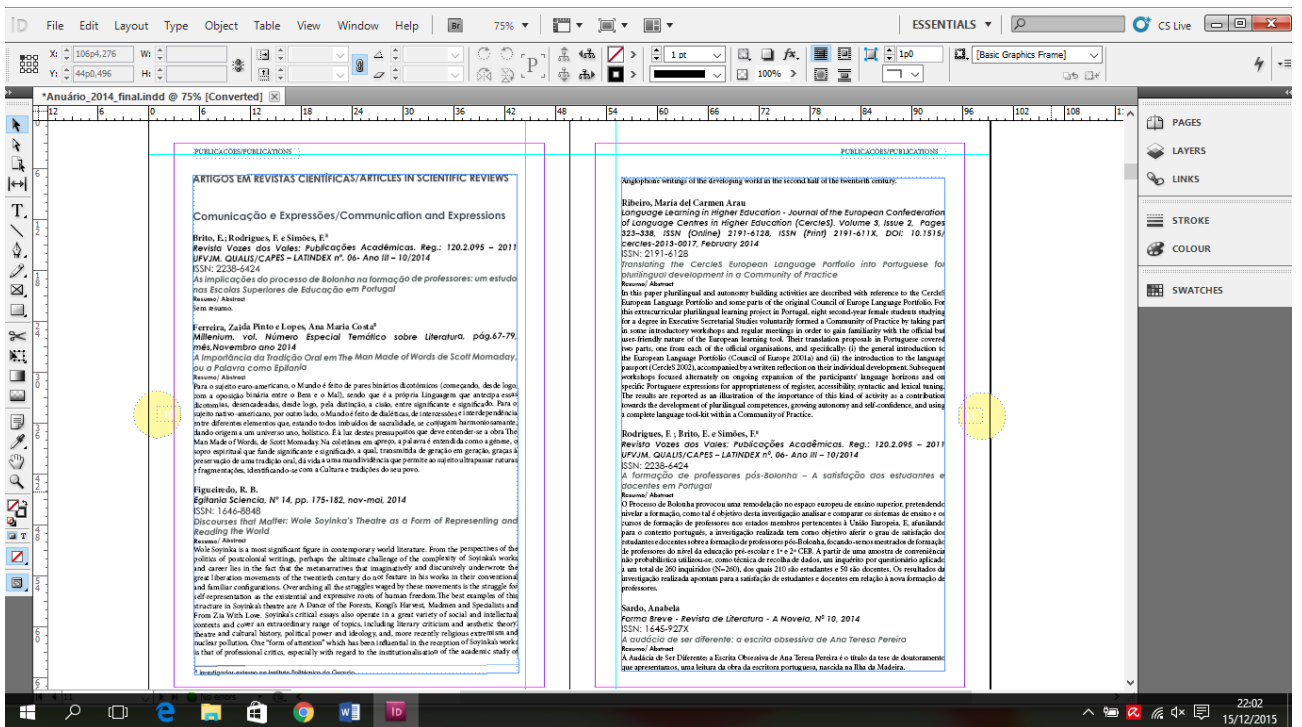
Anexo XIII - Etiquetas de Moradas

Anexo I

Plano de Estágio

Anexo II

Layout do Anuário Científico do IPG
2014



Anexo III

Certificados Olano



**Instituto Politécnico da Guarda
Unidade e Investigação para o Desenvolvimento do Interior**

CERTIDÃO DE FORMAÇÃO

-----Teresa Maria Dias de Paiva, Diretora da Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior (UDI), do Instituto Politécnico da Guarda (IPG), certifica que XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX nascido(a) XX-XX-XXX, com o cartão de cidadão nº XXXXXXXXX e, nº de identificação fiscal XXXXXXXXX, participou no curso de Formação Especializada em Francês (nível A1), no Instituto Politécnico da Guarda, da responsabilidade da sua Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior,-----

-----Por ser verdade foi passada a presente certidão que vai ser assinada e autenticada. -----

Guarda, 3 de março de 2015

A Diretora da UDI

(Prof. Doutora Teresa Maria Dias de Paiva)

Anexo IV

Certificados *Egitanea Sciencia*



Egitania

s c i e n c i a

Certificado

A Direção da Revista *EGITANIA SCIENTIA*, propriedade do Instituto Politécnico da Guarda, certifica que submeteu o artigo "...", aceite para publicação na referida revista.

