

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Estrutura Curricular

ÁREA CIENTÍFICA	ECTS	
	OBRIGATÓRIOS	OPCIONAIS
Direito	4	
Gestão	53	4
Línguas Estrangeiras	8	
Marketing	67	17
Matemática	11	
Tecnologias de Informação	12	
Opção Livre		4
Subtotal	155	25
Total	180	

Plano de Estudos

UNIDADES CURRICULARES	ANO, SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		ECTS	OBSERVAÇÕES
				TOTAL	CONTACTO		
Economia e Sociedade	1ºano - 1º Semestre	Gestão	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5	
Inglês de Negócios I	1ºano - 1º Semestre	Línguas Estrangeiras	Semestral	106	TP: 39	4	
Introdução à Empresa	1ºano - 1º Semestre	Gestão	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5	
Introdução ao Marketing	1ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	T: 19,5, TP: 39	6	
Matemática Aplicada ao Marketing	1ºano - 1º Semestre	Matemática	Semestral	159	T: 19,5, TP: 39	6	
Sistemas de Informação para Gestão	1ºano - 1º Semestre	Gestão	Semestral	106	PL: 39	4	
Comportamento do Consumidor	1ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	159	T: 19,5, TP: 39	6	
Direito Aplicado ao Marketing	1ºano - 2º Semestre	Direito	Semestral	106	TP: 39	4	
Estatística Aplicada	1ºano - 2º Semestre						

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Matemática	1ºano - 1º Semestre	Matemática	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5	
Força de Vendas e Negociação Comercial	1ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	159	T: 19,5, TP: 19,5, PL: 19,5	6	
Inglês de Negócios II	1ºano - 2º Semestre	Línguas Estrangeiras	Semestral	106	TP: 39	4	
Noções Básicas de Contabilidade	1ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5	
Advances in Marketing	2ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 39	4	
Comunicação	2ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5	
Criatividade e Inovação	2ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 19,5, PL: 19,5	4	
Desenho e Modelação	2ºano - 1º Semestre	Gestão	Semestral	159	TP: 19,5, PL: 39	6	
Marketing de Serviços	2ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5	
Produção Multimédia I	2ºano - 1º Semestre	Tecnologias de Informação	Semestral	159	PL: 58,5	6	
Branding	2ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 19,5, PL: 19,5	4	
Distribuição e Merchandising	2ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5	
Gestão da Produção e Materiais	2ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	159	TP: 19,5, PL: 39	6	
Gestão Logística e Operacional	2ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	106	TP: 19,5, PL: 19,5	4	
Produção Multimédia II	2ºano - 2º Semestre	Tecnologias de Informação	Semestral	159	PL: 58,5	6	
Publicidade	2ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5	
Empreendedorismo	3ºano - 1º Semestre	Gestão	Semestral	106	TP: 39	4	
Estudos de Mercado	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	TP: 19,5, PL: 39	6	
Marketing Digital	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	TP: 19,5, PL: 39	6	
Marketing Sensorial	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 19,5	5	

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Negócios Internacionais	3ºano - 1º Semestre	Gestão	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5	
Opção I	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 39,5	4	
Marketing de Eventos	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 39	4	UC Optativa
Marketing Sectorial	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 39	4	UC Optativa
Decisões de Investimento e Financiamento	3ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	106	TP: 39	4	
Opção II	3ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	106	TP: 39	4	
Estratégia Empresarial	3ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	106	TP: 39	4	UC Optativa
Gestão da Qualidade e Certificação	3ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	106	TP: 39	4	UC Optativa
Opção III	3ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	344,5	TP: 19,5, OT: 19,5	13	
Estágio	3ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	344,5	OT: 19,5	13	UC Optativa
Projeto	3ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	344,5	TP: 19,5, OT: 19,5	13	UC Optativa
Opção Livre I	3ºano - 2º Semestre	Opção Livre	Semestral	106	TP: 39	4	
Recursos Humanos	3ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5	

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Ligações externas no apoio à docência

No ano letivo de 2019/20, a Licenciatura em Marketing contou com vários convidados externos em diversas unidades curriculares, nomeadamente:

