Politécnico de Viseu
Tecnologia e Gestão Viseu

ÁREA NUCLEAR ENSINO E APRENDIZAGEM
RELATÓRIO DE CURSO

Licenciatura em Marketing

Ano letivo 2020-21
22/02/2022

Politécnico de Viseu
Tecnologia e Gestão Viseu

ÁREA NUCLEAR ENSINO E APRENDIZAGEM
RELATÓRIO DE CURSO

Licenciatura em Marketing

Identificação 3
Estrutura Curricular 3
Plano de Estudos 3
Ligações Externas no Apoio à Docência 5
Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço 7
Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes 7
Informações adicionais 7
Corpo Docente 7
Índice de envelhecimento do corpo docente 9
Estudantes 10
Informação Adicional Sobre os Estudantes 10
Procura 11
Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura 11
Sucesso Académico 12
Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso 13
Abandono Escolar 14
Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono 15
Internacionalização dos Estudantes 15
Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização 16
Empregabilidade 16
Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso 19
Satisfação 19
Apreciação Global dos Resultados da Satisfação 20
Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares 20
Análise Crítica do Funcionamento do Curso 21
Melhorias Identificadas em anos anteriores 22
Melhorias Propostas 23
Observações 23

ÁREA NUCLEAR ENSINO E APRENDIZAGEM
RELATÓRIO DE CURSO

Licenciatura em Marketing

Identificação

diretor de curso:	[3335] Bruno Emanuel Morgado Ferreira
regime de funcionamento:	-
grau/diploma:	Licenciado
departamento:	Departamento de Gestão
unidade orgânica:	[3182] Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

Estrutura Curricular

ÁREA CIENTÍFICA/ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO	ECTS	
Tronco Comum	**Obrigatórios**	**Opcionais**
Direito	4	0
Gestão	53	4
Língua Estrangeira	8	0
Marketing	67	17
Matemática	11	0
Opção Livre	0	4
Tecnologias de Informação	12	0
Total	180	

Plano de Estudos

NOME DA UNIDADE CURRICULAR:	ANO / SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	HORAS DE TRABALHO	HORAS DE CONTACTO	ECTS	OBSERVAÇÕES
Economia e Sociedade	1º Ano / 1º Semestre	Gestão	Semestral	0132:30	0058:30	5	
Inglês de Negócios I	1º Ano / 1º Semestre	Línguas Estrangeiras	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Introdução à Empresa	1º Ano / 1º Semestre	Gestão	Semestral	0132:30	0058:30	5	
Introdução ao Marketing	1º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Matemática Aplicada ao Marketing	1º Ano / 1º Semestre	Matemática	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Sistemas de Informação para Gestão	1º Ano / 1º Semestre	Gestão	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Comportamento do Consumidor	1º Ano / 2º Semestre	Marketing	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Direito Aplicado ao Marketing	1º Ano / 2º Semestre	Direito	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Estatística Aplicada ao Marketing	1º Ano / 2º Semestre	Matemática	Semestral	0132:30	0058:30	5	

Força de Vendas e Negociação Comercial	1º Ano / 2º Semestre	Marketing	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Inglês de Negócios II	1º Ano / 2º Semestre	Línguas Estrangeiras	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Noções Básicas de Contabilidade	1º Ano / 2º Semestre	Gestão	Semestral	0132:30	0058:30	5	
Advances in Marketing	2º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Comunicação	2º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0132:30	0058:30	5	
Criatividade e Inovação	2º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Desenho e Modelação	2º Ano / 1º Semestre	Gestão	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Marketing de Serviços	2º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0132:30	0058:30	5	
Produção Multimédia I	2º Ano / 1º Semestre	Tecnologias de Informação	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Branding	2º Ano / 2º Semestre	Marketing	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Distribuição e Merchandising	2º Ano / 2º Semestre	Marketing	Semestral	0132:30	0058:30	5	
Gestão da Produção e Materiais	2º Ano / 2º Semestre	Gestão	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Gestão Logística e Operacional	2º Ano / 2º Semestre	Gestão	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Produção Multimédia II	2º Ano / 2º Semestre	Tecnologias de Informação	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Publicidade	2º Ano / 2º Semestre	Marketing	Semestral	0132:30	0058:30	5	
Empreendedorismo	3º Ano / 1º Semestre	Gestão	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Estudos de Mercado	3º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Marketing de Eventos	3º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0106:00	0039:00	4	Optativa: Opção I;
Marketing Digital	3º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0159:00	0058:30	6	
Marketing Sectorial	3º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0106:00	0039:00	4	Optativa: Opção I;
Marketing Sensorial	3º Ano / 1º Semestre	Marketing	Semestral	0132:30	0039:00	5	
Negócios Internacionais	3º Ano / 1º Semestre	Gestão	Semestral	0132:30	0058:30	5	
Decisões de Investimento e Financiamento	3º Ano / 2º Semestre	Gestão	Semestral	0106:00	0039:00	4	
Estágio	3º Ano / 2º Semestre	Marketing	Semestral	0344:30	0019:30	13	Optativa: Opção III;
Estratégia Empresarial	3º Ano / 2º Semestre	Gestão	Semestral	0106:00	0039:00	4	Optativa: Opção II;
Gestão da Qualidade e Certificação	3º Ano / 2º Semestre	Gestão	Semestral	0106:00	0039:00	4	Optativa: Opção II;

