Politécnico de Viseu
Tecnologia e Gestão Viseu

ÁREA NUCLEAR ENSINO E APRENDIZAGEM
RELATÓRIO DE CURSO

Licenciatura em Marketing

Ano letivo 2021-22
10/02/2023

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 8
Corpo Docente 8
Índice de envelhecimento do corpo docente 10
Estudantes 11
Informação Adicional Sobre os Estudantes 11
Procura 12
Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura 12
Sucesso Académico 12
Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso 14
Abandono Escolar 15
Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono 16
Internacionalização dos Estudantes 17
Internacionalização dos Docentes 17
Estratégias Adotadas para Incrementar a Internacionalização 18
Empregabilidade 18
Estratégias Adotadas para Melhorar a Empregabilidade do Curso 21
Satisfação 21
Apreciação Global dos Resultados da Satisfação 23
Monitorização do Cumprimento dos Mecanismos de Garantia da Qualidade para as Unidades Curriculares 23
Análise Crítica do Funcionamento do Curso 24
Melhorias Identificadas em anos anteriores 25
Melhorias Propostas 26
Observações 26

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 2021/2022, a Licenciatura em Marketing contou com vários convidados externos em diversas unidades curriculares, nomeadamente:

- Aula aberta com Dr. Pedro Cappelle sobre "Metodologias quantitativas e de análise de dados", na UC de Estatística Aplicada ao Marketing;

- Aula aberta com Dr. Kevin Berardo, da Supreme Stage, uma empresa de organização de eventos, no dia 23 de novembro 2021, na UC de Marketing de Eventos;

- Aula aberta com Dr. Bruno Cardoso, Diretor Comercial da UDACA, sobre "As especificidades do setor agroindustrial: vinhos", na UC de Marketing Sectorial;

- Aula aberta com Dr. Pedro Isidoro, Diretor Sucursal Affluent do Millenium BCP, sobre "Marketing bancário - o caso Millennium - vertente clientes Prestige", na UC de Marketing Sectorial;

- Aula aberta com Dra. Leonor Antunes, do Grupo RBI (Burger King) Suíça, sobre "A importância do marketing para a expansão global da marca", na UC de Marketing Sectorial;

- Aula aberta com Dr. Paulo Reis, colaborador do Banco BPI, sobre o tema "O papel da banca nos negócios internacionais", no dia 24 de novembro de 2021, na UC de Negócios Internacionais;

- Aula aberta com Eng. Nelson Madaleno, colaborador da Tesla, sobre o tema "Os negócios internacionais no setor indústria", no dia 15 de dezembro de 2021, na UC de Negócios Internacionais;

- Aula aberta com Eng. Oswaldo Trabulo, colaborador da INDUMAPE - Industrialização de Fruta, S.A., sobre o tema "Os negócios internacionais na indústria das frutas", no dia 5 de janeiro de 2021, na UC de Negócios Internacionais;

- Aula aberta com o Presidente da APPM (Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing), Professor Carlos Sá, sob o tema "Afinal o que é um Marketer? A realidade do mercado Português", no dia 22 de Outubro de 2021, na UC de Marketing Digital.

Os alunos desta Licenciatura estiveram envolvidos em vários eventos:

- Viagem de estudo à CAT - Cooperativa Agrícola de Tabuaço, no dia 22 de Março de 2022, no âmbito da UC de Branding. Os trabalhos desta UC ao longo do semestre foram a criação de projetos de manual de identidade à CAT de uma nova marca que se dedica à produção e comercialização de azeite da região;

- Participação nas Conferências do Marketing, Atualiza-te, promovido pelo ISCA-UA, nos dias 6 e 7 de Abril de 2022;

- Participação na Formação gratuita em Marketing Digital promovida pela Lisbon Digital School, O Teu Futuro é Digital 2022, de 15 horas, aos Sábados durante o mês de Maio de 2022;

- 3 alunos do 2º ano da licenciatura em Marketing participaram no Erasmus+, International Exchange Week 2022, sob o tema "Cyberbullying" de 2 a 6 de Maio de 2022, na UC Leuven-Limburg (UCLL) na Bélgica.

