



**IPG** Politécnico  
|da|Guarda  
Polytechnic  
of Guarda

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação Multimédia

João Pedro Gonçalves Rodrigues

dezembro | 2014



IPG

Politécnico  
da Guarda

Polytechnic  
of Guarda

*Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto*

*Instituto Politécnico da Guarda*

---

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

JOÃO PEDRO GONÇALVES RODRIGUES

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO MULTIMÉDIA

DEZEMBRO/2014

## **Ficha de identificação**

**Nome:** João Pedro Gonçalves Rodrigues

**Número de Matrícula:** 5007497

**Estabelecimento de Ensino:**

Instituto Politécnico da Guarda

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

**Licenciatura:** Comunicação Multimédia

**Docente Orientador:** Jorge Gonçalves

**Local 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](mailto:udigeral@ipg.pt)

**Supervisor:** Teresa Paiva

**Grau académico:** Doutoramento

**Duração de Estágio:** De 1 de julho de 2014 a 31 de outubro de 2014

“A maioria das pessoas cometem o erro de pensar que design é a aparência.  
As pessoas pensam que é esse verniz - que aos designers é entregue esta caixa e dito:  
"Deixe bonito!" Isso não é o que achamos que seja design.  
Não é só o que aparece e sente. Design é como funciona.”

Steve Jobs

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, quer agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda (IPG), incluindo toda a comunidade que o constitui, desde os membros da presidência do IPG, aos docentes e aos auxiliares que o acolheram da melhor forma e estiveram sempre dispostos a ajudar quando necessário.

Seguidamente, gostaria de agradecer à unidade orgânica Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior (UDI), por ter proporcionado este estágio curricular, que o fez crescer e preparar para o mercado de trabalho, que futuramente o espera.

Quer também dirigir um agradecimento muito especial aos pais, que lhe proporcionaram esta oportunidade com o maior e melhor conforto possível, conseguindo, apesar dos tempos difíceis que vivemos, frequentar este curso do ensino superior na cidade da Guarda, possibilitando assim a expansão dos seus conhecimentos, contribuindo para a sua realização pessoal, fazendo dele uma pessoa melhor, com um maior leque de conhecimentos, que de outra forma dificilmente seriam conseguidos.

Quer agradecer, também, a todos os colegas de curso e amigos, porque sem eles nada disto teria sido possível. Foram eles que estiveram lá nos momentos mais stressantes e trabalhosos no decorrer destes três anos letivos. Sem eles, seria impossível encontrar o seu ritmo de estudo e chegar onde chegou.

E, por fim, mas não menos importante, agradece ao Professor Jorge Manuel Braz Gonçalves, por ter aceitado o pedido para ser o orientador de estágio, por todo o seu apoio, disponibilidade e ensinamentos, tanto na elaboração deste relatório como nos três anos de licenciatura que agora findam.

## RESUMO

Este relatório, relativo ao estágio curricular do estagiário, tem como objetivo o término do meu percurso académico relativo ao curso de Comunicação Multimédia. Este é constituído por, a apresentação da unidade orgânica bem como a descrição de forma aprofundada daquilo que foram as atividades desenvolvidas ao longo destes três meses na Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior.

O relatório está estruturado em dois capítulos, sendo que o primeiro capítulo apresenta a unidade orgânica (UDI), referenciando a sua história, os serviços prestados, a sua missão e valores, a estrutura orgânica, bem como a equipa que forma a UDI; no segundo capítulo, pretende-se dar a conhecer todas as atividades desenvolvidas pelo estagiário de forma aprofundada e com as devidas explicações e justificação do porquê de estas terem sido consolidadas de uma forma e não de outra. Por fim, é apresentada uma reflexão do que significou o estágio, e de que forma este o fez crescer quer a nível pessoal, intelectual e profissional, bem como a importância deste a nível académico e de que forma é enriquecedor e importante para a conclusão de uma licenciatura.

**Palavras chave:** *Website; Design gráfico; Paginação.*

# ÍNDICE

AGRADECIMENTOS .....	iii
RESUMO.....	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vii
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I	
1.1 A unidade orgânica UDI .....	4
1.2 Missão e valores.....	5
1.3 Estrutura Organizacional.....	5
1.4 Áreas de intervenção .....	7
1.5 Comunicação.....	7
1.6 Análise SWOT .....	9
1.7 Identidade Visual.....	11
CAPÍTULO II	
2.1 Objetivos do trabalho .....	15
2.2 Cronograma.....	16
2.3 Atividades realizadas.....	19
2.3.1 Revista Egítania Sciencia.....	19
2.3.2 Anuário Científico .....	23
2.3.3 Desenvolvimento do <i>website</i> P2B.....	25
2.3.3.1 Conceção .....	26
2.3.3.2 Implementação.....	29
2.3.4 Cobertura de vídeo/fotográfica do evento 1º Congresso Poliempreende.....	31
2.3.5 Conclusão dos Folhetos das pós-graduações .....	32
2.3.6 Desenvolvimento das capas para o relatório e plano de atividades do IPG.....	33

2.3.7 Desenvolvimento das capas para o P2B.....	34
2.3.8 Folhetos Poliemprende .....	35
2.3.9 Revisão da 14ª Edição da revista Egítania Sciencia.....	36
2.3.10 Conclusão da atividade impressão da <i>pen drive</i> da UDI.....	37
REFLEXÃO FINAL.....	38
BIBLIOGRAFIA .....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa geográfico da localização da UDI.....	4
Figura 2 - Estrutura organizacional da UDI .....	7
Figura 3 - Análise SWOT da UDI .....	10
Figura 4 - Identidade visual do IPG.....	13
Figura 5 - Identidade visual da UDI .....	13
Figura 6 - Projeto da capa da Egítania.....	20
Figura 7 - Layout Egítania Sciencia .....	21
Figura 8 - Capa Egítania Sciencia .....	22
Figura 9 - Layout do Anuário Científico .....	24
Figura 10 - Capa Anuário Científico .....	24
Figura 11 - Fases de desenvolvimento de um website.....	26
Figura 12 - Mapa de navegação do website .....	28
Figura 13 - Wireframe página (Polytechnic to business) .....	28
Figura 14 - Template utilizado na construção do website .....	29
Figura 15 - Website versão alterada.....	30
Figura 16 - Edição de vídeo.....	31
Figura 17 - Formação Empresarial .....	32
Figura 18 - Termalismo e turismo de saúde.....	32
Figura 19 - Capa Relatório de atividades do IPG .....	33
Figura 20 - Capa Polytechnic 2 Business .....	34
Figura 21 - Frente e verso flyer Poliemprende .....	35
Figura 22 - Revisão da 14ª Edição Egítania Sciencia.....	36
Figura 23 - Frente e verso da pen drive da UDI .....	37
Figura 24 - Frente e verso da pen drive da UDI .....	37

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1-Cronograma de atividades do mês de julho .....	17
Tabela 2- Cronograma de atividades do mês de setembro .....	17
Tabela 3- Cronograma de atividades do mês de outubro.....	18

## INTRODUÇÃO

Este relatório de estágio tem como objetivo divulgar as atividades que foram propostas e realizadas, durante o decorrer deste estágio curricular, com o objetivo da concretização do plano de estudos da licenciatura de Comunicação Multimédia que se iniciou em setembro 2011, na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda, para concluir assim todas as etapas e processos, com o máximo de rigor e profissionalismo, tendo sempre em conta aquilo que eram os interesses da unidade orgânica UDI.

A escolha da Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior deveu-se ao facto de esta estar localizada na cidade da Guarda, que é o meu distrito de residência, e por ser uma unidade orgânica que pretendia alguém que pudesse trabalhar em várias áreas, como pode ser visualizado no plano de estágio (Anexo I), que foi algo que me agradou bastante, pois não queria evoluir apenas numa área específica.

Este relatório está estruturado em dois capítulos. O primeiro capítulo é constituído pela caracterização da UDI, apresentando a sua história, missão e valores, equipa de trabalho bem como a sua análise SWOT.

O segundo capítulo envolve uma área mais prática do estágio. Nele, relatam-se os trabalhos desenvolvidos ao longo dos três meses de atividades realizadas. O período relativo a essas mesmas atividades é compreendido entre 1 de julho e 31 de outubro de 2014, havendo, no entanto, uma interrupção no mês de agosto. As tarefas desenvolvidas foram ao encontro do plano de estágio definido pelo estagiário e pela Prof.<sup>a</sup> Doutora Teresa Paiva, antes de iniciar o estágio em si.

O referido plano previa que trabalhasse em três áreas: *Design gráfico, Web Design e Paginação*. Após a sua conclusão, ainda foram desenvolvidas mais atividades que no início não teriam sido previstas, bem como a cobertura do evento Poliempreende que teve lugar nas instalações do Instituto Politécnico do Porto, ajuste de todas as imagens e folhetos relativos à 12<sup>a</sup> edição Poliempreende, o desenvolvimento de capas relativas ao plano e relatório de atividades do IPG, atividade esta que foi proposta pela Presidência do

Instituto Politécnico da Guarda.

Visto que este estágio teve uma vertente muito forte em *design gráfico*, o segundo capítulo possui um enquadramento teórico sobre o *design gráfico*, assim como, estratégias e conceitos utilizados para a produção de um *design* criativo e funcional.

Por fim, é apresentada uma reflexão sobre o que significou o estágio, e de que forma me fez crescer, a nível pessoal, intelectual e profissional, bem como a sua importância académica, ou seja, em que medida é enriquecedor para a conclusão de uma licenciatura.

# CAPÍTULO I

UDI

**Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior**

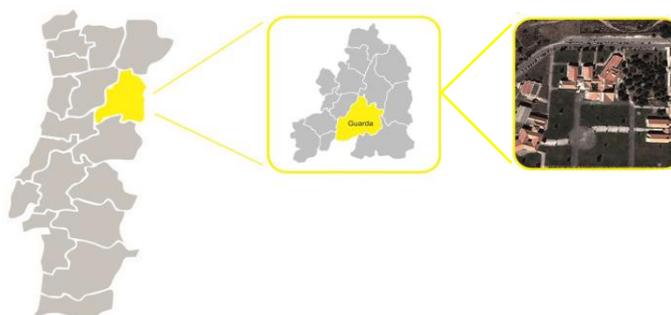
Este capítulo tem como finalidade apresentar e fazer uma descrição da unidade orgânica onde foi realizado o meu estágio curricular Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior (UDI). É nesta fase que se irá apresentar a unidade orgânica, bem como as atividades que esta desenvolve, a sua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

## 1.1 A unidade orgânica UDI

A Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior opera nas instalações do Instituto Politécnico da Guarda, mais propriamente no edifício dos Serviços Centrais (Figura 1). O horário de funcionamento é de Segunda a Sexta, das 9:00 às 18:00.

Sendo a UDI uma unidade orgânica de formação, investigação e desenvolvimento, a sua localização dentro do IPG é uma mais-valia, visto estar envolvida em projetos e concursos relacionados com o empreendedorismo no ambiente académico, como é o caso do Poliemprende (Projetos de Vocação Empresariais). A entidade possui um website ([www.ipg.pt/udi/](http://www.ipg.pt/udi/)), um telefone (+351 271 220 191), um fax (+351 271 222 690) e um email ([udi.geral@ipg.pt](mailto:udi.geral@ipg.pt)).

A Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior foi criada em 2007, pelo Professor Doutor Fernando Neves, e esta, uma vez integrada no Instituto Politécnico da Guarda, contém uma orgânica de formação, investigação e desenvolvimento.<sup>1</sup>



*Figura 1 - Mapa geográfico da localização da UDI*  
*Fonte: (<https://maps.google.pt/>) Acedido em novembro de 2014.*

<sup>1</sup> Fonte: [http://www.ipg.pt/udi/udi\\_detalhes.aspx?id=1](http://www.ipg.pt/udi/udi_detalhes.aspx?id=1) (Acedido em dezembro 2014)

## **1.2 Missão e valores**

Segundo Oliveira (2002: 128), citado por Wagner (2008), “(...) a missão é a razão de ser da empresa, neste ponto procura-se determinar qual o negócio da empresa, por que ela existe, ou, ainda, em que tipos de atividades a empresa deverá concentrar-se no futuro. (...), é uma forma de se traduzir determinados sistemas de valores em termos de crenças ou áreas básicas de atuação, considerando as tradições e filosofias da empresa.”

A UDI tem por missão promover a inovação, o empreendedorismo, o desenvolvimento do conhecimento e o desenvolvimento científico e aplicado.

Para o autor Oliveira (2002: 128), citado por Wagner (2008), “(...) uma das maneiras como esses princípios expressa-se é por meio dos valores. Os valores servem como instrumentos para avaliar e dar significado à direção buscada pelos participantes da organização. São eles que evitam que o senso de propósito seja imoral ou antiético. Os valores servem como padrão para avaliar e julgar programas e orientar decisões. Os valores estabelecem a natureza e o sentido do vínculo entre a visão e a tomada de decisões. Ambas – visão e tomada de decisões- precisam ser apoiadas em valores para dar significado as ações dos membros organizacionais.”

O funcionamento da unidade orgânica assenta em valores éticos e profissionais de rigor, transparência e respeito social e humano. Baseado nestes valores, procura atingir os seguintes objetivos: Promover a realização, o apoio e participação em instituições científicas; a transparência e valorização económica do conhecimento científico e tecnológico; a realização de ações de formação profissionais e de atualização de conhecimentos; a prestação de serviços à comunidade e de apoio ao desenvolvimento; estimular a inovação e o empreendedorismo.<sup>2</sup>

## **1.3 Estrutura Organizacional**

Segundo Wagner (2008), “a estrutura organizacional é uma ferramenta básica para alcançar as situações almejadas pela empresa e deve ser delineada de acordo com os objetivos e as estratégias estabelecidas. Para a adequada organização de uma empresa,

---

<sup>2</sup> Fonte: [http://www.ipg.pt/udi/udi\\_detalhes.aspx?id=11](http://www.ipg.pt/udi/udi_detalhes.aspx?id=11) (Acedido em dezembro de 2014)

deve-se considerar a estrutura organizacional e as rotinas e os procedimentos administrativos. Além da organização da empresa, o executivo tem como funções básicas, o planejamento, a direção e o controle da empresa.”

Para o autor Oliveira (2002: 85) citado por Wagner (2008), “quando a estrutura organizacional é estabelecida de forma adequada, ela propicia à empresa alguns aspetos; identificação das tarefas necessárias ao alcance dos objetivos estabelecidos; organização das funções e responsabilidades; informações, recursos de feedback aos empregados; medidas de desempenho compatíveis com os objetivos e condições motivadoras.”

A equipa de Direção da UDI é composta pela sua Diretora, a Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Teresa Paiva, por um Professor a tempo Parcial, o Prof. Doutor Pedro Tadeu, e por um elemento de apoio técnico, a Dr.<sup>a</sup> Cristina Castro. Compõem o Conselho Científico da UDI, todos os que, a qualquer título, incluindo o de bolseiro, 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.<sup>3</sup>

A estrutura orgânica está compreendida na forma como estão divididas, e organizadas as atividades da UDI, construindo assim uma importante base para o bom funcionamento tanto a nível comunicacional como organizacional.

Focando a hierarquia da UDI, (Figura 2), a entidade organizacional tem no topo da sua estrutura a administração, que é ocupado pela Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Teresa Paiva e pelo Prof. Dr. Pedro Tadeu, seguido do apoio técnico em que este cargo é ocupado pela Dr.<sup>a</sup> Cristina Castro, e o quadro científico que, por sua vez, engloba todos os investigadores ligados direta ou indiretamente à instituição.

---

<sup>3</sup> Fonte: <http://www.ipg.pt/udi/udi.aspx> (Acedido em dezembro de 2014)



Figura 2 - Estrutura organizacional da UDI  
Fonte: Elaborada pelo autor

## 1.4 Áreas de intervenção

Davidson (1993: 251) defende o facto de que uma empresa bem-sucedida na prestação de serviços será aquela que identifica os seus nichos. Fatores importantes na identificação dos nichos são: a natureza do relacionamento com os atuais clientes, o potencial de crescimento, as habilidades, a reputação e os interesses do profissional.

De acordo com as ilações que o estagiário pode retirar durante o estágio curricular no decorrer de reuniões e conversas com os responsáveis, a UDI promove a inovação, empreendedorismo e o desenvolvimento de conhecimentos científicos. Estes pontos têm como base promover a inovação, formação e a inovação ao nível do empreendedorismo. Quer isto dizer, que estas três áreas estão interligadas, uma vez que a investigação está sempre lado a lado com os projetos de formação, que por sua vez relacionam este processo aos procedimentos de inovação e empreendedorismo.

## 1.5 Comunicação

Como defende o autor Bahia (1995), “concretamente, para que sejam eficazes, sistemas ou estruturas de comunicação empresarial precisam ter consistência profissional, adequada apresentação, compatibilidade de pensamentos e ação, e bi-direcionamento. Esse processo deve ser genuinamente benéfico para a empresa. Os empregados e os consumidores (ou público externo).”

Assim sendo, podemos considerar dois tipos de comunicação: a comunicação interna e a externa. Na primeira, referimo-nos a uma comunicação com o público da entidade organizacional; já em relação à segunda a comunicação é dirigida a um público mais vasto, ou seja ao público-alvo da UDI.

### **Comunicação interna**

Segundo o autor Bahia (1995), a comunicação interna “deriva da necessidade de transmitir ao público da casa, com frequência e clareza, o pensamento e ação da empresa, destacando-se as posições que assumem seus dirigentes e a consciência da função social que têm.

Deve o empresário dar a prioridade à informação? Sim, porque só desta forma habilitará suas audiências internas e externas a conhecerem a realidade da empresa. É por este cominho que poderá fortalecer os vínculos sociais da sua organização.”

Na UDI, a comunicação interna define-se como informal, sendo esta realizada de forma pessoal e direta, havendo no entanto alguma comunicação efetuada através de chamadas telefônicas ou troca de *e-mails* entre os membros constituintes da UDI.

### **Comunicação externa**

O autor Bahia (1995) defende que “nesse processo se incluem toda veiculação de informações e todos os comunicados emitidos pela organização empresarial para um público ou uma opinião pública fora dos limites internos. Em geral, a empresa faz dos meios de comunicação para o fim de tornar conhecidas as suas mensagens.

No âmbito das relações humanas e sociais, como acontece na sociedade moderna, a comunicação externa originária da empresa adquire um conteúdo institucional que abrange o conhecimento entre os empresários, a troca de experiência, a identidade tecnológica e os fatores essenciais de mercado, de produção e de consumo.

O que no passado se restringia a uma comunicação bilateral, modernamente está configurado como uma comunicação multilateral. A empresa e o empresariado se movem não num círculo de vizinhos, e sim num universo de nações que conjugam complexos procedimentos tecnológicos e sucessivas interações sociais.

Em uma sociedade democrática, a empresa assume um papel que não se distingue muito do papel dos cidadãos. O direito à informação considera um permanente fluxo de oferta e demanda, tão necessário para os indivíduos quanto para as organizações ou os grupos, sejam políticos, econômicos, ou outros.

(...) A comunicação externa em uma empresa deve estar disponível para as questões procedentes dos meios de comunicação, como ocorre com outros tipos de informação institucionalizadas, públicas ou privadas. Há aí uma relação de interesses que não pode ser subtraída: a empresa quer a difusão da notícia, e o vínculo quer ser o seu portador. Ambos têm por meta o público.”

Neste caso, a UDI já consegue desenvolver uma comunicação externa razoável, porque, mesmo não estando presente nas redes sociais, já é detentora do seu próprio *website*, mantém uma boa comunicação através das revistas *Egitania Sciencia* e *Anuário Científico*, conseguindo também uma boa comunicação externa através de alguns projetos, como são exemplo o *Policasulos* e o *Poliempreende*.

## 1.6 Análise SWOT

De acordo com Machado (2008), “o termo deriva de quatro palavras em inglês: *opportunities, threats, strenghts, weaknesses*.

Trata-se de identificar as oportunidades e ameaças (no contexto externo à empresa) bem como pontos fortes e pontos fracos (no contexto interno da empresa).

Uma variável externa (incontrolável) que seja considerada favorável à IESP (Instituição de Ensino Superior Privada) é chamada de ‘oportunidade’. Uma variável externa (incontrolável) que seja considerada desfavorável à IESP é chamada de “ameaça”.

Uma variável interna (controlável) que seja considerada favorável à IESP é chamada de ‘ponto forte’. Uma variável interna (controlável) que seja considerada desfavorável à IESP é chamada de ‘ponto fraco’.

Análise SWOT é essencial para a qualidade do planejamento de IESP.”

A análise SWOT da UDI (Figura 3) baseou-se em informações obtidas através de algumas conversas e reuniões com os membros pertencentes à UDI, e também pela experiência

adquirida ao longo destes três meses na entidade organizacional.

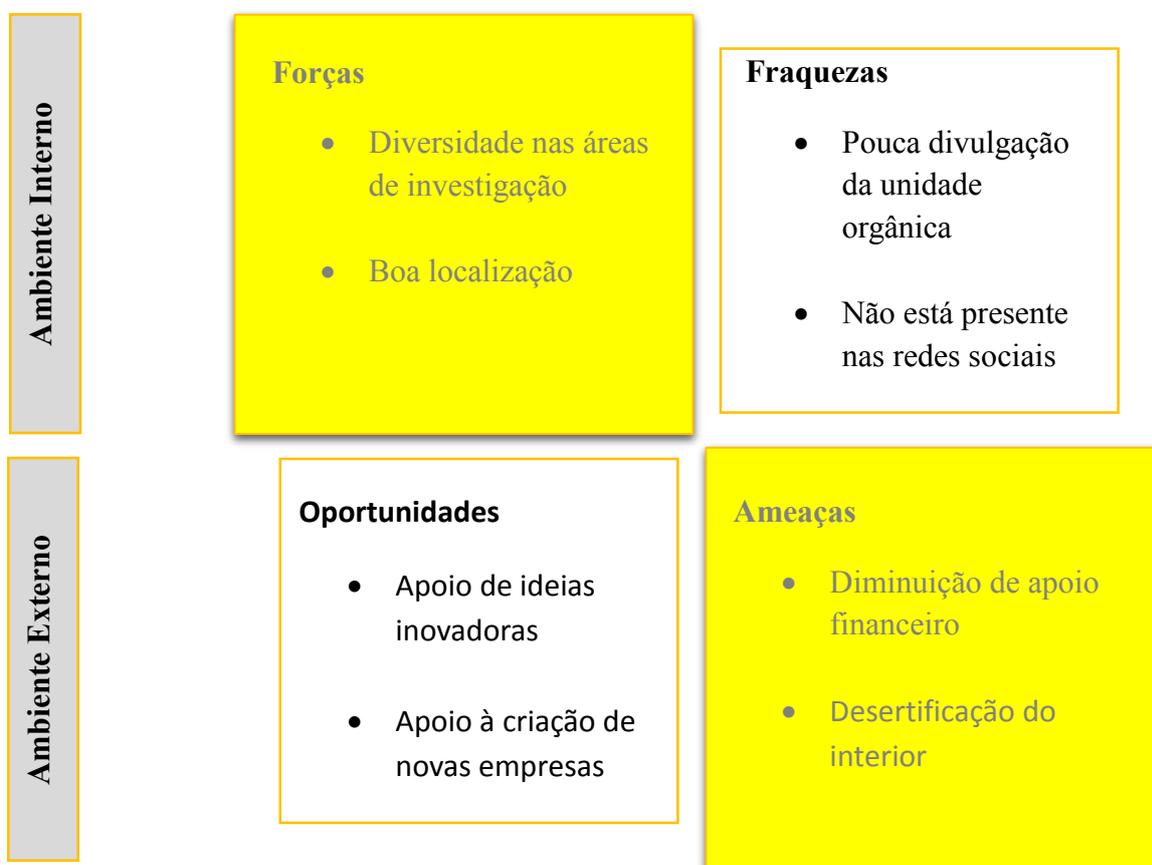


Figura 3 - Análise SWOT da UDI  
Fonte: Elaborada pelo Autor

Relativamente às “forças”, no que diz respeito ao ambiente interno, concluiu-se que a diversidade nas áreas de investigação e a boa localização são dois aspetos notórios, isto porque no que diz respeito às áreas de intervenção são uma mais-valia para a UDI poder estar presente em projetos distintos, como é o caso do Policasulos<sup>4</sup> e do Poliempreende (Projetos de Vocação Empresarial), que apoiam ideias inovadoras. Já a boa localização é um ponto a favor da UDI por estar inserida no IPG, tendo a oportunidade de estar mais perto dos estudantes e futuros profissionais.

Nas “fraquezas”, os pontos fracos que existem na UDI são a pouca divulgação da unidade orgânica, tanto a nível interno (IPG) como a nível externo (fora do IPG). O outro ponto fraco detetado é a ausência total nas redes sociais, isto porque uma grande parte da população está presente nas redes sociais, sendo uma mais-valia para o reconhecimento

<sup>4</sup> Policasulos são micro empresas alojadas no IPG.

da UDI estar ligada às mesmas.

Já como “oportunidades” é de referir o apoio de ideias inovadoras através do Poliemprende e o apoio à criação de novas empresas que é proporcionado através do projeto Policasulos.

A diminuição do apoio financeiro e a desertificação do interior nos últimos anos são as principais “ameaças” da UDI. Instituições como a UDI têm vindo a sofrer cortes significativos, nomeadamente no Orçamento de Estado e por parte da Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT). O êxodo urbano é outra ameaça constante, sendo notória a ida de muitos jovens e profissionais para grandes metrópoles em busca de oportunidades que, no interior, são escassas.

## **1.7 Identidade Visual**

Segundo Arminda Sequeira (2013: 7), “a identidade visual é a definição e o conjunto de um aglomerado de itens, tais como imagens, cores, logótipos, fontes, símbolos e padrões visuais que apresentam uma determinada instituição, organização ou corporação, cuja principal função é a de transmitir a imagem de uma entidade ou organização e melhor padronização visual de documentos, entre outros.

A identidade visual é a representação gráfica, que caracteriza um produto ou empresa, com o intuito de fazer chegar ao mercado a divulgação desta mesma marca de forma a criar uma identidade, que quando visualizada, remete imediatamente para o produto ou empresa em questão.”

Segundo STRUNCK, (1989: 44) “as identidades visuais são um instrumento fundamental nas políticas de marketing das empresas. São a expressão de 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 por seus públicos externo, seus clientes e fornecedores, e interno, os que nela trabalham. Tendo em conta o fator saturação do mercado em termos de marcas corporativas é difícil a criação de algo original e diferente do já existente no mercado, daí ser importante ter uma identidade visual “fresca” e nova tendo em conta que é o princípio da comunicação entre o cliente e a empresa.”

González (2010) afirma que os componentes básicos da identidade corporativa gráfica são a marca, o logótipo e o símbolo.

- Marca – Nome comercial do produto, da empresa ou serviço que oferece ao público;
- Logótipo – Nome da empresa ou da marca, com atributos próprios da tipografia escolhida (tipo de letra, tamanho, cor e qualquer outra indicação que defina formas e estilos);
- Símbolo – Elemento gráfico, figurativo ou abstrato, que constitui uma representação da identidade da empresa.

A marca do Instituto Politécnico da Guarda é constituída pelo seu elemento simbólico, que é a águia, e pelo logótipo, constituído pela sigla IPG e pelo seu significado em português e inglês. A águia é de cor vermelha e o logótipo contém a sigla e o respetivo significado em português a preto, sendo que a parte em inglês é de cor vermelha (Figura 4).

No caso mais concreto da identidade visual da UDI, visto ser uma unidade orgânica pertencente ao IPG, esta mantém o símbolo original, assim como o logótipo. As diferenças encontram-se na cor do símbolo, que passa do vermelho para o cinzento, e no logótipo e que, a cor passa a ser amarela, inserindo-se abaixo o nome da unidade orgânica também a amarelo, como retrata a figura 5.



Figura 4 - Identidade visual do IPG  
Fonte: [http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab\\_tab\\_group\\_id=\\_15\\_1](http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_15_1) (Acedido em dezembro 2014)



Figura 5 - Identidade visual da UDI  
Fonte: Elaborada pelo autor.

# CAPÍTULO II

## **Estágio Curricular**

Este capítulo visa dar a conhecer os objetivos traçados à partida para o estágio, contendo também o respetivo plano de estágio. Nesta secção do relatório, podem observar-se os cronogramas relativos ao estágio, a fim de se perceber de que forma e em que altura foram desenvolvidos os projetos propostos pela entidade.

Este capítulo pretende, também, apresentar todas as atividades realizadas ao longo do estágio curricular.

## 2.1 Objetivos do trabalho

Este estágio curricular tem como principal objetivo aplicar e aprofundar os conhecimentos adquiridos ao longo de um percurso de três anos, relativos à licenciatura de Comunicação Multimédia, no Instituto Politécnico da Guarda.

Outro objetivo foi, estar à altura de realizar, de forma distinta, todas as atividades, encarando-as de braços abertos e dando sempre o melhor. Assim sendo, o trabalho foi realizado com muito agrado, juntando a parte teórica à parte prática e dando o melhor.

Ter um plano de estágio definido à partida é uma mais-valia para que o estágio seja realizado de forma ordenada e responsável. Ter uma noção mais abrangente do que se vai realizar ao longo dos três meses é muito gratificante, e assim poder pesquisar acerca do que se pretende, conseguindo obter novas ideias e fontes de inspiração.

As tarefas definidas pela supervisora e pelo estagiário, após ter sido aceite para estagiar na UDI, foram as seguintes:

- ✓ Desenvolvimento de uma capa para a revista *Egitania Sciencia*;
- ✓ Desenvolvimento de uma capa para o *Anuário Científico*;
- ✓ Construção do *layout* da revista *Egitania Sciencia*;
- ✓ Construção do *layout* do *Anuário Científico*;
- ✓ Desenvolvimento do *website* para o *polytechnic 2 bussiness (P2B)*.

As tarefas acima enumeradas foram bem conseguidas no decorrer do estágio curricular, contudo, para além das atividades descritas anteriormente, foi pedida a participação no desenvolvimento de outras atividades em prol da instituição.

O estagiário pode ainda fazer, alterar e/ou concluir as seguintes atividades;

- ✓ Folheto pós graduações;
- ✓ Cobertura de vídeo e fotográfica do evento 1º Congresso Poliemprende e respectiva edição;
- ✓ Capas para o IPG;
- ✓ Capa para P2B;
- ✓ Folhetos Poliemprende;
- ✓ Revisão da edição da revista Egítania Sciencia;
- ✓ Conclusão do projeto da impressão das pens da UDI.

## **2.2 Cronograma**

Para o autor Dornelles (2012), os “cronogramas são traçados para que haja acompanhamento mútuo da assessoria e do assessorado em relação a compromissos firmados entre ambos em relação a quem fez o quê, em quanto tempo e com qual meta. Cronogramas devem ser continuamente consultados e reajustados em encontros de planejamento do assessor com o assessorado.

(...) cronogramas são uma boa maneira de acompanhar o que vem sendo feito, também porque demonstrar a capacidade de a organização cumprir o que foi definido no planejamento da operação, tendo em vista que o cronograma revisado, com datas jogadas para mais adiante, revelam incapacidade da organização ou da assessoria para cumprir determinada tarefa. O que pode comprometer. Cronogramas possibilitam ao assessor medir sua própria capacidade de trabalho em relação àquele assessorado. Por fim, servem para ajustar ritmos, considerando especificidades de ambas as partes.”

Para uma compreensão mais fácil dos cronogramas abaixo, estes contêm de uma forma simplificada todas as atividades desenvolvidas pelo estagiário no decorrer dos três meses, sendo que o mês de agosto não será incluído nos cronogramas, visto a instituição estar fechada durante esse período.

