

IADE

ESCOLA SUPERIOR DE DESIGN

ESCOLA SUPERIOR DE MARKETING E PUBLICIDADE

RELATÓRIO DE CONCRETIZAÇÃO DO PROCESSO DE BOLONHA

De acordo com o estipulado pelo artigo 66.º - A do Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de Junho
2008-2009

Preâmbulo

O Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de Junho, determina a elaboração por cada instituição de ensino superior, de um relatório anual, público, acerca do progresso na concretização do Processo de Bolonha.

Este relatório deverá assim integrar o contributo dos estudantes e docentes, através de formas de participação e auscultação a promover pelos Conselhos Pedagógico e Científico, e adoptar indicadores objectivos que evidenciem o progresso das mudanças realizadas na instituição e em cada curso.

Deve igualmente incluir informação sobre os quadros de qualificação adoptados na organização dos cursos, as metodologias e indicadores adoptados para a aferição, por unidade curricular, da relação entre os créditos fixados e as competências a alcançar, e os métodos de trabalho adoptados para a integração da aprendizagem e a avaliação de conhecimentos.

O relatório deverá ser elaborado para os anos lectivos de 2006-07 a 2010-11, inclusive, e publicado no sítio da Internet da Instituição até 31 de Dezembro seguinte ao término do ano lectivo a que se reporta.

Assim, e depois de ter sido publicado em 31 de Dezembro de 2008, no sítio do IADE, o relatório acerca do progresso na concretização do Processo de Bolonha para os anos lectivos de 2006-07 a 2007-08, das Escolas Universitárias do IADE – Escola Superior de Design e Escola Superior de Marketing e Publicidade, o presente relatório dá conta dos ciclos de estudos em curso e respectivos procedimentos, mudanças operadas e metodologias adoptadas, bem como o estímulo à inserção na vida activa levados a cabo no ano lectivo de 2008-09.

O relatório termina com a apresentação de algumas considerações finais em torno das exigências colocadas às instituições pelo Processo de Bolonha e às condicionantes internas e externas que afectaram a sua prossecução.

Organização curricular

O IADE – Instituto de Artes Visuais, Design e Marketing é a entidade instituidora de duas escolas universitárias não integradas, reconhecidas pela Portaria n.º 672/90, de 14 de Agosto, ao abrigo do disposto no Estatuto do Ensino Superior Particular e Cooperativo (Decreto-Lei n.º 271/89, de 19 de Agosto):

G
h
ju

- ESD – Escola Superior de Design;
- ESMP - Escola Superior de Marketing e Publicidade.

Ambas as Escolas passaram a dispor de autonomia científica e pedagógica com órgãos autónomos: conselho de direcção, conselho científico, conselho pedagógico e conselho de coordenação, cujas competências e funções estão descritas nos Estatutos das respectivas Escolas, publicados no Diário da República n.º 119, 2.ª Série, avisos n.º 9231/99 e n.º 9232/99, de 22 de Maio.

Como consequência da existência no IADE de duas escolas universitárias, com total autonomia dos seus órgãos científico e pedagógico, naturalmente coexistiram até ao ano lectivo em referência diferentes modelos de organização.

No início do ano lectivo de 2007-2008, é dado o primeiro passo para a fusão das duas escolas universitárias do IADE num só estabelecimento de ensino superior. Assim, ao abrigo do novo Regime Jurídico das Instituições de Ensino Superior, o IADE solicitou no mês de Junho de 2008 junto do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, a aprovação dos estatutos do que poderá vir a ser o futuro **IADE-U, Instituto de Arte, Design e Empresa – Universitário**, que reclama para si a herança cultural e académica do IADE e das suas escolas universitárias - Escola Superior de Design e a Escola Superior de Marketing e Publicidade, fomentando assim o início de um novo ciclo para o IADE, enquanto instituto universitário.

Como reflexo de medidas organizacionais internas visando a constituição do futuro IADE-U, os órgãos colegiais de ambas as escolas passaram a reunir-se em conjunto promovendo a coexistência de um único modelo organizacional, como modelo de transição para o futuro instituto universitário.

Como consequência deste facto – e com a entrada em vigor do Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de Junho, foi fomentada e concretizada para toda a oferta formativa, 1.º e 2.º ciclos de ambas as escolas universitárias, uma estrutura organizacional coerente e padronizada, quer em número de horas totais e de contacto, quer em número de ECTS, quer ainda no número de unidades curriculares optativas que cada estudante tem ao seu dispor para concretizar a sua formação com 180 ou 120 ECTS, conforme seja estudante de 1.º ou 2.º ciclo.