No ano letivo de 2021/2022, os alunos colaboraram com várias entidades externas, nomeadamente:

- No âmbito da UC de Branding, foram realizados 12 projetos de rebranding, em trabalhos de grupo, para os produtos da Cooperativa Agrícola de Tabuaço, sendo os projetos apresentados e defendidos em auditório no final do semestre;

- 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 da região Centro;

- No âmbito da UC de Gestão de Recursos Humanos, os trabalhos realizados são elaborados com base em informações de empresas reais da região Centro;

- No âmbito da UC de Estratégia Empresarial, os alunos participaram nos projetos "Prémio Oeiras Valley" e "Inncyber Innovation Hub - Digital Transformation, Cyber & IoT Innovation Award";

- Como projetos finais de Licenciatura, foram elaborados 2 projetos de negócios: Chico Cachito & Future. Cinco alunos participaram na comissão da 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 a seguir neste relatório.

Por último, referir que o evento Mark'it realizou-se novamente em presencial na Aula Magna do IPV para a sua 10ª edição. O tema deste ano foi "Think Local, Act Global". Aqui foram apresentados os projetos desenvolvidos pelos alunos do 2.º ano da Licenciatura em Marketing ao longo do ano letivo 2021/2022, perante um júri constituído pelo Dr. Miguel Sanches, Dr. Pedro Dias, & Dr. Rui Nunes.

Locais de Estágio e/ou de Formação em Serviço

Em 2021/2022, os alunos da licenciatura em Marketing realizaram os estágios curriculares nas seguintes empresas/organizações:

- Agueira Imprime
- Brand Agency
- Câmara Municipal de Águeda
- Câmara Municipal de Oliveira do Bairro
- Casa de Saúde São Mateus
- Celeuma
- Clínica Médica Dentária de Viseu
- Companhia das Soluções
- Consultora Saint-Brand
- Creative Minds
- DesignDivision
- Do it Better
- Dragon Force
- E-GOI
- Emotions & Balance
- Enbiente
- ERA
- Euroshelves
- Finiclasse
- Inblue
- M&A Creative Agency
- M&Consultora Saint-Brand
- MediaCenter
- Mixlife
- MyMedic
- ONTOP
- RedOcean
- Revestlar
- Sotarvil
- Supreme Stages
- Visabeira
- Viseu Marca

Trabalhos de Investigação envolvendo Estudantes

No âmbito da UC de Empreendedorismo, a realização de um plano de negócios envolveu a realização de pesquisas em bases de dados do INE, Pordata, entre outros.

Na Unidade Curricular de Projeto foram realizados dois projetos finais de curso 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: Chico Cachito & Future.

Informações adicionais

Nada a assinalar.

Corpo Docente

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU ACADÉMICO	ESPECIALISTA	CARGA LETIVA NO CURSO
ANA PAULA LEOCÁDIO DANIEL CAMPOS NUNES	Professor Adjunto Convidado	Licenciatura	Psicologia do Trabalho e das Organizaçoes	Gestão, Especialização em Gestão de Recursos Humanos	52h
ANTONIO CARLOS GOMES MARQUES PEREIRA	Assistente Convidado	Mestrado	Ciências empresariais -> Finanças Empresariais	-	97.5h
AUGUSTO MANUEL PAIS ANTUNES	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Gestão	-	52h
BRUNO EMANUEL MORGADO FERREIRA	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências de Gestão (Marketing)	-	58.5h
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	-	84.5h
CATARINA GAMEIRA MINHOTO	Professor Adjunto Convidado	Mestrado	Direito	Direito	45.5h
CLARINDA SERDEIRA DA COSTA ALMEIDA	Assistente	Mestrado	Gestão	-	117h
DANIEL AUGUSTO ESTÁCIO MARQUES MENDES GASPAR	Professor Adjunto	Doutoramento	Engenharia e técnicas afins -> Engenharia Mecânica	-	78h
Guilhermina Maria da Silva Freitas	Professor Adjunto	Mestrado	Ciências empresariais -> Contabilidade e Finanças	Contabilidade	45.5h
Joaquim Gonçalves Antunes	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Gestão	-	19.5h
JORGE MANUEL SANTOS SILVA MARTINS	Professor Coordenador sem Agregação	Mestrado	Ciências da Madeira	-	58.5h
JORGE MARCELO QUINTAS DE OLIVEIRA	Professor Adjunto	Doutoramento	Engenharia Mecânica	-	58.5h
JORGE PAULO JESUS SANTOS	Professor Adjunto	Mestrado	Matemática	-	195h
José Luís Mendes Loureiro Abrantes	Professor Coordenador sem Agregação	Doutoramento	Ciências Económicas e Empresariais	-	117h
Lara Sofia Mendes Bacalhau	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Ciências empresariais -> Marketing e Estratégia	-	52h