		Cronograma relativo ao mês de julho																						
Tarefas	1	2	3	4	7	8	9	10	11	14	15	16	17	18	21	22	23	24	25	28	29	30	31	
Pesquisa																								
Layout Egitania																								
Capa Egitania																								
Testes Impressão																								

Tabela 1- Cronograma de atividades do mês de julho

O mês de julho (Tabela 1), em que começou o estágio, foi focado essencialmente na revista Egitania Sciencia. Após algumas pesquisas e visualizações de outras revistas científicas, passou-se para a fase de construção do *layout* para a Egitania. Esta foi a fase mais demorada e trabalhosa, pois englobava definir tudo o que iria ser utilizado para editar toda a revista. Seguidamente, foi elaborada a capa da Egitania Sciencia e os respetivos testes de impressão.

		Cronograma relativo ao mês de setembro																						
Tarefas	1	2	3	4	5	8	9	10	11	12	15	16	17	18	19	22	23	24	25	26	27	28		
Pesquisa																								
Layout Anuario																								
Capa Anuario																								
Testes de Impressão																								
Website P2B																								

Tabela 2 - Cronograma de atividades do mês de setembro

No mês de setembro (Tabela 2), foi altura de começar com outra atividade, o desenvolvimento do *layout* para o Anuário Científico. Mais uma vez, a parte mais trabalhosa e demorada foi a construção do *layout* em *Adobe Indesign* de todo o anuário, seguido da construção da capa para o mesmo. Para finalizar, o estagiário começou a trabalhar, no desenvolvimento do *website* para o *Polytechnic 2 Business*, atividade esta que começou por uma pesquisa que essencialmente se focou na escolha de um *template*.

		Cronograma relativo ao mês de outubro																						
Tarefas		1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31
Website P2B																								
Pesquisa																								
Folheto pós graduações																								
Cobertura Evento																								
Capas para IPG																								
Capas para P2b																								
Folhetos Poliempreende																								

Tabela 3 - Cronograma de atividades do mês de outubro

No mês de outubro (Tabela 3), foi realizada a cobertura do evento do 1º Congresso Poliempreende, seguido da edição dos vídeos necessários para a UDI. Posteriormente, concluiu-se o *website* do *Polytechnic 2 Business*, que já tinha sido começado no mês anterior. Concluiu-se o projeto do folheto para as pós graduações, folheto esse que tinha sido elaborado pelo técnico superior Humberto Pinto, seguido de uma cobertura de vídeo e fotográfica do evento 1º Congresso Poliempreende, com a finalidade de fazer uma compilação dos vídeos que a supervisora achou oportunos. Seguidamente, foi convidado pela Presidência do Instituto Politécnico da Guarda a desenvolver uma capa para o relatório e plano de atividades do IPG. Com a conclusão da capa para o plano de atividades do IPG, a supervisora propôs que, dentro do estilo da capa para o IPG, fosse construída uma capa idêntica para o projeto P2B. Por fim, foram alterados todos os folhetos, *flyers*, e imagens relativos à 11ª Edição Poliempreende, que passaram a ser dirigidos à 12ª Edição Poliempreende.

## 2.3 Atividades realizadas

Nesta fase do relatório de estágio, apresentam-se todas as atividades desenvolvidas no decorrer do estágio curricular, tanto as que estavam previstas no plano de estágio (Anexo I), como todas as outras atividades que foram propostas no decorrer dos três meses. Como atividades previstas no plano de estágio, destacam-se o desenvolvimento da Egitania Ciência, o desenvolvimento do anuário científico e o desenvolvimento do website para o *Polytechnic to Business*. No decorrer do estágio, foram surgindo outras atividades, como foi o caso da conclusão do folheto relativo às pós graduações, a cobertura de vídeo e fotografia do evento 1º Congresso Poliempreeende e respetiva edição, uma capa para o relatório e plano de atividades do IPG, uma capa para o *Polytecnic 2 Business*, os folhetos do Poliempreeende, a revisão da 14ª edição da revista Egitania Sciencia e a conclusão do projeto de impressão de uma *pen drive* da UDI.

### 2.3.1 Revista Egitania Sciencia

Após uma reunião com os responsáveis, chegou-se à conclusão que para o desenvolvimento do *layout* para a Egitania Sciencia havia algumas normas a seguir, pois tudo o que era a disposição dos títulos, tipo de letra, tamanho de letra, tamanho do livro, mancha de texto, entre outros, já tinham sido definidos anteriormente (Anexo II).

Nesta fase, tentou-se simplificar a edição da Egitania Sciencia que anteriormente era feita em *Microsoft Word*<sup>5</sup>, *software* utilizado para criar texto, e agora é feita em *Adobe Indesign*<sup>6</sup> que é um *software* da *Adobe Systems*, e permite criar, diagramar, visualizar e editar materiais como: revistas, jornais, anúncios, embalagens, entre outros.

Relativamente à capa para a Egitania Sciencia, foi proposto pegar num projeto já existente (Figura 6), que já tinha sido desenvolvido por um estagiário da UDI. Esta atividade era para ser utilizada como ideia base, embora tivesse de sofrer algumas alterações.

---

<sup>5</sup> Fonte: <https://support.office.com/pt-pt/article/O-que-%C3%A9-o-Word-dad531f6-ff2e-4ed9-aed8-c2acfcc6e0d4?ui=pt-PT&rs=pt-PT&ad=PT> (Acedido em dezembro 2014).

<sup>6</sup> Fonte: <http://helpx.adobe.com/br/indesign/faq.html> (Acedido em novembro 2014)



Figura 6 - Projeto da capa da Egitania  
Fonte: Ricardo Pereira.

O objetivo foi construir todo o *layout* da Egitania Sciencia (Figura 7) com base no que já tinha ficado decidido na reunião, e definir todos os estilos de parágrafo (*Paragraph style*), os devidos estilos de caráter (*Character style*) e o *grid*, que continuou a ser de uma coluna apenas, pois, segundo Tondreau (2009), “deve ser usado um *grid* de uma coluna quando se trabalha com texto contínuo, como uma tese relatório ou livro. Uma única coluna de texto pode ser menos intimidadora e mais elegante do que múltiplas colunas.”

Esta foi uma atividade muito minuciosa e trabalhosa, devido ao facto de a revista ser constituída por uma grande variedade de artigos científicos que são publicados em três línguas diferentes, (Português), (Inglês) e (Espanhol) o que fez com que tivéssemos de criar muitos mais estilos de parágrafos e estilos de caracteres, sendo que os textos em português são serifados de maneira diferente dos textos em inglês e espanhol.

No *layout* da revista, foram desenhadas e *linkadas* todas as páginas que a revista pode conter, sendo o máximo de páginas estipulado para a revista de 250. As pequenas alterações que o *layout* da Egitania Sciencia sofreu foram apenas no cabeçalho, que tinha só a marca da Egitania Sciencia e foram acrescentadas duas linhas à frente e atrás da marca, e no número de página, que continha um quadrado que envolvia o número e passou a ser apenas uma linha por baixo do número.

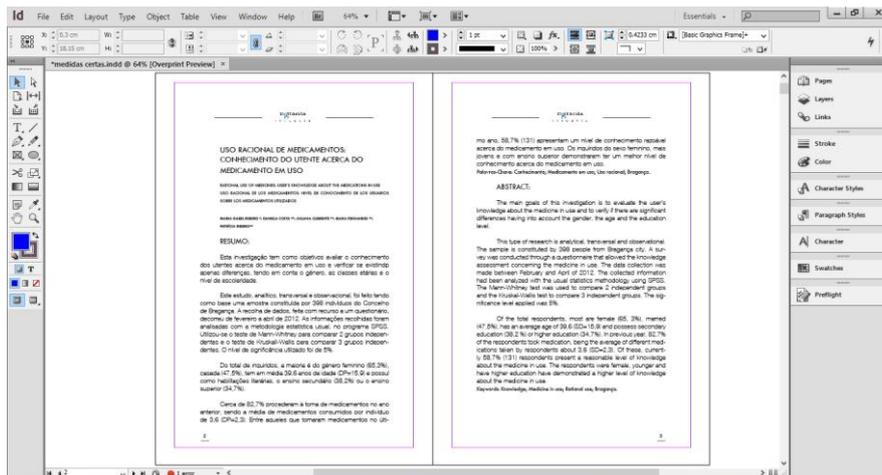


Figura 7 - Layout Egítania Sciencia  
Fonte: Elaborada pelo Autor.

Segundo Fonseca (2008) “a capa é a cobertura externa de material flexível ou rígido confeccionada em papel, cartolina, cartão, couro ou outro material que envolve os cadernos ou folhas que constituem a obra. A capa e qualquer meio que permite as folhas do livro ser mantidas unidas e protegidas, ao mesmo tempo que são facilmente abertas. Em geral a capa exibe identificação, desde um simples título e o nome do autor até o mais elaborado e chamativo cartaz do livro, como acontece frequentemente nas brochuras. É indispensável no entanto, que contenha o nome do autor e o título da obra.

A contracapa, ou quarta capa, pode ser utilizada a critério do editor, (...).

Ao pé da contracapa ou quarta capa, no lado direito, junto à lombada, deve constar o ISBN<sup>7</sup>. Com frequência é impresso, ou afixado em uma etiqueta, também o código de barras de identificação da obra. O projeto gráfico da capa, que fica a critério do editor, pode muitas vezes resultar numa obra de arte colecionável por si só.”

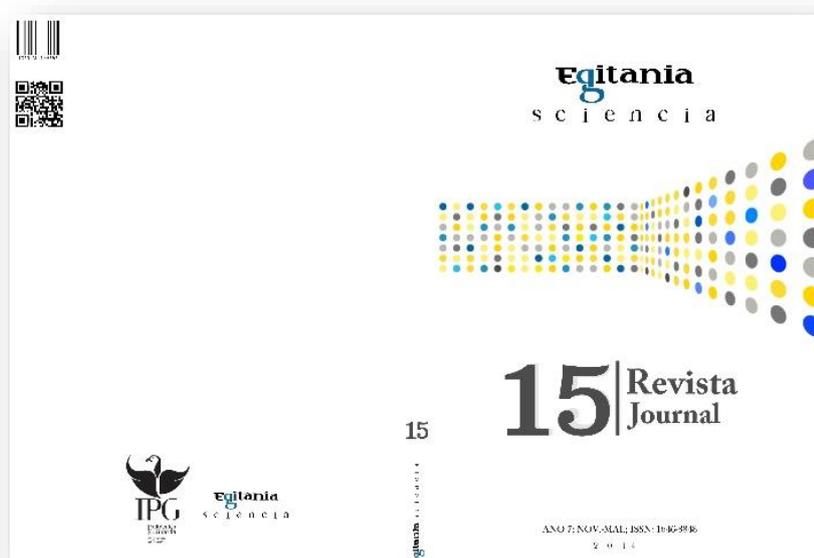
Para o desenvolvimento da capa para a revista foi aproveitada a ideia das circunferências, que dão uma ideia de profundidade, e o “estilo” utilizado no número da publicação. Alterou-se o título, retirando o texto por baixo do número da publicação, retirou-se a palavra “Revista”, e alterou-se a palavra “Magazine” para “Journal”.

Para além das alterações referidas anteriormente, foi criada a lombada e a contracapa (Figura 8). A contracapa é constituída por o símbolo do IPG, o símbolo da Egítania

<sup>7</sup> International Standard Book Number (Número Padrão Internacional de Livro)

Sciencia, o código de barras e o *QRcode*, a lombada apenas contém o número da edição da revista. Para a elaboração desta atividade foi utilizado o *software CorelDraw*<sup>8</sup> que é um aplicativo de ilustração vetorial, *layout* de página, e possibilita a criação e a manipulação de vários produtos, como por exemplo: desenhos artísticos, publicitários, logótipos, capas de revistas, livros, CDs, concepção de cartazes, etc.

Relativamente à cor de fundo, após algumas tentativas em tons de amarelo, azul-bebé e cinzento, ficou decidido que a capa não iria conter nenhum fundo colorido, pois quando uma cor assenta numa folha reciclada nota-se uma drástica diferença nas cores em relação àquilo que se constrói no computador.



*Figura 8 - Capa Egitania Sciencia*

*Fonte: Elaborada pelo Autor.*

Os testes aqui executados foram maioritariamente testes de impressão, que são imprescindíveis para se poder dar uma tarefa destas por concluída. Estes testes foram feitos com a finalidade de se perceber como ficava tudo o que tinha sido feito no computador, obviamente que algumas alterações tiveram de ser efetuadas, pois, por vezes, o que parece bem visto no ecrã, não fica tão bem quando é impresso.

---

<sup>8</sup> Fonte <http://www.coreldraw.com/rw/product/graphic-design-software/> (Acedido em novembro 2014)

Relativamente à capa para a *Egitania Sciencia*, foram feitos testes constantemente, pois como é algo que tem mais cor e assenta sobre uma folha de papel reciclada, era muito difícil conseguir encontrar a cor desejada.

### 2.3.2 Anuário Científico

Esta análise surgiu no âmbito de uma reunião com os responsáveis da UDI, a fim de discutir o que se pretendia para a elaboração desta atividade.

Após a reunião, ficou decidido que o Anuário Científico iria manter as formatações que já eram utilizadas anteriormente no que diz respeito aos títulos, mancha de texto e tipo de letra (Anexo III). Ficou também decidido que era necessário alterar o *layout*, dando um ar mais descontraído. Foi ainda discutido no decorrer desta reunião que era necessário criar uma capa para o anuário. Nesta atividade, foi dada total liberdade ao estagiário para desenvolver a capa.

Para Bleicher (2009), “*layout* é a disposição dos elementos do design em relação ao espaço que eles ocupam no ambiente do projeto. O seu objetivo é apresentar os elementos visuais e textuais de maneira clara e eficientes ao leitor.

Através de um bom *layout* é possível para o leitor navegar por informações bastante complexas, tanto em meios impressos como também eletrónicos”.

Nesta fase foi altura de começar a trabalhar no *layout* para o anuário (Figura 9). Assim, criaram-se e *linkaram-se* todas as páginas, e dez *masters* para cada capítulo, sendo que no anuário todos os capítulos estão identificados em todas as páginas. Optou-se por colocar a numeração das páginas nas extremidades da página, para facilitar a procura dos artigos que se pretende. Foram criados também todos os estilos de parágrafos (*paragraphs styles*) e os estilos de carácter (*character styles*). Este tal como a *Egitania Sciencia* foi um pouco trabalhoso, devido à edição ser feita em três línguas (Português, Inglês e Espanhol). E, como referido na atividade anterior (*Egitania Sciencia*), os textos em português são serifados de maneira diferente dos textos em inglês e espanhol.

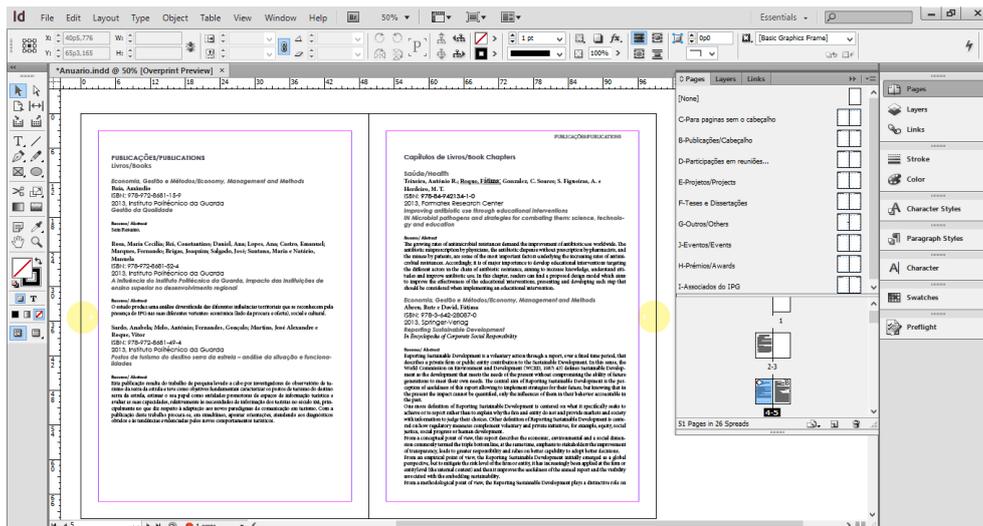


Figura 9 - Layout do Anuário Científico

Fonte: Elaborada pelo Autor.

Na conceção da capa para o anuário (Figura 10), optou-se por utilizar as circunferências a fim de interligar o Anuário Científico à Egítania Sciencia, visto que ambos tratam o mesmo assunto. Utilizaram-se, assim, as circunferências coloridas na zona da lombada fazendo com que estas fossem visíveis tanto na capa como na contracapa. A utilização destas bolas na lombada torna o anuário muito mais apelativo e inconfundível quando arrumado em prateleira. Para elaboração do mesmo, foi colocado o título e o ano a que o anuário pertence, o nome da instituição a que pertence e o nome da unidade orgânica que o elabora. Na contracapa, apenas foi colocado o símbolo do IPG a preto, devido a capa já conter uma grande variedade de cores, manter o símbolo com as suas cores habituais não resultava da melhor forma.

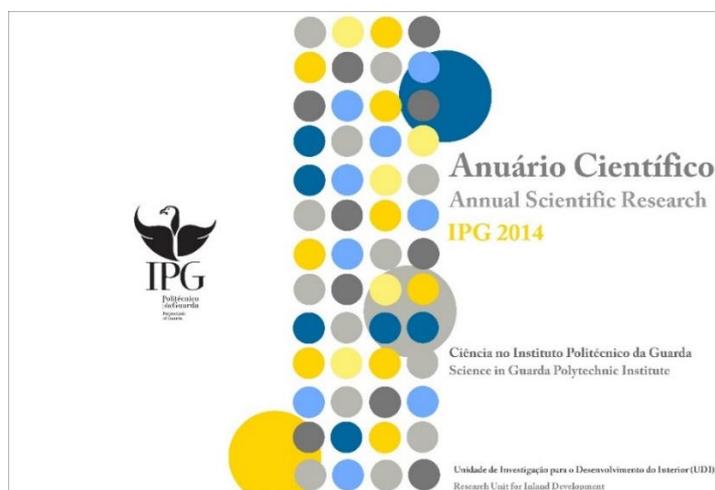


Figura 10 - Capa Anuário Científico

Fonte: Elaborada pelo Autor.

Os testes executados para o término desta atividade foram essencialmente testes de impressão com a finalidade de visualizarmos como funcionava a impressão do anuário nesta nova plataforma (*Adobe Indesign*). Estes testes foram também executados para a capa do anuário, a fim de se perceber como assentavam as cores e a capa em si quando impressa e aplicada no livro propriamente dito. Nesta fase, não foram necessárias quaisquer alterações sendo que a capa foi logo aceite pelos responsáveis.

### 2.3.3 Desenvolvimento do *website* P2B

Segundo Zeldman (2007), citado por Santos (2009), “*web design* é a criação de ambientes digitais que facilitam e incentivam a atividade humana, reflete ou adapta-se a vontades individuais e conteúdos; e muda graciosamente ao longo do tempo enquanto mantém a sua identidade”.

Segundo Santos (2009: 37), “o desenvolvimento de um *website* pode subdividem-se em três grandes fases:

- **Conceção:** em que se pretende reconhecer “o que o *website* deve abarcar”, a informação a processar, as funcionalidades a implementar, as restrições existentes;
- **Implementação:** em que o objetivo é identificar “o como fazer o *website*” e construí-lo na realidade. São definidas e construídas as estruturas de dados, os testes a realizar, a concretização do alojamento e do domínio. No final desta fase deverá ser disponibilizado o sítio *web* a funcionar;
- **Manutenção:** inclui todas as alterações posteriores à aceitação do sítio *web* pelo cliente como correção de erros, introdução de melhorias e/ou novas funcionalidades.

Como se pode visualizar na figura 11, estas três grandes fases subdividem-se em tarefas.

- **Planeamento:** identificação geral das necessidades, identificação e seleção de alternativas e definição do plano de trabalho;
- **Análise:** identificação detalhada das funcionalidades do sistema, respetiva descrição e assimilar que conteúdo será colocado e onde será colocado;
- **Desenho:** desenho de interfaces, de tabelas, de módulos;
- **Desenvolvimento:** programação das diversas partes do *website*;

- **Teste:** o *site* é verificado com o objetivo de obter a aceitação do utilizador;
- **Domínio/Alojamento:** disponibilização do sítio *web* aos seus utilizadores finais;
- **Manutenção:** corresponde ao tempo de vida útil do que um *website* e durante o qual serão realizadas todas as modificações posteriores à entrada em funcionamento do *website*.”

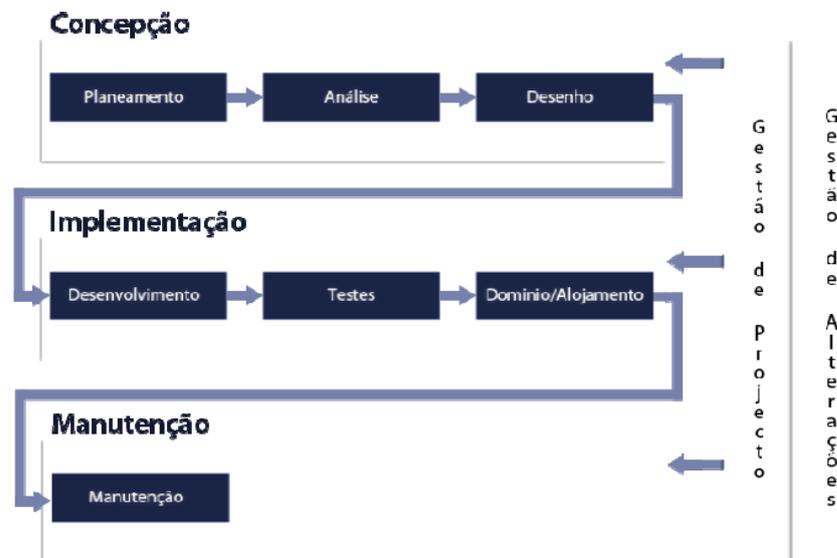


Figura 11 - Fases de desenvolvimento de um website  
 Fonte: *Web Design: uma reflexão conceptual*, por Elsa Santos

### 2.3.3.1 Conceção

#### Planeamento

Após uma reunião com os responsáveis da UDI, e depois de saber quais os objetivos deste *website*, foram retirados apontamentos e junta alguma informação para que pudesse ter o planeamento definido. O objetivo deste *website* era tornar o *Polytechnic 2 Business* um pouco mais independente, dando a conhecer ao público-alvo as atividades dos laboratórios, bem como o que eles produzem.

Ficou definido, também, após esta reunião, tudo o que supostamente deviam conter todas as páginas bem com todos os botões do *website*.

## Análise

Este *website* (Figura 12), vai conter seis páginas principais, que são a página “*Polytechnic 2 Business*”, “*Lodging P2B*”, “*IDTservices*”, “*Policasulos*”, “*Formação*” e “*Contactos*”.

Pretende-se que a página principal “*Polytechnic 2 Business*” tenha um *slide show* interativo com imagens alusivas ao *polytechnic to business*, uma área de destaques e alguns conteúdos considerados de maior interesse.

A página “*Lodging P2B*” é composta por duas subpáginas que são “Laboratório de ideias”, que pretende apoiar a criação e o desenvolvimento de ideias de negócio, e a subpágina “*Showroom*” que se destina a divulgar e promover os produtos desenvolvidos pelos elementos da comunidade do IPG.

A página “*IDTservices*”, que contém duas subpágina, “*IPGLabs*” onde se apresentam os Laboratórios, equipados e dotados de capacidades de investigação aplicada, ajudando os seus agentes a inovar, desenvolver e comercializar produtos, e a subpágina “*Projetos*”, que vai divulgar a listagem de projetos que o IPG desenvolve.

Já a página “*Policasulos*” surgem duas subpáginas que são, “*Projetos empresariais incubados*”, que consiste num espaço de aceleração de projetos com vocação empresarial onde o desafio é conquistar os alunos; e a subpágina “*Consultadoria*”, que pretende apresentar a equipa de consultadoria que dá apoio ao desenvolvimento de projetos com vocação empresarial.

A página “*Formação*” vai abarcar duas subpáginas, que serão: “*Formação à medida*” onde se pretende apresentar os cursos, *workshops* ou seminários temáticos que as empresas ou outras instituições da região solicitam ao IPG; e a subpágina “*Formação Empresarial*”, que pretende proporcionar formações que se consideram pertinentes para ajudar os agentes económicos a desenvolverem as suas competências. Por fim, a página “*Contactos*”, que tem a finalidade de apresentar os contatos da UDI e a sua localização.

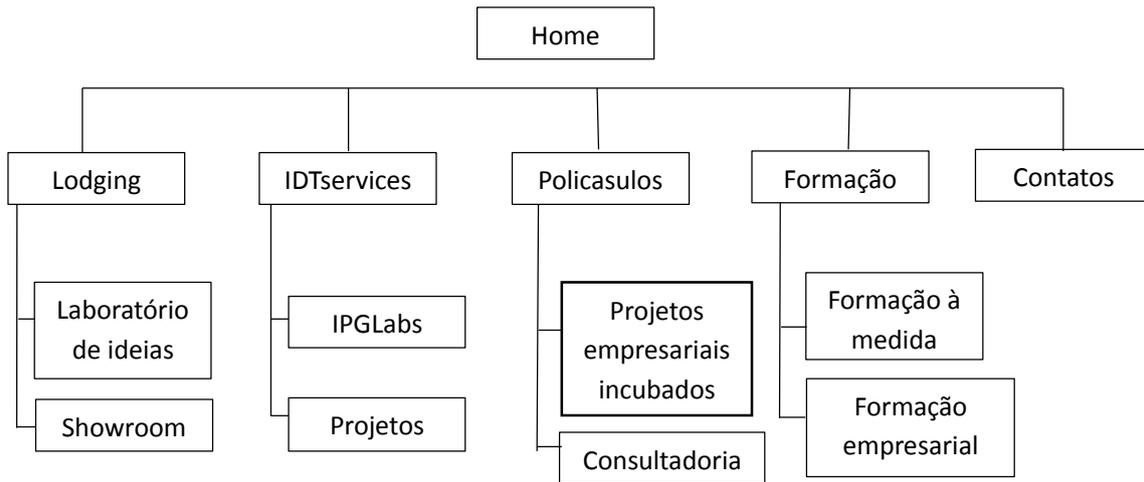


Figura 12 - Mapa de navegação do website  
 Fonte: Elaborado pelo autor.

## Desenho

Após o mapa de navegação desenvolvido e revisto pela supervisora, e visto já estar definido aquilo que era o assunto que cada página tratava, seguiu-se o desenho dos *wireframes*<sup>9</sup> (Figura 13), da página do *website*.

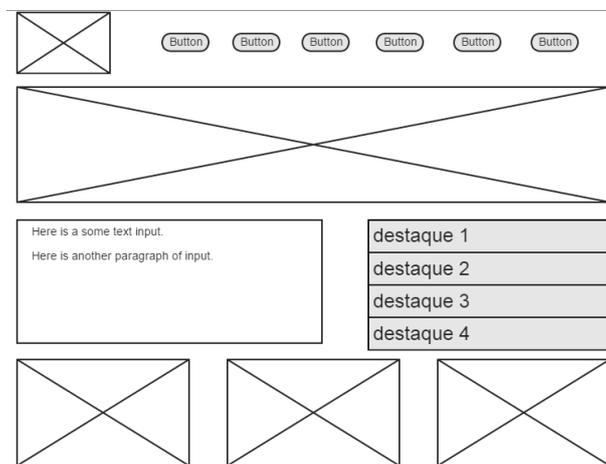


Figura 13 - Wireframe página (Polytechnic to business)  
 Fonte: Elaborada pelo autor.

<sup>9</sup> Fonte: <https://moqups.com/> (Acedido em outubro 2014)

## 2.3.3.2 Implementação

### Desenvolvimento

Passando à fase de desenvolvimento do *website* do *Polytechnic 2 Business* e visto o estagiário já ter reunido tudo o que era necessário para tal, foi altura de procurar um *template* que proporcionasse tudo, que em conjunto com os responsáveis ficou definido de indispensável para o *website*.

Após uma vasta e minuciosa pesquisa, foi encontrado o *template* desejado. Este *template* (Figura 14) tem o nome de “*templatemo281chrome*”<sup>10</sup>, é um *template* gratuito, e foi alterado de forma a integrar-se melhor naquilo que é o *Polytechnic 2 Business*.

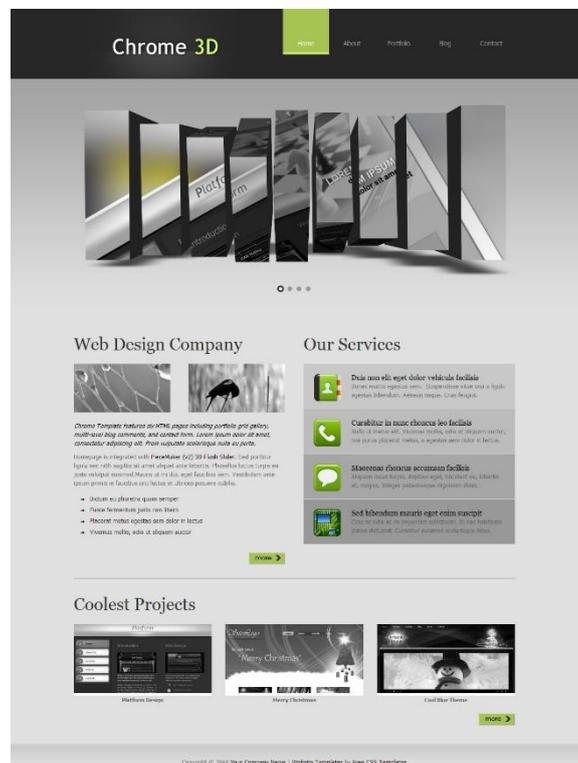


Figura 14 - Template utilizado na construção do *website*

Fonte: [http://www.templatemo.com/preview/templatemo\\_281\\_chrome](http://www.templatemo.com/preview/templatemo_281_chrome) (Acedido em, setembro de 2014)

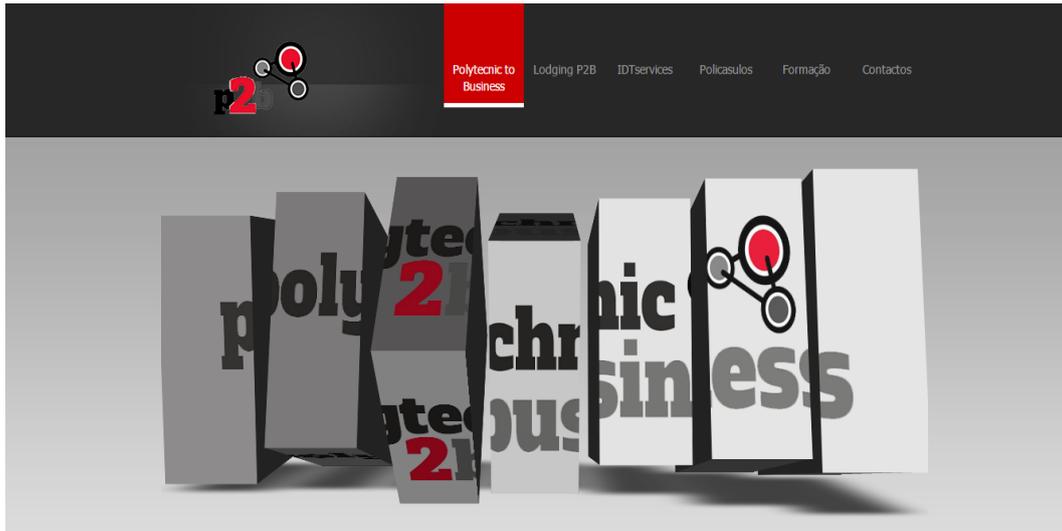
Para a edição deste *template*, foi utilizado o programa *Adobe Dreamweaver*,<sup>11</sup> *software* desenvolvido pela *Adobe Systems*, que permite aos utilizadores desenhar, desenvolver e gerir eficazmente *websites* estáticos e dinâmicos. Contudo este *website* (Figura 15) não ficou concluído pelo facto de a unidade orgânica (UDI) ainda não possuir os conteúdos

<sup>10</sup> Fonte: [http://www.templatemo.com/preview/templatemo\\_281\\_chrome](http://www.templatemo.com/preview/templatemo_281_chrome) (Acedido em setembro 2014).