Projeto	3º Ano / 2º Semestre	Marketing	Semestral	0344:30	0039:00	13	Optativa: Opção III;
Recursos Humanos	3º Ano / 2º Semestre	Gestão	Semestral	0132:30	0058:30	5	

Ligações Externas no Apoio à Docência

No ano letivo de 2020/2021, a Licenciatura em Marketing contou com vários convidados externos em diversas unidades curriculares, nomeadamente:

- Aula debate com Raquel Pinhão, Cofundadora do projeto #garanteolugar, com experiência em organização de eventos (Rock in Rio, IndieLisboa), no dia 27 de outubro de 2020, na UC de Marketing de Eventos..

- Aula por convidado externo, Dr Carlos Encarnação - Gestor Relações Comerciais no Banco MBCP sobre o tema Especificidades do Marketing Bancário - uma visão prática na área de empresas, na UC de Marketing Sectorial.

- Aula por convidado externo, Dr Bruno Cardoso, Diretor Comercial da UDACA sobre o tema As especificidades do Marketing no Setor Agro - Vinhos, Curiosidades da distribuição/Exportação, na UC de Marketing Sectorial.

- Aula por convidado externo, Dr Carlo Bonuecelli analista Senior - RBI Suíça sobre o tema Especificidades Marketing Industrial Burger King e Tim Hortons - visão e curiosidades do Marketing Analytics, na UC de Marketing Sectorial.

- Aula por convidado externo, Dr Paulo Namora, Economista e Proprietário da Quinta das Fontaltas sobre o tema Especificidades do Marketing Agrícola e curiosidades do setor, na UC de Marketing Sectorial.

- Sessão com a fundadora da Marca Simplu, Dorina Bulgac, licenciada em Marketing na ESTGV, com o tema "Como construir uma Marca de Sucesso" no dia 15 de abril de 2021, na UC de Branding.

- Sessão sobre Marketing para Startups com Afonso Rebelo de Sousa (no âmbito da Oficina E do Poliempreende), no dia 29 de abril de 2021, na UC de Comportamento do Consumidor.

- Aula aberta com Liliana Bernardino, Head of Costumer Intelligence & Analytics na Sonae, no dia 6 de maio de 2021, na UC de Comportamento do Consumidor.

Os alunos desta Licenciatura estiveram envolvidos em vários eventos:

- Participação no ART&TUR International Tourism Film Festival que decorreu em Viseu, no dia 22 de outubro de 2020, na UC de Marketing de Eventos.

- Em regime de voluntariado, duas alunas deram apoio à organização deste evento que decorreu em Viseu de 20 a 23 de outubro de 2020.

- Participação na Oficina E do Poliempreende com o tema Espírito Empreendedor, no dia 11 de março de 2021, na UC de Branding.

- Participação no evento online "Latest findings of Quality Management in Digital Platforms" no âmbito do 2021 CISeD Research Webinar Series no dia 24 de março de 2021, promovido pelo Centro de Investigação em Serviços Digitais.

- Participação na Oficina E do Poliempreende sobre o tema Plano de comunicação e de apresentação do Pitch, no dia 8 de abril de 2021, na UC de Comportamento do Consumidor.

Participação no evento online "Diversification: from shares to Bitcoin" no âmbito do 2021 CISeD Research Webinar Series no dia 13 de abril de 2021, promovido pelo Centro de Investigação em Serviços Digitais.

- Participação no evento online "Marketing Research Exchanges" no âmbito do 2021 CISeD Research Webinar Series no dia 7 de abril de 2021, promovido pelo Centro de Investigação em Serviços Digitais.