A Revista *Egitania Scientia* é uma publicação semestral, ISBN 1646-8848, que se encontra indexada nos seguintes catálogos e bases de dados:

Latindex - Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas

Copacolcus - Scientific Journal database

Proquest database

EBSCO Publishing database

Guarda, 23 de março 2015

A Direção

(Teresa Paiva, **DR**)

EGITANIA SCIENTIA

Certificado nº 00000000

Anexo V

Folheto Poliempregando



PARTICIPA!

Empreendedorismo no ensino superior
www.ipg.pt/poliempreende

Envia a tua **ideia** até 20 de março

On



Anexo VI

Inquérito Poliempregado

**Motivações Empreendedoras dos Estudantes**

Este inquérito faz parte de um estudo sobre o impacto do PoliempREENDE na atitude empreendedora dos estudantes. Como tal, solicita-se a vossa colaboração consciente e responsável no seu preenchimento.

A coordenação do PoliempREENDE garante o total anonimato das respostas.

Assinale cada afirmação na opção que melhor traduz o seu modo de pensar e assegure-se que respondeu a todas as questões.

©2012 Unidade de Ensino a

Distância do IPL eira

Seguinte

Ads by app

Ad Options



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo I

Escreva as 5 primeiras palavras ou expressões que lhe vêm à mente ao ler o termo
Empreendedorismo:

Empreendedorismo

1.
2.
3.
4.
5.

©2012 Unidade de Ensino
a Distância do IPEiria

[Anterior](#)

[Seguinte](#)



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo II

Acerca da sua vida profissional

*Tem atividade profissional?

- Não
- Sim, por conta de outrém
- Sim, por conta própria

*Se já trabalha por conta de outrém, gostaria de ser trabalhador por conta própria (autónomo)?

- Não
- Sim

*Considera-se capaz de criar uma empresa?

- Não
- Sim

*Já teve alguma ideia de negócio?

- Não
- Sim

*Qual a origem da ideia?

(escolha a/s opções que considera adequada(s))

- Resultado de investigação
- Necessidade de mercado

*Qual é o mercado(s) a que se destina a sua ideia?

(escolha a/s opções que considera adequada(s))

- Nacional
- Internacional

*Qual é a atividade na qual a sua ideia/produto se insere?

(escolha a/s opções que considera adequada(s))

- Serviços
- Agricultura/Pecuária
- Indústria
- Outros

*Já implementou a sua ideia de negócio?

- Sim
- Não

©2012 Unidade de Ensino

e Distância do IFLeia

Anterior

Seguinte



Motivações Empreendedoras dos Estudantes

Grupo III

Criação do Negócio, Ideia o Meio Envolvimento

*Das seguintes afirmações classifique quanto ao grau de importância para criar ou vir a criar uma empresa / negócio

(Nota: 1 = Pouco importante / 5 = Muito importante)

	1	2	3	4	5
Desenvolver uma ideia para um produto / negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elevar a minha posição na sociedade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aproveitar uma oportunidade que surgiu	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Continuar uma tradição familiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ter mais influência na minha comunidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ser respeitado pelos meus amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conseguir realizar algo e ser reconhecido por isso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Controlar o meu próprio tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contribuir para o bem-estar dos meus familiares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contribuir para a sociedade onde vivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dar segurança à minha família	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fazer sentido para a minha vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Como um meio para reduzir a carga fiscal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aceitar um desafio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar o status e o prestígio da minha família	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguir o exemplo de pessoas que admiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- | | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Desejo de ter proveitos elevados | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ser inovador e estar a par das novas tecnologias | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Continuar a aprender | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dar maior flexibilidade a mim e à minha família | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ser livre na organização onde trabalho | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ter acesso a lucros indirectos tais como isenções fiscais | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Existir disponibilidade de capital de familiares e/ou amigos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