<sup>11</sup> Fonte: Oliveira (2011).

para colocar no website. Assim sendo, o estagiário disponibilizou-se para concluir esta atividade assim que a UDI os obtiver.

Foi dada como finda esta atividade após a alteração e a criação de todas as páginas e botões necessários tendo em conta o que é o mapa de navegação, como podemos visualizar no “Desenho” da análise.



*Figura 15 - Website versão alterada  
Fonte: Elaborada pela autor.*

## **Teste e Alojamento**

Este ponto não foi possível, pois o *website* ainda não foi concluído pelos motivos acima descritos.

## 2.3.4 Cobertura de vídeo/fotografia do evento 1º Congresso Poliempreende

Esta atividade (Figura 16), baseou-se na recolha de vídeo e fotográfica do 1º Congresso Poliempreende, que teve lugar no Instituto Politécnico do Porto.

Esta atividade (Anexo V) veio aumentar a responsabilidade do estagiário em relação a outras atividades do dia-a-dia, pois esta implicava requisitar a máquina fotográfica e a máquina de filmar da escola e sair da sua zona de conforto. Esta baseou-se na recolha fotográfica e recolha de vídeo, com a finalidade de serem elaborados três pequenos vídeos relativos ao Poliempreende. O estagiário teve uma certa preocupação e cuidado na recolha do material necessário, o que possibilitou uma boa edição. Para o desenvolvimento desta atividade, foi utilizado o *software Adobe Premier*<sup>12</sup>, que é um editor de conteúdo audiovisual em 2D e 3D.



Figura 16 - Edição de vídeo  
Fonte: Elaborada pelo autor.

<sup>12</sup> Fonte: <http://www.adobe.com/pt/products/premiere-elements/faq.html> (Acedido em novembro 2014)

## 2.3.5 Conclusão dos Folhetos das pós-graduações

Este folheto (Anexo VI) foi elaborado pelo técnico superior Humberto Pinto, e a missão nesta atividade foi alterar alguns pontos que os responsáveis acharam necessário e criar quatro novas páginas (Figuras 17 e 18) com novos conteúdos. Para o desenvolvimento desta atividade, foi utilizado o *software CorelDraw*.

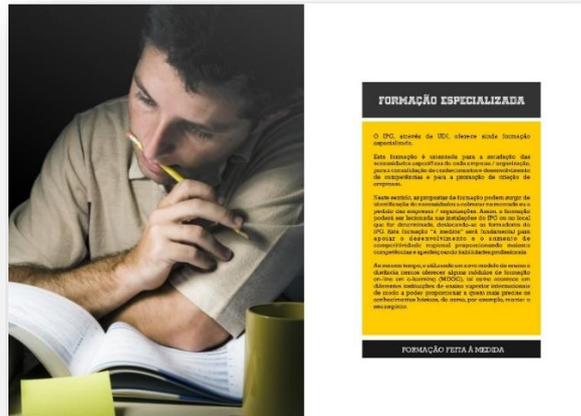


Figura 17 - Formação Empresarial  
Fonte: Elaborada pelo autor.



Figura 18 - Termalismo e turismo de saúde  
Fonte: Elaborado pelo autor.

Na elaboração das novas páginas os flyer, foram utilizadas duas imagens e respetivos textos que foram cedidos pela UDI, Para o desenvolvimento deste foram criadas e adaptadas estas quatro páginas de forma apelativa, e coerente com o que eram as páginas já existentes.

### 2.3.6 Desenvolvimento das capas para o relatório e plano de atividades do IPG

Esta atividade surgiu não da parte dos responsáveis da UDI, mas, sim, pela presidência do IPG. Esta capa (Figura 19) tinha a finalidade de ser utilizada para o relatório e plano de atividades do IPG, devendo ser uma capa simples e apelativa.

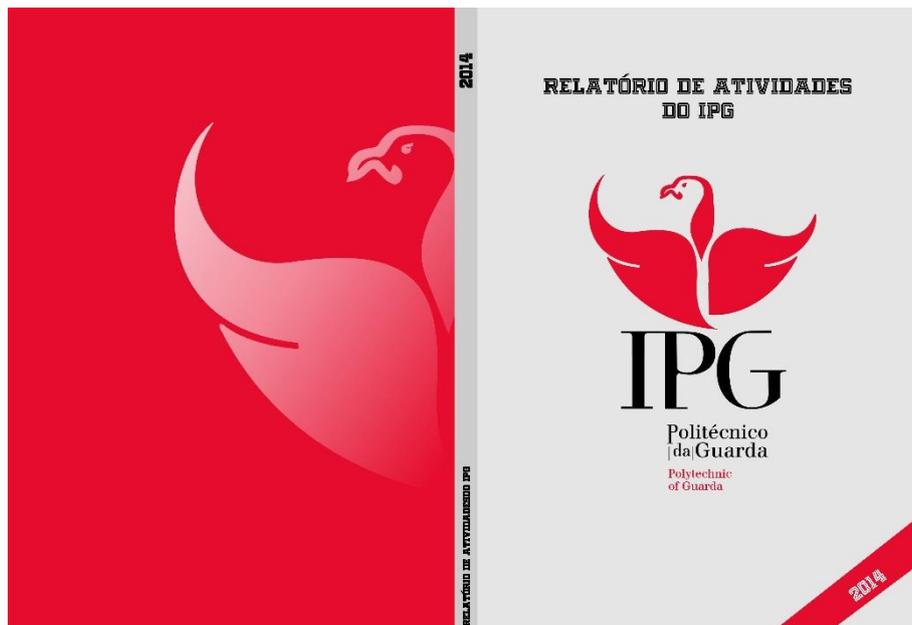


Figura 19 - Capa Relatório de atividades do IPG  
Fonte: Elaborado pelo autor.

Para o desenvolvimento desta capa, foi utilizado o *software CorelDraw*. Como podemos visualizar na figura 19, a capa é constituída pela marca do IPG, contém o ano a que o relatório pertence, e também uma lombada de 1cm, onde está presente o título e o ano, possibilitando assim maior destaque quando arrumado em prateleira. Esta lombada pode e deve ser reajustada consoante o número de páginas que vai conter o relatório, pois segundo Newton (2006), para não errar no tamanho da lombada, deve usar-se o seguinte cálculo: “número de páginas (vezes) a gramatura do papel do miolo (vezes) 2 (dividido) por 28800. Portanto, num livro de 100 páginas, impresso em papel *offset* 75 gramas, o cálculo seria o seguinte:  $100 \times 75 \times 2 : 28800 = 0.52$  centímetros”. Por fim, na contracapa, está aplicado o símbolo do IPG a desvanecer à medida que se vai aproximando da lombada. Estas cores foram escolhidas para a capa visto serem as cores corporativas do IPG.

### 2.3.7 Desenvolvimento das capas para o P2B

Esta atividade veio na sequência da atividade “desenvolvimento das capas para o relatório e plano de atividades do IPG”. A atividade teve como finalidade desenvolver uma capa (Anexo VIII) cuja utilidade é agregar documentos que estejam relacionados com o *polytechnic 2 business*. Esta capa tinha como objetivo integrar-se no estilo utilizado para a capa do IPG, mantendo assim uma forma simples, mas, ao mesmo tempo, conseguir que nos remetesse uma sensação moderna (Figura 20). Mais uma vez, o *software* utilizado foi o *CorelDraw*.



Figura 20 - Capa Polytechnic 2 Business  
Fonte: Elaborada pelo autor

No desenvolvimento da atividade foi utilizado, na capa da frente o símbolo, o título, e na parte superior colocamos o *lettering* do *Polytechnic 2 Business*. Na lombada, foi colocado o título do documento e na contracapa foi posta a marca do IPG e seus respetivos contactos. Ainda na contracapa podemos visualizar uma impressão digital, de forma a remeter para o lema “deixamos a nossa marca em tudo o que fazemos”, pois este é um dos lemas da UDI.

## 2.3.8 Folhetos Poliemprende

A atividade designada de folhetos Poliemprende baseou-se na adaptação de todo o material multimédia respetivo à 12ª Edição Poliemprende. No decorrer desta atividade, foram adaptadas todas as imagens utilizáveis nas redes sociais, bem como todos os cartazes nos mais variados tamanhos A5, A3 e A0 (Anexo IX).

Para o desenvolvimento do folheto A5 (Figura 21), e imagens para as redes sociais, foi utilizado o *software Adobe Photoshop*<sup>13</sup>, “que foi desenvolvido pela *Adobe Systems*, e é caracterizado como um *software* de edição de imagens digitais, retoque de fotografias e produção de gráficos para *web*”, pelo facto de não ter os ficheiros originais e esta atividade ser para o dia seguinte, todos os outros foram elaborados em *Coreldraw* para assim a UDI ficar com os editáveis.

As alterações efetuadas (Anexo VI) basearam-se em: retirar todos os apoios que existiam anteriormente, apenas deixando aqueles que ainda apoiam o poliemprende, e para isso foi necessário criar um fundo e voltar a colocar os apoios pretendidos; foi necessário também adaptar a marca que ainda era relativa à 11ª Edição, e a presente já diz respeito à 12ª edição.

**São objetivos do Poliemprende:**

- A mudança de atitudes;
- Desenvolvimento e a aplicação de métodos para a valorização do conhecimento;
- Enriquecimento curricular com o empreendedorismo;
- A constituição de novas empresas de cariz inovador e implantação regional, com potencial de crescimento;
- A promoção da inovação e registo de patentes;
- Contribuir para o fomento do empreendedorismo nas regiões de influência dos IP.

**O concurso destina-se a:**

- Estudantes de escolas dos IP, com inscrição em vigor;
- Diplomados de qualquer grau, por escolas dos IP;
- Docentes dos IP ou outros indivíduos, desde que integrando equipas constituídas por estudantes e/ou diplomados.

Prémios Nacionais são no valor de 10000 (dez mil), 5000 (cinco mil) e 3000 (três mil) euros  
Prémios Regionais são no valor de 2000 (dois mil), 1500 (mil e quinhentos) e 1000 (mil) euros

**Deve ser consultado o Regulamento do Concurso em**  
**www.ipg.pt/poliemprende**

**Coordenação do Concurso - UDI**  
E-mail: [udigeral@ipg.pt](mailto:udigeral@ipg.pt)  
**Tutores Poliemprende:**  
ESECD - Ana Ventura - [anaventura@ipg.pt](mailto:anaventura@ipg.pt)  
ESS - Paulo Tavares - [paulotavares@ipg.pt](mailto:paulotavares@ipg.pt)  
ESTH - António Melo - [subdirector.esth@ipg.pt](mailto:subdirector.esth@ipg.pt)  
ESTG - José Quitério - [jfig@ipg.pt](mailto:jfig@ipg.pt)

Figura 21 - Frente e verso flyer Poliemprende  
Fonte: Elaborada pelo autor.

<sup>13</sup> Fonte: Andrade (2014).

## 2.3.9 Revisão da 14ª Edição da revista Egítania Scientia

Esta atividade foi proposta com a finalidade de rever e corrigir eventuais erros que pudessem existir na 14ª edição da Egítania Scientia. No decorrer desta revisão foram detetadas algumas falhas de disposição de texto, palavras e frases órfãs, bem como uma falha na paginação da revista. Todas as palavras e frases órfãs foram acopladas à mancha de texto e a paginação foi corrigida, como pode ser visto na figura 22. Quando se pretende numerar um livro para ser impresso, em *Microsoft word*, deve ter-se sempre em mente que páginas pares têm o número de página à esquerda e páginas ímpares têm o número de página à direita.

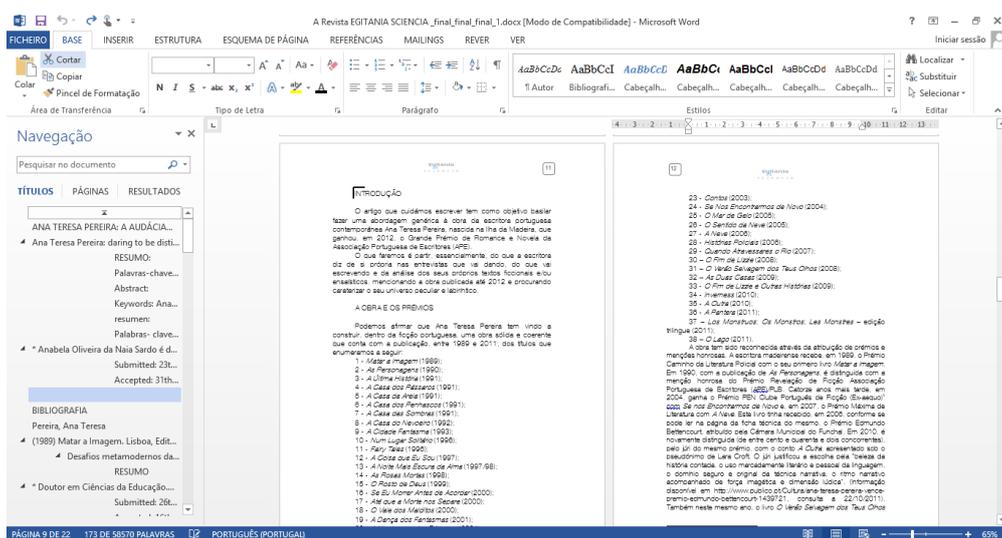


Figura 22 - Revisão da 14ª Edição Egítania Scientia  
Fonte: Elaborada pelo autor.

### 2.3.10 Conclusão da atividade impressão da *pen drive* da UDI

Esta atividade tinha sido contemplada por um anterior estagiário da UDI, mas não tinha sido posta em prática. Surgiu para o reaproveitamento de umas *pens drive* que a UDI detinha e que neste momento não tinham qualquer utilidade. Pensou-se então em poder imprimir a imagem previamente criada em papel autocolante de forma a colar nas *pens drive* e assim reaproveita-las em outras ocasiões, tais como apresentações, workshops, formações ou até mesmo reuniões. No desenvolvimento desta atividade, foi detetada uma falha nas medidas exteriores e não existiam medidas interiores respetivas a parte rotativa da *pen drive* (Figura 23).

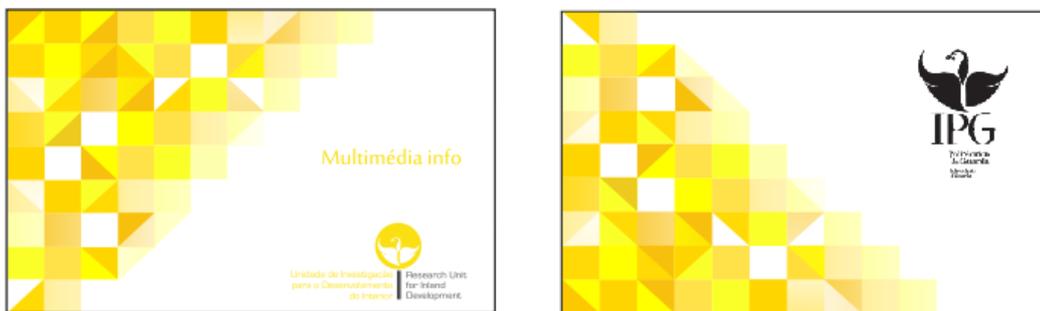


Figura 23 - Frente e verso da *pen drive* da UDI  
Fonte: Ricardo Pereira.

As medidas exteriores foram redimensionadas e foi medida a parte rotativa da *pen* para que fosse possível fazer os cortes necessários (Figura 24).

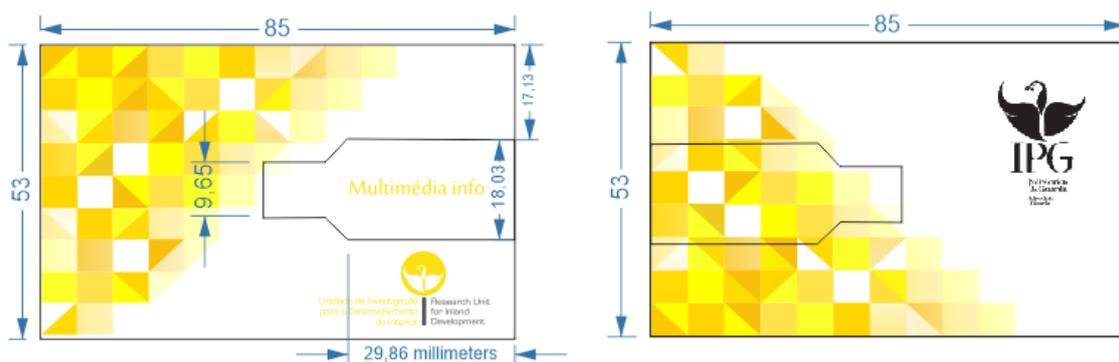


Figura 24 - Frente e verso da *pen drive* da UDI  
Fonte: Elaborada pelo autor.

## REFLEXÃO FINAL

Fazendo uma retrospectiva de tudo o que foi relatado anteriormente, resta dizer que esta foi uma das etapas mais marcantes da sua vida, porque a conclusão deste curso em Comunicação Multimédia sempre foi um sonho pessoal. Foi com grande gosto que frequentou esta licenciatura onde conseguiu adquirir um vasto leque de conhecimentos que serão muito úteis para o futuro. Sente-se bastante realizado, apesar de não ser intenção ficar por aqui nos estudos. Tem, agora, outra ambição: frequentar um mestrado de modo a evoluir ainda mais nesta área.

Relativamente ao estágio, foi sem dúvida o que o fez perceber que tudo o que foi lecionado ao longo destes três anos não foi em vão. Todos os conteúdos são aplicados no nosso dia-a-dia quando se desempenha uma atividade. Foi neste estágio que pode ter uma melhor perceção do que é o mundo de trabalho. Para além deste estágio, na sua opinião, é imprescindível para a conclusão de qualquer licenciatura, é também uma forma de consolidar os conhecimentos teóricos e uma fonte muito enriquecedora a nível de conhecimentos que se adquirem nestes três meses.

Nas atividades desenvolvidas neste estágio sempre se empenhou ao máximo e sempre deu o meu melhor para poder estar à altura de desempenhar as atividades que lhe foram propostas pelos responsáveis da entidade.

Por fim, e fazendo uma autoanálise do seu desempenho, penso que teve uma boa prestação no decorrer do mesmo, esteve sempre disponível para realizar todas as atividades que lhe foram propostas, realizando-as de uma forma responsável empenhada e atempadamente, em suma da melhor forma que lhe foi possível. Certas atividades foram relativamente fáceis de desenvolver, tendo em conta os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos, outras foram um maior desafio, mas com pesquisas rigorosas e com a ajuda dos orientadores, foram realizadas e os objetivos alcançados. Algumas atividades surgiram em consequência de atividades anteriores por estas terem sido apreciadas pelos responsáveis. Foi rigoroso consigo no que diz respeito às datas de entregar os trabalhos, o que fez com que todos os prazos fossem cumpridos, sem nunca haver nenhum atraso, nunca condicionando a Unidade Orgânica.

## BIBLIOGRAFIA

- Andrade, M. S. (2004). *Adobe Photoshop CS5*. São Paulo: Senac.
- Bahia, J. (1995). *Introdução à Comunicação Empresarial*. Rio de Janeiro: MAUAD.
- Bleicher, S. (2009). *A influência dos novos media no design editorial: estudo do projeto gráfico da folha de S. Paulo..Dissertação de Mestrado*, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.
- Dornelles, S. M. G. (2012). *Relações Públicas: Planejamento e Comunicação*. Rio Grande: EDIPUCRS.
- Fonseca, J. D. (2008). *Tipografia e Design Gráfico*. Brazil: Bookman.
- González, P. (2010). *Teoría y práctica de la publicidade impresa*. Valencia: Campgráfico.
- Machado, L. E. (2008). *Gestão Estratégica para Instituições de Ensino Superior Privados*. São Paulo: FGV Editora.
- Muller, B. J. (1982). *Sistemas de grelhas. Um manual para desenhistas gráficos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Newton, C. (2006). *Direção de arte em propaganda*. Brazil: Editora Senac.
- Oliveira, H. (2011). *Dreamweaver CS5.5 & CS5*. Lisboa: FCA.
- Portal ipg (2013). *Nova simbologia*. Consultado em novembro, 2014, em [http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab\\_tab\\_group\\_id=\\_15\\_1](http://portal.ipg.pt/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_15_1).
- Santos, E. (2009). *Web Design: Uma Reflexão Conceptual*. Revista da Ciência de Computação.
- Sequeira, A. (2013). *Identidade visual: O simbolismo na identidade organizacional*. Iscap.
- Strung, G. (1989). *Identidade Visual- A direção do olhar*. Rio de Janeiro: Editora Europa.
- Templatemo (2014). *Chrome3D*. Consultado em setembro, 2014, em [http://www.templatemo.com/preview/templatemo\\_281\\_chrome](http://www.templatemo.com/preview/templatemo_281_chrome).
- Tondreau, B. (2009). *Criar grids. 100 Fundamentos de Layout*. São Paulo: Edgard

Blucher.

UDI (2007). *Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior*. Consultado em novembro, 2014, em <http://www.ipg.pt/udi/udi.aspx>.

Wazgner, L. M. (2008). *Persuadir*. América: Clube de autores.

Wazgner, L. M. (2013). *Diário de um empreendedor*. Paraná: Wazgner Luis Marques.

González, P. (2010). *Teoría y práctica de la publicidade impresa*. Valencia: Campgráfico.

## **Listagem de anexos**

Anexo I - Plano de Estágio

Anexo II - Egitania Sciencia

Anexo III - Anuário Científico

Anexo IV - *Website* p2b

Anexo V - Cobertura de vídeo/fotográfica do evento 1º Congresso Poliemprende

Anexo VI - Folheto pós graduações

Anexo VII - Capas para o Relatório e Plano de IPG

Anexo VIII - Capas p2b

Anexo IX - Folhetos Poliemprende

Anexo X - Pen drive

## **Anexos**

**Anexo I**  
**(Plano de estágio)**

**PLANO DE ESTÁGIO**

Cursos de Especialização Tecnológica (CET)  
Licenciaturas  
Mestrados

MODELO  
GESP.104.02

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio.

Escola:  ESECD  ESS  ESTG  ESTH

Tipologia do Estágio:  
 Curricular  Extracurricular  Outros: \_\_\_\_\_

Ao abrigo do protocolo ou especificidade formativa?  Sim. Qual? \_\_\_\_\_

**1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO**

Estudante: José Pedro Goncalves Rodrigo N.º 5007497

Docente orientador: Professor Jorge Goncalves

Supervisor: Professora Doutora Teresa Paiva

**2. PLANO DE ESTÁGIO**

Para este estágio curricular prevê-se que as atividades a desenvolver sejam as seguintes:

Desiga Grafica - Revista Extonia

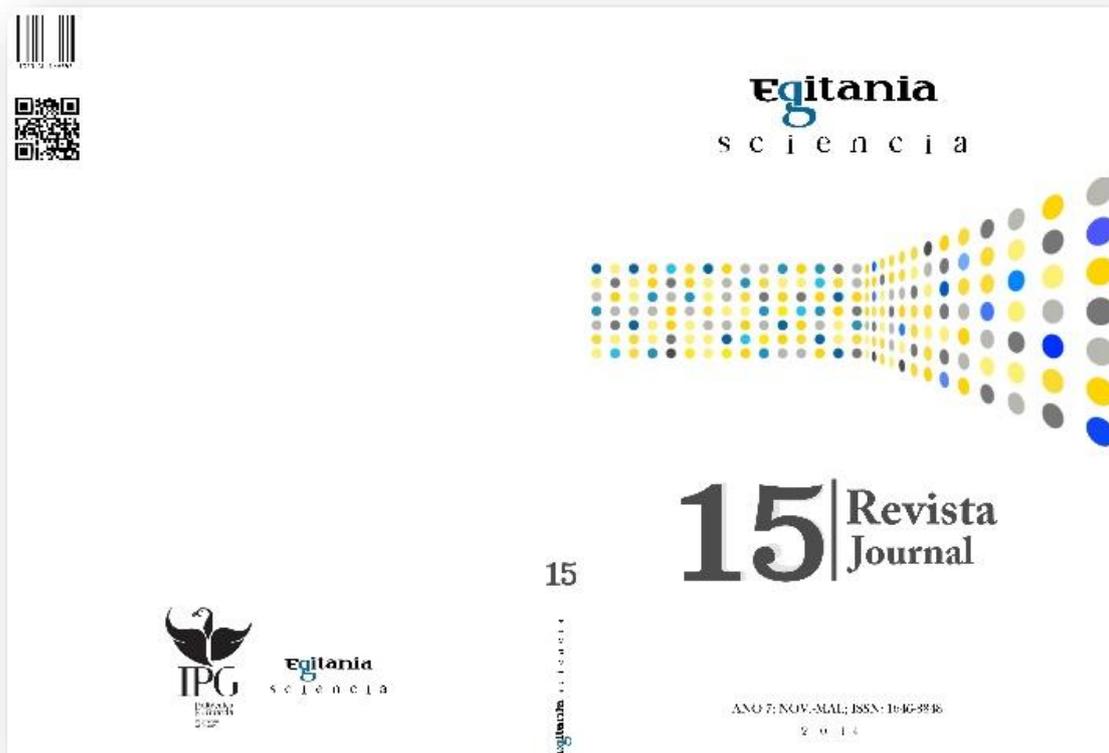
- Copa para a cidade
- Anúncio Científico
- Copa para o Anúncio Científico

Desiga Multímedia - Inovação de websites R.3

**3. ASSINATURAS**

O Estudante	O Docente Orientador	O Supervisor
<u>01/10/2014</u> Data	<u>01/10/2014</u> Data	<u>01/10/2014</u> Data
<u>José Pedro</u> (assinatura)	<u>Jorge Goncalves</u> (assinatura)	<u>Teresa Paiva</u> (assinatura e carimbo de Entidade)