LUCIA PAIVA MARTINS SOUSA	Professor Adjunto	Doutoramento	Matemática Aplicada	-	0h
MARGARIDA ALEXANDRA LOPES VICENTE	Professor Adjunto	Doutoramento	Gestão	-	175.5h
MARIA DE LURDES SILVA DUARTE PATRICIO	Assistente Convidado	Mestrado	Ciências empresariais -> Gestão	-	78h
MARIA ISABEL DIAS RODRIGUES	Professor Convidado	Licenciatura	Gestão de Empresas	-	91h
MARIA JOSE LISBOA ANTUNES	Professor Adjunto	Doutoramento	Linguística	-	156h
NATALIA DE LIMA FIGUEIREDO	Assistente Convidado	Mestrado	Gestão de Empresas - especialização em marketing	-	19.5h
NUNO FILIPE ESTEVES VIDEIRA	Assistente Convidado	Licenciatura	Artes Plásticas e Multimedia	-	201.5h
NUNO FILIPE ROSA MELÃO	Professor Adjunto	Doutoramento	Ciências empresariais	-	26h
PAULA SOFIA NETA VASCONCELOS PINHEIRO	Professor Adjunto Convidado	Doutoramento	Ciências empresariais -> Marketing e Estratégia	-	78h
RUI FILIPE CARDOSO CARRETO	Professor Adjunto	Doutoramento	Design -> Design	-	19.5h
Sonia Isabel de Azevedo Rodrigues Soares	Assistente Convidado	Licenciatura	Marketing e publicidade -> Marketing	-	6.5h
SUZANNE FONSECA AMARO	Professor Adjunto	Doutoramento	MarKeting	-	78h
Vítor Manuel Pinto de Figueiredo	Assistente Convidado	Doutoramento	Gestão e administração -> Gestão	-	104h

	2019/20	2020/21	2021/22
número total de docentes	0	28	29
número total de docentes ETI	0	24.2	23.9
número de docentes em tempo integral	0	19	16
número de docentes doutorados em tempo integral	0	15	13
número de professores de carreira	0	21	17
número de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	0	2	1
número total de docentes doutorados ETI	0	16.3	14.4
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (não doutorados)	0	2.7	1.7
número de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional ETI (incluindo doutorados)	0	2.7	1.7
número de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
número total de estudantes	0	172	173

	2019/20	2020/21	2021/22
percentagem de docentes em tempo integral	0.00%	78.51%	66.95%
percentagem de docentes doutorados em tempo integral	0.00%	61.98%	54.39%
percentagem de professores de carreira	0.00%	75.00%	58.62%
percentagem de docentes em tempo integral por um período superior a 3 anos	0.00%	8.26%	4.18%
percentagem de docentes doutorados	0.00%	67.36%	60.25%
percentagem de docentes especialistas de reconhecida experiência e competência profissional	0.00%	11.16%	7.11%
percentagem de docentes inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano	-	-	-
docentes e doutores especialistas por cada 30 estudantes	0.0	3.1	2.5
rácio estudantes/docentes ETI	0.0	7.1	7.2

Índice de envelhecimento do corpo docente

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	IE	NÚMERO	IE	NÚMERO	IE
Índice de envelhecimento do corpo docente	<30	0	0.000	0	17.000	0	16.000
	>=30 A <40	0		1		1	
	>=40 A <50	0		10		12	
	>=50 A <60	0		15		15	
	>=60	0		2		1	

Estudantes

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por ano curricular	1º Ano	60	38.96%	63	36.63%	53	30.64%
	2º Ano	50	32.46%	51	29.65%	52	30.06%
	3º Ano	44	28.57%	58	33.72%	68	39.31%
	Total	154		172		173	

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por género	Feminino	88	57.14%	101	58.72%	105	60.69%
	Masculino	66	42.86%	71	41.28%	68	39.31%
	Total	154		172		173	

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Por idade	<20	51	33.12%	0	0.00%	19	10.98%
	>=20 A <24	81	52.60%	121	70.35%	121	69.94%
	>=24 A <28	15	9.74%	35	20.35%	22	12.72%
	>=28	7	4.55%	16	9.30%	11	6.36%
	Total	154		172		173	

Informação Adicional Sobre os Estudantes

Nada a assinalar.