Entretanto, foram aprovados três novos cursos de 2.º ciclo, dois da Escola Superior de Design: o Mestrado em Design de Produção; o Mestrado em Ensino das Artes Visuais no 3.º Ciclo do Ensino Básico e no Ensino Secundário (Dom. 15), este último organizado nos termos do Decreto-Lei n.º 43/2007, de 22 de Fevereiro e um da Escola Superior de Marketing e Publicidade: o Mestrado em Marketing.

Ciclos de estudos em funcionamento na Escola Superior de Design no ano lectivo de 2008-09:

1.º Ciclo	
Designação	Créditos/Duração
LICENCIATURA EM DESIGN	180 ECTS/ 3 anos
LICENCIATURA EM FOTOGRAFIA E CULTURA VISUAL	180 ECTS/ 3 anos
2.º Ciclo	
Designação	Créditos/Duração
MESTRADO EM DESIGN E CULTURA VISUAL	120 ECTS/ 2 anos
MESTRADO EM DESIGN DE PRODUÇÃO	120 ECTS/ 2 anos

9
 1
 Jan

Ciclos de estudos em funcionamento na Escola Superior de Marketing e Publicidade no ano lectivo de 2008-09:

1.º Ciclo	
Designação	Créditos/Duração
LICENCIATURA EM MARKETING E PUBLICIDADE	180 ECTS/ 3 anos
2.º Ciclo	
Designação	Créditos/Duração
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E IMAGEM	120 ECTS/ 2 anos
MESTRADO EM PUBLICIDADE	120 ECTS/ 2 anos
MESTRADO EM MARKETING DE SERVIÇOS	120 ECTS/ 2 anos

Handwritten notes in blue ink: a checkmark and the initials "JA".

Assim, e ainda no que diz respeito à oferta formativa ao nível do 2.º ciclo da Escola Superior de Design, e face à solicitação de alteração do plano de estudos do Mestrado em Design e Cultura Visual, que passou por separar a vertente do fenómeno visual consubstanciado nos ramos de especialização em Design de Produção Visual e na Teoria da Cultura Visual, da vertente do design de produção consubstanciada nos ramos do Design de Produção Industrial e no Design de Produção de Ambientes, no início do ano lectivo em referência passaram a coexistir dois planos de estudos em funcionamento.

Todos os estudantes que se encontravam inscritos nas opções de especialização que o anterior plano de estudos do Mestrado em Design e Cultura Visual oferecia (Design de Produção Visual; Design de Produção Industrial; Design de Produção de Ambientes; Teoria da Cultura Visual), continuaram os seus estudos nesses mesmos planos de estudos, até as opções de especialização em causa se extinguirem no ano lectivo de 2009-2010.

Os estudantes que entretanto tenham transitado, pela primeira vez, de um curso de licenciatura de três anos já adequado de acordo com as alterações resultantes da concretização do Processo de Bolonha, e que tenham optado pela vertente do fenómeno visual, puderam assim inscrever-se no ano lectivo de 2008-2009 numa de três opções de especialização, a saber: Design Visual; Estudos de Cultura Visual; Estudos de Fotografia. O modelo de organização do 1.º semestre é comum às três áreas de especialização.

Quanto aos estudantes que decidiram pela via do design de produção, puderam optar por uma de duas opções de especialização - Design de Produção Industrial ou Design de Produção de Ambientes do Mestrado em Design de Produção, que assim reclama para si os dois ramos de especialização com estas designações que o Mestrado em Design e Cultura Visual anteriormente disponibilizava. A exemplo do novo modelo de organização do novo plano de estudos do Mestrado em Design e Cultura Visual, o 1.º semestre também é comum às duas áreas de especialização.

Quanto à Escola Superior de Marketing e Publicidade, entra em funcionamento no 1.º ano do curso de Licenciatura em Marketing e Publicidade um novo plano de estudos, resultado da harmonização entretanto levada a efeito em ambas as escolas, no sentido de todos os cursos de 1.º ciclo passarem a estar organizados em regime de “banda larga”, ou seja, sem qualquer ramo ou opção de especialização, que passam a ser possíveis apenas ao nível de um curso de 2.º ciclo.

Todos os estudantes que entretanto passaram para o 2.º ano do curso de Licenciatura em Marketing e Publicidade mantiveram-se no anterior plano de estudos, dispondo de duas opções de especialização: uma em Gestão de Marketing e uma segunda em Publicidade e

Comunicação Empresarial, prevendo-se que estas opções estejam totalmente extintas no ano lectivo de 2010-11.