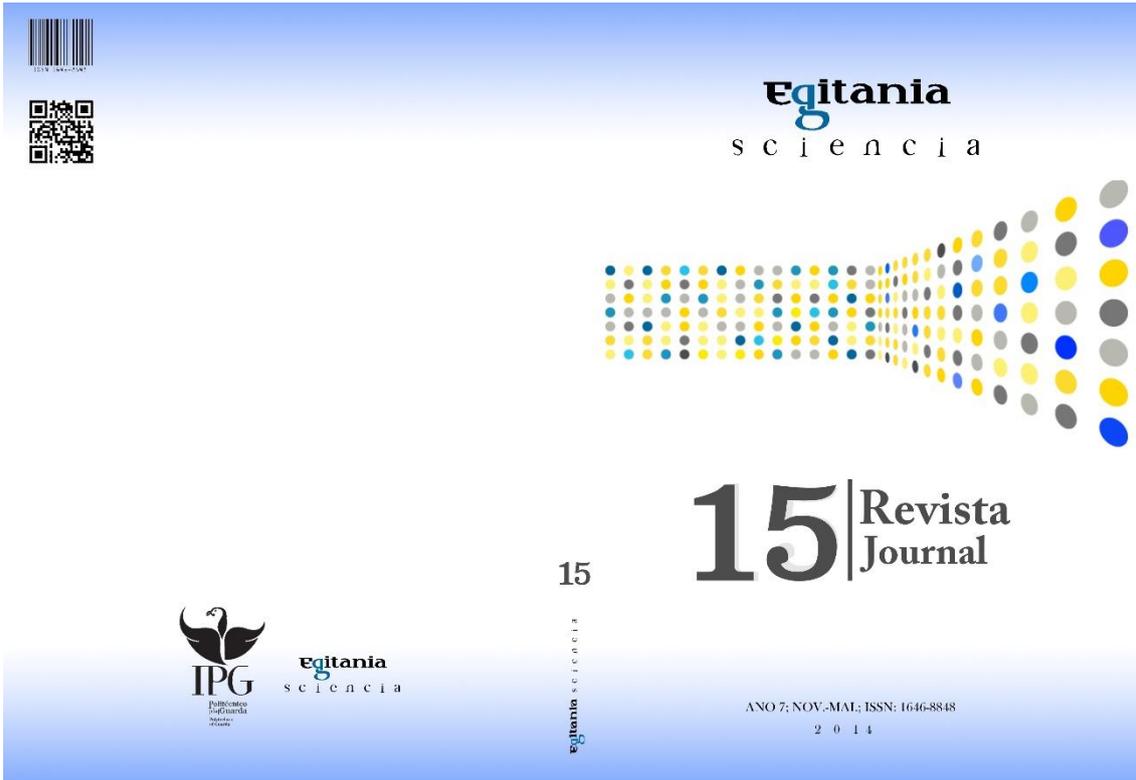
**Anexo II**  
**(Egitania Sciencia)**



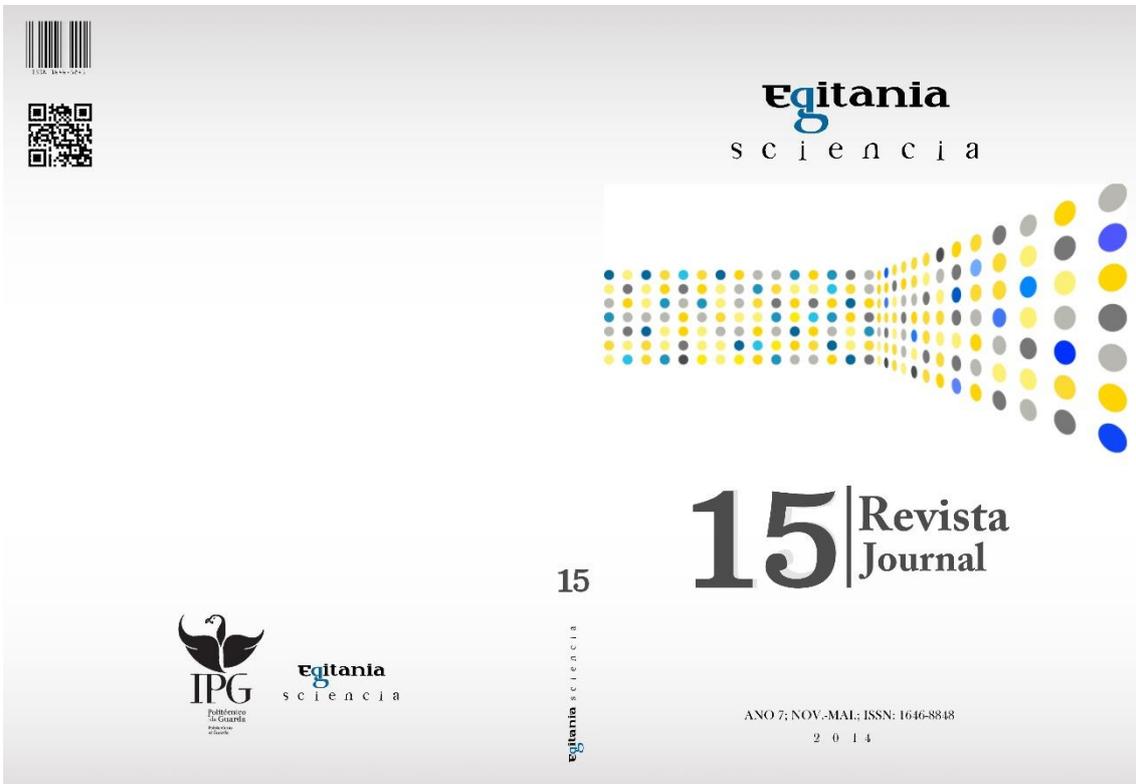
Capa escolhida para a Egítania Sciencia



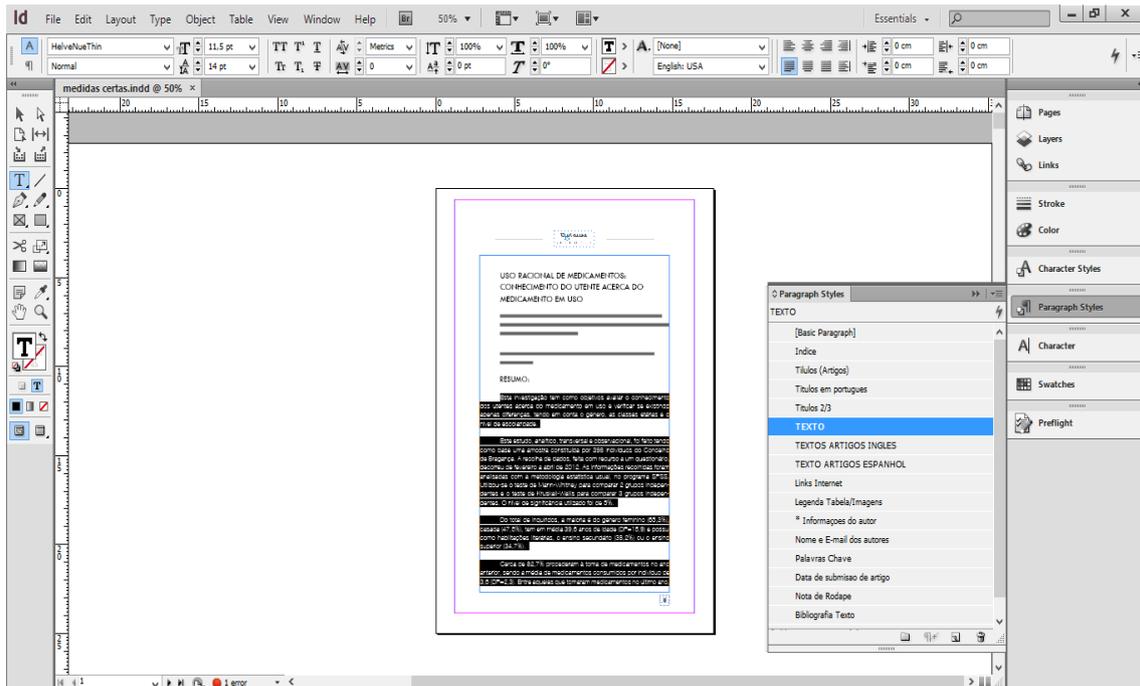
Proposta 1



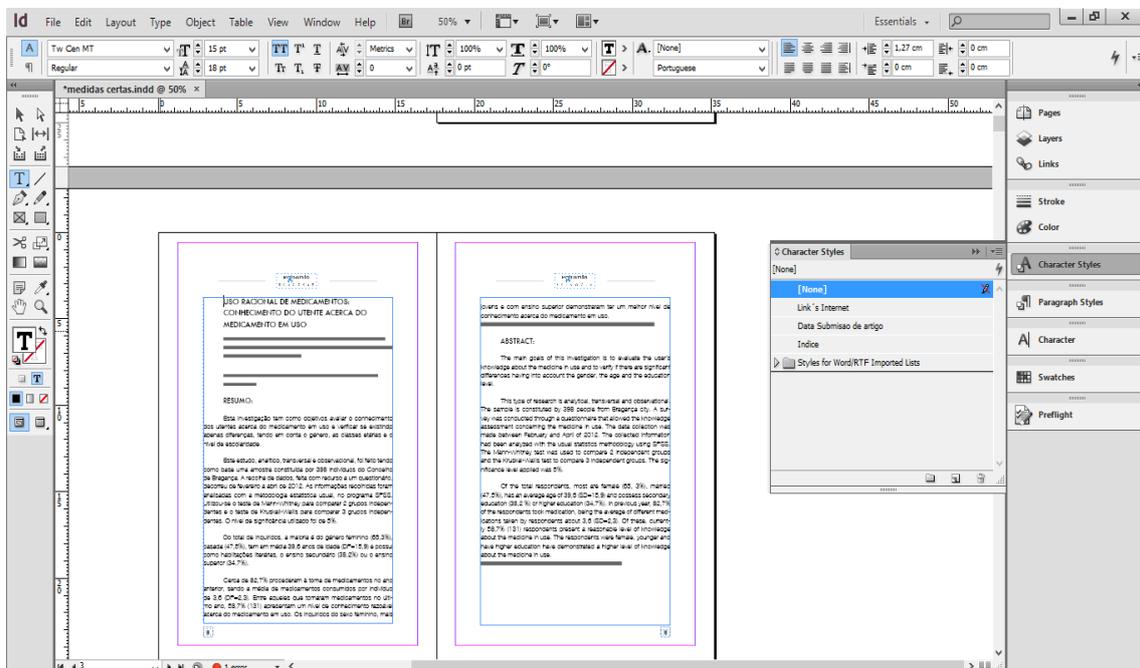
### Proposta 2



### Proposta 3



*Printscreen em Indesign dos estilos de parágrafo Egítania Sciencia*



*Printscreen em Indesign dos estilos de caracteres da Egítania Sciencia*

# Especificações

- **Definições de folha:** Tamanho B5
- **Cabeçalho:** O cabeçalho apenas contem a marca da Egitania Sciencia acompanhado de um traço antes e depois da marca.
- **Rodapé:** O rodapé contem apenas o número de página com sublinhado por baixo do número da página em questão.
- **Leading:** refere-se à distância entre linhas, ou seja, a distância entre as frases de cada página. O *leading* que usei foi de 12 pt, o que vai facilitar uma boa leitura aos leitores.
- **Grid:** O *grid* é de uma só coluna.

## Definições de inserção de texto

- **Observações:** Quando o documento é importado de um documento *Microsoft Word* para o *Indesign* ele mantes as formatações que já haviam sido definidas no *word* anteriormente, para que se possa formatar conforme definido no *Indesign* deve aplicar-se a todo o documento o “*Basic Paragraph*” que é um estilo de paragrafo base definido pelo *indesign*, posteriormente pode passar-se então à aplicação dos estilos de parágrafos conforme definido abaixo.

### Estilos de parágrafos/ *Paragraphs style:*

**Índice** - Definido para aplicar no índice.

**Título (Artigo)** - Definido para aplicar nos títulos em português.

**Título 2\3** - Para aplicar nos títulos em inglês e espanhol.

**Texto-** Para o texto em português.

**Texto artigo inglês** – Para os textos em inglês.

**Texto artigo espanhol** – Para os textos em espanhol.

**Informação do autor**- Para as informações dos autores.

**Palavras-chave** - Para as palavras-chave.

**Nota de rodapé**- Para as notas de rodapé.

**Bibliografia**- Para toda a bibliografia.

### **Estilos de Character/ *Character style*:**

**Data submissão de artigo**- Para as datas de submissão dos artigos.

**Links Internet** - Definido para usar nos links de internet.

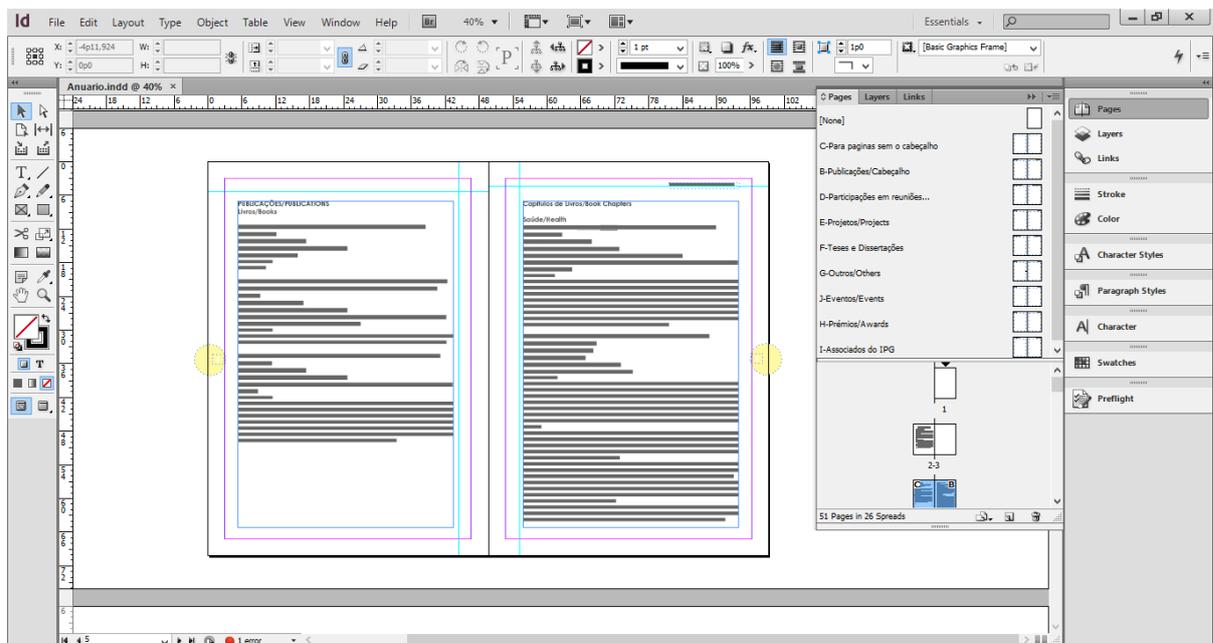
**Legenda tabelas\imagens** – Para todas as legendas de tabelas e de imagens.

**Nome e e-mail do autor**- Para o nome e *e-mail* de todos autores.

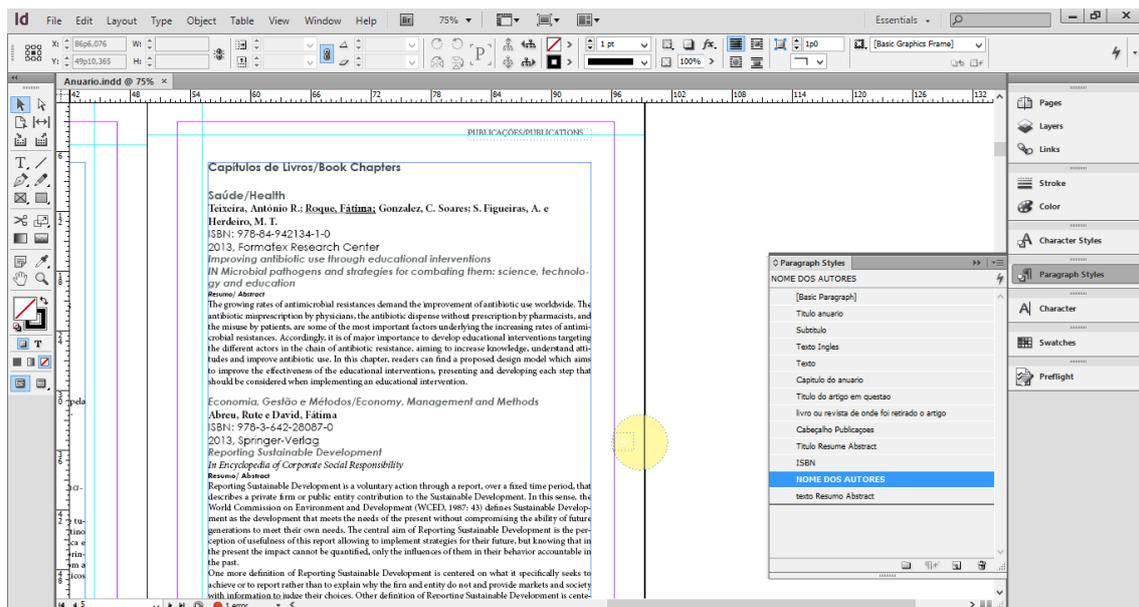
**Anexo III**  
**(Anuário Científico)**



**Capa para o Anuário Científico**



**Printscreen em InDesign das Masters do Anuário Científico**



## *Printscreen em Indesign dos Estilos de Parágrafo do Anuário Científico*

### Especificações

- **Definições de folha:** Tamanho A4
- **Fontes utilizadas:** *Century Gothic*, *Minion pro*
- **Numeração de páginas:**
  - ✓ **Páginas pares:** É constituída por metade de um círculo e encontra-se encostado a margem esquerda centrado na página.
  - ✓ **Páginas ímpares:** É constituída por metade de um círculo e encontrasse encostado a margem direita centrado na página.
- **Cabeçalho:** O cabeçalho e constituído por o título relativo ao capítulo em questão e nas páginas pares encontrasse alinhado a esquerda, nas páginas ímpares encontrasse alinhado a direita.
- **Leading:** refere-se à distância entre linhas, ou seja, a distância entre as frases de cada página. O *leading* usado foi de 12 pt, o que vai facilitar uma boa leitura aos leitores.
- **Grid:** O *grid* é de uma só coluna.

## Definir Páginas

Foram criadas 10 (*Master*) para diferenciar os capítulos existentes no anuário. Estas são constituídas por o número de página nas laterais envolvido por metade de um círculo em amarelo, e o que diferencia estas páginas e um cabeçalho que contém o capítulo a que pertence aquele artigo para que assim o leitor possa estar sempre localizado.

A primeira página de cada arquivo não contém cabeçalho, o título deve estar inserido na área definida para o texto.

- **[None]**- página completamente em branco pré-definida pelo *Indesign*.
- **C- para páginas sem cabeçalho**- esta contém numeração de página mas não tem cabeçalho.
- **B-Publicações/ cabeçalho**- página utilizada para o capítulo “publicações” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **D-Participação em reuniões**- página utilizada para o capítulo “participação em reuniões” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **E- Projetos/Projects**- página utilizada para o capítulo “Projetos” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **F-teses e dissertações**- página utilizada para o capítulo “Projetos” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **G- outros/others**- página utilizada para o capítulo “outros” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **J-Eventos/events**- página utilizada para o capítulo “eventos” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **H-Premios/Awards**- página utilizada para o capítulo “prêmios” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **I-Associados do IPG**- página utilizada para o capítulo “Associados do IPG” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto

## Definições de inserção de texto

- **Observações:** Quando o documento é importado de um documento Microsoft Word para o *Indesign* ele trás as formatações que já haviam sido definidas no *word* anteriormente, para que se possa formatar conforme definido no *Indesign* deve aplicar-se a todo o documento o “*Basic Paragraph*” que é um estilo de paragrafo base definido pelo *indesign*, posteriormente pode passar-se então à aplicação dos estilos de parágrafos conforme definido abaixo.

### **Estilos de parágrafos/ *Paragraphs style*:**

**Título anuário-** definido para o título da página de apresentação do anuário (ANUÁRIO CIENTÍFICO IPG 2013).

**Subtítulo-** definido para o subtítulo da página de apresentação do anuário.

**Texto inglês-** Para texto escrito em inglês da página de apresentação.

**Texto-** Para texto escrito em português da página de apresentação.

**Capítulo do Anuário-** formatação para o capítulo relativo ao anuário.

**Título do artigo em questão-** formatação para o nome dos artigos ao qual se refere.

**Título resumo *abstrat*-** Formatação apenas para o título “resumo / *abstrat*””.

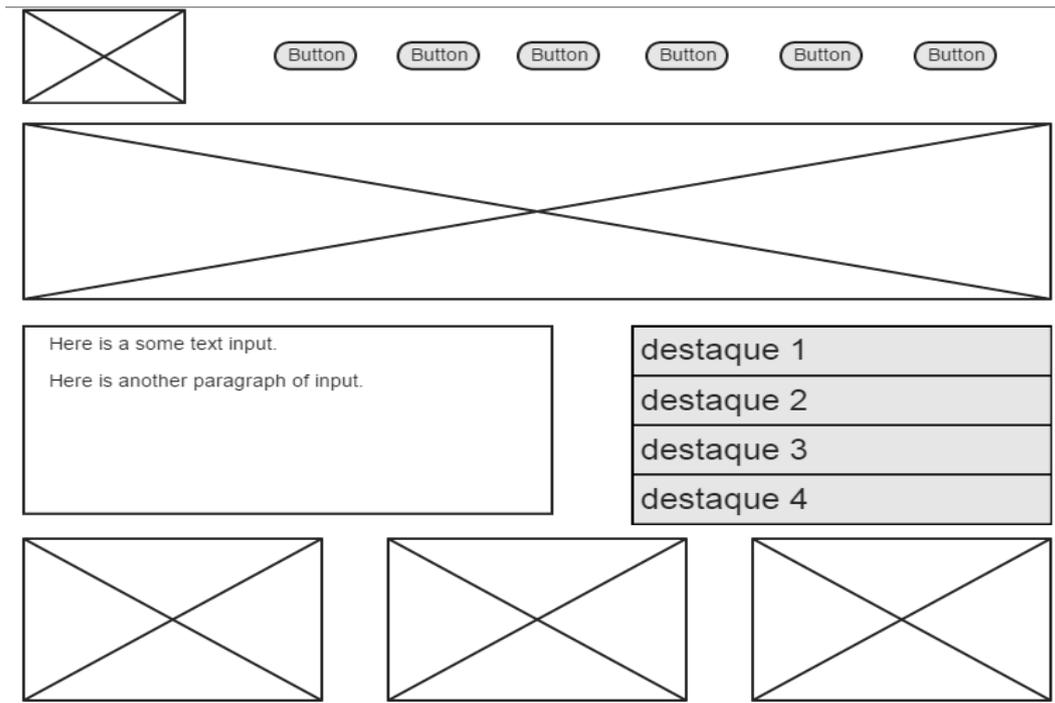
**ISBN-** Formatação dirigida ao ISBN, data, e publicação.

**Nome dos autores-** Formatação definida para o nome dos autores.

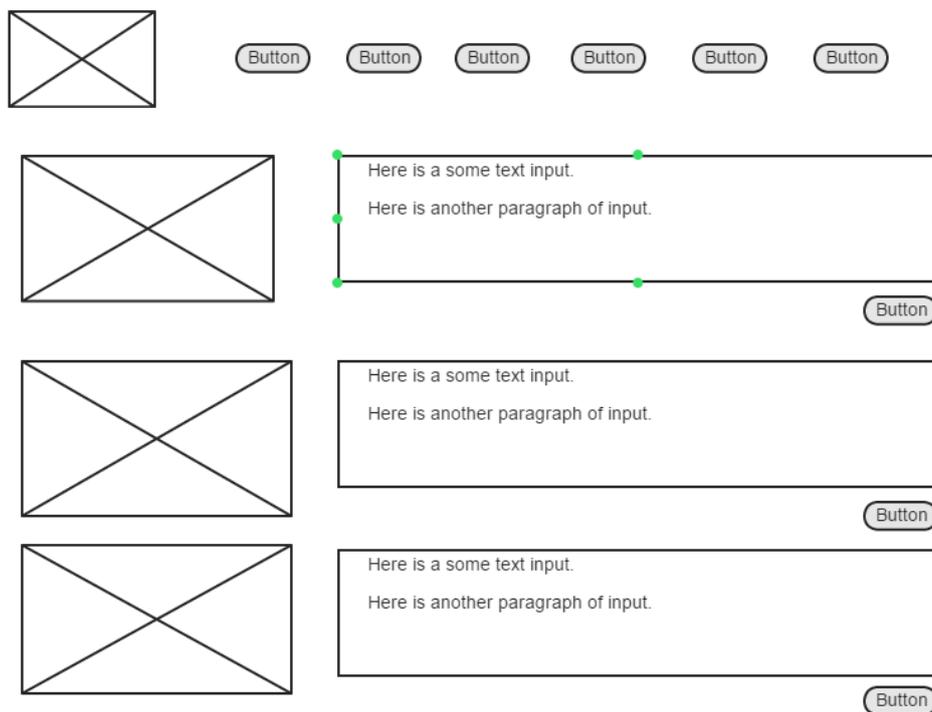
**Texto resumo / *abstrat*-** Definido para os textos relativos ao “resumo/*abstrat*”.

**Livro ou revista de onde foi retirado o artigo-** formatação definida para o livro ou revista de onde foi retirado o artigo.

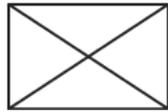
**Anexo IV**  
**(Website p2b)**



**Wireframe da página “Polytechic to business” (Home)**



**Wireframe da página “Laboratório de ideias”**



Button

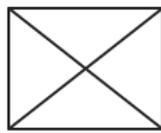
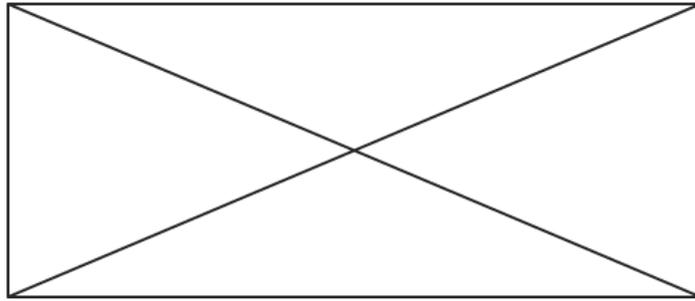
Button

Button

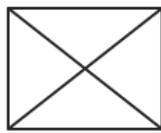
Button

Button

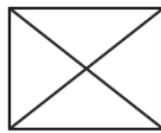
Button



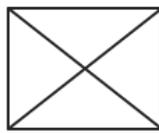
Here is a some text input.



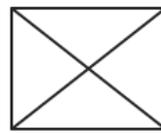
Here is a some text input.



Here is a some text input.



Here is a some text input.



Here is a some text input.

### ***Wireframe da página “Showroom”***



Button

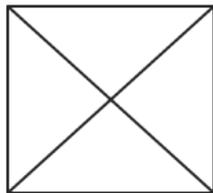
Button

Button

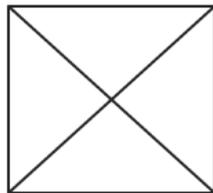
Button

Button

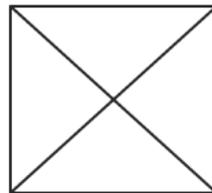
Button



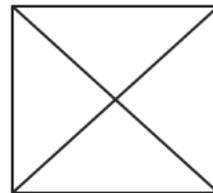
Here is a some text input.



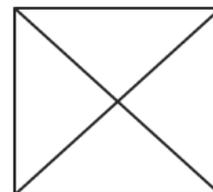
Here is a some text input.



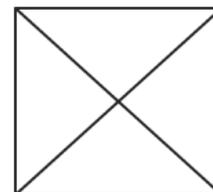
Here is a some text input.



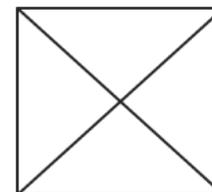
Here is a some text input.



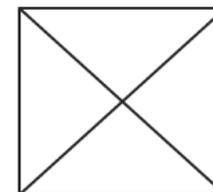
Here is a some text input.



Here is a some text input.

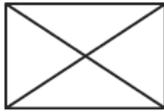


Here is a some text input.



Here is a some text input.

### ***Wireframe da página “IPGLabs”***



Button

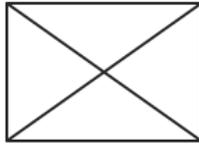
Button

Button

Button

Button

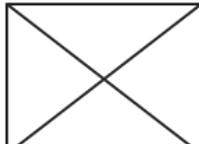
Button



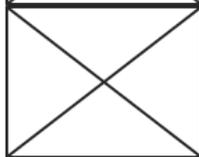
Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.



Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.



Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.



Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.

### ***Wireframe da página “Projetos”***



Button

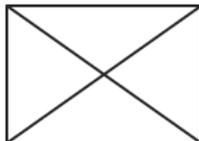
Button

Button

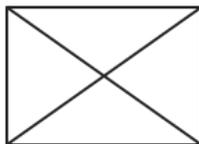
Button

Button

Button



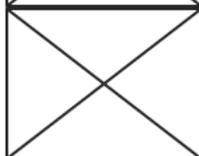
Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.



Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.

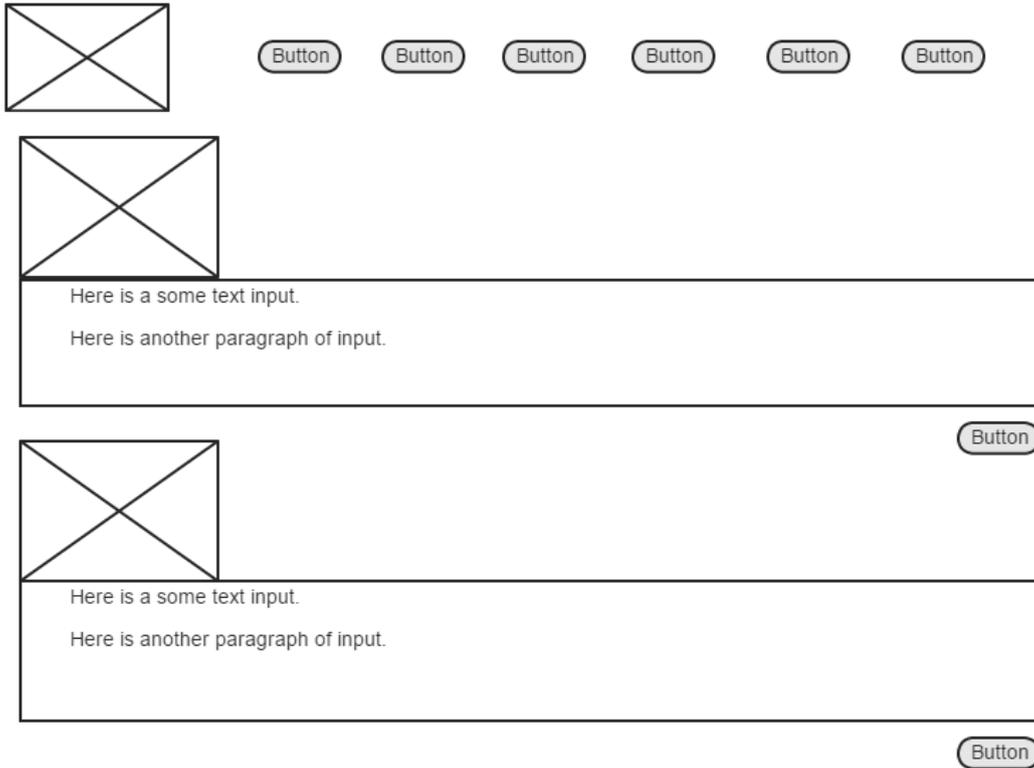


Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.

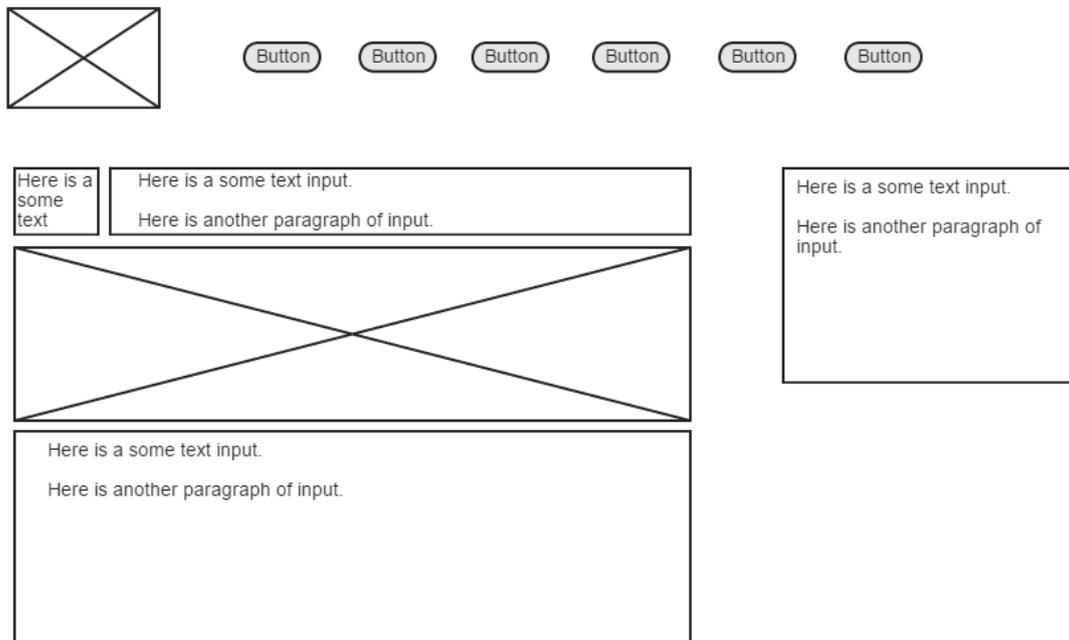


Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.