Procura

	2019/20	2020/21	2021/22
número de vagas	65	68	65
número de candidatos	382	413	383
número de colocados	81	97	79
número de estudantes inscritos no 1º ano pela 1ª vez	48	63	61
nota mínima de entrada (CNA)	122,8	128,2	137,3
nota média de entrada (CNA)	131,8	136,3	146,4

Estratégias Adotadas para Aumentar a Procura

O IPV modernizou 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. Após duas edições online, o evento realizou-se novamente na Aula Magna do IPV onde reuniu 400 participantes no dia 24 de maio de 2022. O tema da 10ª edição foi "Think Local, Act Global". A causa apoiada este ano foi o Canil Municipal de Tondela.

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

	2019/20	2020/21	2021/22
número de diplomados	32	39	33
diplomados em n anos**	15	28	24
diplomados em n+1 anos	9	8	4
diplomados em n+2 anos	4	1	2
diplomados em mais do que n+2 anos	4	2	3

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA	NÚMERO	MÉDIA
média de estudantes aprovados às unidades curriculares	estudantes inscritos	0		1931		1958	
	estudantes aprovados	0	0.000	1486	0.765	1463	0.747
	estudantes avaliados	0	0.000	1583	0.939	1581	0.925

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO	NÚMERO	RAZÃO
razão entre estudantes avaliados e estudantes não avaliados nas unidades curriculares	estudantes avaliados	0	0	1583	4.55	1581	4.19
	estudantes não avaliados	0		348		377	

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
percentagem de unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30,00%	unidades curriculares com taxa de aprovação <= 30,00%	0	0.00%	1	2.70%	0	0.00%
	unidades curriculares	0		148		148	

Estratégias Adotadas para Combate ao Insucesso

A plataforma não disponibiliza os dados referentes a 2019/20 e apresenta erros nos dois quadros anteriores para todos os anos.

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

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Total	número de abandonos	0	0.00%	34	17.99%	39	19.70%
	número de inscritos	0		189		198	
1º Ano	número de abandonos número de inscritos	0 0	0.00%	26 77	33.77%	33 72	45.83%
2º Ano	número de abandonos número de inscritos	0 0	0.00%	7 54	12.96%	2 53	3.77%
3º Ano	número de abandonos número de inscritos	0 0	0.00%	1 58	1.72%	4 73	5.48%
4º Ano	número de abandonos número de inscritos	0 0	0.00%	0 0	0.00%	0 0	0.00%

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Motivo Apontado para o Abandono	Doença	0	0.00%	1	2.94%	1	2.56%
	Fatores Económicos	0	0.00%	0	0.00%	2	5.13%
	Incompatibilidade com Horários de Trabalho	0	0.00%	3	8.82%	1	2.56%
	Mudança para um Curso de Outra Instituição de Ensino Superior	0	0.00%	0	0.00%	3	7.69%
	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%	1	2.94%	1	2.56%
	Não Identificação com o Curso	0	0.00%	2	5.88%	8	20.51%
	Outro Motivo	0	0.00%	27	76.47%	23	56.41%

Estratégias Adotadas para Combate ao Abandono

A plataforma não disponibiliza os dados referentes a 2019/20.

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 inferior, de 20% no total. Num total de 198 inscritos, desistiram 39 alunos dos quais 33 estavam inscritos no 1º ano, 2 no 2º ano e 4 no 3º 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. O elevado número de abandonos no 1º ano é explicado pela desistência de colocados que se inscreveram mas que decidiram seguir outro rumo e não prosseguir os seus estudos nesta licenciatura.

Internacionalização dos Estudantes

ESTUDANTES	2019/20		2020/21		2021/22	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Estudantes estrangeiros matriculados	4	2,6	10	5,5	7	3,5
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Recebidos)	30	19,5	15	8,2	24	12,1
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	7	4,6	2	1,1	9	4,5
Número total de estudantes	154	100	172	100	198	100

Internacionalização dos Docentes

DOCENTES	2019/20		2020/21		2021/22	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Docentes estrangeiros incluindo em mobilidade	2	7,7	1	3,6	0	0
Docentes em programas internacionais de mobilidade (Enviados)	0	0	2	7,1	1	3,5
Número total de docentes	26	100	28	100	29	100

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 2019/20, a licenciatura contou com 7 estudantes estrangeiros em 2021/22.