- Dra. Susana Figueiredo Oliveira, head of International Business Development da Nautilus Intelligent Furniture, dia 6 de novembro, e Pedro Lopes, CEO e Fundador da InfiniteBook, no dia 27 de novembro, na UC de Negócios Internacionais
- Colaborador do Banco de Portugal, que falou sobre o tema "Crédito e Incumprimento", no dia 21 de novembro, na UC de Economia e Sociedade
- Vítor Martins, do Banco Millennium, com o tema "Marketing Bancário" que decorreu no Auditório da ESTGV no dia 7 novembro, no âmbito da UC de Marketing Sectorial
- Carlos Oliveira, autor do livro "Brand Management na Era Digital e Humana", no dia 1 de abril (Via ZOOM), na unidade curricular de Branding
- José Aberto Magalhães (autor de um livro) e Guilherme Gomes vieram apresentar seminários aos alunos, no âmbito da UC de Empreendedorismo
- Aula debate com um docente proveniente da Wroclaw University of Economics com a temática: Marketing in Tourism, no âmbito do Programa Erasmus+, no dia 26 novembro
- Carlos Encarnação, do Millennium BCP com os temas "Financiamentos bancários" e "Análise de risco - informações básicas", no dia 13 de maio (VIA ZOOM), na unidade curricular de Decisões de Investimento e Financiamento

De destacar, ainda, a Palestra da Vida Edu no dia 27 de outubro, sobre estágios no estrangeiro com o representante dos estágios da Ásia (Tailândia, Vietname, Maldivas e Indonésia-Bali).

Os alunos desta Licenciatura estiveram envolvidos em vários eventos:

- Em regime de voluntariado, deram apoio à organização do evento Vinhos de Inverno que decorreu no Solar do Vinho do Dão nos dias 7, 8 e 9 de dezembro
- Na UC de Marketing de Eventos, organizaram o Mark'it Camp que decorreu no dia 17 de outubro, dirigido aos alunos do 2.º ano desta Licenciatura
- Na UC de Projeto, dois alunos organizaram o DegiMI Talks, um evento para o Departamento de Mecânica da ESTGV, nomeadamente a nível de logística e Marketing

A nível de visitas de estudos, este ano letivo, dada a situação da pandemia, apenas se realizaram no 1.º semestre, as seguintes visitas e estudo:

- ART&TUR - International Tourism Film Festival que decorreu em Torres Vedras, no dia 24 de outubro, com os alunos do 3.º ano desta Licenciatura
- Websummit, dia 6 de dezembro, com os bilhetes Inspire

Os alunos colaboraram com várias entidades externas, nomeadamente:

- Os alunos do 3.º ano participaram no projeto "EDP University Challenge", tendo desenvolvido os trabalhos de acordo com a metodologia proposta pelo projeto, ao qual concorreram e foram selecionados para participarem;
- No âmbito da UC de Gestão de Recursos Humanos, os trabalhos realizados são elaborados com base em informação de empresas reais dos diferentes sectores de atividade;
- Como projetos finais de Licenciatura, foram elaborados 2 projetos com entidades externas ao Curso de Marketing: Com o Penafiel Limpa, em que foi feito o Rebranding da empresa, definição de estratégias de marketing e de marketing digital e com a Dona Mariana - Branding da empresa, tendo sido feito um branding e definidas estratégias de marketing e de marketing digital.

Por último, de referir que o Mark'it este ano foi realizado online e contou como elementos do júri Catarina Pestana, da Bang-Bang Agency,

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Tim Vieira, e o vereador da cultura de Viseu, Jorge Sobrado. O evento contou com o apoio da Rotten Fruit Box e da My Iced.

Locais de estágio e/ou de formação em serviço

No ano letivo 2019/2020, os alunos da Licenciatura em Marketing estagiaram nas seguintes entidades:

Anca Design Studio, Associação de Desporto e Educação Física do Concelho de Carregal do Sal, Associação de Futebol de Viseu, Celeuma, Clarisse Consulting, Curbi, ERA, Ergovisão, Do it Better, Impactplan, Media Center, Mixlife, Momentos Plenos, Ontag, Ser e Parecer, Strategy 360 Consultancy, Supreme Stage, United Events, Plubimil e Visabeira.