[85513 Unidade de Ensino](#)

[a Distância do IFLeiria](#)

Anterior

Seguinte



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo IV

*Das seguintes afirmações classifique os factores do meio envolvente quanto ao grau de importância para criar ou vir a criar uma empresa / negócio (Nota: 1 = Pouco influentes / 5 = Muito influentes)

	1	2	3	4	5
Disponibilidade de mão-de-obra especializada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade de gestores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade de mão-de-obra especializada em novas tecnologias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade de fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade de máquinas e equipamentos de mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade de capital nas instituições financeiras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Disponibilidade de capital por parte de clientes e fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existência de clientes interessados no produto/serviço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clientes de fácil acesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expansão da economia local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existência de grandes incentivos para encorajar o início do negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existência no mercado de produtos / similares mas não iguais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clientes na sua maioria locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidade para identificar o cliente tipo (característico)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As vendas do setor pretendido serem estáveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As margens de lucro no setor pretendido serem estáveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tecnologia no sector pretendido ser estável

Existir um grande número de negócios na área onde vivo

Existir um grande número de negócios no sector pretendido

Existir um grande número de negócios falidos na área onde vivo

Existir um grande número de negócios falidos no sector pretendido

Existir incerteza política no país

©2012 Unidade de Ensino

[a Faculdade de FFLUP](#)

Anterior

Seguinte



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo V

*Das seguintes afirmações classifique o grau de importância que atribui aos serviços de apoio para criar ou vir a criar uma empresa / negócio (Nota: 1 = Pouco importante / 5 = Muito importante)

	1	2	3	4	5
Serviços jurídicos ou instituições de baixo custo	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços de consultoria de baixo custo	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cursos de formação para empresários	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informação actualizada no mercado	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programas de formação especializados	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instalações e equipamentos a preços reduzidos	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços de aconselhamento	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empréstimos com taxas de juro acessíveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Subsídios governamentais para a indústria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Subsídios governamentais para a saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Subsídios para o início do negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Garantias de empréstimo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capital público subsidiado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Subsídios para novos produtos e processos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organismos de apoio às empresas locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços de contabilidade de baixo custo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo VI

*Todas as pessoas têm uma ideia de como são. A seguir estão expostos diversos atributos, capazes de descreverem como uma pessoa é. Leia cuidadosamente cada questão e responda verdadeira, espontânea e rapidamente a cada uma delas. Ao dar a sua resposta considere, sobretudo, a sua maneira de ser habitual, e não o seu estado de espírito de momento. Preencha a opção que melhor se adequa às suas características.

	Sim	Não
Conseguo resolver os problemas difíceis se for persistente	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se alguém se opuser, consigo encontrar os meios e as formas de alcançar o que quero	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para mim é fácil agarrar-me às minhas intenções e atingir os meus objetivos	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estou confiante que poderia lidar eficientemente com acontecimentos inesperados	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Graças aos meus recursos, sei como lidar com situações imprevistas	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Conseguo resolver a maioria dos problemas se investir o esforço necessário	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Perante dificuldades consigo manter a calma porque confio nas minhas capacidades	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Quando confrontado com um problema, consigo geralmente pensar numa solução	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Conseguo geralmente lidar com tudo aquilo que	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo VII

Acerca do Empreendedorismo

***O seu curso tem ou teve conteúdos de empreendedorismo?**

- Não
 Sim

***Se sim:**

- Não frequentei
 frequentei
 Deseja frequentar

***Caso tenha frequentado, indique o tipo:**

- Unidade Curricular
 Módulo
 Disperso noutra Unidade Curricular

***Já ouviu falar do Concurso Poliempreende na sua escola?**

- Não
 Sim

***Se sim, já participou?**

- Não, e não considero participar
 Não, mas considero vir a participar
 Sim, apenas nas ações de divulgação e/ou oficinas



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo VIII

Para potenciais Empreendedoras.

Por favor, assinale em cada par de afirmações apresentadas **AQUELA** que mais se **APROXIMA** da maneira como **NORMALMENTE** se sente.