Organização lectiva

O modelo de organização lectiva manteve-se relativamente ao ano anterior em ambas as escolas universitárias do IADE, a Escola Superior de Design e a Escola Superior de Marketing e Publicidade e integra-se numa progressiva aquisição de competências que, na sequência do anterior modelo, se fixam por anos e em binómios:

1.º Ciclo

- 1º Análise/Representação;
- 2º Síntese/Metodologia;
- 3º Experimentação/Projecto.

2.º Ciclo

- 4º Problematização/Contextualização;
- 5º Concretização/Inovação.

Para prossecução e obtenção das competências específicas para cada uma das áreas de formação, as escolas estão organizadas em áreas científicas a saber:

Escola Superior de Design:

Projecto; Teoria do Projecto, da Produção e da Comunicação; História; Tecnologias; Representação e Comunicação.

Escola Superior de Marketing e Publicidade:

Comunicação; Marketing e Gestão; Ciências Sociais e Humanas.

Com a previsível fusão de ambas as Escolas no que poderá vir a ser o IADE-U, foi adoptada, nos respectivos órgãos científicos, a reformulação das áreas científicas, que passaram a estar organizadas por agrupamentos e áreas científicas e grupos de unidades curriculares, de modo a contemplarem no seu todo as diferentes valências que existem em cada uma das escolas, e que em algumas situações são até semelhantes.

O quadro seguinte apresenta essa reformulação, contemplando ainda uma primeira proposta do que será o quadro de docentes do futuro IADE-U.

ÁREAS CIENTÍFICAS

AGRUPAMENTO DE ÁREAS CIENTÍFICAS DE PROJECTO (Prof. Catedrático)	ÁREA CIENTÍFICA DE PROJECTO DE BASIC DESIGN (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE DESIGN TRIDIMENSIONAL (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE DESIGN BIDIMENSIONAL (Prof. Associado/ Auxiliar)
	ÁREA CIENTÍFICA DE PROJECTO DE DESIGN (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE DESIGN VISUAL (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE DESIGN PRODUTO (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE DESIGN AMBIENTES (Prof. Associado/ Auxiliar)
	ÁREA CIENTÍFICA DE PROJECTO DE ARTES VISUAIS (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE PROJECTO DE FOTOGRAFIA (Prof. Associado/ Auxiliar)
	GUC DE PROJECTO DE CULTURA VISUAL (Prof. Associado/ Auxiliar)	
	GUC DE PROJECTOS EDUCATIVOS (Prof. Associado/ Auxiliar)	

AGRUPAMENTO DE ÁREAS CIENTÍFICAS DE HISTÓRIA, TEORIA E CRÍTICA (Prof. Catedrático)	ÁREA CIENTÍFICA DE TEORIA E CRÍTICA (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE MENTE E CONHECIMENTO (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE CULTURA E PENSAMENTO (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE PENSAMENTO E PRODUÇÃO (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE EDUCAÇÃO ARTÍSTICA (Prof. Associado/ Auxiliar)
	ÁREA CIENTÍFICA DE HISTÓRIA (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE HISTÓRIA DO DESIGN (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE HISTÓRIA SOCIAL E DA CULTURA (Prof. Associado/ Auxiliar)
GUC DE HISTÓRIA DAS ARTES VISUAIS (Prof. Associado/ Auxiliar)		
AGRUPAMENTO DE ÁREAS CIENTÍFICAS DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DO MERCADO E DA EMPRESA (Prof. Catedrático)	ÁREA CIENTÍFICA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE COMUNICAÇÃO (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE PUBLICIDADE (Prof. Associado/ Auxiliar)
	ÁREA CIENTÍFICA DE CIÊNCIAS DO MERCADO E DA EMPRESA (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE MARKETING (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE EMPRESA (Prof. Associado/ Auxiliar)
	ÁREA CIENTÍFICA DE Gestão (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE Gestão DE MARKETING E EMPRESA (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE Gestão DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE (Prof. Associado/ Auxiliar)
AGRUPAMENTO DE ÁREAS CIENTÍFICAS DE REPRESENTAÇÃO E COMUNICAÇÃO (Prof. Catedrático)	ÁREA CIENTÍFICA DE REPRESENTAÇÃO GRÁFICA (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE DESENHO (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE TÉCNICAS DE REPRESENTAÇÃO (Prof. Associado/ Auxiliar)
	ÁREA CIENTÍFICA DE COMUNICAÇÃO VISUAL (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE COMUNICAÇÃO VISUAL (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE TÉCNICAS DA COMUNICAÇÃO VISUAL (Prof. Associado/ Auxiliar)
	ÁREA CIENTÍFICA DE REPRESENTAÇÃO FOTOGRÁFICA (Prof. Catedrático/ Associado)	GUC DE FOTOGRAFIA E REPRESENTAÇÃO (Prof. Associado/ Auxiliar)
		GUC DE TECNOLOGIAS DA REPRESENTAÇÃO FOTOGRÁFICA (Prof. Associado/ Auxiliar)