Trabalhos de investigação envolvendo os estudantes

Na Unidade Curricular de Projeto foram realizados diversos 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):

- Estudo sobre a Imagem do IPV. Este estudo foi realizado com o apoio do IPV, com uma amostra de 1316 pessoas, constituída pelos vários stakeholders do IPV: docentes, alunos, ex-alunos, residentes e empresas. O relatório final foi entregue à presidência do IPV.

- Estudo sobre a criação de uma empresa de eventos (tendo sido elaborado um inquérito, com o respetivo tratamento de dados)

- Estudo da viabilidade da criação de um souvenir para a cidade do Porto (com a elaboração de um inquérito, respondido por turistas)

Foi também publicado um artigo científico que envolveu os alunos da Licenciatura em Marketing, de anos anteriores, uma vez que estes realizaram entrevistas e recolheram dados para o estudo:

Amaro, S., Morgado Ferreira, B., Henriques, C. (2020) Towards a deeper understanding of the purchase of souvenirs, *Tourism and Hospitality Research*, 20(2) 223-236. <https://doi.org/10.1177/1467358419848139>

Corpo docente

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU E DATA	ÁREA CIENTÍFICA ESPECIALISTA E DATA	REGIME	CARGA LETIVA NO CURSO
Ana Mafalda dos Santos Portas Matias		Doutor	Ciências sociais e do comportamento -> Sociologia da Comunicação em 2013		Integral	0
Ana Paula Leocádio Daniel Campos Nunes	Professor Convidado	Licenciado	Psicologia do Trabalho e das Organizações em 1992	Gestão, Especialização em Gestão de Recursos Humanos em 2019-12-17	75.6%	104
	Assistente		Ciências empresariais ->			

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

António Carlos Gomes Marques Pereira	Professor Convitado	Mestre	Finanças Empresariais em 2011		16.7%	25.5
Augusto Manuel Pais Antunes	Professor Convitado	Doutor	Gestão em 2013		71.4%	26.5
Bruno Emanuel Morgado Ferreira	Professor Convitado	Doutor	Ciências de Gestão (Marketing) em 2015		Integral	156
Carla Manuela Ribeiro Henriques	Prof. Adjunto	Doutor	Matemática Aplicada - Área Probabilidades e Estatística em 2006		Integral	195
Carla Maria Alves da Silva Fernandes	Prof. Adjunto	Doutor	Turismo em 2011		Integral	78
Catarina Gameira Minhoto	Assistente Convitado	Mestre	Direito em 2010		59.5%	91
Clarinda Serdeira da Costa Almeida	Assistente	Mestre	Gestão em 2004		Integral	136.5
Cristina Maria de Jesus Barroco Novais	Prof. Adjunto	Doutor	Turismo em 2014		Integral	20.25
Daniel Augusto Estácio Marques Mendes Gaspar	Prof. Adjunto	Doutor	Engenharia e técnicas afins -> Engenharia Mecânica em 2019		Integral	175.5
Fátima Susana Mota Roboredo Amante	Professor Convitado	Doutor	Línguas e literaturas estrangeiras -> Filologia Inglesa em 2012		Integral	45.5
Joaquim Gonçalves Antunes	Prof. Coordenador	Doutor	Gestão em 2004		Integral	19.5
Jorge Paulo Jesus Santos	Prof. Adjunto	Mestre	Matemática em 1998		Integral	195
José Luis Mendes Loureiro Abrantes	Prof. Coordenador	Doutor	Ciências Económicas e Empresariais em 2001		Integral	123
José Alberto da Costa Ferreira	Prof. Adjunto	Mestre	Ciências Empresariais - Finanças em 1996		Integral	195
José Augusto Rosa Bastos	Prof. Adjunto	Licenciado	Gestão em 1999	Marketing e Publicidade em	Integral	136.5