•1.

- É fundamental delinear por escrito os objetivos de um negócio.
- É suficiente saber a orientação global que estamos a tomar.

•2.

- Gosto de pensar que sou uma pessoa habilidosa.
- Gosto de pensar que sou uma pessoa criativa.

•3.

- Não começaria um negócio se não tivesse a certeza de que teria sucesso.
- Nunca terei a certeza se o negócio terá sucesso.

*4.

- Quero que o meu negócio cresça e se torne forte.
- O principal objetivo do meu negócio será sustentar a minha família.

*5.

- A coisa mais importante que farei será o planeamento do meu negócio.
- Terei um papel mais importante na gestão diária do meu negócio.

*6.

- Gosto de abordar as situações de uma perspectiva solidária.
- Gosto de abordar as situações de uma perspectiva analítica.

*7.

- O meu objetivo principal neste negócio é sobreviver.
- Não vou descansar até que o meu negócio seja o melhor.

*8.

- O planeamento deve ser feito por escrito para ser eficaz.
- Não é necessário um plano de desenvolvimento por escrito.

*9.

- Penso que irei passar provavelmente demasiado tempo de volta do negócio.
- Penso que irei equilibrar o tempo entre o negócio, a família e os amigos.

*10.

- Costumo deixar o coração controlar a cabeça.
- Costumo deixar a cabeça controlar o coração.

*11.

- As minhas prioridades irão incluir várias coisas para além do meu negócio.
- Uma das coisas mais importantes na minha vida será o meu negócio.

*12.

- Sou responsável por pensar e planejar o negócio.
- Sou responsável por ter as coisas feitas.

*13.

- As pessoas que trabalharem para mim terão de trabalhar arduamente.
- As pessoas que trabalharem para mim irão gostar de mim.

*14.

- Estou ansioso pelo dia em que seja simples gerir o meu negócio.
- Se gerir o meu negócio se tomar demasiado simples, iniciarei outro negócio.

*15.

- Considero-me uma pessoa prática.
- Considero-me uma pessoa imaginativa.

*16.

- O desafio de ser bem sucedido é tão importante quanto o dinheiro.
- O mais importante é o dinheiro que resulta do sucesso.

*17.

- Estou sempre à procura de novas maneiras de fazer as coisas.
- Tento estabelecer procedimentos padrões para que as coisas sejam bem feitas.

*18.

- Penso que é importante procurar agradar.
- Penso que é importante ser lógico.

*19.

- Penso que os procedimentos operacionais padrões são cruciais.
- Costo mais do desafio da invenção do que de qualquer outra coisa.

*20.

- Vou passar tanto tempo a planear como a gerir o meu negócio.
- Vou passar a maior parte do meu tempo a gerir o meu negócio.

*21.

- Penso que gerir um negócio acabará por se tornar rotineiro.
- Nada é rotineiro na gestão de um negócio.

*22.

- Prefiro pessoas realistas.
- Prefiro pessoas imaginativas.

*23.

- A diferença entre concorrentes baseia-se na atitude do proprietário.
- Em alguns aspetos seremos melhores do que a concorrência.

*24.

- Os meus objetivos pessoais vão

girar em torno do negócio.

- A minha verdadeira vida será fora do negócio, junto da família e dos amigos.

*25.

- Gosto da ideia de tentar superar a concorrência.
- Se mudarmos em demasia, podemos confundir os clientes.

*26.

- A melhor estratégia é evitar riscos sempre que possível.
- Se quisermos superar a concorrência, teremos de correr alguns riscos.

*27.

- Detesto a ideia de ter de pedir dinheiro emprestado.
- Pedir um empréstimo é apenas mais uma decisão empresarial.

*28.

- A qualidade e o serviço não são

suficientes. Teremos de ter uma boa imagem.

- Um preço justo e qualidade é tudo o que qualquer cliente realmente deseja.

*29.

- As pessoas consideram-me uma pessoa trabalhadora.
- As pessoas consideram-me uma pessoa de relacionamento fácil.