- 2 grupos de alunos do 2º ano participaram no VII Encontro Internacional de Jovens Empreendedores (EIJE), que decorreu online, no dia 19 de maio de 2021, organizado pela Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Viana do Castelo (ESCE do IPVC), sob o tema ¿Empreender em tempo de pandemia¿.

- Participação no evento online "Artificial Intelligence in Real Business" no âmbito do 2021 CISeD Research Webinar Series no dia 25 de maio de 2021, promovido pelo Centro de Investigação em Serviços Digitais.

- Participação no evento International Conference on Multidisciplinary Research, no dia 1 e 2 de julho de 2021, conferência híbrida organizada pelos Centros de Investigação do Politécnico de Viseu.

Foram dinamizadas 3 formações na área do Marketing Digital para todos os alunos da licenciatura:

- Atelier Digital da Google, nos dias 9, 10 e 11 de Novembro de 2020, em parceria com o CCISP

- EGOI online sobre "E-mail marketing: como agregar valor à tua comunicação através de uma estratégia multicanal", no dia 9 de Dezembro de 2020

- EGOI online sobre "Mobile Marketing & Landing Pages", no dia 4 de Janeiro de 2021

Os alunos colaboraram com várias entidades externas, nomeadamente:

- No âmbito da UC de Introdução ao Marketing, foram realizados trabalhos de grupo com base em informação de empresas reais de diferentes setores de atividade.

- No âmbito da UC de Gestão de Recursos Humanos, os trabalhos realizados são elaborados com base em informação de empresas reais.

- No âmbito da UC de Estratégia Empresarial, os alunos participaram no projeto "Inncyber Innovation Hub - Digital Transformation, Cyber & Iot Innovation Award", tendo desenvolvido os trabalhos de acordo com a metodologia proposta pelo projeto, ao qual concorreram e foram selecionados para participarem.

- Como projetos finais de Licenciatura, foram elaborados 3 projetos com entidades externas ao Curso de Marketing. Seis alunos participaram na organização do evento Mark'it.

Uma vez que os estágios são realizados em empresas/entidades, podemos considerar que as ligações externas de apoio à docência são todas as empresas que acolheram alunos de Marketing neste ano letivo, listadas neste relatório.

Por último, de referir que o evento Mark'it ocorreu online no dia 1 de junho de 2021. O tema deste ano foi Rebranding.

Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço

Em 2020/2021, os alunos da licenciatura em Marketing realizaram os estágios curriculares nas seguintes empresas/organizações:

Académico de Viseu
ADSO
Auchan
Bestcenter
Chatron
Comissão Vitivínicola da Região do Dão
Conduir, Escola de Condução
DesignDivision
Do it Better
Earth Consulters
ICN Agency
JLS Tranportes
Meu Super
Mixlife
Ontag
Ontop
Pascoal
Sécarte
Supreme Stages
Tavares
Unbelievable Speech
URFIC
Visabeira
Viseu Marca
Wine Force

Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes

Na Unidade Curricular de Projeto foram realizados três projetos com a produção de um relatório final, fruto de investigações efetuadas, nomeadamente estudos quantitativos (recolha de dados através de inquéritos) e pesquisa de informação (artigos científicos, livros, Internet) com empresas/entidades externas à Licenciatura em Marketing:

- BigLife: Foi feito um plano de implementação de uma nova marca desta empresa.
- Sandra Cabeleireiro & Estética: Rebranding, definição de estratégias de marketing e marketing digital.
- JMC: Rebranding, definição de estratégias de marketing e de marketing digital.

Informações adicionais

Nada a assinalar.

Corpo Docente

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU ACADÉMICO	ESPECIALISTA	CARGA LETIVA NO CURSO
Ana Mafalda Santos Portas Matias	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	-	0h
ANA PAULA LEOCÁDIO DANIEL CAMPOS NUNES	Professor Adjunto Convidado	Licenciatura	Psicologia do Trabalho e das Organizaçoes	Gestão, Especialização em Gestão de Recursos Humanos	52h