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

				2015-09-30		
Margarida Alexandra Lopes Vcente	Prof. Adjunto	Doutor	Gestão em 2014		Integral	175.5
Maria Isabel Dias Rodrigues	Assistente	Licenciado	Gestão de Empresas em 1999		Integral	98
Maria José Lisboa Antunes	Prof. Adjunto	Doutor	Linguística em 2012		Integral	214.5
Nuno Filipe Esteves Vdeira	Assistente Convidado	Licenciado	Artes Plásticas e Multimédia em 2011		59.5%	247
Nuno Filipe Rosa Melão	Professor Convidado	Doutor	Ciências Empresariais em 2002		95.85%	26
Odete Carvalho Ribeiro	Assistente	Mestre	Matemática Pura em 1998		Integral	78
Paula Sofia Neta Vasconcelos Pinheiro	Professor Convidado	Doutor	Ciências empresariais -> Marketing e Estratégia em 2019		87.5%	110.5
Rui Filipe Cardoso Carreto	Professor Convidado	Doutor	Design -> Design em 2013		Integral	78
Suzanne Fonseca Amaro	Prof. Adjunto	Doutor	Marketing em 2014		Integral	247.75

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
TOTAL	31	27	26
ETI	27.83	25.08	23.66

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	ETI	%*	ETI	%*	ETI	%*
EM TEMPO INTEGRAL	25	89.82	22	87.73	19	80.3
COM GRAU DE DOUTOR	16.87	60.61	17.3	68.98	15.55	65.71
ESPECIALISTAS NÃO DOUTORADOS, DE RECONHECIDA EXPERIÊNCIA E COMPETÊNCIA PROFISSIONAL	1	3.59	1	3.99	1.76	7.42
TEMPO INTEGRAL COM UMA LIGAÇÃO À INSTITUIÇÃO POR UM PERÍODO SUPERIOR A TRÊS ANOS	23	82.63	19	75.77	16	67.62
INSCRITOS EM PROGRAMAS DE DOUTORAMENTO HÁ MAIS DE UM ANO		0	2	7.98	0	0

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

* Em relação ao total de ETI

ÍNDICE DE ENVELHECIMENTO

	2017/2018			2018/2019			2019/2020		
	NÚMERO	%*	IE*	NÚMERO	%*	IE*	NÚMERO	%*	IE*
< 30 ANOS	0	0	3	0	0	2.33	0	0	3.5
>=30 E < 40 ANOS	3	9.68		3	11.11		2	7.69	
>=40 E < 50 ANOS	19	61.29		17	62.96		17	65.38	
>=50 E < 60 ANOS	7	22.58		6	22.22		6	23.08	
>= 60 ANOS	2	6.45		1	3.7		1	3.85	

* Índice de envelhecimento = número de docentes com idade >= 50/número de docentes com idade < 40

Caracterização dos estudantes

GÉNERO

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
FEMNINO	84	52.17	88	54.66	88	57.14
MASCULINOS	77	47.83	73	45.34	66	42.86

IDADE

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
< 20 ANOS	44	27.33	41	25.47	51	33.12
>= 20 E < 24 ANOS	84	52.17	92	57.14	81	52.6
>= 24 E < 28 ANOS	26	16.15	22	13.66	15	9.74
>= 28 ANOS	7	4.35	6	3.73	7	4.55

INSCRITOS

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
1º ANO CURRICULAR	72	44.72	70	43.48	60	38.96
2º ANO CURRICULAR	42	26.09	38	23.6	50	32.47
3º ANO CURRICULAR	47	29.19	53	32.92	44	28.57

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
TOTAL	161	161	154

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
VAGAS	59	60	65
CANDIDATOS EM 1ª OPÇÃO	39	41	44
COLOCADOS CNA	55	55	56
COLOCADOS EM 1ª OPÇÃO	39	47	44
COLOCADOS MUDANÇA INSTITUIÇÃO/CURSO	7	8	5
COLOCADOS MAIORES DE 23 ANOS	3	3	3
COLOCADOS TITULARES DE CURSO	0	0	1
COLOCADOS TITULARES DE CET	1	0	0
COLOCADOS TITULARES DE CTESP	0	4	7
COLOCADOS ESTUDANTES INTERNACIONAIS	2	5	7
COLOCADOS REINGRESSO	5	1	2
INSCRITOS NO 1º ANO PELA 1ª VEZ	51	51	48
NOTA MÍNIMA DE ENTRADA (CNA)	117.2	119.1	122.8
NOTA MÉDIA DE ENTRADA (CNA)	129.4	129.8	131.8

Informação adicional sobre a caracterização dos estudantes (discriminação de informação por ramos)

Não aplicável.