*30.

- Os únicos compromissos que assumirei no meu negócio serão apenas os mais seguros.
- Se quisermos que o negócio cresça, temos de assumir alguns riscos.

*31.

- Penso que o que me vai mais custar perder será a segurança de trabalhar por conta de outrem.
- Penso que não vou perder grande coisa se optar por não trabalhar por conta de outrem.

*32.

- Estou preocupado com os direitos das pessoas que irão trabalhar para mim.
- Estou preocupado com os sentimentos das pessoas que irão trabalhar para mim.

*33.

- É mais importante ver as várias possibilidades numa situação.
- É mais importante ver as coisas como realmente são.

©2012 Unidade de Ensino

[a Distância do IPLeiria](#)[Anterior](#)[Seguinte](#)



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo IX

Informações gerais

***Género:**

- Feminino
 Masculino

***Idade:**

***Estado Civil:**

- Solteiro(a)/Divorciado(a)/Viúvo(a)
 Casado(a)/União de Facto

***Tem empresários na família?**

- Não
 Sim

***Quem?**

- Pais
 Irmãos
 Outro:

©2012 Unidade de Ensino

a Distância do IPL, e.ia

[Anterior](#)

[Seguinte](#)



**Motivações
Empreendedoras
dos Estudantes**

Grupo X

Informações gerais

***Estabelecimento de Ensino:**

Instituto Politécnico de Leiria ▼

***Escolas IP Leiria**

Escola Superior de Tecnologia e Gestão ▼

***Tipologia do Curso:**

Licenciatura

Mestrado

Outro:

***Licenciaturas (IP Leiria)**

Licenciatura Design Industrial ▼

***Ano do Curso:**

1º Ano

2º Ano

3º Ano

4º Ano

***Condição perante o Ensino:**

Estudante

Trabalhador-Estudiante

Indique o seu número de BI/Cartão de Cidadão

(esta informação servirá como número/código de identificação do questionário)

[#33012 Unidade de Ensino](#)

[a Distância do IEL, s/n](#)

Anterior

Submeter

Anexo VII

Fotografias Ideias +





Anexo VIII

Cartaz Programa Investejovem

Sessão de Divulgação

PROGRAMA INVESTE JOVEM

21 de abril/10h00

Auditório dos Serviços Centrais do Instituto Politécnico
da Guarda

Programa

10h00 - Sessão de abertura

- » Presidente do Instituto Politécnico da Guarda
- » Delegado Regional do Centro do IEFP
- » Diretor do Centro de Emprego da Guarda

10h30 - Apresentação do Programa INVESTJOVEM

- » Representante do IEFP

11h00 - Sessão de Encerramento

- » Unidade de Investigação para o
Desenvolvimento do Interior



Anexo IX

Fotografias Produz@ideia

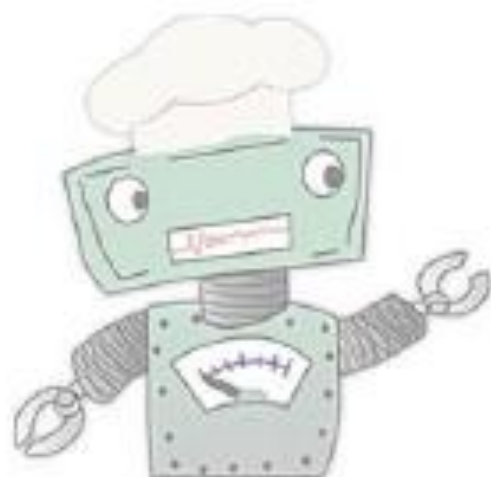




Anexo X

Caderno Produz@ideia

As minhas ideias...