AUGUSTO MANUEL PAIS ANTUNES	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão	-	78h
BRUNO EMANUEL MORGADO FERREIRA	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências de Gestão (Marketing)	-	78h
CARLA MANUELA RIBEIRO HENRIQUES	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Matemática na especialidade de Matemática Aplicada	-	169h
CARLA MARIA ALVES DA SILVA FERNANDES	Professor Adjunto	Doutoramento	Turismo	-	78h
CATARINA GAMEIRA MINHOTO	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Direito	Direito	45.5h
CLARINDA SERDEIRA DA COSTA ALMEIDA	Assistente	Mestrado	Gestão	-	136.5h
CRISTINA MARIA DE JESUS BARROCO NOVAIS	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Turismo	-	39h
DANIEL AUGUSTO ESTÁCIO MARQUES MENDES GASPAR	Professor Adjunto	Doutoramento	Engenharia e técnicas afins -> Engenharia Mecânica	-	117h
Guilhermina Maria da Silva Freitas	Professor Adjunto	Mestrado	Ciências empresariais -> Contabilidade e Finanças	Contabilidade	52h
Joaquim Gonçalves Antunes	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Gestão	-	19.5h
JORGE PAULO JESUS SANTOS	Professor Adjunto	Mestrado	Matemática	-	195h
JOSE ALBERTO DA COSTA FERREIRA	Professor Adjunto	Mestrado	Ciências empresariais	-	97.5h
JOSE AUGUSTO ROSA BASTOS	Professor Adjunto	Licenciatura	Gestão	Marketing e Publicidade	78h
José Luís Mendes Loureiro Abrantes	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Ciências Económicas e Empresariais	-	84.5h
Lara Sofia Mendes Bacalhau	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Ciências empresariais -> Marketing e Estratégia	-	45.5h
LUCIA PAIVA MARTINS SOUSA	Professor Adjunto	Doutoramento	Matemática Aplicada	-	0h
Luísa Paula Lopes Fernandes Augusto	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências da Comunicação	-	0h
MARGARIDA ALEXANDRA LOPES VICENTE	Professor Adjunto	Doutoramento	Gestão	-	117h
MARIA ISABEL DIAS RODRIGUES	Professor Convidado	Licenciatura	Gestão de Empresas	-	71.5h
MARIA JOSE LISBOA ANTUNES	Professor Adjunto	Doutoramento	Linguística	-	156h
NUNO FILIPE ESTEVES VIDEIRA	Assistente Convidado	Licenciatura	Artes Plásticas e Multimédia	-	201.5h
NUNO FILIPE ROSA MELÃO	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências empresariais	-	26h
NUNO RAFAEL DE OLIVEIRA BASTOS	Professor Adjunto	Doutoramento	Matemática	-	0h
PAULA SOFIA NETA VASCONCELOS PINHEIRO	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Ciências empresariais -> Marketing e Estratégia	-	78h

RUI FILIPE CARDOSO CARRETO	Professor Adjunto	Doutoramento	Design -> Design	-	58.5h
SUZANNE FONSECA AMARO	Professor Adjunto	Doutoramento	MarKeting	-	201.5h

	2018/19	2019/20	2020/21
número total de docentes	0	0	28
número total de docentes ETI	0	0	24.2
número de docentes em tempo integral	0	0	19
número de docentes doutorados em tempo integral	0	0	15
número de professores de carreira	0	0	21
número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	0	0	2
número total de docentes doutorados ETI	0	0	17.5
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (não doutorados)	0	0	2.7
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (incluindo doutorados)	0	0	2.7
número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
número total de estudantes	0	0	172

	2018/19	2019/20	2020/21
percentagem de docentes em tempo integral	0.00%	0.00%	78.51%
percentagem de docentes doutorados em tempo integral	0.00%	0.00%	61.98%
percentagem de professores de carreira	0.00%	0.00%	75.00%
percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	0.00%	0.00%	8.26%
percentagem de docentes doutorados	0.00%	0.00%	72.31%
percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional	0.00%	0.00%	11.16%
percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes	0.0	0.0	3.1
rácio estudantes/docentes ETI	0.0	0.0	7.1

Índice de envelhecimento do corpo docente

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	IE	NÚMERO	IE	NÚMERO	IE
Índice de envelhecimento do corpo docente	<30	0	0.000	0	0.000	0	15.000
	>=30 A <40	0		0		1	
	>=40 A <50	0		0		12	
	>=50 A <60	0		0		14	
	>=60	0		0		1	

Estudantes

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por ano curricular	1º Ano	0	0.00%	0	0.00%	63	36.63%
	2º Ano	0	0.00%	0	0.00%	51	29.65%
	3º Ano	0	0.00%	0	0.00%	58	33.72%
	Total	0		0		172	

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por género	Feminino	0	0.00%	0	0.00%	101	58.72%
	Masculino	0	0.00%	0	0.00%	71	41.28%
	Total	0		0		172	

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por idade	<20	0	0.00%	0	0.00%	18	10.47%
	>=20 A <24	0	0.00%	0	0.00%	117	68.02%
	>=24 A <28	0	0.00%	0	0.00%	25	14.53%
	>=28	0	0.00%	0	0.00%	12	6.98%
	Total	0		0		172	

Informação Adicional Sobre os Estudantes

Nada a assinalar.