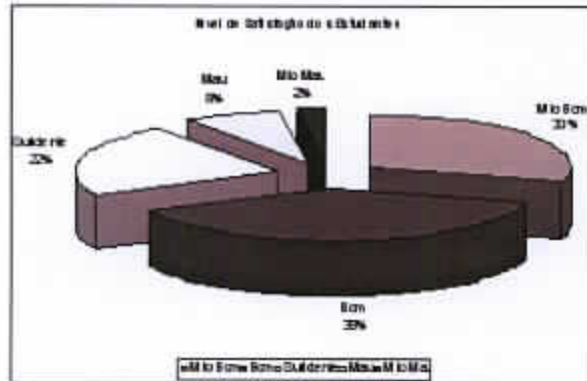
No que diz respeito ao método pedagógico utilizado no âmbito da organização lectiva manteve-se a ênfase numa didáctica activa, em que a aprendizagem e aquisição de competências específicas decorram em ambiente de ateliers; seminários; trabalhos de campo, apresentação de trabalhos pessoais e auto aprendizagem.

Foi estimulado junto do corpo docente um modelo de ensino/aprendizagem mais participado, mais atractivo para os estudantes e mais centrado na aquisição de competências. Estas exigências pedagógicas conduziram necessariamente a um maior acompanhamento dos estudantes por parte dos docentes. No entanto, nem sempre foi fácil ultrapassar as formas de ensino mais passivas assentes no modelo anterior, a transmissão de conhecimentos.

No âmbito da política de qualidade que se pretendeu implementar, realizaram-se um conjunto de inquéritos de auto-avaliação no nível do ensino ministrado visando o desempenho docente e os serviços disponibilizados, bem como inquéritos aos diplomados e entidades empregadoras, com vista à obtenção de resultados que permitam melhorar a qualidade do ensino e os serviços prestados pelo IADE, reforçando assim o respectivo conceito de relevância social.

Na sequência da auscultação feita no âmbito do ensino ministrado junto do universo de estudantes inseridos no âmbito do modelo de ensino/aprendizagem, relativamente aos

efeitos produzidos ao nível de reforço/aquisição de competências, no ano em referência, verificamos, no que concerne a uma avaliação geral ao nível da satisfação por parte do estudante, que no cruzamento de três premissas seleccionadas, se pode constatar uma avaliação extremamente positiva: 30% Muito Bom e de 38% de Bom, conforme pode ser aferido no gráfico seguinte:



O IADE teve ainda oportunidade de colaborar no processo especial de avaliação do ensino artístico e cultural realizado por uma comissão independente da OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico.

Finalmente, o IADE iniciou, no ano lectivo em referência, um Programa de Avaliação Institucional realizado no âmbito do 3.º Concurso promovido e co-financiado pela Direcção Geral do Ensino Superior e conduzido pela EUA - *European University Association*. Esta avaliação, que envolve neste período a Escola Superior de Design, tem uma orientação formativa, isto é, destina-se a contribuir para o desenvolvimento e o fortalecimento do IADE, no contexto das melhores práticas internacionais, e tem contemplado as escolas de ensino superior de referência.

Destaque ainda para a actividade realizada pelos docentes e investigadores afectos à UNIDCOM/IADE – Unidade de Investigação em Design e Comunicação, unidade de I&D, que se encontra desde 2003 ao abrigo do Programa de Financiamento Plurianual da FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia. De acordo com a avaliação efectuada por um painel independente de avaliadores internacionais que reporta ao período de actividades realizadas entre 2003 e 2006, foi dado a conhecer no ano lectivo de 2008-2009 o resultado global, que obteve uma avaliação de "VERY GOOD". Naturalmente, esta classificação tem um significado muito especial e importante para o ensino que tem vindo a ser ministrado no IADE nos últimos anos.