Anexo XI

Layout do Anuário dos Estudantes de
Iniciação Científica e Tecnológica do
IPG



Projeto de Pesquisa

PES - O stress nas crianças

Resumo do Trabalho Desenvolvido

Esta prática foi concretizada em dois contextos escolares diferentes: pré-escolar e 1.º ciclo, onde desempenhei funções de docente, tendo a possibilidade de verificar que aprendizagens as crianças adquiriram, no que concerne ao desenvolvimento de competências. É desenvolvida a temática do **stress** nas crianças, abordando as suas várias facetas, procurando responder às dúvidas iniciais e analisando com detalhe as suas causas e consequências. O **stress** é intrínseco à natureza humana e só deixa de existir depois da morte, sendo um acontecimento existencial com que se tem de aprender a lidar. Os nossos corpos estão preparados para sentir **stress** e reagir. O **stress** é a resposta a uma alteração que requer um reajustamento e uma adaptação, sendo possível controlá-lo. A capacidade de o controlar está ligada à capacidade de como escolhermos lidar e responder às situações "stressantes": a nossa capacidade de resiliência. A análise dos dados obtidos pelos questionários demonstrou que as crianças sentem **stress**, apresentando determinados sintomas que são consequência desse fator. Todos possuímos recursos para reagir às mudanças. As causas do **stress** podem variar de pessoa para pessoa.

Ana Carolina Freitas Nunes

Escola Superior de
Educação Comunicação
e Desporto

Mestrado: Educação
Pré-escolar e Ensino do
1º Ciclo do Ensino
Básico

Orientador: Prof.ª
Doutora Filomena Velho



Projeto de Pesquisa

Estágio Profissionalizante - Modernização da Administração Pública: Antarquia Digital, Comunicação e Atendimento

Resumo do Trabalho Desenvolvido

As Antarquias Locais são instituições públicas onde existe uma grande interação entre o Estado e o cidadão. Nesse sentido, as instituições antárquicas devem empenhar-se na qualidade da prestação dos serviços públicos, através da procura de uma melhoria contínua na prestação de serviços. Tendo como objetivo base definir novas formas para estabelecer uma ligação contínua entre a antarquia da Guarda e os seus municípios, recorrendo à utilização das tecnologias da informação e de comunicação, dar-se-á uma importância especial à maior rapidez na fornecimento da informação. Desta forma, pretende-se desenvolver um esboço de uma plataforma, onde qualquer município possa aceder a um conjunto de informação antárquica apostando-se em novas formas de comunicação e fortalecendo a relação entre a Antarquia e o cidadão/ município. Procurar-se-á, com a implementação de uma Plataforma On-Line de Informação e comunicação contribuir para uma transformação das relações internas e externas na Antarquia Local, através de novas abordagens na estrutura, organização e funcionamento dos serviços. Neste sentido, as atividades dos mesmos serão realizadas de acordo com novos modelos contrados no município, existindo uma ligação ativa entre as suas necessidades e exigências e as políticas implementadas. Assim, esta plataforma visa essencialmente contribuir para que o relacionamento entre Administração Pública Local e cidadão seja bidirecional, apostando-se numa participação efetiva do município, que se refletirá, desta forma, na tomada de decisão, ou seja, o feedback das diferentes grupos da comunidade às diferentes políticas adotadas será um dos contributos essenciais para a avaliação das mesmas.