Procura

		2018/19	2019/20	2020/21
número de vagas		60	65	68
número de candidatos		346	382	413
número de colocados		76	81	97
número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez		51	48	63
nota mínima de entrada (CNA)		119,1	122,8	128,2
nota média de entrada (CNA)		129,8	131,8	136,3

Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura

O IPV modernizou, durante este ano letivo, a sua imagem institucional com o desenvolvimento da marca "Politécnico de Viseu" ao atribuir a cada escola e a cada licenciatura uma identidade e uma imagem coerente como um todo.

O ensino por projeto está claramente definido, implementado e em funcionamento na licenciatura em Marketing da ESTGV. A interdisciplinaridade entre as UCs permite aos alunos desenvolver um projeto em equipa e adquirir, simultaneamente, competências práticas para além dos conhecimentos teóricos.

O evento Mark'it continua a ser igualmente uma "montra" para a licenciatura em Marketing. Pela segunda vez, o evento realizou-se online o que permitiu alcançar novos públicos além-fronteiras.

De destacar igualmente, a presença nas redes sociais com uma página dedicada à licenciatura em Marketing no Facebook que permite, por exemplo, responder a questões e dúvidas de quem tem interesse neste curso.

Sucesso Académico

	2018/19	2019/20	2020/21
número de diplomados	0	0	39
diplomados em n anos**	0	0	28
diplomados em n+1 anos	0	0	8
diplomados em n+2 anos	0	0	1
diplomados em mais do que n+2 anos	0	0	2

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA
média de estudantes aprovados às unidades curriculares	estudantes inscritos	0		0		1931	
	estudantes aprovados	0	0.000	0	0.000	1486	0.765
	estudantes avaliados	0	0.000	0	0.000	1583	0.939

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
razão entre estudantes avaliados e estudantes não avaliados nas unidades curriculares	estudantes avaliados	0	0	0	0	1583	4.55
	estudantes não avaliados	0		0		348	

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
percentagem de unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30,00%	unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30,00%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.68%
	unidades curriculares	0		0		148	

Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso

As unidades curriculares (UC) a que os alunos têm menos sucesso são todas, sem exceção, do 1.º ano. Julga-se que este insucesso poderá estar relacionado com a deficiente preparação dos alunos, ao nível do ensino secundário, na área de matemática e, também, às dificuldades naturais de adaptação a um ensino com características substancialmente diferentes.

Neste sentido, as estratégias utilizadas para o combate ao insucesso têm sido as seguintes:

- A avaliação contínua nas UCs incentiva os alunos à assiduidade e à participação nas aulas e estimula os alunos com a realização de quizzes e mini-testes nas aulas.

- Os alunos são incentivados a frequentar a Unidade Letiva de Base - Apoio a Matemática; trata-se de uma unidade extracurricular que pretende consolidar os conteúdos de matemática ao nível do ensino secundário que suportam a progressão no curso.

Especificamente na UC de Estatística Aplicada ao Marketing, durante algumas aulas deu-se foco à importância de uma análise de dados eficiente no âmbito do Marketing. Mostraram-se vídeos, estudos, exemplos e notícias que salientavam a utilidade das técnicas estatísticas para dar resposta a questões e a desafios colocados a um Marketeer.

Abandono Escolar

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Total	número de abandonos	0	0.00%	0	0.00%	32	16.93%
	número de inscritos	0		0		189	
1º Ano	número de abandonos número de inscritos	0 0	0.00%	0 0	0.00%	26 77	33.77%
2º Ano	número de abandonos número de inscritos	0 0	0.00%	0 0	0.00%	5 54	9.26%
3º Ano	número de abandonos número de inscritos	0 0	0.00%	0 0	0.00%	1 58	1.72%
4º Ano	número de abandonos número de inscritos	0 0	0.00%	0 0	0.00%	0 0	0.00%