Pode-se assim deduzir, a exemplo do que foi já manifestado no relatório anterior, que a harmonização de processos e de modelos de organização lectiva, se deve ao esforço que as escolas impuseram a si próprias de modo a melhor se adequarem aos princípios emanados do Processo de Bolonha, e é, sem dúvida alguma, uma sua consequência.

Estímulo à inserção na vida activa

No ano lectivo de 2008-09 constituiu-se uma Agência Escola, com o objectivo de fomentar um maior envolvimento com a sociedade civil tendo em vista a realização de trabalhos de projecto e consultadoria, de modo a garantir ao maior número de estudantes o custo do ensino coberto por Bolsas de Estudo.

Esta Agência Escola é um *studio lab* de comunicação que produz um cenário real de projecto em contexto de agência, e que pretende:

- Desenvolver uma nova dimensão da marca IADE;
- Promover a formação "*training junior*" do mercado de trabalho em contexto de escola;
- Oferecer projectos que associem a investigação à prática do design, fotografia, cultura visual, marketing e publicidade;
- Aproximar o ensino superior do mercado de trabalho;
- Promover e divulgar eventos nacionais e internacionais nestas áreas;

A Agência Escola presta ainda serviços nas áreas: Identidade - *sign.identity*; Comunicação Interna e Externa - *sign.communication*; Eventos Internos e Externos - *sign.events*; Produção - *sign.production*. Tem como apoio os laboratórios do IADE: Laboratório de Fotografia; Laboratório de Audiovisuais; Laboratório de Modelos e Protótipos e a UNIDCOM - Unidade de Investigação em Design e Comunicação.

No âmbito dos objectivos fundamentais da estratégia do IADE tem sido uma constante o estabelecimento de protocolos e a prestação de serviços a entidades externas, no âmbito das competências existentes em ambas as escolas universitárias do IADE, designadamente em projectos de design, concursos e formação de activos, entre outros.

No âmbito dos cursos de mestrado foram estabelecidos 11 protocolos para estágios curriculares: Femme Comunicação; Marchi Architectes – Atelier de Arquitectura; Kidzânia Portugal, S.A. (5 protocolos); Câmara Municipal de Cascais; Visound Acústica, Lda.; Inarqgest Arquitectos, Lda.; Anthia Diving Center Unipessoal, Lda.; IGESPAR.I.P – Instituto do Património Arquitectónico e Arqueológico, I.P.; Schema – Maquetes e Design, Lda.; Clube Texas, Lda. – SUSDESIGN (3 protocolos).

No âmbito das Academias foram celebrados 17 protocolos de colaboração e cooperação para os cursos de especialização tecnológica: Atelier de Imagem; Casa da Luz Estúdios Homem Cardoso; Estúdio Um Ponto Quatro; Medipress; PMSF; Alldreams; Bug by Com; Fotosoft; Fox; Entusiasmo Media; L. Walter Thompson; Mediapress; Modus Design; New Impact; Spirituc; Tiffany e Wanderman.

No âmbito da Agência Escola foram ainda celebrados 29 protocolos de cooperação e colaboração: AKI, Bricolage, Decoração e Jardim; O Boticário; Nestlé; Grupo Auchan; Comité Olímpico de Portugal; 2º Jogos da Lusofonia, Lisboa 2009; Dolce Vita Tejo – Kidzania; Market Intelligence; Novabase; Páginas Amarelas; Utopia Filmes; Optimus; Furta; MMS – Movimento Mérito e Sociedade; Teatro "A Barraca"; Expedita; Ermida Nossa Senhora de Belém; Sabor do Ano; CBRE – CB Richard Ellis; Tabaqueira; Sporting Clube de Portugal; SPEM – Sociedade Portuguesa de Esclerose Múltipla; ANIDR – Associação Nacional de Tuberculose e Doenças Respiratórias; OFFF - *International Festival for the Post Digital Creation Culture*; EGEAC - Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural; Câmara Municipal de Lisboa; CHTV – Centro Hospitalar de Torres Vedras; Arqui 300 – Imagem & Filme 3D; SIDUL - Tate & Lyle.

Internacionalização e Mobilidade

A internacionalização tem sido um dos principais objectivos do IADE que se materializa num elevado número de acordos bilaterais com mais de 50 instituições na Europa e no Brasil.