Sucesso Académico

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
DIPLOMADOS	27	35	32
DIPLOMADOS EM N ANOS	19	25	15
DIPLOMADOS EM N+1 ANOS	2	4	9
DIPLOMADOS EM N+2 ANOS	3	3	4
DIPLOMADOS EM MAIS DE N+2 ANOS	3	3	4

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	%*	%**	%*	%**	%*	%**
TAXA MÉDIA DE APROVAÇÃO ÀS UNIDADES CURRICULARES	65.99	66.4	77.54	80.9	86.9	94.15

* Em relação ao número de inscritos; ** Em relação ao número de avaliados

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

	2017/2018			2018/2019			2019/2020		
	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO
RAZÃO ENTRE ESTUDANTE AVALIADOS E ESTUDANTES NÃO AVALIADOS	1899	12	158.25	1843	80	23.04	2959	247	11.98

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
UNIDADES CURRICULARES COM MENOR TAXA DE APROVAÇÃO*	Matemática Aplicada ao Marketing com 39.13 (Nº alunos aprovados: 18; Nº alunos avaliados: 46)	Matemática Aplicada ao Marketing com 56.25 (Nº alunos aprovados: 36; Nº alunos avaliados: 64)	Estatística Aplicada ao Marketing com 62.9 (Nº alunos aprovados: 39; Nº alunos avaliados: 62)

* Percentagem do número de aprovados em relação ao número de avaliados (Não contabiliza UCs sem alunos avaliados e UCs de Estágio)

Estratégias adotadas para combate ao insucesso

As unidades curriculares 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. Nesse sentido, as estratégias utilizadas para o combate ao insucesso têm sido as seguintes:

- Os alunos são incentivados a frequentar a Unidade Letiva de Base - Apoio a Matemática, unidade extracurricular que pretende consolidar os conteúdos de matemática ao nível do ensino secundário que suportam a progressão no curso.
- A avaliação incentiva os alunos à assiduidade e participação nas aulas.
- A avaliação estimula os alunos a realizarem mini-testes nas aulas, que podem valorizar a classificação final obtida nas unidades curriculares.

Especificamente na UC de Estatística Aplicada ao Marketing, durante algumas aulas deu-se muito 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.

Empregabilidade

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
% RECEM DIPLOMADOS DO CURSO REGISTRADOS NO IEFP COM DESEMPREGADOS*	11.5	10.3	7.7

* Dados IEFP

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
--	-----------	-----------	-----------

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
DIPLOMADOS A EXERCER ATIVIDADE PROFISSIONAL*			1	50	6	67
DIPLOMADOS A EXERCER ATIVIDADE PROFISSIONAL EM SETOR DE ATIVIDADE RELACIONADO COM O CICLO DE ESTUDOS*			1	100	6	100

* Dados questionário IPV

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS DIPLOMADOS	NÚMERO DE RESPOSTAS			2		9	
	DIPLOMADOS A QUEM FOI SOLICITADA RESPOSTA			27	7.41	35	25.71

Estratégias adotadas para melhoria das condições de empregabilidade do curso

A percentagem de graduados deste ciclo de estudos que estão registados no IIEFP como desempregados atingiu o valor de 7,7%, 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 procurarem emprego noutras cidades, o que não favorece a taxa de desemprego. 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; o aumento de parcerias com as empresas da região; a dinamização dos estágios curriculares. Foi criada uma base de dados dos ex-alunos com o perfil dos alunos finalistas e das suas competências para promover os recém-licenciados do Departamento de Gestão da ESTGV junto das entidades que procuram recrutar novos colaboradores.