Como consequência direta da pandemia, verificou-se uma redução significativa do número de alunos a participar em programas internacionais de mobilidade. Porém, este ano letivo, já 9 alunos foram enviados em programas de mobilidade (Erasmus).

Da mesma forma, este ano letivo 24 estudantes estrangeiros foram recebidos ao participar em mobilidade internacional na licenciatura em Marketing.

Quanto aos docentes, apenas um teve a possibilidade de participar no programa Erasmus+.

Empregabilidade

	2019/20	2020/21	2021/22
% recém-diplomados do curso registados no IEFP como desempregados*	7,7	8,5	8,7

* dados IEFP

	2019/20		2020/21		2021/22	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Diplomados a exercer atividade profissional em setor de atividade relacionado com o curso	6	67	0	0	1	100
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	9	25,71	3	9,38	1	2,44
Diplomados a quem foi solicitada resposta ao questionário à satisfação	35	100	32	100	41	100

	2019/20		2020/21	2021/22		
	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		-	

	2019/20	2020/21	2021/22
	MÉDIA	MÉDIA	MÉDIA
Grau de satisfação das entidades empregadoras com os diplomados do curso	-	-	-

	2019/20	2020/21	2021/22
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

Não se conseguiram obter os dados de 2021/22 por problemas na passagem dos questionários junto das Entidades Empregadoras.

A percentagem de graduados deste ciclo de estudos que estão registados no IEFP como desempregados atingiu o valor de 8,7%, ligeiramente superior à média nacional de 7,8%. 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 e realização 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

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	164	9,76%	299	15,85%	258	13.54%
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	1681		1887		1905	

		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O ESTÁGIO, DISSERTAÇÃO OU PROJETO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	1	5.56%	-	-	3	5.66%
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NA UNIDADE CURRICULAR	18		-		53	

		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO	NÚMERO DE RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	5	3.7%	18	10,47%	16	9.25%
	NÚMERO DE ESTUDANTES INSCRITOS NO CURSO	135		172		173	

		2019/20	2020/21	2021/22
UNIDADES CURRICULARES	NATUREZA	4.01	4.26	4.16
	IMPLEMENTAÇÃO	4.36	4.19	4.15
	AUTOAVALIAÇÃO	4.05	4.13	4.2

		2019/20	2020/21	2021/22
ESTÁGIO, DISSERTAÇÃO OU PROJETO	NATUREZA	4.67	-	5
	ASPETOS CIENTÍFICO-PEDAGÓGICOS E ORGANIZACIONAIS	4	-	5
	AVALIAÇÃO E PROMOÇÃO DO SUCESSO	4	-	5
	AUTOAVALIAÇÃO DO ESTUDANTE	4.5	-	5
	RELAÇÕES INTERPESSOAIS	5	-	5

		2019/20	2020/21	2021/22
CURSO	PERCEÇÃO GLOBAL	4.2	4.34	4.56
	AMBIENTE	4	4.11	4.44

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 (14% para a satisfação com as UCs e 6% 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 dos alunos 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 (4,56).

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

		2019/20		2020/21		2021/22	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
Taxa de cumprimento do prazo para elaboração dos relatórios de unidade curricular	Relatórios elaborados dentro do prazo	-	-	36	97.00%	37	100.00%
	Número de unidades curriculares	-		37		37	
Taxa de cumprimento do prazo para validação dos relatórios de unidade curricular	Relatórios validados dentro do prazo	-	-	36	100.00%	37	100.00%
	Relatórios elaborados dentro do prazo	-		36		37	

Análise Crítica do Funcionamento do Curso

No ano letivo 2021/2022, a nota de entrada na 1ª fase foi de 141,9. Esta nota foi superior à do ano anterior (129,2) e foram preenchidas as 42 vagas disponíveis pelo contingente geral.

Estiveram inscritos 173 alunos no total: 53 estudantes no 1º ano, 52 no 2º ano e 68 no 3º ano.

