

II.3.2

Competências transversais: desenvolver competitividade, promover empregabilidadeMaria Helena Gonçalves Martins, *ESTSP-IPP*Artemisa Rocha Dores, *ESS-P.Porto*Mónica Vieira, *Escola Superior de Saúde - P.Porto*Cristina Prudêncio, *Escola Superior de Saúde do Porto*

A Escola Superior de Saúde do Politécnico do Porto (ESS) é a primeira instituição de Ensino Superior a oferecer a inovadora Licenciatura em Biotecnologia Medicinal, que forma este ano a sua primeira turma de licenciados. O curso apresenta-se como uma formação de banda larga com potencial de ação em diversas áreas científicas e tecnológicas, sendo o seu perfil de formação altamente adaptável. A Unidade Curricular (UC) de Competências Transversais insere-se no primeiro semestre do último ano deste ciclo de estudos e visa apoiar os estudantes no desenvolvimento de competências transversais (soft skills) que potenciem a sua transição para e inserção no mercado de trabalho. Competências como a comunicação pessoal, o trabalho em equipa, o pensamento estratégico, a organização e a liderança são trabalhadas ao longo do semestre. Esta UC visa ainda o desenvolvimento de competências de empregabilidade, nomeadamente através da criação de uma estratégia de comunicação pessoal, do nível concetual (ex., análise SWOT pessoal) ao nível mais operacional (ex., ferramentas de comunicação adequadas para si, como o curriculum vitae). No ano letivo 2017/18, para o desenvolvimento das referidas competências de modo integrado e aplicado, apresentou-se à turma, constituída por 17 estudantes, uma tarefa de conceção e organização de um evento, sendo da sua total responsabilidade todo o processo, sob orientação científica e organizacional. O mesmo envolveu decidir a temática e o programa científico (áreas nucleares), o formato/tipologia, oradores a convidar e a organização logística. A tomada de decisões implicou múltiplas reuniões de grupo, num processo de autonomização, reflexão e pensamento crítico. As competências de empregabilidade foram promovidas através desta atividade pedagógica e de outras que serão igualmente descritas, através de um programa com etapas e resultados concretos, calendarizados ao longo do semestre. Deste modo, pretendeu-se criar a base de um plano de marketing pessoal, construído de modo progressivo. As atividades práticas, desenvolvidas dentro e fora do contexto sala de aula, foram apoiadas por sessões teóricas, onde temas-chave foram abordados. Este trabalho apresenta detalhadamente os fundamentos e programa da UC, incluindo a metodologia e a avaliação. Com base na experiência atual, efetua-se uma reflexão acerca dos princípios que nortearam o desenvolvimento do atual programa, os seus pontos fortes e estratégias de otimização com vista à sua replicação e melhoria contínua.