Abandono Escolar*

	2017/2018						2018/2019						2019/2020					
	INSCRITOS		ABANDONOS		%		INSCRITOS		ABANDONOS		%		INSCRITOS		ABANDONOS		%	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
TOTAL	77	84	14	15	18.18	17.86	73	88	16	10	21.92	11.36	66	88	5	2	7.58	2.27
1º ANO	29	43	9	13	31.03	30.23	27	43	5	9	18.52	20.93	30	30	0	0	0	0
2º ANO	23	19	2	0	8.7	0	16	22	2	1	12.5	4.55	20	30	2	2	10	6.67
3º ANO	25	22	3	2	12	9.09	30	23	9	0	30	0	16	28	3	0	18.75	0

* Abandono Escolar = $((NI - ND) / NI) * 100$

NI - Nº de estudantes inscritos em determinado ano letivo

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

NNI - Nº de estudantes inscritos em determinado ano letivo, não inscritos no ano seguinte

ND - Nº de diplomados

Estratégias adotadas para combate ao abandono

Um estudo realizado em 2018 pela Direção Geral de Estatísticas da Educação e da 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 4,5% no total (num total de 154 alunos, desistiram 7). 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, em média, de conclusão do Curso. Quando os alunos abandonam o curso, alguns são contactados pela Direção da Licenciatura com o objetivo de perceber os motivos do abandono.

Internacionalização

	2017/2018		2018/2019		2019/2020	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
ESTUDANTES ESTRANGEIROS MATRICULADOS	2	1.24	3	1.86	4	2.6
ESTUDANTES EM PROGRAMAS INTERNACIONAIS DE MOBILIDADE (RECEBIDOS)	29	18.01	16	9.94	30	19.48
ESTUDANTES EM PROGRAMAS INTERNACIONAIS DE MOBILIDADE (ENMADOS)	4	2.48	2	1.24	7	4.55
DOCENTES ESTRANGEIROS, INCLUINDO EM MOBILIDADE (RECEBIDOS)	3	1.86	0	0	2	1.3
DOCENTES (ENMADOS)	4	2.48	3	1.86	0	0

Satisfação

COM AS UNIDADES CURRICULARES

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
NATUREZA DA UNIDADE CURRICULAR*		4.01	4.01

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

IMPLEMENTAÇÃO**	4.22	4.36
AUTOAVALIAÇÃO***	4.21	4.05

*Média itens 1.01 a 1.05; **média itens 2.01 a 2.08; ***média itens 3.01 a 3.03

COM O TRABALHO FINAL DE CURSO/ESTÁGIO

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
NATUREZA DO ESTÁGIO*	0	0	4.67
ASPETOS CIENTÍFICO-PEDAGÓGICOS E ORGANIZACIONAIS**	0	0	4
AVALIAÇÃO E PROMOÇÃO DO SUCESSO***	0	0	4
AUTOAVALIAÇÃO DO ESTUDANTE RELATIVAMENTE AO ESTÁGIO/PROJETO****	0	0	4.5
RELAÇÕES INTERPESSOAIS*****	0	0	5

*Média itens 1.01 a 1.03; **média itens 2.01 a 2.05; ***média itens 3.01 a 3.02; ****média itens 4.01 a 4.02; *****média itens 5.01 a 5.02

COM O CURSO

	2017/2018	2018/2019	2019/2020
CURSO - PERCEÇÃO GLOBAL*		2.36	4.2
AMBIENTE**		3.22	4

*Média itens 1.01 a 1.05; **média itens 2.01 a 2.03;

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS	138		81		164	
	ESTUDANTES INSCRITOS	1738	7.94	1736	4.67	1681	9.76
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O ESTÁGIO, DISSERTAÇÃO OU PROJETO	NÚMERO DE RESPOSTAS	0		0		1	
	ESTUDANTES INSCRITOS	1	0	39	0	18	5.56
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O	NÚMERO DE RESPOSTAS	4		3		5	
	ESTUDANTES INSCRITOS	161	2.48	156	1.92	135	3.7

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

CURSO E A COM A ESCOLA							

Apreciação global dos resultados da satisfação

Infelizmente a taxa de respostas é muito baixa (9,76%, para as UCs; 5,56% para Estágio/Projeto e 3,7% para a satisfação com o curso e a Escola) 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). Também a satisfação com o Estágio/Projeto Final atinge médias próximas de 5 (num item atinge mesmo o valor de 5). De destacar também o valor elevado da perceção global dos estudantes com o curso (4.2), tendo registado uma significativa melhoria em relação ao ano anterior.