Ana Catarina Fernandes Louro

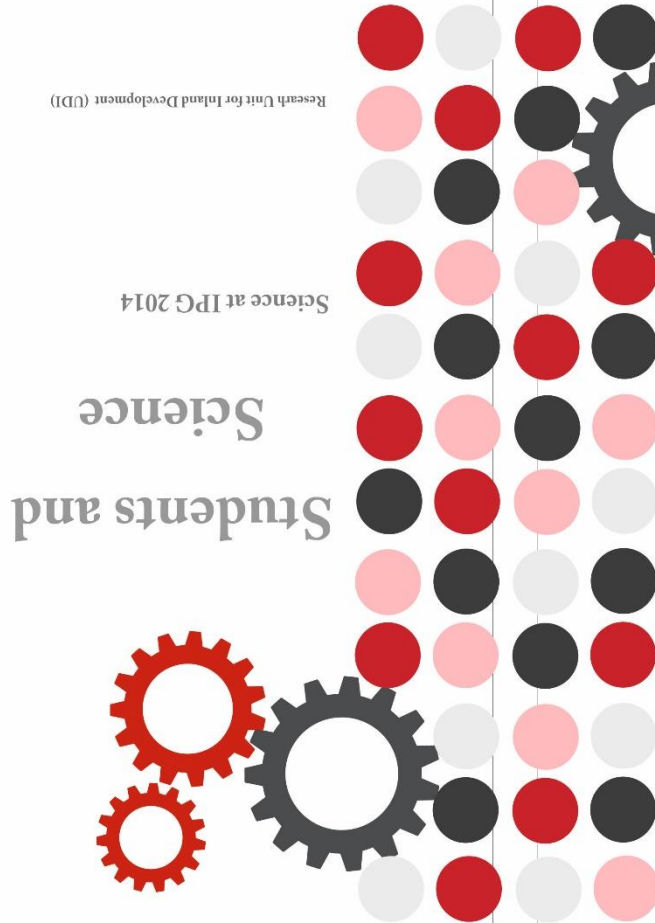
Escola Superior de
Tecnologia e Gestão

Mestrado: Gestão -
Administração Pública

Orientador: Prof.ª
Doutora Maria Manuela
dos Santos Natário

Anexo XII

Capa do Anuário dos Estudantes de
Iniciação Científica e Tecnológica do
IPG



Research Unit for Inland Development (UDI)

Science at IPG 2014

Os Estudantes e a Ciência

A Ciência no IPG 2014

Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior (UDI)



Anexo XIII

Etiquetas de Moradas

Termas de Almeida - Fonte Santa
R. Fonte Santa, Almeida
6350 ALMEIDA

Hotel Avenida
Avenida Alberto Sampaio 1
3510-030 VISEU

Maló Clinic-Luso,Termas & Spa Lda
Rua Álvaro Castelões, Luso
3050-230 LUSO

Balneário Termas do Carvalho
Rua Balneário, Termas do
Carvalho-Mamouros
3600-398 MAMOUROS

Hotel Severino José
Avenida Doutor Francisco Sá
Carneiro 170
3460-523 TONDELA

Omnium-Centro Médico-
Terapêutico Unipessoal Lda
Avenida Doutor Crispim Teixeira
Borges Castro 50, Igreja-Milheirões
de Poiares
3700-744 MILHEIRÕES DE POIARES

Termalístur-Termas de São Pedro
do Sul EM
Praça Dr. António José de Almeida,
Termas de S. Pedro do Sul
3660-692 VÁRZEA

Hotel Onix
Estrada Nacional 16
3505-577 VISEU

Grande Hotel de Lusomais
Rua Doutor Cid Oliveira 86
3050-210 LUSO

Hotel Vouga
Termas-São Pedro do Sul
3660-692 VÁRZEA SPS

Termas de Caldas de Aregos
Caldas de Aregos
4660-013 RESENDE

Termas da Piedade Lda
Rua Manuel Rodrigues Serrazina
2460-743 VESTIARIA

Termas Sulfúreas Alcafache SA
Rua Balneário, Alcafache
3530-026 ALCAFACHE

Douro Park Hotel
Caldas de Aregos
4660 RESENDE

ITMR-Indústria Termal de Monte
Real SA
Avenida Termas, Monte Real
2425-056 MONTE REAL

Hotel Rural Villa do Banho
Largo Doutor António José Almeida,
Termas-São Pedro do Sul
3660-692 VÁRZEA SPS

Douro Palace Hotel Resort & SPA
Lugar do Carrapatelo, Santa Cruz do
Douro
BAIÃO

Hotel Dom Afonso
Rua Doutor Oliveira Salazar 19
2425-044 MONTE REAL

Pensão Residencial Romana
Rua Cimo Vila 53, Termas-São
Pedro do Sul
3660-692 VÁRZEA SPS

Grande Hotel das Caldas da
Felgueira
Av. António Marquês, Caldas da
Felgueira
3525-201 CANAS DE SENHORIM

Hotel Dona Leonor
Rua João Paulo II 9-r/c, Caldas da
Rainha-Santo Onofre
2500-110 CALDAS DA RAINHA