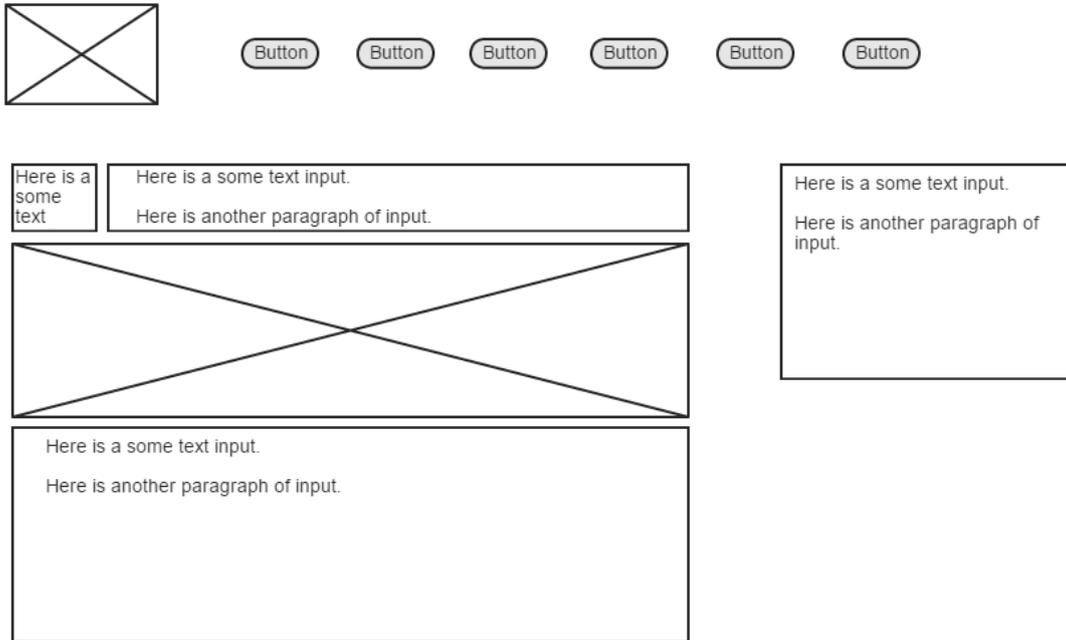
### ***Wireframe da página “Projetos Empresariais incubados”***



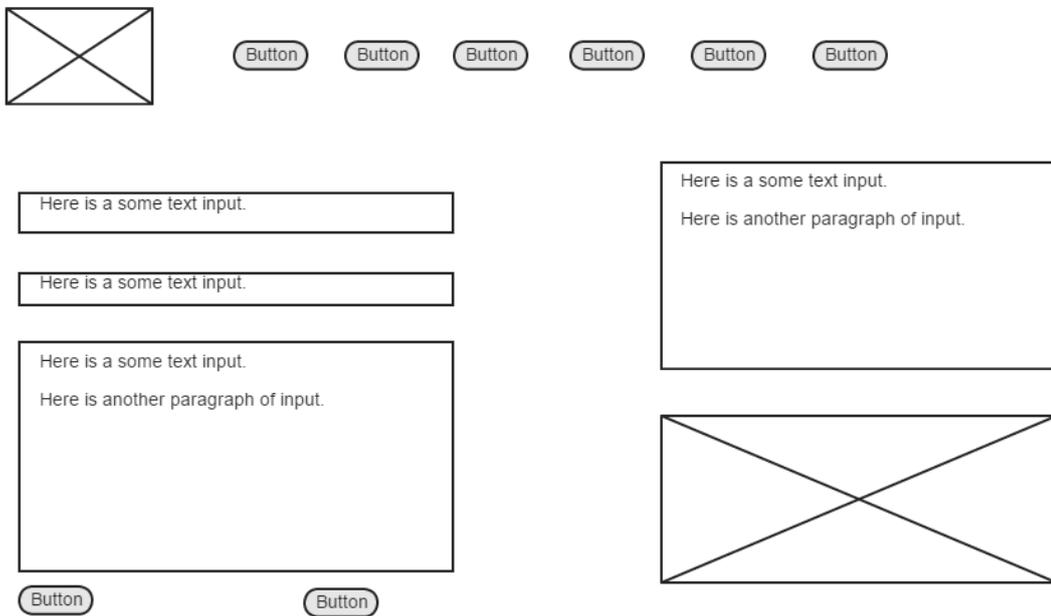
***Wireframe da página “Consultadoria”***



***Wireframe da página “Formação a medida”***



### ***Wireframe da página “Formação empresarial”***



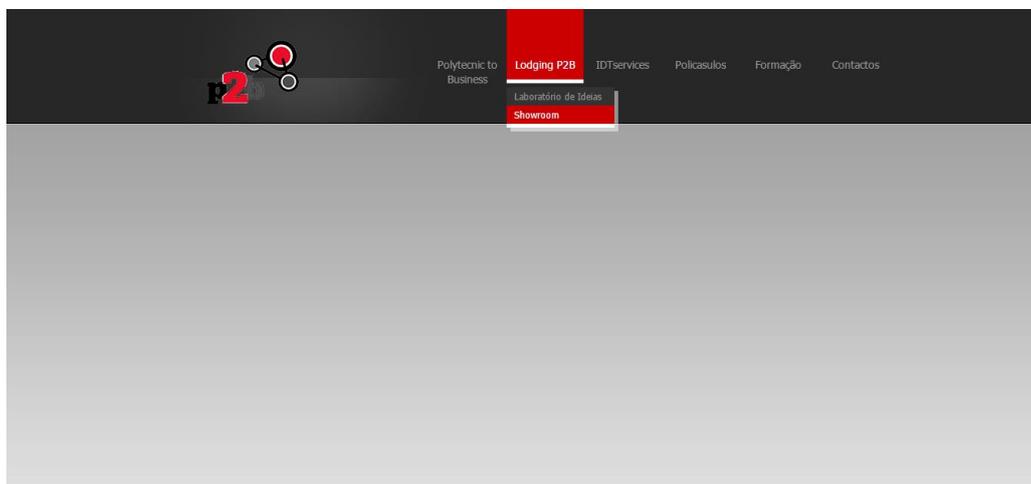
### ***Wireframe da página “Contactos”***



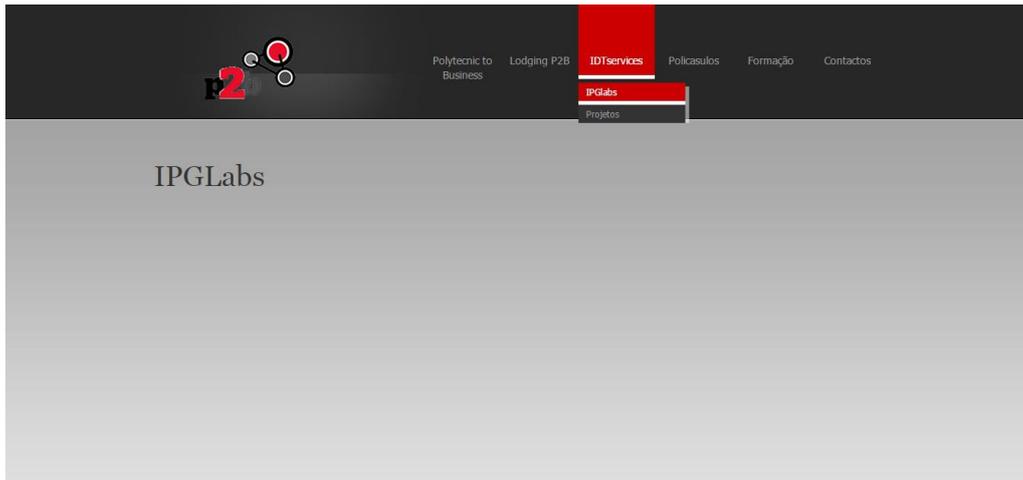
*Print screen da página “Polytecnic to business”*



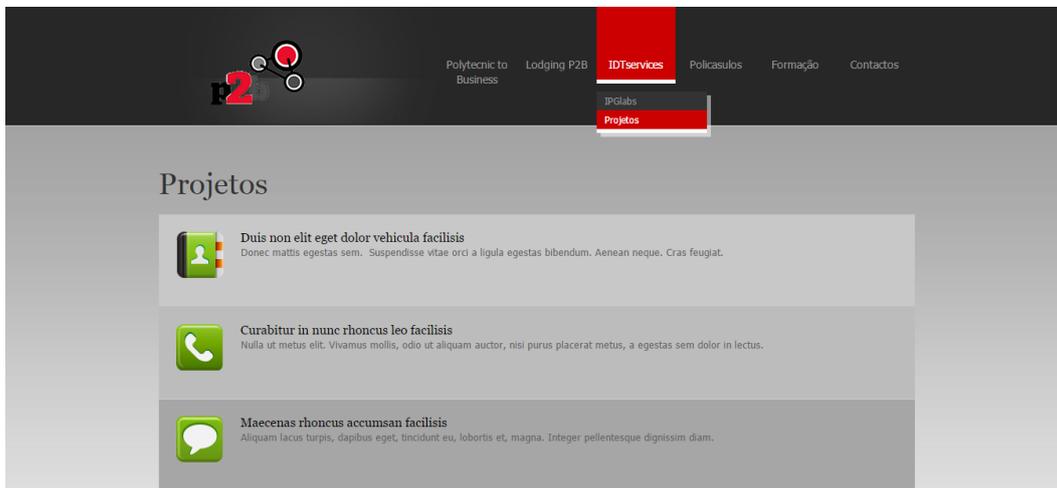
*Print screen da página “Laboratório de ideias”*



*Print screen da página “Showroom”*



*Print screen da página “IPGLabs”*



*Print screen da página “Projetos”*



*Print screen da página “Projetos empresariaias incubados”*



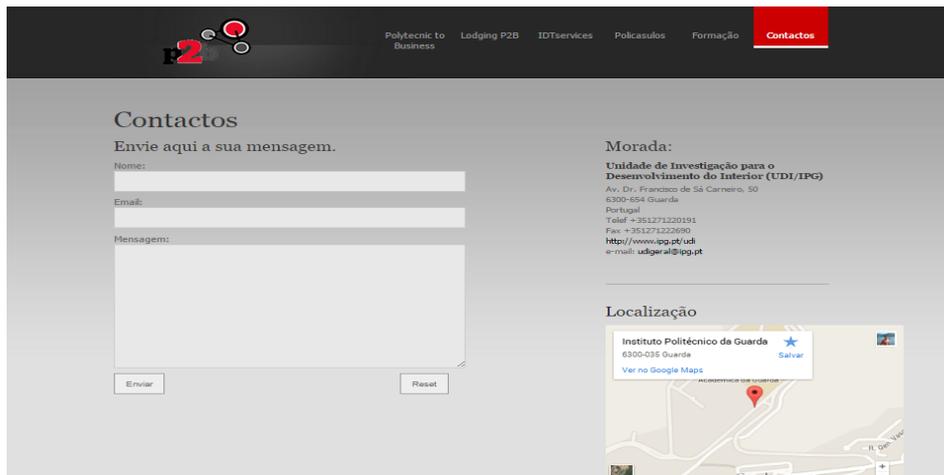
**Print screen da página “Consultadoria”**



**Print screen da página “Formação à medida”**



**Print screen da página “Formação Empresarial”**



*Print screen da página “Contatos”*

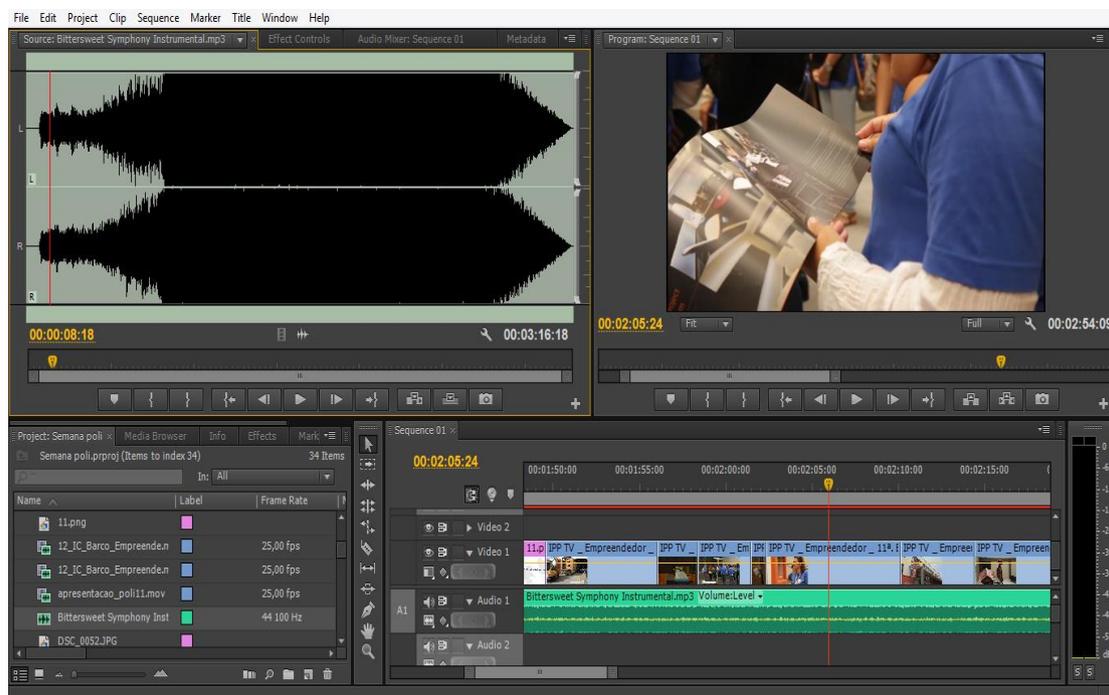
## **Anexo V**

**(Cobertura de vídeo/fotográfica do evento 1º Congresso  
Poliempreende)**



© Clara Silva

**Algumas imagens da recolha de vídeo no 1º Congresso Poliemprende**



**Printscreen da Edição de vídeo**

## **Anexo VI**

**(Folheto pós graduações)**



**Instituto Politécnico da Guarda**  
 Av. Dr. Francisco Sá Carneiro n.º 50 | 6300-559 Guarda  
 Tel. +351 271 220 191  
 Fax +351 271 222 690  
 E-mail: [ipg@ipg.pt](mailto:ipg@ipg.pt)

[www.ipg.pt](http://www.ipg.pt)

Politécnico  
 da Guarda  
 Polytechnic  
 of Guarda

2014/2015

## PÓS-GRADUAÇÕES

Unidade de Investigação  
 para o Desenvolvimento  
 do Interior  
*Research Unit for  
 Inland Development*



## SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

TEMÁTICAS

### OBJECTIVO:

O curso de Pós-Graduação em Sistemas de Informação Geográfica tem por objectivo, a actualização científica e profissional, de quadros técnicos para o exercício da sua profissão, de forma a fornecer uma preparação qualificada na utilização, manipulação, análise e interpretação da Informação Geográfica.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Conhecer formas de aquisição de dados geográficos e sua integração em ambiente SIG;
- Conhecer a arquitetura e funcionalidades de um SIG;
- Capacitar os alunos para implementação, manipulação e gestão de um SIG aplicado a uma área temática no âmbito das opções do plano curricular;
- Aplicar os conhecimentos na resolução de problemas relacionados com a sua área profissional;
- Ler, interpretar, manipular e utilizar informação geográfica;
- Analisar e explorar imagens de satélite para extrair informação georreferenciada da cobertura terrestre;
- Criar mapas temáticos de acordo com classificação multiespectral;
- Construir bases de dados geográficos;
- Implementar, gerir e utilizar um Sistema de Informação Geográfica como ferramenta de apoio à resolução de problemas de diferentes naturezas;
- Realizar análises geográficas e operações de consulta;
- Criar saídas gráficas, nomeadamente layout de mapas temáticos;
- Pensar o SIG de acordo com o problema a testar.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Graduação:

- Titulares do grau de licenciado;
- De autores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando o necessário para a realização deste ciclo de estudos.

PREÇO: 600€

### PLANO DE ESTUDOS:

Unidade Curricular	Créditos	Preço por UC
Aquisto e Edição de dados geográficos	3	180€
Bases de dados	3	180€
Detecção Remota e Processamento Digital de Imagens	6	360€
Introdução aos Sistemas de Informação Geográfica	6	360€
Análises em Sistemas de Informação Geográfica	6	360€
Opções (a escolher uma)		
SIG aplicado ao Ambiente	6	360€
SIG aplicado ao Ordenamento do Território	6	360€
SIG aplicado à Análise de Riscos e Planos de Emergência	6	360€

“  
 UMA ESPECIALIZAÇÃO PARA  
 PROFSSIONAIS NA ÁREA DA  
 TOPOGRAFIA, GEOGRAFIA E  
 ENGENHARIA  
 ”



## PÓS-GRADUAÇÕES

### CERTIFICADAS

GESTÃO DA ATIVIDADE IMOBILIÁRIA

### EM PARCERIA

ACONSELHAMENTO E INFORMAÇÃO EM FARMÁCIA

### TEMÁTICAS

DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

MEDIAÇÃO INTERCULTURAL

### MODULARES

CRIAÇÃO DE EMPRESAS

WEBMARKETING



## GESTÃO DA ATIVIDADE IMOBILIÁRIA

### OBJECTIVO:

Transmissão e actualização de conhecimentos nas principais áreas de influência da Gestão da Actividade Imobiliária, em todas as suas vertentes: legais, técnicas, financeiras e de gestão, nomeadamente Pontos de Investimento Imobiliário, assim como em aspectos ligados à ética profissional deste ramo de actividade económica.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Capacidade para, a partir de um crachamento prévio, pontuando o grau de influência do mercado local de activos imobiliários, poder analisar e projectar o desempenho económico futuro de um investimento imobiliário directo, considerando os interpretando os respectivos fluxos de caixa gerados e aconselhar, utilizando os principais instrumentos de matemática financeira, acerca da viabilidade económica desse projecto, relativamente ao risco nele envolvido;
- Saber gerir estratégias e acções de marketing imobiliário;
- Desenvolver e aprofundar competências na área científica do Urbanismo, actualizando os conceitos técnicos e políticos, bem como como preservando a reflexão crítica, teórica e metodológica sobre estas matérias;
- Dominar os fluxos financeiros e interiorizar a noção de equilíbrio financeiro;
- Compreender os impactos da actividade de gestão imobiliária nas demonstrações financeiras – activos e passivos, gastos e créditos;
- Avaliar o impacto dos diferentes tipos de negócio imobiliário;
- Enquadrar facilmente os negócios imobiliários;
- Promover o Planeamento Fiscal relacionado com a actividade imobiliária;
- Identificar as questões legais relacionadas com o imobiliário e apresentar a sua resolução teórica e metodológica sobre estas matérias.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao curso ao título de estudos conducente ao Diploma de Pós-Graduação:

• Titulares do grau de licenciado;

• Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando a capacidade para realizar o presente curso de estudos.

### PREÇO: 1100€

### PLANO DE ESTUDOS:

Título do Curso/tema	Créditos	Preço por EC
Curso de Especialização Imobiliária	4	1100€
Actuação Imobiliária	4	1100€
Curso Imobiliário	4	1100€
Marketing Negocios Imobiliários	4	1100€
Financiamento/Produtos Imobiliários	4	1100€
Practicas Imobiliárias	4	1100€
Curso Operacional de Activo Imobiliário	4	1100€
Análise Imobiliária	4	1100€
Ética Imobiliária	4	1100€

“ O CURSO ESTÁ RECONHECIDO E ACREDITADO PELA CMVM, ESTANDO O IPG HABILITADO PARA ENTREGAR CERTIFICADOS DE AVALIADORES MOBILIÁRIOS. ”





## DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

### OBJECTIVOS:

Dotar o aluno de maiores conhecimentos teóricos e um aprofundamento de atividades de desenho de projetos na área do Design de Produto/Equipamento.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Analisar e reflectir sobre o conceito da ecologia e seu design;
- Compreensão da científica aplicada ao estudo de artefactos no âmbito do processo de design, envolvendo a compreensão de fundamentos emocionais e funcionais;
- Domínio dos programas informáticos de modelação 3D;
- Modelar equipamentos e simular o seu funcionamento bem como a sua integração estrutural;
- Aprofundar ferramentas para a concepção e desenvolvimento de produtos equipamentos;
- Adaptação das diferentes metodologias às especificidades do design, valorizar o processo como meio criativo para o desenvolvimento de novos artefactos, tendo o desenho como ferramenta base;
- Aprofundar a abordagem às dimensões dimensões dos artefactos: metafísica, simbólica, funcional, ergonómica, estética, económica, etc;
- Desenvolver capacidades de protótipos novos produtos e conceitos.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Graduação em Design e Desenvolvimento de Produto:

- Titulares do grau de licenciado;
- Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

### PREÇO: 990€

### PLANO DE ESTUDOS:

Unidades Curriculares	Créditos	Preço por UC
Projeto 3D de Produto I	4	396€
Estudo de Produto II	4	396€
Estudo de Produto III	4	396€
Estudo de Produto IV	4	396€
Estudo de Produto V	4	396€
Estudo de Produto VI	4	396€
Estudo de Produto VII	4	396€
Estudo de Produto VIII	4	396€
Estudo de Produto IX	4	396€
Estudo de Produto X	4	396€

\* De acordo com o plano de estudos para quem quiser apurar um projeto de design completo.

“**UMA CONTINUIDADE E DA LICENCIATURA EM DESIGN DE EQUIPAMENTO.**”

DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

TEMÁTICAS



## SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

### OBJECTIVOS:

O curso de Pós-Graduação em Sistemas de Informação Geográfica tem por objectivo, a actualização científica e profissional de quadros técnicos para o exercício da sua profissão, de forma a fornecer uma preparação qualificada na utilização, manipulação, análise e interpretação de Informação Geográfica.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Conhecer formas de aquisição de dados geográficos e sua integração em ambiente SIG;
- Conhecer a arquitetura e funcionalidades de um SIG;
- Criar e utilizar os dados para implementação, manipulação e gestão de um SIG aplicado a uma área temática no âmbito das opções do plano curricular;
- Aplicar os conhecimentos na resolução de problemas relacionados com a sua área profissional;
- Ler, interpretar, manipular e utilizar informação geográfica;
- Analisar e explorar imagens de satélite para extrair informação geoespacial de interesse temático;
- Criar mapas temáticos de uso do solo por classificação multiespectral;
- Construir bases de dados geográficos;
- Implementar, gerir e utilizar um Sistema de Informação Geográfica como ferramenta de apoio à resolução de problemas de diferentes naturezas;
- Realizar análises geográficas e operações de consulta;
- Criar mapas geográficos, nomeadamente layout de mapas temáticos;
- Pensar o SIG de acordo com o problema a tratar.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Graduação:

- Titulares do grau de licenciado;
- Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

### PREÇO: 600€

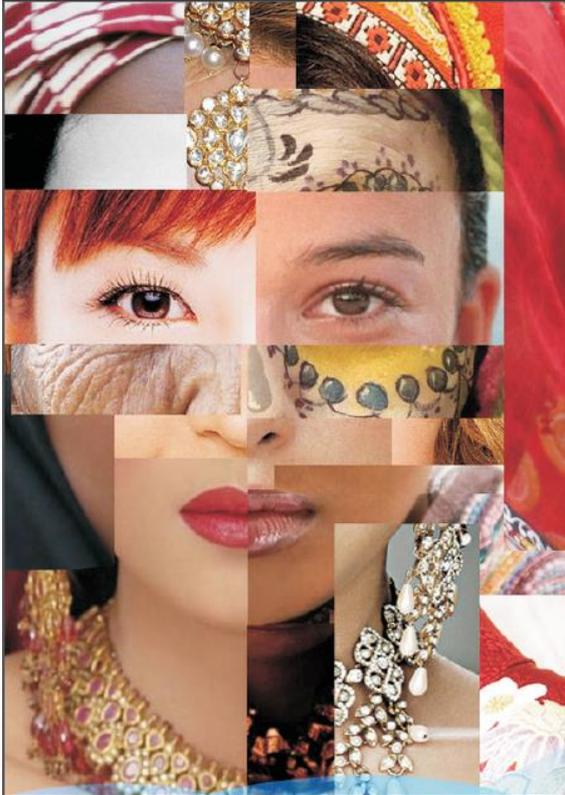
### PLANO DE ESTUDOS:

Unidades Curriculares	Créditos	Preço por UC
Aquisição e Edição de dados geográficos	3	180€
Bases de dados	3	180€
Processamento e Processamento Digital de Imagens	3	180€
Introdução aos Sistemas de Informação Geográfica	3	180€
Análise em Sistemas de Informação Geográfica	3	180€
	Opções (a escolher uma)	
SIG aplicado a Arqueologia	3	180€
SIG aplicado a Geografia e Turismo	3	180€
SIG aplicado a Gestão de Recursos e Planeamento	3	180€

“**UMA ESPECIALIZAÇÃO PARA PROFISSIONAIS NA ÁREA DA TOPOGRAFIA, GEOGRAFIA E ENGENHARIA**”

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

TEMÁTICAS



## MEDIAÇÃO INTERCULTURAL

TEMÁTICAS

### OBJECTIVOS:

Suprir a falta de interlocutores sensibilizados e habilitados para responder adequadamente a todo o tipo de questões para uma integração no país de pessoas provenientes de outras culturas;  
Criar/fortalecer espaços de diálogo participativo;  
Fortalecer um sentimento de pertença das cidadãs/os a seu território.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Apreensão em de convivência, novas formas de relação, com as pessoas ao reconhecerem como interlocutores, diálogos e se entendem mutuamente;
- Prevenção, mediação e resolução de conflitos;
- Conhecimento de estratégias e canais de comunicação;
- Otimização de recursos;
- Atitudes e comportamentos empreendedores;
- Domínio da legislação pertinente;
- Código de Ética e Deontologia.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Criação;  
Titulares do grau de licenciado;  
Doutores de um currículo escolar científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

### PREÇO: 800€

### PLANO DE ESTUDOS:

Unidade Curricular	Créditos	Preço
Desenvolvimento para a internacionalização	3	30€
Marketing estratégico	3	30€
Inteligência Organizacional	3	30€
Recursos Humanos: Diversidade Cultural	3	30€
Investigação e Inovação Organizacional	3	30€
Inglês para Mediação (Institucional)	3	30€
Mediação Sociocultural	3	30€
Relações Públicas, Atuação em a Rede de Multicultural	3	30€
Técnicas de Negociação	3	30€
Ética e Inovação	3	30€
Investigação e Inovação Organizacional	3	30€
Inglês para Mediação (Institucional)	3	30€
Interculturalização	3	30€

“ O RESPEITO PELA DIVERSIDADE CULTURAL CONDUZ A UMA SOCIEDADE MAIS JUSTA. ”

MEDIAÇÃO INTERCULTURAL



## CRIAÇÃO DE EMPRESAS

MODULARS

### OBJECTIVOS:

- Promover a criatividade e a inovação e estimulá-las através de técnicas;
- Incentivar o empreendedorismo e proporcionar ferramentas para a sua implementação;
- Dotar os alunos de competências de análise e implementação de ideias e negócios;

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Compreensão do que é a inovação e o empreendedorismo;
- Capacidade o domínio de técnicas de criatividade e de identificação de inovação e tendências de mercado;
- Capacidade de análise de métodos de análise do contexto comercial e transacional dos mercados de modo a traçar estratégias de atuação;
- Melhorar o seu conhecimento dos diferentes mercados e dos consumidores que os compõem;
- Dar a conhecer e a trabalhar com as novas ferramentas de informação e comunicação existentes que interagem directamente com os mercados;
- Dotar os alunos de mecanismos de protecção das suas ideias e negócios;
- Desenvolver capacidades de comunicação e liderança de modo a liderarem, motivarem e defenderem as suas ideias e projectos;
- Estimular a reflectir e a implementar todas as questões pertinentes da construção de um negócio empresarial

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Criação;  
Titulares do grau de licenciado;  
Doutores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

### PREÇO: 900€

### PLANO DE ESTUDOS:

Unidade Curricular	Créditos	Preço por UC
Business Model	3	30€
Marketing Estratégico	3	30€
Código de Ética	3	30€
Técnicas de Negociação	3	30€
Opções (selecione uma)		
Design Thinking	3	30€
Áreas de Inovação e Desenvolvimento de Negócios	3	30€
Propriedade Intelectual	3	30€
Patentes	3	30€
Coste de Inovação	3	30€
Copyright Intelectual	3	30€
Empreendedorismo (I&D)	3	30€
Concursos	3	30€
Incubadoras	3	30€
Trends	3	30€
Marketing	3	30€

“ O QUE TE FALTA SABER PARA PENSARES E CRIARES O TEU FUTURO! A OPORTUNIDADE DE FAZERES A TUA ESPECIALIZAÇÃO NO TEU TEMPO, COMO TU QUISESERES. ”

CRIAÇÃO DE EMPRESAS



## WEBMARKETING

MODULARES

### OBJETIVOS:

Este curso visa a aplicação de técnicas, métodos e sistemas que permitam a aplicação da filosofia de Marketing às novas tecnologias web. Pretende dar aos seus participantes um conhecimento real e atualizado como tirar partido da utilização da web, nas diferentes perspetivas de marketing e aplicação das suas técnicas, identificando e utilizando diferentes ferramentas de marketing online.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Aplicação do conceito e técnicas de marketing na web;
- Identificação e utilização das técnicas de webmarketing;
- Costo da web numa perspetiva de marketing;
- Aplicação do conceito e técnicas de marketing na web;
- Identificação e utilização das técnicas de webmarketing;
- Costo da web numa perspetiva de marketing;
- Adaptação de competências de marketing às novas tendências e inovações;
- Desenvolvimento de capacidades nas ferramentas base do marketing para a análise de mercado;
- Capacidade de criação gráfica nos meios de comunicação do webmarketing.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos contendo ao Diploma de Pós-Graduação em Design e Desenvolvimento de Produto:

- Titulares do grau de licenciado;
- Desenvolvedores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

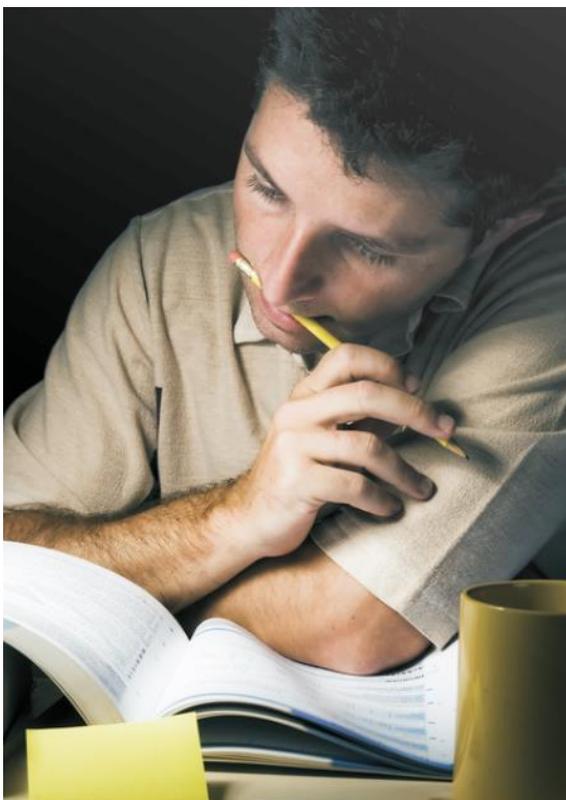
### PREÇO 2006

#### PLANO DE ESTUDOS:

Unidades Curriculares	Créditos	Preço por UC
WebDesign	4	180€
Marketing Estratégico	4	180€
Costo da Web	4	180€
e-Creando	4	180€
Opções (selecção 2006)		
Design Gráfico	4	180€
Análise de Tendências e Comportamento do Consumidor	4	180€
NeuroMarketing	4	180€
Branding	4	180€
Costo da Inovação	4	180€
Business Model	4	180€
Software Analítico EPS	4	180€
Merchandising	4	180€
Competitive Intelligence	4	180€
Crucio de Inovação	4	180€
Proximidade Virtual	4	180€

“  
**A PERSPETIVA WEB PARA UMA GESTÃO DE MARKETING QUE SATISFAZ CONSUMIDORES! CONSTRÓI O CURSO À TUA MEDIDA!**  
 ”

WEBMARKETING



## FORMAÇÃO ESPECIALIZADA

O IFG, através da UDI, oferece ainda formação especializada.

Esta formação é orientada para a satisfação das necessidades específicas de cada empresa / organização, para a consolidação de conhecimentos e desenvolvimento de competências e para a promoção de criação de empresas.

Neste sentido, as propostas de formação podem surgir de identificação de necessidades a colmar no mercado ou a pedido das empresas / organizações. Assim, a formação poderá ser lectuada nas instalações do IFG ou no local que for determinado, deslocando-se os formadores do IFG. Esta formação "à medida" será fundamental para apoiar o desenvolvimento e o aumento de competitividade regional proporcionando maiores competências e aperfeiçoando habilidades profissionais.

Ao mesmo tempo, e utilizando um novo modelo de ensino à distância iremos oferecer alguns módulos de formação on-line em e-learning (MOOC), tal como acontece em diferentes instituições de ensino superior internacionais de modo a poder proporcionar a quem mais precisa os conhecimentos básicos, de como, por exemplo, montar o seu negócio.

FORMAÇÃO FEITA À MEDIDA

## CANDIDATURAS

O processo de candidatura deve ser instruído com os seguintes documentos:

- a. Requerimento de candidatura;
- b. Certificado de habilitações contendo as classificações das unidades curriculares e certificado de conclusão final do curso;
- c. Certidão comprovativa da atribuição de uma equivalência ou reconhecimento de habilitações, em caso de habilitações estrangeiras, sendo obrigatória a apresentação do original do documento comprovativo das habilitações literárias ou fotocópia autenticada do mesmo;
- d. Fotocópia de documento comprovativo da identidade (bilhete de identidade ou passaporte);
- e. Fotocópia do cartão de contribuinte;
- f. Um exemplar do curriculum vitae, fundamentado e detalhado;
- g. Pagamento da taxa de candidatura (a devolver se o curso ou o módulo não funcionar);
- h. Outros elementos comprovativos que os candidatos entendam relevantes para a apreciação da sua candidatura.