Relatórios de Unidade Curricular

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE CUMPRIMENTO DO PRAZO PARA ELABORAÇÃO DOS RELATÓRIOS DE UNIDADE CURRICULAR	RELATÓRIOS ELABORADOS DENTRO DO PRAZO	37	100	35	94.59	37	100
	NÚMERO DE UNIDADES CURRICULARES	37		37		37	
TAXA DE CUMPRIMENTO DO PRAZO PARA VALIDAÇÃO DOS RELATÓRIOS DE UNIDADE CURRICULAR	RELATÓRIOS VALIDADOS DENTRO DO PRAZO		0	36	100	37	100
	RELATÓRIOS ELABORADOS			36		37	

Análise crítica do funcionamento do curso

Neste ano letivo a nota de entrada, na 1.ª fase, foi de 122,8, superior à do ano anterior (119,1), tendo sido preenchidas as 43 vagas disponíveis pelo contingente geral. Estiveram inscritos 154 alunos no total, 60 estudantes no 1.º ano, 50 no 2.º ano e 44 no 3.º ano. Foram diplomados 32 estudantes que demoraram, em média, 3,4 anos a concluir a Licenciatura.

O curso continua a ser bastante prático, 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 Futuro Sustentável.

Não é possível fazer uma análise crítica do funcionamento do curso neste ano letivo sem falar da pandemia que afetou os alunos e docentes no 2.º semestre. Em meados de março, devido ao confinamento, as aulas desta Licenciatura passaram a ser lecionadas online. É importante salientar, a este nível, a elevada capacidade de adaptação dos docentes que, de um dia para o outro, passaram a dominar plataformas até aí praticamente inutilizadas, adaptando os métodos pedagógicos para o ensino online. Também os alunos se demonstraram muito empenhados e motivados, tendo-se adaptado facilmente a esta forma de ensino. Os constrangimentos maiores foram sentidos nas unidades curriculares mais práticas, como Noções Básicas de Contabilidade ou Decisões de Investimento e Financiamento. Houve um grande esforço por parte dos docentes em minimizar a minimizar algumas das dificuldades sentidas.

Devido à pandemia, a apresentação dos projetos desenvolvidos pelos alunos do 2.º ano, no âmbito do Mark'it, ocorreu online, no início de junho. Aos grupos foram colocadas questões por parte do júri, constituído pelo próprio Tim Vieira, pela Catarina Pestana, da Bang Bang

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Agency e Jorge Sobrado, Vereador do Município de Viseu e Diretor da VISEU MARCA. Este evento é muito importante para a ESTGV e para o IPV, uma vez que mostra o trabalho realizado numa das suas Licenciaturas, captando o interesse não só de potenciais alunos, mas também de potenciais empregadores que têm a oportunidade de observar as competências desenvolvidas pelos alunos. Estiveram no Webinar mais de 300 participantes, nomeadamente atuais alunos e ex-alunos da Licenciatura em Marketing, professores do Politécnico de Viseu, alunos e professores da Escola Profissional de Trancoso, da Escola Profissional Mariana Seixas e do Agrupamento de Escolas de Santa Comba Dão e outras pessoas interessadas no Marketing. Pelo Facebook Live também assistiram mais de 40 pessoas e o vídeo disponibilizado do evento no Facebook já teve mais de 6000 visualizações.

A nível dos estágios, continuou a verificar-se um número elevado de alunos a preferir esta opção em alternativa a Projeto. Também os estágios sofreram alterações devido à pandemia. A maioria dos alunos que se encontravam a realizar já os seus estágios continuaram a efetuar os seus estágios em teletrabalho. Dois foram interrompidos, tendo começado novamente mais tarde depois do confinamento. Apesar desta situação inesperada, verificou-se um excelente feedback, por parte das empresas, em relação aos alunos que receberam como estagiários.

De referir, ainda, que apesar de vários docentes de Marketing terem obtido bolsa para fazerem ERASMUS neste ano letivo, não se chegaram a concretizar devido à pandemia.

No global, apesar deste contexto de pandemia, o balanço foi positivo, uma vez que os docentes conseguiram manter a proximidade com os alunos e foi mantido o nível de exigência, com a mesma qualidade de ensino.