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Motivo Apontado para o Abandono	Doença	0	0.00%	0	0.00%	1	12.50%
	Fatores Económicos	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Incompatibilidade com Horários de Trabalho	0	0.00%	0	0.00%	3	37.50%
	Mudança para um Curso de Outra Instituição de Ensino Superior	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso de Outra Unidade Orgânica do IPV	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
	Mudança para um Curso na Mesma Unidade Orgânica	0	0.00%	0	0.00%	1	12.50%
	Não Identificação com o Curso	0	0.00%	0	0.00%	2	25.00%
	Outro Motivo	0	0.00%	0	0.00%	1	12.50%

Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono

Um estudo realizado em 2018 pela Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência verificou que a taxa de abandono de uma licenciatura é de 29%. Tendo esta percentagem como uma referência, verifica-se que a Licenciatura de Marketing na ESTGV tem uma percentagem muito inferior, de 4,65% no total. Num total de 172 inscritos, desistiram 8 alunos dos quais 5 estavam inscritos no 1º ano e 3 no 2º ano.

As estratégias de combate ao abandono são, na realidade, práticas preventivas nomeadamente nas relações interpessoais, entre alunos, docentes, e diretor de curso.

São utilizadas estratégias nas práticas pedagógicas para motivar os alunos e obter bons resultados em termos de avaliação e existe uma coordenação entre os docentes das diferentes unidades curriculares no sentido de evitar a simultaneidade de elevadas cargas de trabalho.

O ensino por projeto tem motivado os alunos, tendo-se verificado, desde a sua implementação, uma redução do número de anos médios de conclusão.

Quando os alunos abandonam o curso são contactados pela Direção da Licenciatura com o objetivo de perceber os motivos do abandono.

Internacionalização dos Estudantes

ESTUDANTES	2018/19		2019/20		2020/21	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
estudantes estrangeiros matriculados	3	1,86	4	2,6	10	5,49
estudantes em programas internacionais de mobilidade (recebidos)	16	9,94	30	19,48	15	8,24
estudantes em programas internacionais de mobilidade (enviados)	2	1,24	7	4,55	2	1,1
Número total de estudantes	161		154		172	

DOCENTES	2018/19		2019/20		2020/21	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
docentes estrangeiros incluindo em mobilidade	0	0	2	7,69	1	3,57
docentes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	3	11,1	0	0	2	7,14
número total de docentes	27		26		28	

Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização

O IPV tem apostado na divulgação internacional da instituição no estrangeiro e tal facto é visível com o aumento significativo do número de estudantes estrangeiros matriculados na licenciatura em Marketing. Com apenas 4 alunos em 2019/2020, a licenciatura conta já com 10 estudantes estrangeiros.

Como consequência direta da pandemia, verificou-se uma redução significativa do número de alunos a participar em programas internacionais de mobilidade: de 7 alunos enviados no ano passado para apenas 2 alunos este ano letivo. Da mesma forma, este ano letivo apenas 15 estudantes foram recebidos ao participar em mobilidade internacional na licenciatura em Marketing quando tinham sido 30 estudantes recebidos em 2019/2020.

Empregabilidade

	2018/19	2019/20	2020/21
% recém-diplomados do curso registados no IEFP como desempregados*	10,3	7,7	8,5

* dados IEFP

	2018/19		2019/20		2020/21	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso	1	50	6	67	0	0
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade diferente do do curso	0	0	0	0	0	0
Diplomados que responderam ao questionário à satisfação	2	7,41	9	25,71	3	9,38
Diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	27		35		32	

	2018/19		2019/20	2020/21		
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Entidades empregadoras que responderam ao questionário à satisfação	--	--	--	--	4	13,33
Entidades empregadoras a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	--		--		30	

	2018/19	2019/20	2020/21
	MÉDIA	MÉDIA	MÉDIA
Grau de satisfação das entidades empregadoras com os diplomados do curso	--	--	--

	2018/19	2019/20	2020/21
justificação principal para o grau de satisfação atribuído			
Competências técnicas face às necessidades da organização	--	--	--
Conhecimentos face às necessidades da organização	--	--	--
Capacidade de integração no espírito e objetivos da organização	--	--	--
Outro	--	--	--

Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso

A percentagem de graduados deste ciclo de estudos que estão registados no IEFP como desempregados atingiu o valor de 8,5%, ligeiramente superior à média nacional. São valores admissíveis dada a região onde o ciclo de estudos está inserido e tendo em conta a percentagem registada em outros ciclos de estudos, também no interior do país, com taxas de desemprego superiores.

É importante também referir que grande parte dos alunos são da região e não procuram emprego noutras cidades, o que não favorece este indicador.