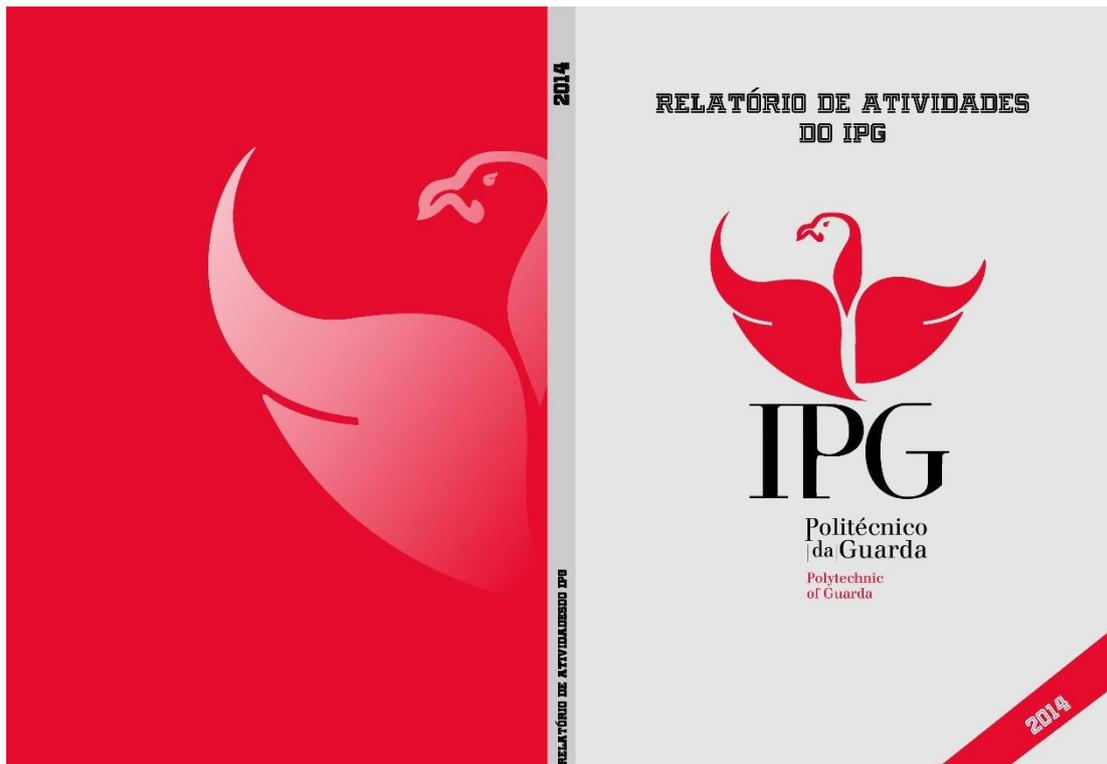
**TAXA DE CANDIDATURA: 50€**

*Os cursos/útilidades só funcionam com um ou mais módulos de matrícula.*



## **Anexo VII**

**(Capas para o Relatório e Plano de IPG)**



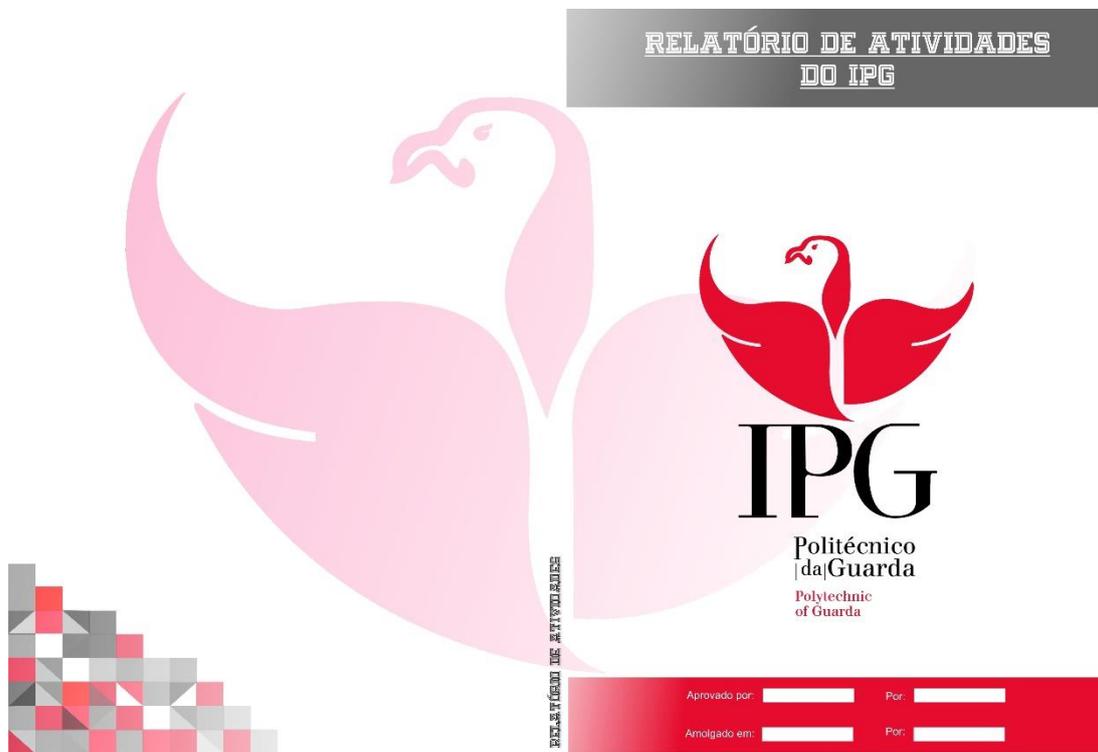
Capa escolhida para o Relatório e Plano de atividades do IPG



Proposta 1



Proposta 2



Proposta 3

## **Anexo VIII**

**(Capas p2b)**



Capa escolhida para o *Polytechnic 2 Business*



Proposta 1

## **Anexo IX**

**(Folhetos Poliemprende)**

12ª Edição  
**Poliempreende**  
Projetos de Vocação Empresarial



# PARTICIPA!

[www.ipg.pt/poliempreende](http://www.ipg.pt/poliempreende)

**APOIOS:**



**Cartaz A0 e A3**



**São objetivos do Poliempreende:**

- A mudança de atitudes;
- Desenvolvimento e a aplicação de métodos para a valorização do conhecimento;
- Enriquecimento curricular com o empreendedorismo;
- A constituição de novas empresas de cariz inovador e implantação regional, com potencial de crescimento;
- A promoção da inovação e registo de patentes;
- Contribuir para o fomento do empreendedorismo nas regiões de influência dos IP.

**O concurso destina-se a:**

- Estudantes de escolas dos IP, com inscrição em vigor;
- Diplomados de qualquer grau, por escolas dos IP;
- Docentes dos IP ou outros indivíduos, desde que integrando equipas constituídas por estudantes e/ou diplomados.

Prémios Nacionais são no valor de 10000 (dez mil), 5000 (cinco mil) e 3000 (três mil) euros

Prémios Regionais são no valor de 2000 (dois mil), 1500 (mil e quinhentos) e 1000 (mil) euros

**Deve ser consultado o Regulamento do Concurso em [www.ipg.pt/poliempreende](http://www.ipg.pt/poliempreende)**

Coordenação do Concurso - UDI  
E-mail: [udigeral@ipg.pt](mailto:udigeral@ipg.pt)

Tutores Poliempreende:

ESECD - Ana Ventura - [anaventura@ipg.pt](mailto:anaventura@ipg.pt)

ESS – Paulo Tavares – [paulotavares@ipg.pt](mailto:paulotavares@ipg.pt)

ESTH – António Melo – [subdirector.esth@ipg.pt](mailto:subdirector.esth@ipg.pt)

ESTG - José Quitério - [jfig@ipg.pt](mailto:jfig@ipg.pt)

**APOIOS:**



**Folheto A5**



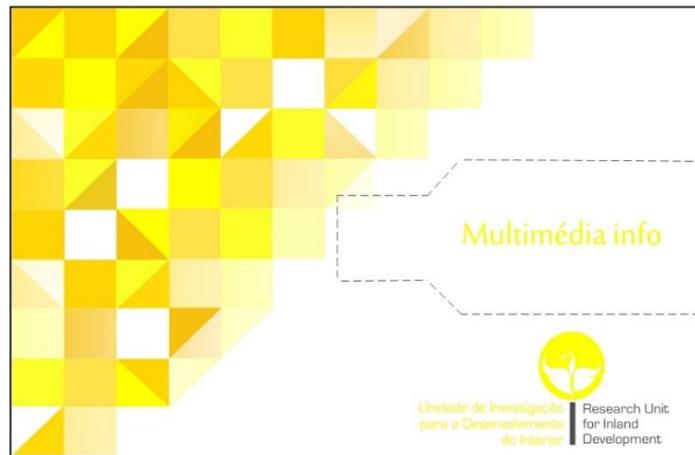
**Imagem de capa do facebook**



**Imagem de perfil do *facebook***

## **Anexo X**

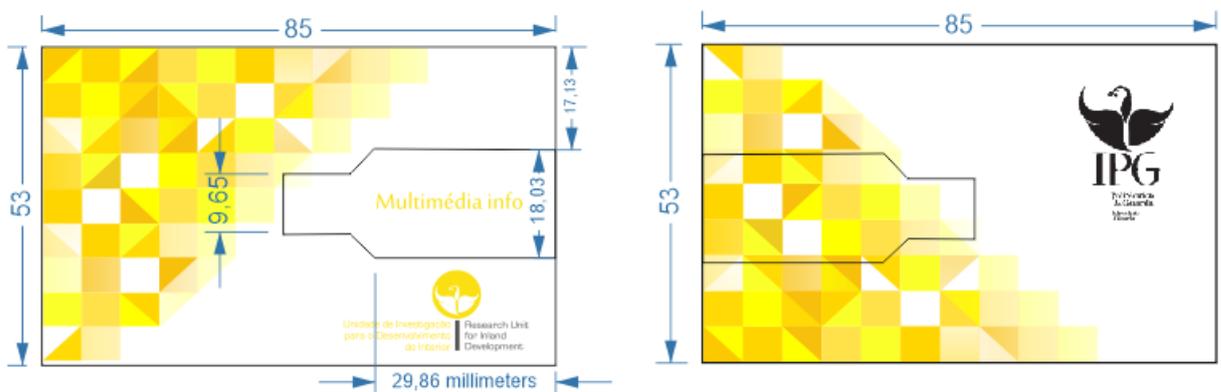
**(Pen drive)**



**Pen UDI (Frente)**



**Pen UDI (Verso)**



**Pen drive e respetivas medidas**

**Anexo I**  
**(Plano de estágio)**

**PLANO DE ESTÁGIO**

Cursos de Especialização Tecnológica (CET)  
Licenciaturas  
Mestrados

MODELO  
GESP.104.02

Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - Convenção de Estágio.

Escola:  ESECD  ESS  ESTG  ESTH

Tipologia do Estágio:  
 Curricular  Extracurricular  Outros: \_\_\_\_\_

Ao abrigo do protocolo ou especificidade formativa?  Sim. Qual? \_\_\_\_\_

**1. DADOS RELATIVOS AOS INTERVENIENTES NO ESTÁGIO**

Estudante: José Pedro Goncalves Rodrigo N.º 5007497

Docente orientador: Professor Jorge Goncalves

Supervisor: Professora Doutora Teresa Paiva

**2. PLANO DE ESTÁGIO**

Para este estágio curricular prevê-se que as atividades a desenvolver sejam as seguintes:

Design Gráfico - Revista Extonia

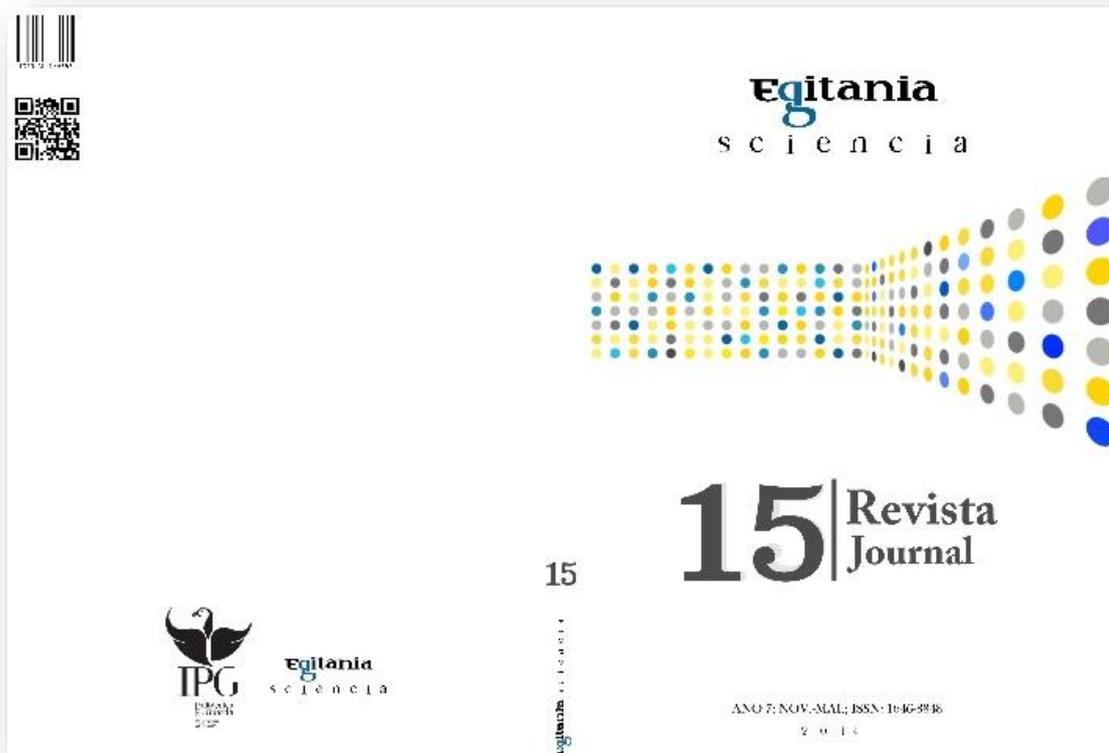
- Copia para a revista
- Anúncio Científico
- Copia para o Anúncio Científico

Design Multimedia - atualizações do website R.3

**3. ASSINATURAS**

O Estudante	O Docente Orientador	O Supervisor
<u>01/10/2014</u> Data	<u>01/10/2014</u> Data	<u>01/10/2014</u> Data
<u>José Pedro</u> (assinatura)	<u>Jorge Goncalves</u> (assinatura)	<u>Teresa Paiva</u> (assinatura e carimbo de Entidade)

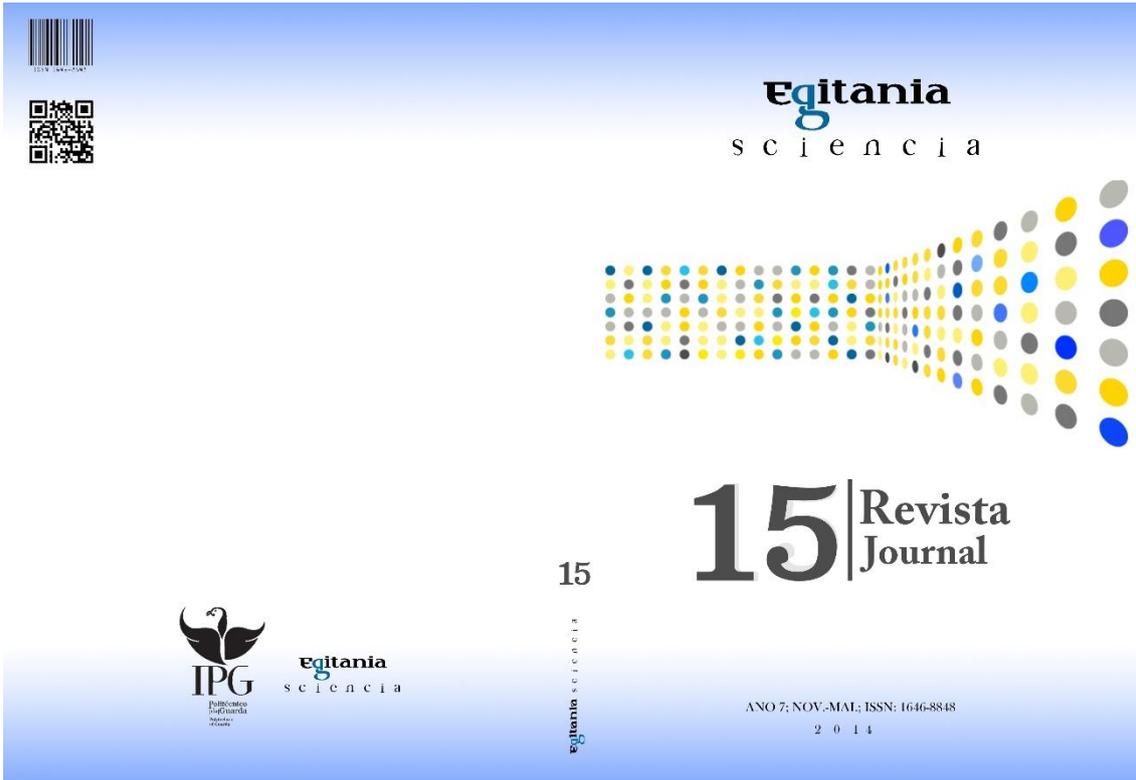
**Anexo II**  
**(Egitania Sciencia)**



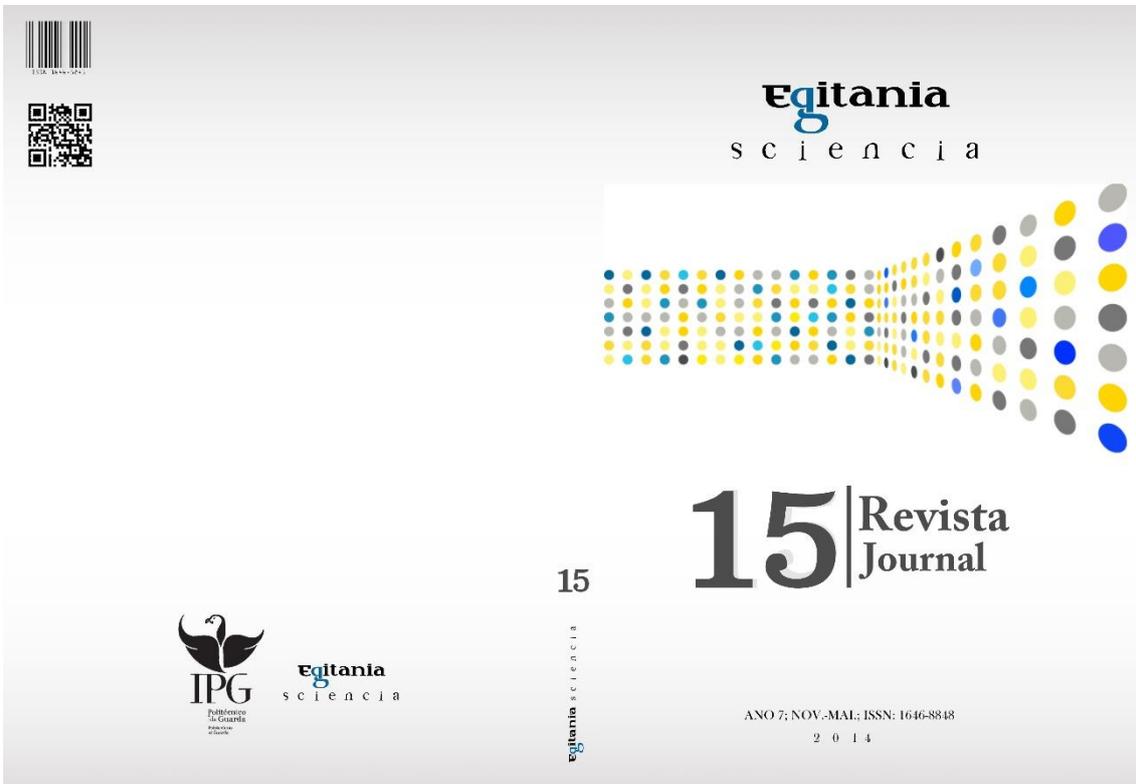
Capa escolhida para a Egítania Sciéncia



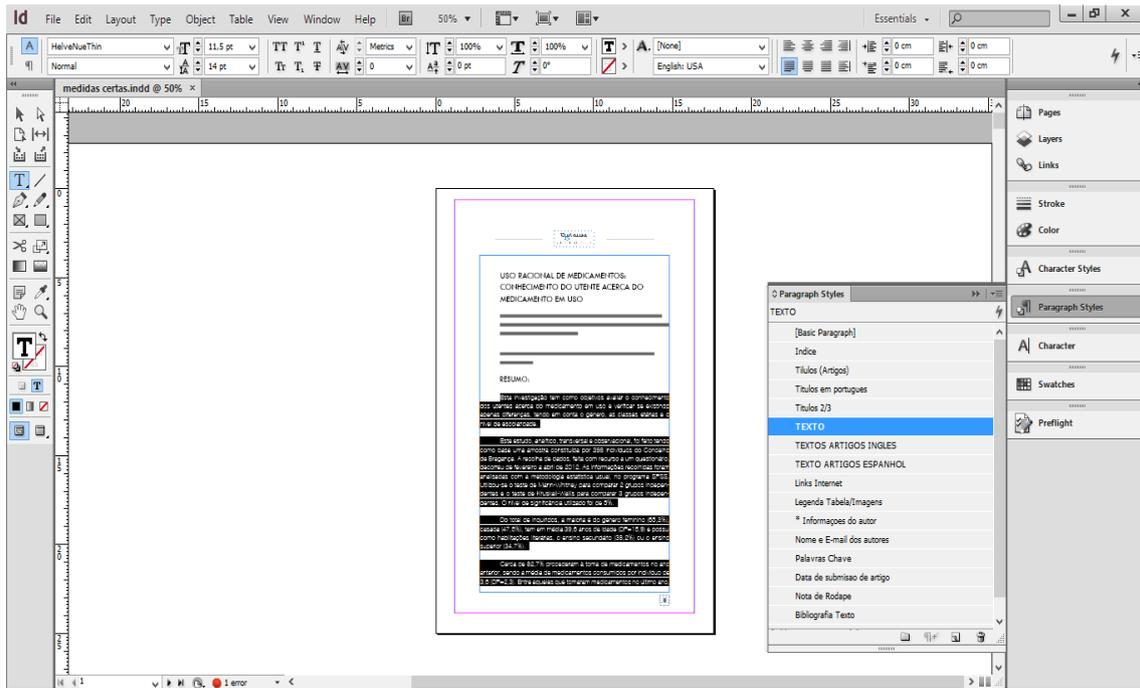
Proposta 1



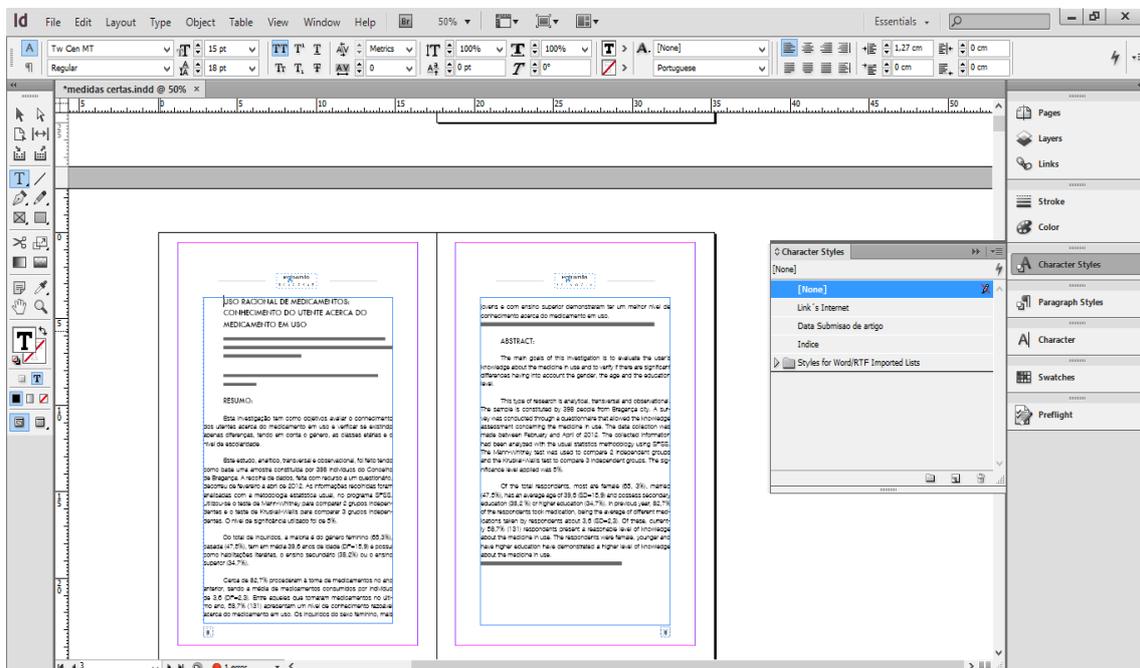
### Proposta 2



### Proposta 3



*Printscreem em Indesign dos estilos de parágrafo Egítania Sciencia*



*Printscreem em Indesign dos estilos de caracteres da Egítania Sciencia*

# Especificações

- **Definições de folha:** Tamanho B5
- **Cabeçalho:** O cabeçalho apenas contém a marca da Egitania Sciencia acompanhado de um traço antes e depois da marca.
- **Rodapé:** O rodapé contém apenas o número de página com sublinhado por baixo do número da página em questão.
- **Leading:** refere-se à distância entre linhas, ou seja, a distância entre as frases de cada página. O *leading* que usei foi de 12 pt, o que vai facilitar uma boa leitura aos leitores.
- **Grid:** O *grid* é de uma só coluna.

## Definições de inserção de texto

- **Observações:** Quando o documento é importado de um documento *Microsoft Word* para o *Indesign* ele mantém as formatações que já haviam sido definidas no *word* anteriormente, para que se possa formatar conforme definido no *Indesign* deve aplicar-se a todo o documento o “*Basic Paragraph*” que é um estilo de parágrafo base definido pelo *indesign*, posteriormente pode passar-se então à aplicação dos estilos de parágrafos conforme definido abaixo.

### Estilos de parágrafos/ *Paragraphs style:*

**Índice** - Definido para aplicar no índice.

**Título (Artigo)** - Definido para aplicar nos títulos em português.

**Título 2\3** - Para aplicar nos títulos em inglês e espanhol.

**Texto**- Para o texto em português.

**Texto artigo inglês** – Para os textos em inglês.

**Texto artigo espanhol** – Para os textos em espanhol.

**Informação do autor**- Para as informações dos autores.

**Palavras-chave** - Para as palavras-chave.

**Nota de rodapé**- Para as notas de rodapé.

**Bibliografia**- Para toda a bibliografia.

### **Estilos de Character/ *Character style*:**

**Data submissão de artigo**- Para as datas de submissão dos artigos.

**Links Internet** - Definido para usar nos links de internet.

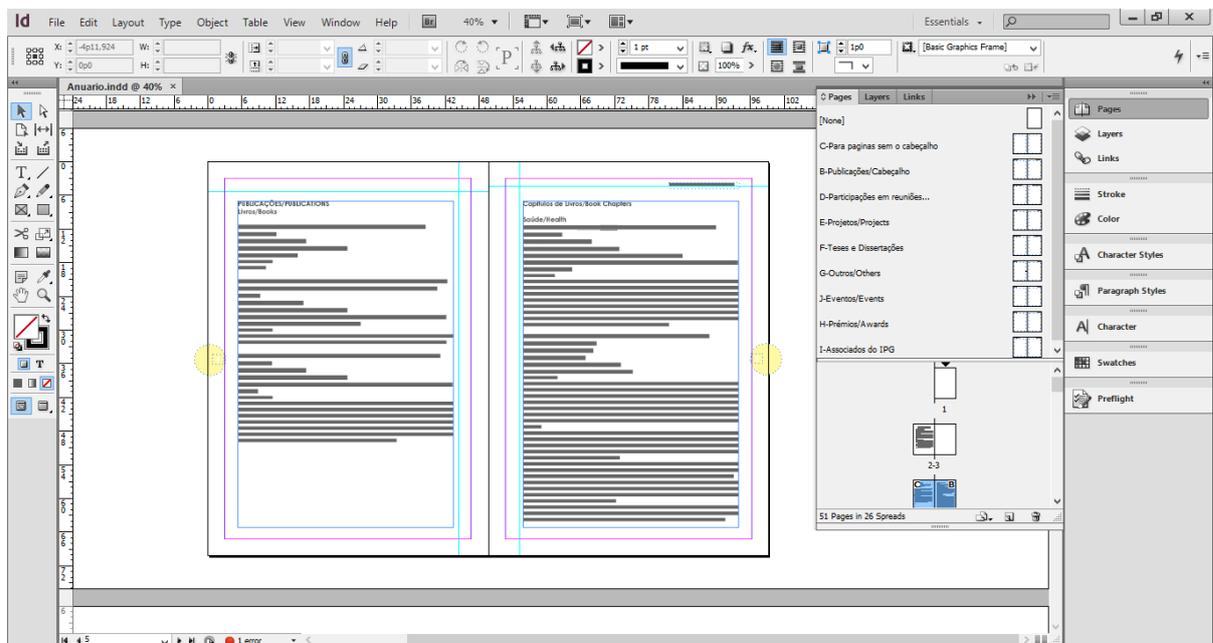
**Legenda tabelas\imagens** – Para todas as legendas de tabelas e de imagens.