Foram diplomados 33 estudantes dos quais 24 concluíram com sucesso a licenciatura em 3 anos letivos, 4 estudantes demoraram 4 anos letivos e 5 precisaram de mais de 4 anos.

O curso continua a focar-se na componente prática com metodologias de ensino ativas no âmbito do Projeto Mark'it, em específico no 2.º ano do curso, a privilegiarem a promoção da autonomia do estudante no processo de aprender e pensar. Neste ano letivo o tema do Mark'it foi "Think Local, Act Global".

Finalmente, apesar do contexto pandémico, o funcionamento do curso neste ano letivo voltou a ser todo em presencial. Os dois anos letivos anteriores foram atípicos e os resultados das aprendizagens foram claramente prejudicados pelo ensino à distância. A aquisição de conhecimentos e de competências em regime presencial em salas de aula é claramente superior àquilo que se vivenciou via Zoom em anos anteriores.

Com o regresso ao Campus, a apresentação dos projetos desenvolvidos pelos alunos do 2.º ano, no âmbito do Mark'it, ocorreu novamente, ao vivo, na Aula Magna do IPV, no dia 24 de maio de 2021. Nesta 10ª edição do evento Mark'it, contámos com a presença de 400 participantes, nomeadamente atuais alunos e ex-alunos da Licenciatura em Marketing, professores do Politécnico de Viseu, alunos e professores de escolas profissionais, secundárias e do ensino superior, entre outras pessoas interessadas no Marketing. Aos grupos foram colocadas questões por parte do júri constituído por Dr. Miguel Sanches (Biosphere), Dr. Pedro Dias (Piranha), & Dr. Rui Nunes (APPM).

Este evento é mesmo 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 aqui 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 "Think Local, Act Global", 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. Esta dinâmica entre a Academia e o mundo empresarial é o que distingue em si o curso da Licenciatura em Marketing para além da aquisição dos conceitos teóricos essenciais para a formação dos alunos.

Em termos de estágios curriculares, continuou a verificar-se um número elevado de alunos a preferir esta opção em alternativa a Projeto. 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 nas instituições de destino impediram as suas realizações.

No global, o balanço deste ano letivo foi muito positivo uma vez que os docentes voltaram a ter a devida proximidade física com os alunos o que permitiu elevar o nível de exigência com um ensino de qualidade face aos dois anos anteriores em que prevaleceu o ensino à distância.

Melhorias Identificadas em anos anteriores

ANO	DESCRIÇÃO	META	INDICADORES	RESULTADOS	
				INDICADORES	VERIFICAÇÃO DA EFICÁCIA
2020/21	Aumentar o número de alunos que preenchem os inquéritos de satisfação	Conseguir 50% do nº de inquéritos de satisfação	N.º de alunos que preenchem inquéritos de satisfação	N.º de alunos que preenchem inquéritos de satisfação	Não atingida. A taxa de participção continua baixa.
2020/21	Aumentar o número de alunos que fazem Erasmus (outgoing)	10 alunos (enviados) a participar em Erasmus	N.º de alunos em Erasmus	N.º de alunos que participam no Erasmus	9 alunos participaram em Erasmus
2020/21	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	Percentagem de alunos que obtiveram aprovação na UC, condicionada aos alunos que frequentaram a ULB	Percentagem de alunos que obtiveram aprovação na UC, condicionada aos alunos que frequentaram a ULB	Não atingida. Muitos desistem depois do primeiro teste.

Melhorias Propostas

ANO	DESCRIÇÃO	META	PRIORIDADE	TEMPO DE IMPLEMENTAÇÃO	INDICADORES
2021/22	Inquéritos de Satisfação	Conseguir 50% do nº de inquéritos de satisfação	Média	ano letivo 2022/2023	N.º de alunos que preenchem inquéritos de satisfação
2021/22	Programas de Mobilidade internacional	10 alunos a participar em Erasmus	Média	ano letivo 2022/2023	N.º de alunos em Erasmus
2021/22	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 2022/23	Percentagem de alunos que obtiveram aprovação na UC, condicionada aos alunos que frequentaram a ULB

Observações

Com a alteração para uma plataforma nova para a submissão dos Relatórios de Avaliação de Curso, algumas das tabelas com os dados do ano letivo 2019/2020 aparecem sem valores, não sendo possível adicioná-los ou editá-los.