Têm sido desenvolvidos um conjunto de ações de modo a reduzir esta percentagem, como por exemplo a dinamização do Serviço de Inserção na Vida Ativa e o aumento de parcerias com as empresas da região com a dinamização dos estágios curriculares.

Mantém-se atualizada uma base de dados dos ex-alunos com o perfil dos mesmos e das suas competências (linguísticas, informáticas, entre outras) para promover os recém-licenciados do Departamento de Gestão da ESTGV junto das entidades que procuram recrutar novos colaboradores.

Satisfação

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	-	-	-	-	299	15.85%
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	-		-		1887	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	-	-	-	-	18	10.47%
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NO CURSO	-		-		172	

		2018/19	2019/20	2020/21
UNIDADES CURRICULARES	NATUREZA	-	-	4.26
	IMPLEMENTAÇÃO	-	-	4.19
	AUTOAVALIAÇÃO	-	-	4.13

		2018/19	2019/20	2020/21
CURSO	PERCEÇÃO GLOBAL	-	-	4.34
	AMBIENTE	-	-	4.11

Escala: 0- Não sabe/não aplicável; 1- Completamente desadequado;2- Desadequado;3- Adequado;4- Muito adequado;5- totalmente adequado.

Apreciação Global dos Resultados da Satisfação

Infelizmente a taxa de respostas aos questionários de satisfação permanece baixa (15,48% para a satisfação com as UCs e 10,47% para a satisfação com o Curso) o que não permite a generalização dos resultados.

No entanto, apesar da baixa taxa de respostas, é de destacar a satisfação com as unidades curriculares, com médias entre o 4 e o 5 (valor máximo), e o valor elevado da perceção global dos estudantes com o curso (4,34).

Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares

		2018/19		2019/20		2020/21	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Taxa de cumprimento do prazo para elaboração dos relatórios de unidade curricular	Relatórios elaborados dentro do prazo	-	-	-		36	97.00%
	Número de unidades curriculares	-		-		37	
Taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular	Relatórios validados dentro do prazo	-	-	-	-	36	100.00%
	Relatórios elaborados dentro do prazo	-		-		36	

Análise Crítica do Funcionamento do Curso

Neste ano letivo a nota de entrada na 1.º fase foi de 129,2. Esta nota foi superior à do ano anterior (122,8) e foram preenchidas as 43 vagas disponíveis pelo contingente geral.

Estiveram inscritos 172 alunos no total, 63 estudantes no 1º ano, 51 no 2º ano e 58 no 3º ano.

Foram diplomados 39 estudantes dos quais 28 demoraram 3 anos letivos a concluir a Licenciatura, 8 estudantes demoraram 4 anos letivos e 3 que levaram mais de 4 anos.

O curso continua a focar-se na componente prática com metodologias de ensino no âmbito do Projeto Mark¿it no 2.º ano a privilegiarem a promoção da autonomia do estudante no processo de aprender e pensar. Neste ano letivo o tema do Mark¿it foi Rebranding.

Não é possível fazer uma análise crítica do funcionamento do curso neste ano letivo sem falar do contexto pandémico que afetou os alunos e docentes.

O primeiro semestre decorreu de forma mista (com aulas práticas em presencial e a sua divulgação via Zoom em simultâneo) segundo turnos de alunos definidos de acordo com a lotação das salas, as instruções do IPV e da ESTGV, e as recomendações da DGS. No segundo semestre, as aulas desta licenciatura passaram a ser lecionadas todas online via Zoom.

É importante salientar a elevada capacidade de adaptação dos docentes que passaram a recorrer a diversas plataformas digitais, adaptando assim os seus métodos pedagógicos para o ensino à distância.

Também os alunos se demonstraram muito empenhados e motivados, tendo-se adaptado facilmente a estas realidades mistas e a novas formas de ensino. Os constrangimentos maiores foram sentidos nas unidades curriculares mais práticas. Houve um grande esforço por parte dos docentes para minimizar algumas das dificuldades identificadas.

Devido à pandemia, a apresentação dos projetos desenvolvidos pelos alunos do 2.º ano, no âmbito do Mark¿it, ocorreu online, no dia 1 de junho de 2021. Aos grupos foram colocadas questões por parte do júri constituído por Afonso Rebelo e Sousa (Empreendedor empresarial e consultor de inovação), Luís Marques (Diretor da M&A Creative Agency) e Bárbaro Sobrado (Coordenadora da Viseu Marca).