**Nome e e-mail do autor**- Para o nome e *e-mail* de todos autores.

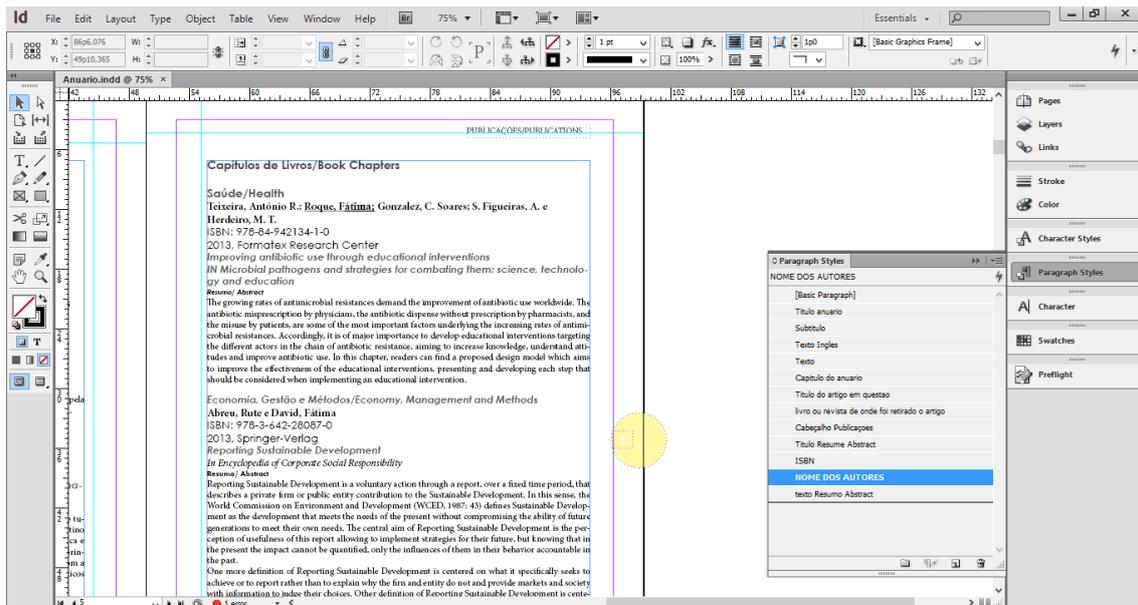
**Anexo III**  
**(Anuário Científico)**



**Capa para o Anuário Científico**



**Printscreen em InDesign das Masters do Anuário Científico**



## *Printscreen em Indesign dos Estilos de Parágrafo do Anuário Científico*

### Especificações

- **Definições de folha:** Tamanho A4
- **Fontes utilizadas:** *Century Gothic*, *Minion pro*
- **Numeração de páginas:**
  - ✓ **Páginas pares:** É constituída por metade de um círculo e encontra-se encostado a margem esquerda centrado na página.
  - ✓ **Páginas ímpares:** É constituída por metade de um círculo e encontrasse encostado a margem direita centrado na página.
- **Cabeçalho:** O cabeçalho é constituído por o título relativo ao capítulo em questão e nas páginas pares encontrasse alinhado a esquerda, nas páginas ímpares encontrasse alinhado a direita.
- **Leading:** refere-se à distância entre linhas, ou seja, a distância entre as frases de cada página. O *leading* usado foi de 12 pt, o que vai facilitar uma boa leitura aos leitores.
- **Grid:** O *grid* é de uma só coluna.

## Definir Páginas

Foram criadas 10 (*Master*) para diferenciar os capítulos existentes no anuário. Estas são constituídas por o número de página nas laterais envolvido por metade de um círculo em amarelo, e o que diferencia estas páginas e um cabeçalho que contém o capítulo a que pertence aquele artigo para que assim o leitor possa estar sempre localizado.

A primeira página de cada arquivo não contém cabeçalho, o título deve estar inserido na área definida para o texto.

- **[None]**- página completamente em branco pré-definida pelo *Indesign*.
- **C- para páginas sem cabeçalho**- esta contém numeração de página mas não tem cabeçalho.
- **B-Publicações/ cabeçalho**- página utilizada para o capítulo “publicações” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **D-Participação em reuniões**- página utilizada para o capítulo “participação em reuniões” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **E- Projetos/Projects**- página utilizada para o capítulo “Projetos” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **F-teses e dissertações**- página utilizada para o capítulo “Projetos” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **G- outros/others**- página utilizada para o capítulo “outros” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **J-Eventos/events**- página utilizada para o capítulo “eventos” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **H-Premios/Awards**- página utilizada para o capítulo “prêmios” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto
- **I-Associados do IPG**- página utilizada para o capítulo “Associados do IPG” a exceção da primeira página deste capítulo que terá o título inserido no texto

## Definições de inserção de texto

- **Observações:** Quando o documento é importado de um documento Microsoft Word para o *Indesign* ele trás as formatações que já haviam sido definidas no *word* anteriormente, para que se possa formatar conforme definido no *Indesign* deve aplicar-se a todo o documento o “*Basic Paragraph*” que é um estilo de paragrafo base definido pelo *indesign*, posteriormente pode passar-se então à aplicação dos estilos de parágrafos conforme definido abaixo.

### **Estilos de parágrafos/ *Paragraphs style*:**

**Título anuário-** definido para o título da página de apresentação do anuário (ANUÁRIO CIENTÍFICO IPG 2013).

**Subtítulo-** definido para o subtítulo da página de apresentação do anuário.

**Texto inglês-** Para texto escrito em inglês da página de apresentação.

**Texto-** Para texto escrito em português da página de apresentação.

**Capítulo do Anuário-** formatação para o capítulo relativo ao anuário.

**Título do artigo em questão-** formatação para o nome dos artigos ao qual se refere.

**Título resumo *abstrat*-** Formatação apenas para o título “resumo / *abstrat*””.

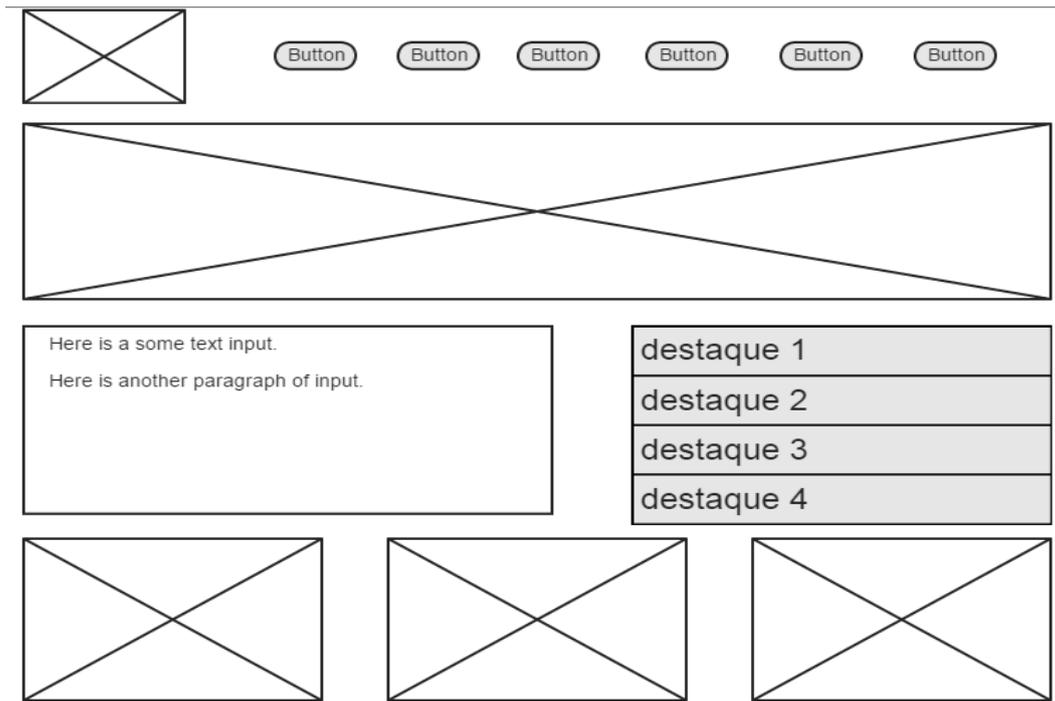
**ISBN-** Formatação dirigida ao ISBN, data, e publicação.

**Nome dos autores-** Formatação definida para o nome dos autores.

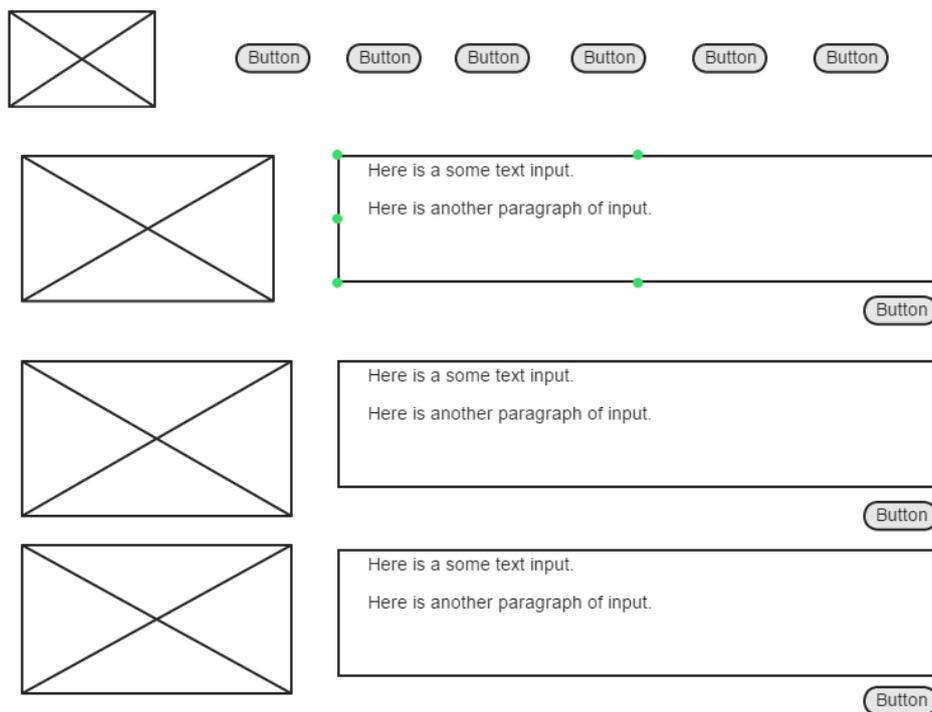
**Texto resumo / *abstrat*-** Definido para os textos relativos ao “resumo/*abstrat*”.

**Livro ou revista de onde foi retirado o artigo-** formatação definida para o livro ou revista de onde foi retirado o artigo.

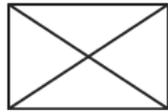
**Anexo IV**  
**(Website p2b)**



***Wireframe da página “Polytechic to business” (Home)***



***Wireframe da página “Laboratório de ideias”***



Button

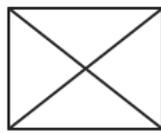
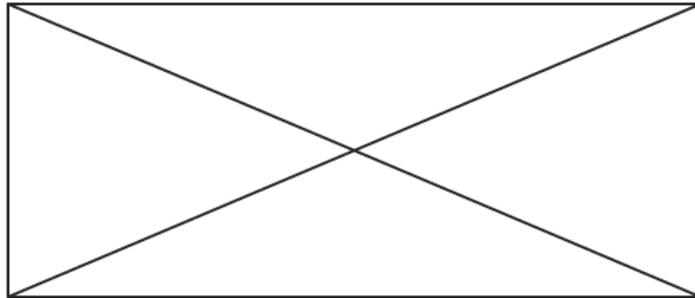
Button

Button

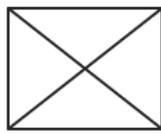
Button

Button

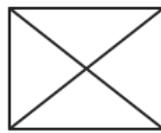
Button



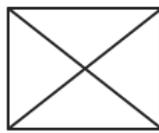
Here is a some text input.



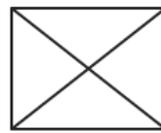
Here is a some text input.



Here is a some text input.



Here is a some text input.



Here is a some text input.

### ***Wireframe da página “Showroom”***



Button

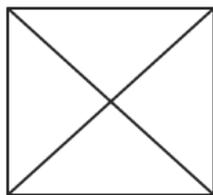
Button

Button

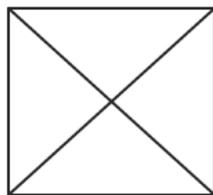
Button

Button

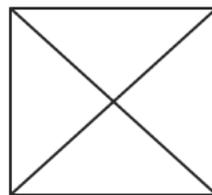
Button



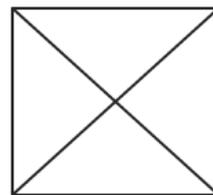
Here is a some text input.



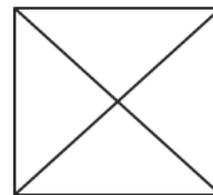
Here is a some text input.



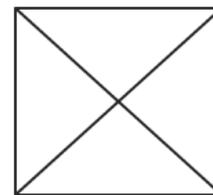
Here is a some text input.



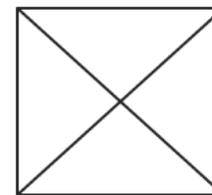
Here is a some text input.



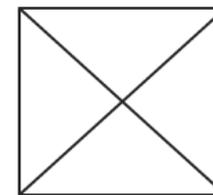
Here is a some text input.



Here is a some text input.

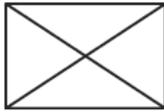


Here is a some text input.



Here is a some text input.

### ***Wireframe da página “IPGLabs”***



Button

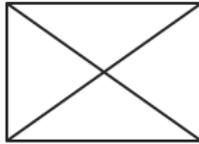
Button

Button

Button

Button

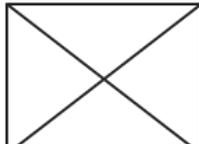
Button



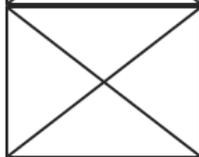
Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.



Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.



Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.



Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.

### ***Wireframe da página “Projetos”***



Button

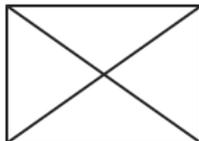
Button

Button

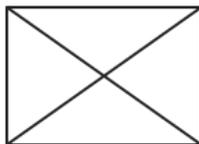
Button

Button

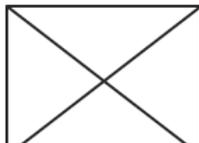
Button



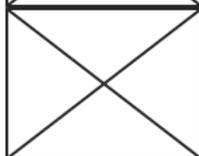
Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.



Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.

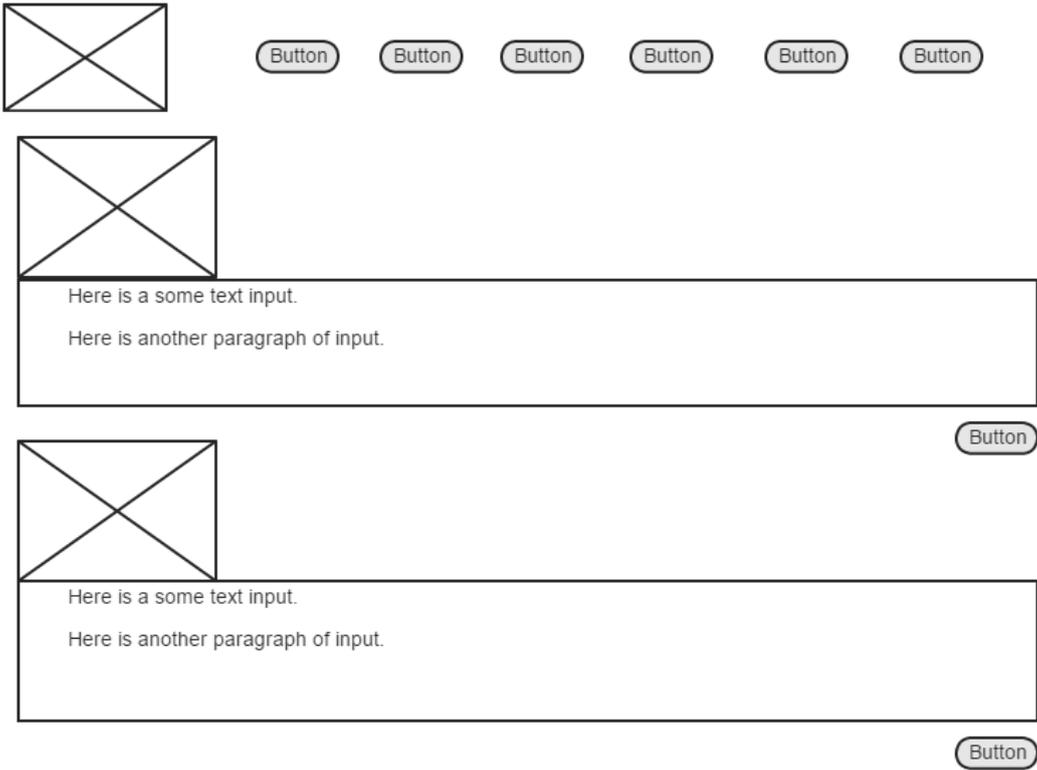


Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.

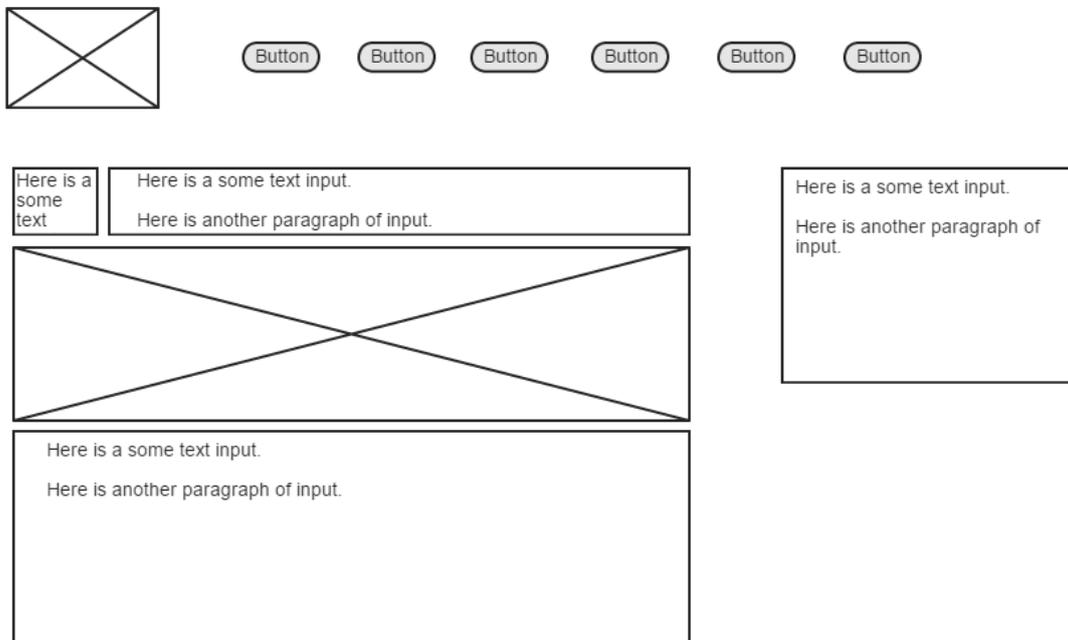


Here is a some text input.  
Here is another paragraph of input.

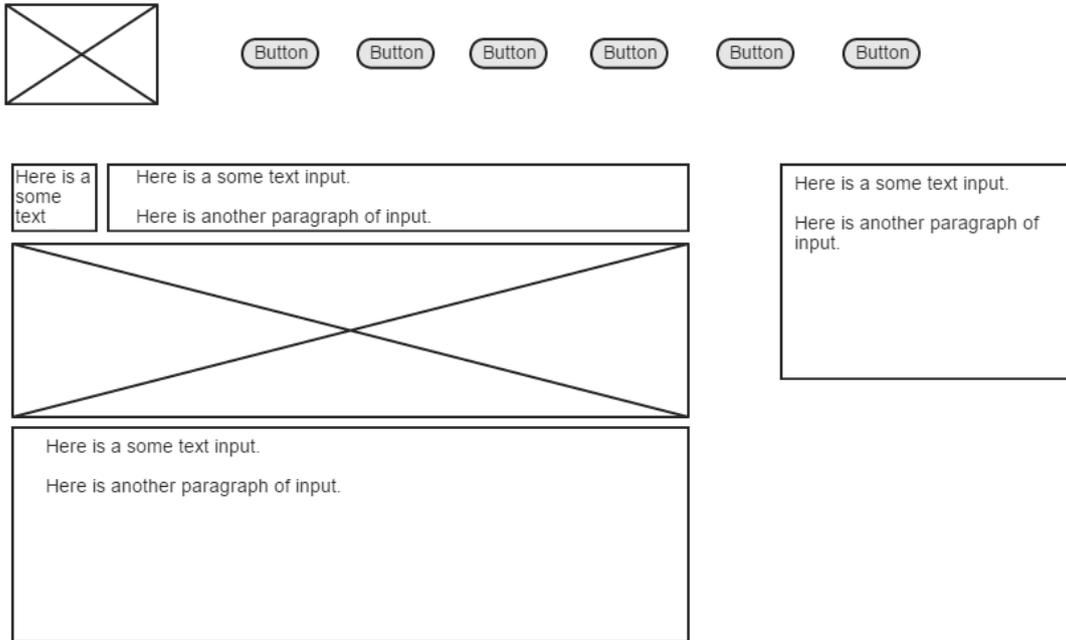
### ***Wireframe da página “Projetos Empresariais incubados”***



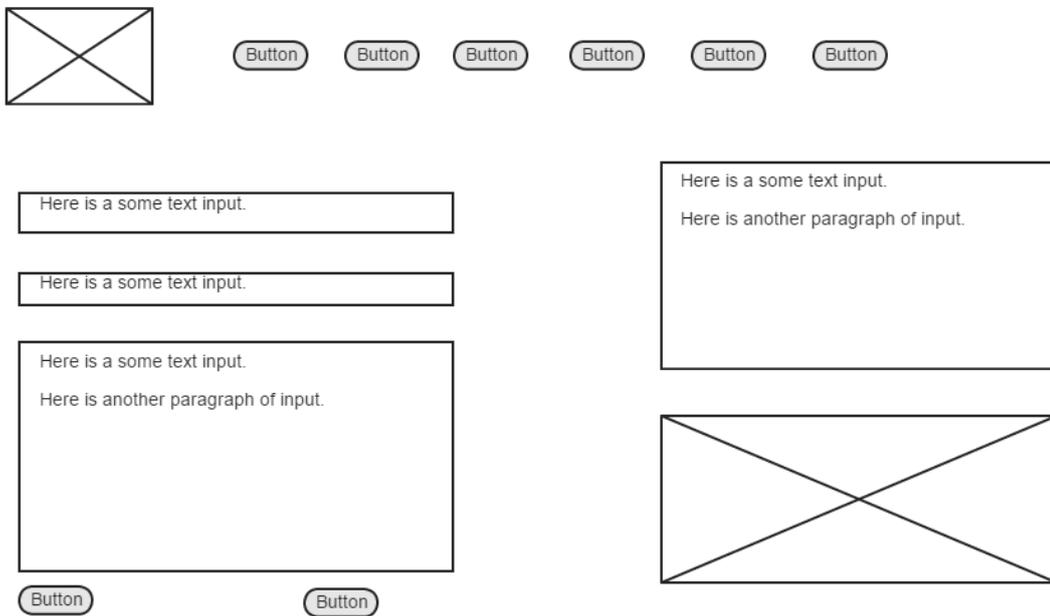
### ***Wireframe da página “Consultadoria”***



### ***Wireframe da página “Formação a medida”***



### ***Wireframe da página “Formação empresarial”***



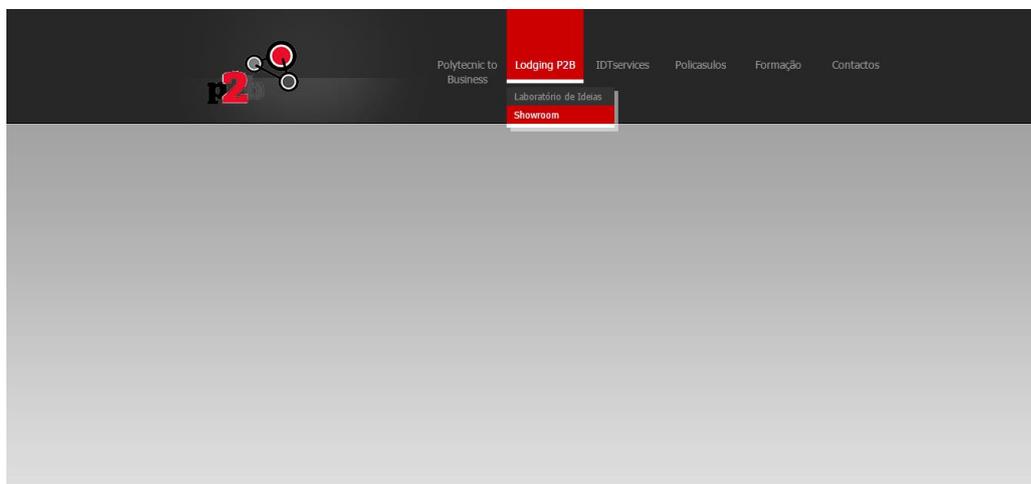
### ***Wireframe da página “Contactos”***



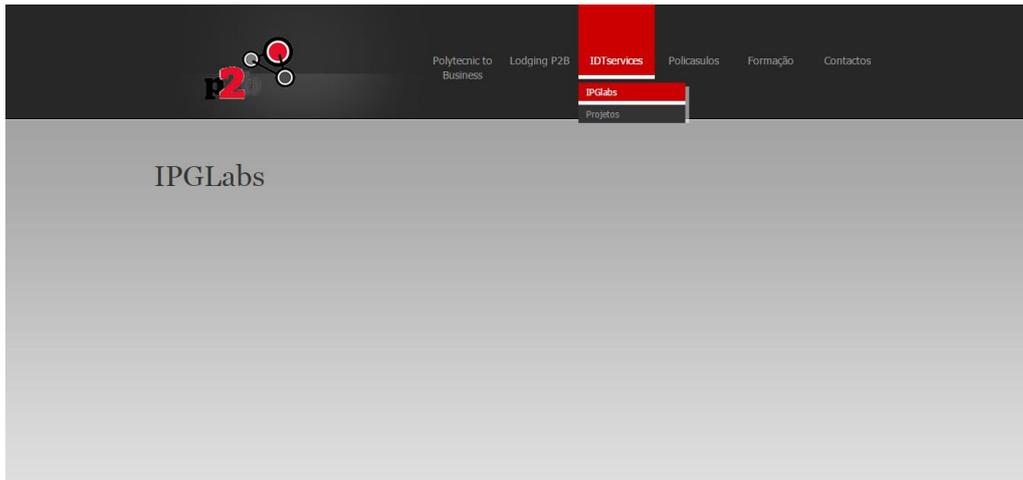
*Print screen da página “Polytecnic to business”*



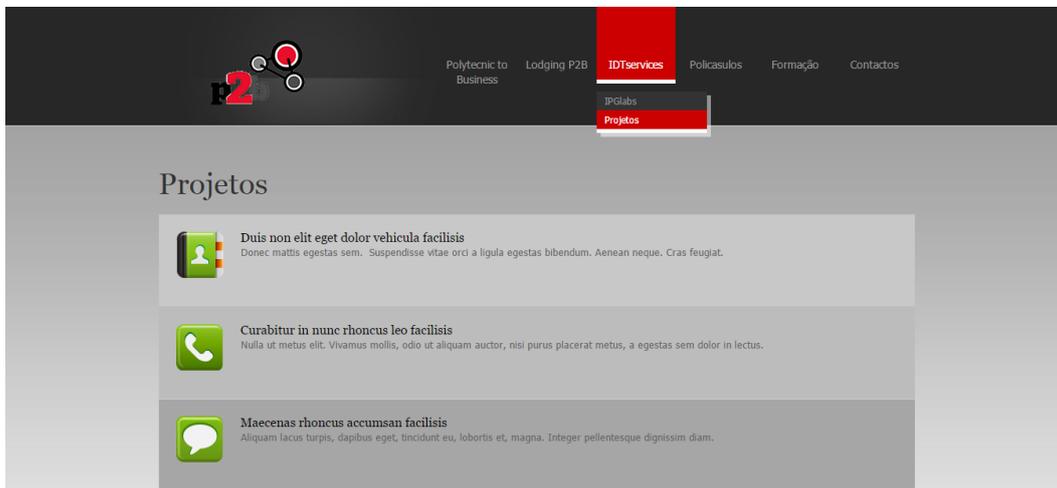
*Print screen da página “Laboratório de ideias”*



*Print screen da página “Showroom”*



*Print screen da página “IPGLabs”*



*Print screen da página “Projetos”*



*Print screen da página “Projetos empresariaias incubados”*



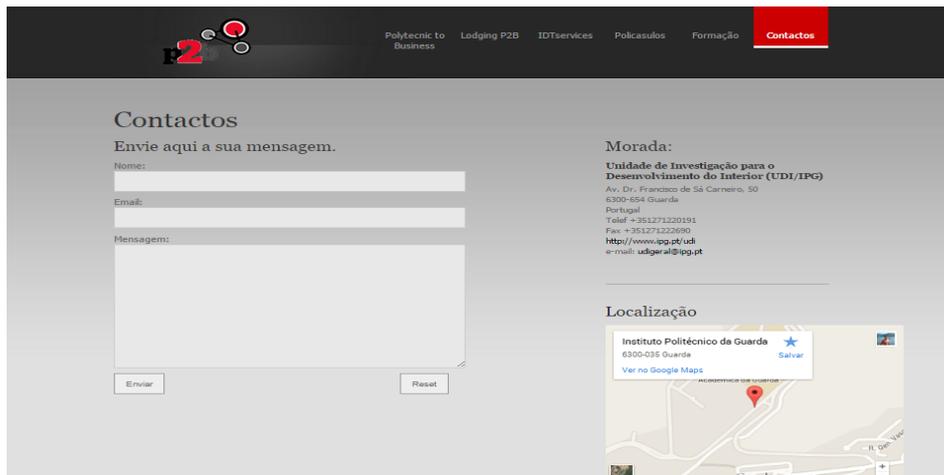
**Print screen da página “Consultadoria”**



**Print screen da página “Formação à medida”**



**Print screen da página “Formação Empresarial”**



***Print screen da página “Contatos”***

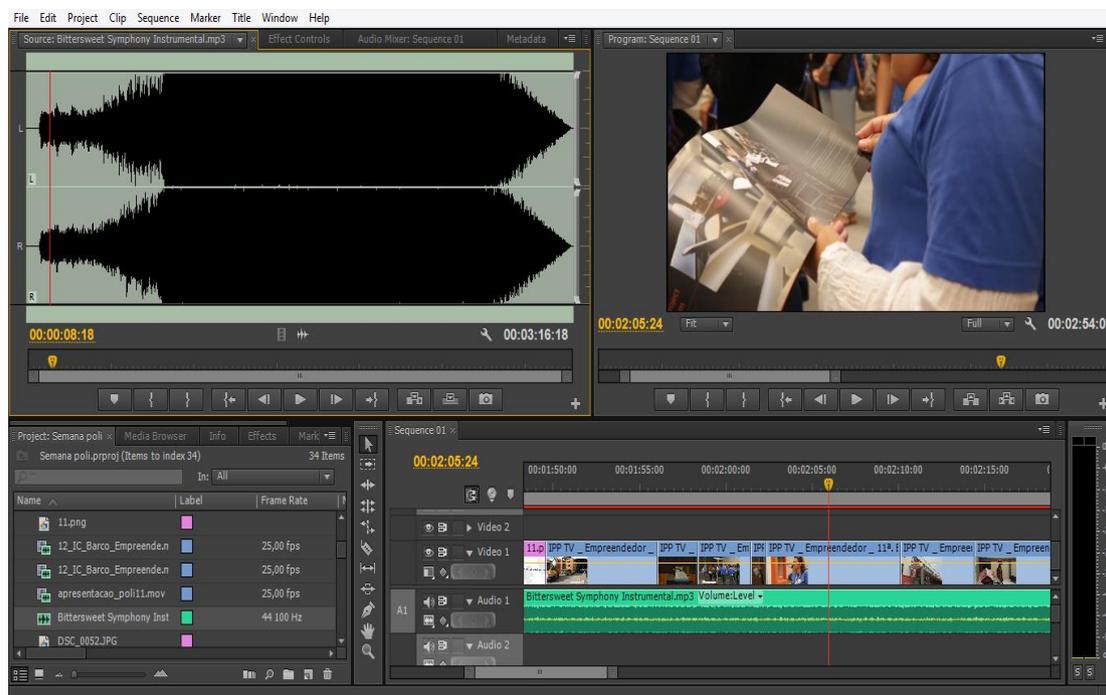
## **Anexo V**

**(Cobertura de vídeo/fotográfica do evento 1º Congresso  
Poliempreende)**



© Clara Silva

**Algumas imagens da recolha de vídeo no 1º Congresso Poliemprende**



**Printscreen da Edição de vídeo**

## **Anexo VI**

**(Folheto pós graduações)**



**Instituto Politécnico da Guarda**  
 Av. Dr. Francisco Sá Carneiro n.º 50 | 6300-559 Guarda  
 Tel. +351 271 220 191  
 Fax +351 271 222 690  
 E-mail: [ipg@ipg.pt](mailto:ipg@ipg.pt)

[www.ipg.pt](http://www.ipg.pt)

Politécnico  
 da Guarda  
 Polytechnic  
 of Guarda

2014/2015

## PÓS-GRADUAÇÕES

Unidade de Investigação  
 para o Desenvolvimento  
 do Interior  
*Research Unit for  
 Inland Development*



## SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

TEMÁTICAS

### OBJECTIVO:

O curso de Pós-Graduação em Sistemas de Informação Geográfica tem por objectivo, a actualização científica e profissional, de quadros técnicos para o exercício da sua profissão, de forma a fornecer uma preparação qualificada na utilização, manipulação, análise e interpretação da Informação Geográfica.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Conhecer formas de aquisição de dados geográficos e a sua integração em ambiente SIG;
- Conhecer a arquitetura e funcionalidades de um SIG;
- Capacitar os alunos para implementação, manipulação e gestão de um SIG aplicado a uma área temática no âmbito das opções do plano curricular;
- Aplicar os conhecimentos na resolução de problemas relacionados com a sua área profissional;
- Ler, interpretar, manipular e utilizar informação geográfica;
- Analisar e explorar imagens de satélite para extrair informação georreferenciada da cobertura terrestre;
- Criar mapas temáticos de acordo com a classificação multiespectral;
- Construir bases de dados geográficas;
- Implementar, gerir e utilizar um Sistema de Informação Geográfica como ferramenta de apoio à resolução de problemas de diferentes naturezas;
- Realizar análises geográficas e operações de consulta;
- Criar saídas gráficas, nomeadamente a partir de mapas temáticos;
- Pensar o SIG de acordo com o problema a testar.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Graduação:

- Titulares do grau de licenciado;
- De autores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando o necessário para a realização deste ciclo de estudos.