A diversidade de programas foi assinalável. Desde o Programa Sócrates/Erasmus, acordos bilaterais com a Suíça, Turquia e Brasil, o Programa Alban – estudantes de pós-graduação da América Latina, e ainda uma parceria estabelecida com a Associação Kelem para o Desenvolvimento de Cabo Verde.

As tabelas seguintes mostram para os anos 2006-07 a 2008-09 o número de estudantes e docentes envolvidos.

ESTUDANTES OUTGOING:	Para a EUROPA	Para o BRASIL	TOTAL
2006-2007	38	14	52
2007-2008	36	19	55
2008-2009	26	27	53

ESTUDANTES INCOMING:	Da EUROPA	Do BRASIL	TOTAL
2006-2007	28	11	39
2007-2008	42	41	83
2008-2009	35	32	67

PROFESSORES ESTRANGEIROS INCOMING:	Da EUROPA	Do Brasil/ México	TOTAL
2006-2007	13	0	13
2007-2008	10	1	11
2008-2009	4	2	6

PROFESSORES DO IADE OUTGOING:	Para a EUROPA	Para o Brasil/ México	TOTAL
2006-2007	2	0	2
2007-2008	2	0	2
2008-2009	1	0	1

No âmbito do gabinete de Relações Internacionais destacamos ainda duas actividades de relevo: a realização da segunda edição da Semana Internacional do IADE e a organização em Lisboa do IP 2009 – *Intensive Programme (IP)* - com instituições parceiras da Áustria, Bélgica, Holanda, Polónia e Finlândia.

O objectivo do IP é a formação dos jovens estudantes para o empreendedorismo e inovação. No triénio de 2006 a 2009, focalizámos este ensino intensivo no empreendedorismo com causa (*business with a cause*), ou seja, queremos que os estudantes possam durante quinze dias trabalharem em equipas (um elemento de cada país) na realização de um plano de negócios com este espírito de causa – aliás adaptamos a palavra "Susteinotneurship" para alargar a visão de empreendedorismo social para uma visão clara de sustentabilidade (People, Planet and Prosperity).

Foram criadas cinco temáticas para enquadramento dos planos de negócios a realizar pelos estudantes:

- Comunicação; Turismo; Alimentação; Saúde; Sociedade.

Os estudantes recebem formação teórica e prática dos docentes convidados e como forma de aprofundar os seus conhecimentos e aproximar este trabalho ao mundo real é realizado um encontro/debate entre os 60 estudantes com um painel de empreendedores/empresas para partilharem experiências e modelos.

Finalmente, destacar o Projecto ToKforCEIFIADe que foi patrocinado pelo Programa Europeu para a Mobilidade da Investigação (Marie-Curie) em parceria com a CEIFA-

Ambiente - “Criar capacidades para a gestão da transformação em Portugal”, que possibilitou ao IADE o usufruto de um investigador a trabalhar na sua Unidade de I&D – UNIDCOM (Unidade de Investigação em Design e Comunicação).

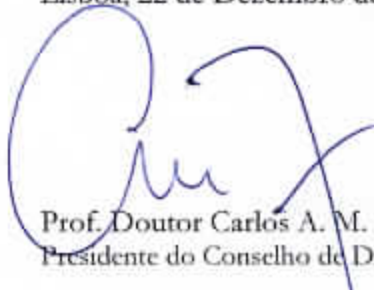
Considerações Finais

Desde 1999 que o IADE viu uma extraordinária oportunidade na Declaração de Bolonha.

Essa oportunidade tem sido objecto de uma resposta positiva institucional na sua generalidade. A natureza diferenciada dos ciclos de estudos e a mudança de uma pedagogia virada para a aquisição de conhecimentos para uma pedagogia virada para o desenvolvimento de competências está continuamente a ser aplicada. No fim deste ano lectivo concluiu-se que, articulada com a estrutura de áreas científicas, deveria ser reforçada uma estrutura de coordenação de curso de forma a monitorizar a implementação na prática dos aspectos pedagógicos atrás referidos. Assim caberá aos coordenadores de Curso essa monitorização, articulando o ensino com a fixação das competências.

No próximo ano lectivo, com a entrada em vigor da Agência de Creditação e com a acreditação dos cursos em actividade, haverá uma oportunidade para fazer um balanço mais efectivo desta implementação.

Lisboa, 22 de Dezembro de 2009



Prof. Doutor Carlos A. M. Duarte
Presidente do Conselho de Direcção



Prof. Doutor José Ferro Camacho
Presidente do Conselho Pedagógico



Prof. Doutor Eduardo Côrte-Real
Presidente do Conselho Científico