Este evento é muito importante para os alunos da licenciatura em Marketing, mas também para a ESTGV e para o IPV, uma vez que expõe o trabalho realizado por alunos, captando o interesse não só de potenciais alunos, mas também de potenciais empregadores que têm a oportunidade de observar as competências desenvolvidas pelos alunos.

O ensino por projeto neste curso é muito mais do que uma metodologia de aprendizagem diferente e inovadora, é já uma tradição. De acordo com o tema escolhido para este ano, o Rebranding, todos os grupos tiveram de contactar e relacionar-se com empresas de diversas áreas de atividade e de vários tamanhos. Os desafios colocados foram amplamente superados com as novas imagens desenvolvidas e com a criação e a modelização de pop-up stores (lojas efémeras) que permitem às mesmas participar em feiras e eventos de uma forma prática, funcional e com custos reduzidos. Esta dinâmica entre a Academia e o mundo empresarial é o que distingue em si o curso de Marketing para além da aquisição dos conceitos teóricos essenciais para a formação dos alunos.

Estiveram virtualmente presentes no evento, via Zoom Webinar, mais de 250 participantes, nomeadamente atuais alunos e ex-alunos da Licenciatura em Marketing, professores do Politécnico de Viseu, alunos e professores de escolas profissionais, secundárias e de ensino superior, entre outras pessoas interessadas no Marketing. O evento esteve igualmente em direto pelo Facebook Live onde conseguiu um alcance de 756 pessoas.

Em termos de estágios curriculares, continuou a verificar-se um número elevado de alunos a preferir esta opção em alternativa a Projeto. Devido à pandemia, a maioria dos alunos realizou o seu estágio em teletrabalho. Mesmo com estas limitações, verificou-se um excelente feedback por parte das empresas acerca das competências e da qualidade dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos-estagiários.

De referir, ainda, que apesar de vários docentes de Marketing terem sido selecionados para participar no programa Erasmus+ neste ano letivo. As condições e limitações existentes impediram a sua realização.

No global, e apesar do contexto de pandemia, o balanço foi positivo uma vez que os docentes conseguiram manter a proximidade com os alunos (graças aos meios digitais) e o nível de exigência, com a mesma qualidade de ensino.

Melhorias Identificadas em anos anteriores

DESCRIÇÃO	META	PRIORIDADE	TEMPO DE IMPLEMENTAÇÃO	INDICADORES		RESULTADOS	
						INDICADORES	VERIFICAÇÃO DA EFICÁCIA
Aumentar o número de parcerias Erasmus		Média	Ano letivo 2020/21	N.º de parcerias estabelecidas		N.º de parcerias estabelecidas	Não foram estabelecidas parecerias novas.
Aumentar o número de alunos que fazem Erasmus (outgoing)		Média	Ano letivo 2020/21	N.º de alunos em Erasmus		N.º de alunos em Erasmus	A pandemia reduziu o numero de alunos a participar em Erasmus (apenas 2 alunos, quando foram 7 no ano anterior).
Aumentar o número de alunos que preenchem os inquéritos de satisfação		Alta	Ano letivo 2020/21	N.º de alunos que preenchem inquéritos de satisfação		N.º de alunos que preenchem inquéritos de satisfação	Continua baixa. A implementação de novos processos (e uma nova plataforma) poderão resolver a situação

Melhorias Propostas

ANO	DESCRIÇÃO	META	PRIORIDADE	TEMPO DE IMPLEMENTAÇÃO	INDICADORES
2021/2022	Aumentar o número de alunos que preenchem os inquéritos de satisfação	Conseguir 50% do nº de inquéritos de satisfação	Média	Ano letivo 2021/22	N.º de alunos que preenchem inquéritos de satisfação
2021/2022	Aumentar o número de alunos que fazem Erasmus (outgoing)	10 alunos (enviados) a participar em Erasmus	Média	Ano letivo 2021/22	N.º de alunos em Erasmus
2021/2022	Manter a ULB (Unidade Letiva de Base) de Matemática de Apoio	Ter pelo menos mais 7,5% de alunos aprovados na UC, quando se condicionada aos alunos que frequentaram a ULB	Alta	19,5 horas de aulas extra no ano letivo 2021/22	Percentagem de alunos que obtiveram aprovação na UC, condicionada aos alunos que frequentaram a ULB

Observações

Dada a alteração para uma plataforma nova para a submissão dos Relatórios de Avaliação de Curso, algumas das tabelas dos anos letivos 2018/2019 e 2019/2020 aparecem sem valores, não sendo possível adicioná-los ou editá-los.