PREÇO: 500€

### PLANO DE ESTUDOS:

Unidade Curricular	Créditos	Preço por UC
Aquisição e Tratamento de dados geográficos	3	150€
Bases de dados	3	150€
Detecção Remota e Processamento Digital de Imagens	6	300€
Introdução aos Sistemas de Informação Geográfica	6	300€
Análises em Sistemas de Informação Geográfica	6	300€
Opções (a escolher uma)		
SIG aplicado ao Ambiente	3	150€
SIG aplicado ao Ordenamento do Território	3	150€
SIG aplicado à Análise de Riscos e Planos de Emergência	3	150€

“  
 UMA ESPECIALIZAÇÃO PARA  
 PROFISIONAIS NA ÁREA DA  
 TOPOGRAFIA, GEOGRAFIA E  
 ENGENHARIA  
 ”



## PÓS-GRADUAÇÕES

### CERTIFICADAS

GESTÃO DA ATIVIDADE IMOBILIÁRIA

### EM PARCERIA

ACONSELHAMENTO E INFORMAÇÃO EM FARMÁCIA

### TEMÁTICAS

DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

MEDIAÇÃO INTERCULTURAL

### MODULARES

CRIAÇÃO DE EMPRESAS

WEBMARKETING



## GESTÃO DA ATIVIDADE IMOBILIÁRIA

### OBJECTIVO:

Transmissão e actualização de conhecimentos nas principais áreas de influência da Gestão da Actividade Imobiliária, em todas as suas vertentes: legais, técnicas, financeiras e de gestão, nomeadamente Pontos de Investimento Imobiliário, assim como em aspectos ligados à ética profissional deste ramo de actividade económica.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Capacidade para, a partir de um crachamento prévio, pontuando o grau de maturidade do mercado local de activos imobiliários, poder analisar e projectar o desempenho económico futuro de um investimento imobiliário directo, considerando os interpretando os respectivos fluxos de caixa gerados e aconselhar, utilizando os principais instrumentos de matemática financeira, acerca da viabilidade económica desse projecto, relativamente ao risco nele envolvido;
- Saber gerir estratégias e acções de marketing imobiliário;
- Desenvolver e aprofundar competências na área científica do Urbanismo, actualizando os conceitos técnicos e políticos, bem como como proporcionar a reflexão crítica, teórica e metodológica sobre estas matérias;
- Dominar os fluxos financeiros e interiorizar a noção de equilíbrio financeiro;
- Compreender os impactos da actividade de gestão imobiliária nas demonstrações financeiras – activos e passivos, gastos e créditos;
- Avaliar o impacto dos diferentes tipos de negócio imobiliário;
- Enquadrar facilmente os negócios imobiliários;
- Promover o Planeamento Fiscal relacionado com a actividade imobiliária;
- Identificar as questões legais relacionadas com o imobiliário e apresentar a sua resolução teórica e metodológica sobre estas matérias.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao curso ao título de estudos conducente ao Diploma de Pós-Graduação:

- Titulares do grau de licenciado;
- Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando a capacidade para realizar o presente curso de estudos.

### PREÇO: 1100€

### PLANO DE ESTUDOS:

Título do Curso/tema	Créditos	Preço por EC
Gestão da Administração Imobiliária	4	1100€
Ética e Deontologia Imobiliária	4	1100€
Contas Imobiliárias	4	1100€
Marketing e Negociação Imobiliária	4	1100€
Financiamento Imobiliário	4	1100€
Planejamento Imobiliário	4	1100€
Controlo Operacional de Activos Imobiliários	4	1100€
Análise Imobiliária	4	1100€
Ética Imobiliária	4	1100€

“ O CURSO ESTÁ RECONHECIDO E ACREDITADO PELA CMVM, ESTANDO O IPG HABILITADO PARA ENTREGAR CERTIFICADOS DE AVALIADORES MOBILIÁRIOS. ”





## DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

### OBJECTIVOS:

Dotar o aluno de maiores conhecimentos teóricos e um aprofundamento de atividades de desenho de projetos na área do Design de Produto/Equipamento.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Analisar e reflectir sobre o conceito da ecologia e seu design;
- Compreensão da científica aplicada ao estudo de artefactos no âmbito do processo de design, envolvendo a compreensão de fundamentos emocionais e funcionais;
- Domínio dos programas informáticos de modelação 3D;
- Modelar equipamentos e simular o seu funcionamento bem como a sua integração estrutural;
- Aprofundar ferramentas para a concepção e desenvolvimento de produtos equipamentos;
- Adaptação das diferentes metodologias às especificidades do design, valorizar o processo como meio criativo para o desenvolvimento de novos artefactos, tendo o desenho como ferramenta base;
- Aprofundar a abordagem às dimensões humanas dos artefactos: metafísica, simbólica, funcional, ergonómica, estética, económica, etc.;
- Desenvolver capacidades de protótipos novos produtos e conceitos.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Graduação em Design e Desenvolvimento de Produto:

- Titulares do grau de licenciado;
- Destinatários de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

### PREÇO: 990€

### PLANO DE ESTUDOS:

Unidades Curriculares	Créditos	Preço por UC
Projeto de Instalação Física I	4	396€
Instalação de Instalação	4	396€
Instalação de Instalação II	4	396€
Instalação de Instalação III	4	396€
Instalação de Instalação IV	4	396€
Instalação de Instalação V	4	396€
Instalação de Instalação VI	4	396€
Instalação de Instalação VII	4	396€
Instalação de Instalação VIII	4	396€
Instalação de Instalação IX	4	396€
Instalação de Instalação X	4	396€
Instalação de Instalação XI	4	396€
Instalação de Instalação XII	4	396€

\* De acordo com o plano de estudos para quem quiser apurar um projeto de trabalho completo.

“**UMA CONTINUIDADE E DA LICENCIATURA EM DESIGN DE EQUIPAMENTO.**”

DESIGN E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

TEMÁTICAS



## SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

### OBJECTIVOS:

O curso de Pós-Graduação em Sistemas de Informação Geográfica tem por objectivo, a actualização científica e profissional de quadros técnicos para o exercício da sua profissão, de forma a fomentar uma preparação qualificada na utilização, manipulação, análise e interpretação de Informação Geográfica.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Conhecer formas de aquisição de dados geográficos e sua integração em ambiente SIG;
- Conhecer a arquitectura e funcionalidades de um SIG;
- Criar e utilizar os dados para implementação, manipulação e gestão de um SIG aplicado a uma área temática no âmbito das opções do plano curricular;
- Aplicar os conhecimentos na resolução de problemas relacionados com a sua área profissional;
- Ler, interpretar, manipular e utilizar informação geográfica;
- Analisar e explorar imagens de satélite para extrair informação geoespacial de carácter temático;
- Criar mapas temáticos de uso do solo por classificação multiespectral;
- Construir bases de dados geográficos;
- Implementar, gerir e utilizar um Sistema de Informação Geográfica como ferramenta de apoio à resolução de problemas de diferentes naturezas;
- Realizar análises geográficas e operações de consulta;
- Criar mapas geográficos, nomeadamente layout de mapas temáticos;
- Pensar o SIG de acordo com o problema a tratar.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Graduação:

- Titulares do grau de licenciado;
- Destinatários de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

### PREÇO: 600€

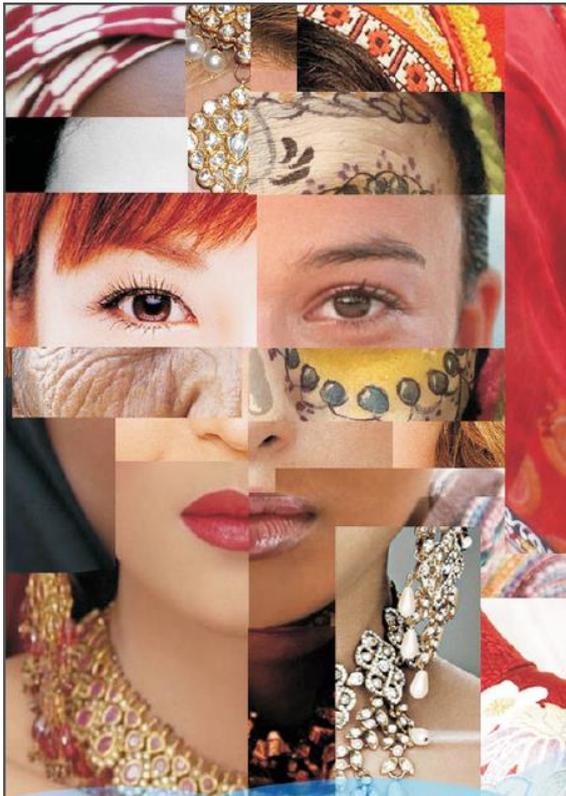
### PLANO DE ESTUDOS:

Unidades Curriculares	Créditos	Preço por UC
Aquisição e Edição de dados geográficos	3	180€
Bases de dados	3	180€
Processamento e Processamento Digital de Imagens	3	180€
Introdução aos Sistemas de Informação Geográfica	3	180€
Análise em Sistemas de Informação Geográfica	3	180€
	Opções (a escolher uma)	
SIG aplicado ao Ambiente	3	180€
SIG aplicado ao Ordenamento do Território	3	180€
SIG aplicado à Gestão de Recursos e Planeamento	3	180€

“**UMA ESPECIALIZAÇÃO PARA PROFISSIONAIS NA ÁREA DA TOPOGRAFIA, GEOGRAFIA E ENGENHARIA.**”

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA

TEMÁTICAS



## MEDIAÇÃO INTERCULTURAL

TEMÁTICAS

### OBJECTIVOS:

Suprir a falta de interlocutores sensibilizados e habilitados para responder adequadamente a todo o tipo de questões para uma integração no país de pessoas provenientes de outras culturas;  
Criar/fortalecer espaços de diálogo participativo;  
Fortalecer um sentimento de pertença dos cidadãos/ãs ao seu território.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Apreensão em de convivência, novas formas de relação, com as pessoas ao reconhecerem como interlocutores, diálogos e as entendem mutuamente;
- Prevenção, mediação e resolução de conflitos;
- Conhecimento de estratégias e canais de comunicação;
- Otimização de recursos;
- Atitudes e comportamentos empreendedores;
- Domínio da legislação pertinente;
- Código de Ética e Deontologia.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Criação;  
Titulares do grau de licenciado;  
Docentes de um currículo escolar científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

### PREÇO: 800€

### PLANO DE ESTUDOS:

Unidade Curricular	Créditos	Preço
Unidades curriculares para a licenciatura	0	0€
Marketing estratégico	2,5	250€
Marketing digital	2,5	250€
Recursos humanos: Clima, Cultura, Inovação e Engajamento	2,5	250€
Inglês para Mediação (Inglês II)	2,5	250€
Marketing avançado	2,5	250€
Marketing Digital, Anúncio em a Rede de Multicultura	2,5	250€
Técnicas de vendas (L2)	2,5	250€
Inglês e Inglês	2,5	250€
Inglês e Inglês (Inglês II)	2,5	250€
Inglês para Mediação (Inglês II)	2,5	250€
Interculturalidade	2,5	250€

“ O RESPEITO PELA DIVERSIDADE CULTURAL CONDUZ A UMA SOCIEDADE MAIS JUSTA. ”

MEDIAÇÃO INTERCULTURAL



## CRIAÇÃO DE EMPRESAS

MODULARS

### OBJECTIVOS:

- Promover a criatividade e a inovação e estimulá-las através de técnicas;
- Incentivar o empreendedorismo e proporcionar ferramentas para a sua implementação;
- Dotar os alunos de competências de análise e implementação de ideias e negócios;

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Compreensão do que é a inovação e o empreendedorismo;
- Capacitar o domínio de técnicas de criatividade e de identificação de inovação e tendências de mercado;
- Capacitar os alunos de métodos de análise do contexto comercial e transaccional dos mercados de modo a traçar estratégias de actuação;
- Melhorar o seu conhecimento dos diferentes mercados e dos consumidores que os compõem;
- Dar a conhecer e a trabalhar com as novas ferramentas de informação e comunicação existentes que interagem directamente com os mercados;
- Dotar os alunos de mecanismos de protecção das suas ideias e negócios;
- Desenvolver capacidades de comunicação e liderança de modo a liderarem, motivarem e defenderem as suas ideias e projectos;
- Estimular a reflectir e a implementar todas as questões pertinentes da construção de um negócio empresarial

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao Diploma de Pós-Criação;  
Titulares do grau de licenciado;  
Docentes de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos.

### PREÇO: 900€

### PLANO DE ESTUDOS:

Unidade Curricular	Créditos	Preço por UC
Business Model	2,5	250€
Marketing Estratégico	2,5	250€
Código de Ética	2,5	250€
Técnicas de Implementação	2,5	250€
Opções (selecione uma)		
Design Thinking	2,5	250€
Áreas de Inovação e Desenvolvimento de Gestão	2,5	250€
Propriedade Intelectual	2,5	250€
Patentes	2,5	250€
Gestão de Inovação	2,5	250€
Copyright Intelectual	2,5	250€
Empreendedorismo (I&D)	2,5	250€
Concursos	2,5	250€
Incubadoras	2,5	250€
Brandz	2,5	250€
Marketing	2,5	250€

“ O QUE TE FALTA SABER PARA PENSARES E CRIARES O TEU FUTURO? A OPORTUNIDADE DE FAZERES A TUA ESPECIALIZAÇÃO NO TEU TEMPO, COMO TU QUISESERES. ”

CRIAÇÃO DE EMPRESAS



## WEBMARKETING

### OBJETIVOS:

Este curso visa a aplicação de técnicas, métodos e sistemas que permitam a aplicação da Filosofia de Marketing às novas tecnologias web. Pretende dar aos seus participantes um conhecimento real e abrangente como tirar partido da utilização da web, nas diferentes perspetivas de marketing e aplicação das suas técnicas, identificando e utilizando diferentes ferramentas de marketing online.

### COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR:

- Aplicação do conceito e técnicas de marketing na web;
- Identificação e utilização das técnicas de webmarketing;
- Criação da web numa perspetiva de marketing;
- Aplicação do conceito e técnicas de marketing na web;
- Identificação e utilização das técnicas de webmarketing;
- Criação da web numa perspetiva de marketing;
- Adaptação de competências de marketing às novas tendências e inovações;
- Desenvolvimento de capacidades nas ferramentas base do marketing para a análise de mercado;
- Capacidade de criação gráfica nos meios de comunicação do webmarketing.

### DESTINATÁRIOS:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos contendo no Diploma de Pós-Graduação em Design e Desenvolvimento de Produto:

- Titulares do grau de licenciado;
- Desenvolvedores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando a capacidade para realização deste ciclo de estudos.

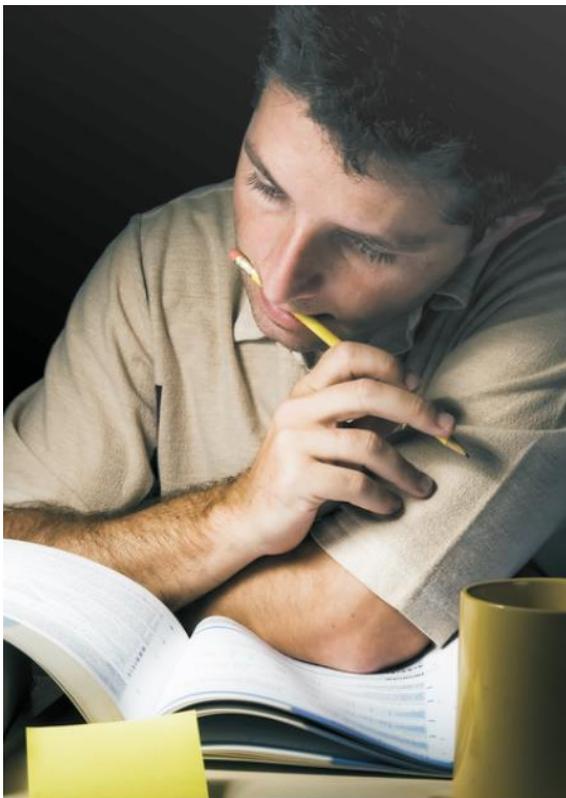
### PREÇO 2006

#### PLANO DE ESTUDOS:

Unidades Curriculares	Créditos	Preço por UC
WebDesign	4	180€
Marketing Estratégico	4	180€
Gestão da Web	4	180€
e-Crescimento	4	180€
Opções (selecção 2006)		
Design Gráfico	4	180€
Análise de Tendências e Comportamento do Consumidor	4	180€
NeuroMarketing	4	180€
Branding	4	180€
Gestão da Inovação	4	180€
Business Model	4	180€
Software Analítico EPS	4	180€
Merchandising	4	180€
Competitive Intelligence	4	180€
Criação de Inovação	4	180€
Proximidade Virtual	4	180€

“  
**A PERSPETIVA WEB PARA UMA GESTÃO DE MARKETING QUE SATISFAZ CONSUMIDORES! CONSTRÓI O CURSO À TUA MEDIDA!**  
 ”

WEBMARKETING



## FORMAÇÃO ESPECIALIZADA

O IFG, através da UDI, oferece ainda formação especializada.

Esta formação é orientada para a satisfação das necessidades específicas de cada empresa / organização, para a consolidação de conhecimentos e desenvolvimento de competências e para a promoção de criação de empresas.

Neste sentido, as propostas de formação podem surgir de identificação de necessidades a colimar no mercado ou a pedido das empresas / organizações. Assim, a formação poderá ser lectuada nas instalações do IFG ou no local que for determinado, deslocando-se os formadores do IFG. Esta formação "à medida" será fundamental para apoiar o desenvolvimento e o aumento de competitividade regional proporcionando maiores competências e aperfeiçoando habilidades profissionais.

Ao mesmo tempo, e utilizando um novo modelo de ensino à distância iremos oferecer alguns módulos de formação on-line em e-learning (MOOC), tal como acontece em diferentes instituições de ensino superior internacionais de modo a poder proporcionar a quem mais precisa os conhecimentos básicos, de como, por exemplo, montar o seu negócio.

FORMAÇÃO FEITA À MEDIDA

## CANDIDATURAS

O processo de candidatura deve ser instruído com os seguintes documentos:

- a. Requerimento de candidatura;
- b. Certificado de habilitações contendo as classificações das unidades curriculares e certificado de conclusão final do curso;
- c. Certidão comprovativa da atribuição de uma equivalência ou reconhecimento de habilitações, em caso de habilitações estrangeiras, sendo obrigatória a apresentação do original do documento comprovativo das habilitações literárias ou fotocópia autenticada do mesmo;
- d. Fotocópia de documento comprovativo da identidade (bilhete de identidade ou passaporte);
- e. Fotocópia do cartão de contribuinte;
- f. Um exemplar do curriculum vitae, fundamentado e detalhado;
- g. Pagamento da taxa de candidatura (a devolver se o curso ou o módulo não funcionar);
- h. Outros elementos comprovativos que os candidatos entendam relevantes para a apreciação da sua candidatura.

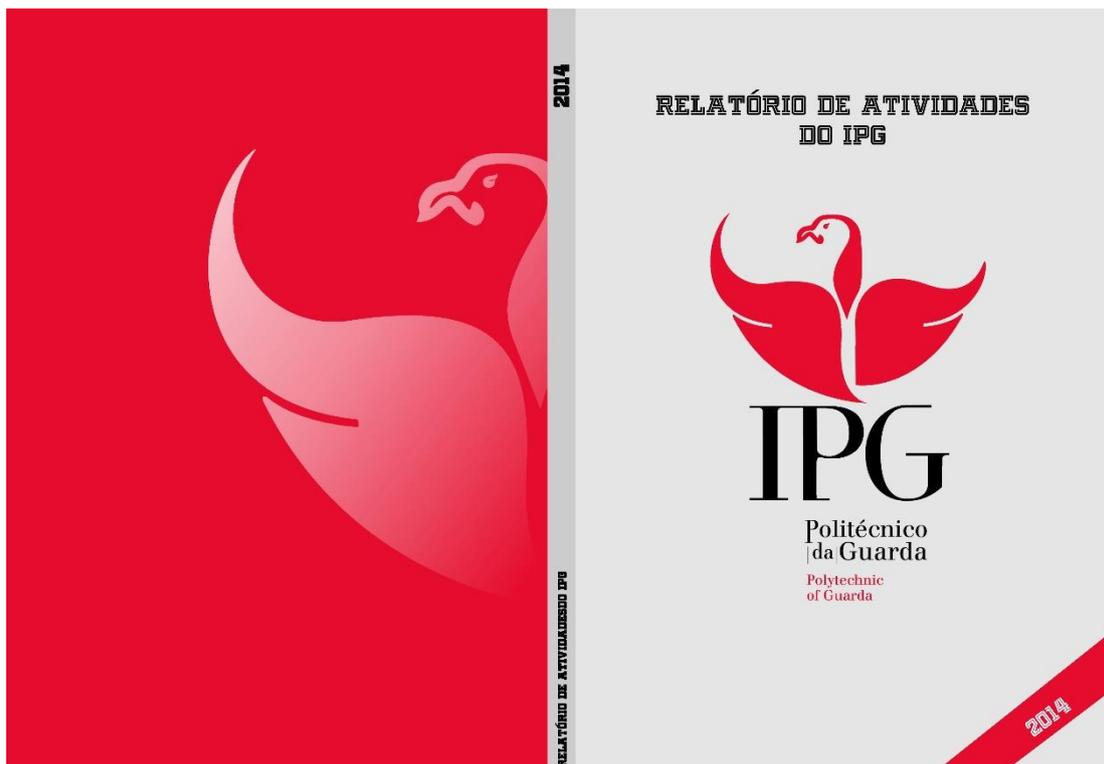
**TAXA DE CANDIDATURA: 50€**

*Os cursos/útilidades só funcionam com um ou mais módulos de matrícula.*



## **Anexo VII**

**(Capas para o Relatório e Plano de IPG)**



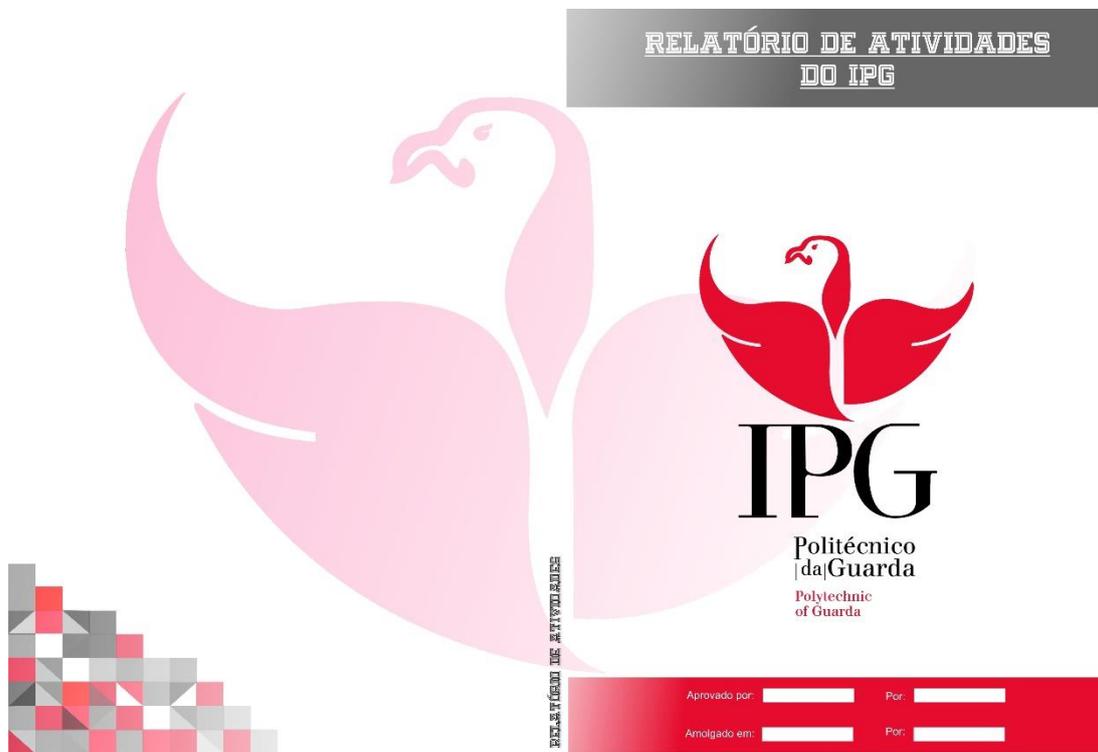
Capa escolhida para o Relatório e Plano de atividades do IPG



Proposta 1



**Proposta 2**



**Proposta 3**

## **Anexo VIII**

**(Capas p2b)**



Capa escolhida para o *Polytechnic 2 Business*



Proposta 1

## **Anexo IX**

**(Folhetos Poliemprende)**

12ª Edição  
**Poliempreende**  
Projetos de Vocação Empresarial



# PARTICIPA!

[www.ipg.pt/poliempreende](http://www.ipg.pt/poliempreende)

**APOIOS:**



**Cartaz A0 e A3**



**São objetivos do Poliempreende:**

- A mudança de atitudes;
- Desenvolvimento e a aplicação de métodos para a valorização do conhecimento;
- Enriquecimento curricular com o empreendedorismo;
- A constituição de novas empresas de cariz inovador e implantação regional, com potencial de crescimento;
- A promoção da inovação e registo de patentes;
- Contribuir para o fomento do empreendedorismo nas regiões de influência dos IP.

**O concurso destina-se a:**

- Estudantes de escolas dos IP, com inscrição em vigor;
- Diplomados de qualquer grau, por escolas dos IP;
- Docentes dos IP ou outros indivíduos, desde que integrando equipas constituídas por estudantes e/ou diplomados.

Prémios Nacionais são no valor de 10000 (dez mil), 5000 (cinco mil) e 3000 (três mil) euros

Prémios Regionais são no valor de 2000 (dois mil), 1500 (mil e quinhentos) e 1000 (mil) euros

**Deve ser consultado o Regulamento do Concurso em [www.ipg.pt/poliempreende](http://www.ipg.pt/poliempreende)**

Coordenação do Concurso - UDI  
E-mail: [udigeral@ipg.pt](mailto:udigeral@ipg.pt)

Tutores Poliempreende:

ESECD - Ana Ventura - [anaventura@ipg.pt](mailto:anaventura@ipg.pt)

ESS – Paulo Tavares – [paulotavares@ipg.pt](mailto:paulotavares@ipg.pt)

ESTH – António Melo – [subdirector.esth@ipg.pt](mailto:subdirector.esth@ipg.pt)

ESTG - José Quitério - [jfig@ipg.pt](mailto:jfig@ipg.pt)

**APOIOS:**



**Folheto A5**



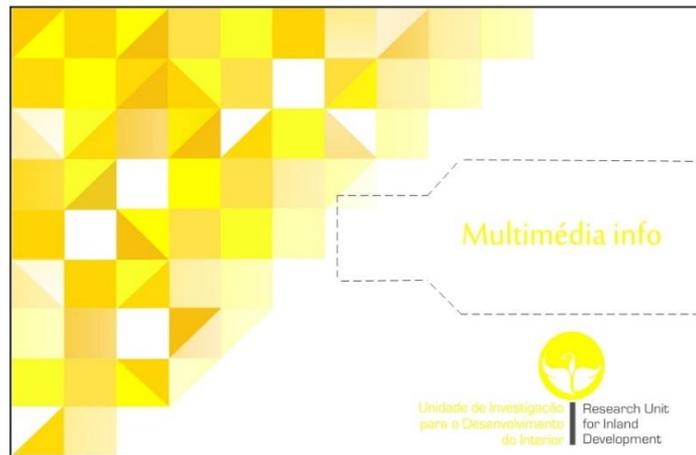
**Imagem de capa do facebook**



**Imagem de perfil do *facebook***

## **Anexo X**

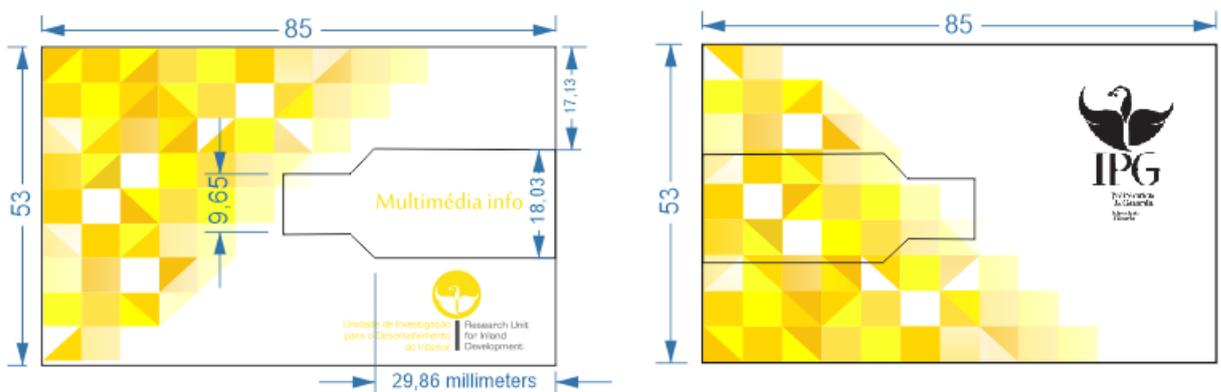
**(Pen drive)**



**Pen UDI (Frente)**



**Pen UDI (Verso)**



**Pen drive e respetivas medidas**