Melhorias identificadas em anos anteriores - Monitorização

Descrição das ações de melhoria definidas no ano letivo anterior

Descrição das ações de melhoria definidas no ano letivo anterior

A nível da Licenciatura, no global, foram definidas as seguintes melhorias:

- 1) Aumentar o número de parcerias com instituições para a realização de Erasmus,
- 2) Incentivar a participação em programas de mobilidade, procurando também diversificar as geografias do destino (alunos escolhem essencialmente Polónia).

Em termos mais específicos, ou seja, a nível de cada unidade curricular, a maioria dos docentes entendeu que não seriam necessárias ações de melhoria novas, dados os resultados serem bastante positivos. Contudo, é de salientar, que mantêm práticas adotadas em anos anteriores, sempre com o objetivo de obter melhores resultados e de motivar os alunos. A título de exemplo, são adotadas estratégias para aumentar a assiduidade, são convidados oradores externos às aulas, são organizadas conferências de interesse para os alunos, os professores atualizam os slides e casos práticos, entre outras medidas.

As ações de melhoria previstas para o ano 2019/2020 especificamente em unidades curriculares, são em unidades do 1.º ano, onde se verificaram as piores taxas de sucesso:

- 3) Na UC de Matemática Aplicada ao Marketing:
 - 3.1) Implementar um sistema de avaliação contínua com mini-testes.
 - 3.2) Manter a ULB (Unidade Letiva de Base) de Matemática de Apoio.
- 4) Na UC de Noções Básicas de Contabilidade
 - 4.1) Diminuição do nº de alunos por grupo de trabalho.
 - 4.2) Intensificação do nº de casos práticos.
 - 4.3) Premiar a participação dos alunos nas aulas tutoriais

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação

- 1) Média
- 2) Média
- 3.1) Alta; 3.2) Alta
- 4.1) Média; 4.2) Média; 4.3) Alta

Prioridade (Alta, Média, Baixa) dada à implementação das ações do ano letivo anterior

- 1) Média
- 2) Alta
- 3.1) Alta 3.2) Alta
- 4.1) Média 4.2) Média 4.3) Alta

Tempo previsto para a implementação das ações do ano letivo anterior

O prazo definido, para todas as ações propostas, seria a implementação no ano letivo 2019/2020

Tempo usado na implementação das ações do ano letivo anterior

- 1) Não foi ainda concretizado.
- 2) Ano letivo 2019/20
- 3.1) 3.2) Ano letivo 2019/20
- 4.1) 4.2) 4.3) Ano letivo 2019/20

Descrição dos Indicadores de implementação das ações do ano letivo anterior

- 1) N.º de parcerias estabelecidas (aumentar em 2 já no próximo ano letivo)
- 2) 1 sessão com um aluno que tenha feito Erasmus.
- 3.1) Número de mini-testes efetuados
- 3.2.) Presenças na ULB
- 4.1) N.º de alunos por grupo de trabalho
- 4.2) N.º de casos práticos

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

4.3) Nº de alunos que frequentarem as tutorias e nota atribuída

Melhoria das taxas de aprovação (Alunos aprovados/Alunos Avaliados)

Indicador (número) / Resultado (texto)

1) Não foram estabelecidas parecerias novas no ano letivo 2019/20

2) Foi realizada uma sessão com um aluno da Licenciatura em Marketing que tinha feito Erasmus na Holanda.

3.1) Foram realizados 2 mini-testes

3.2) 34 alunos frequentaram a ULB

Estas medidas contribuíram para uma melhora na taxa de aprovação (Alunos aprovados/Alunos Avaliados), que aumentou para 63% (no ano anterior foi de 55%)

4.1) O n.º de alunos por grupo de trabalho passou de 4 para 3.

4.2) Não se verificou um aumento do n.º de casos práticos

4.3) Houve mais alunos a recorrerem às tutorias (que foram online). Esses alunos tiveram uma nota melhor na componente de avaliação "Atitude".

É de notar que apesar de um das medidas propostas para esta UC não se ter concretizado (o aumento dos casos práticos), a taxa de aprovação (Alunos aprovados/Alunos Avaliados) aumentou para 84% (no ano anterior foi de 67%).

Melhorias identificadas em anos anteriores - Eficácia

		2017/2018		2018/2019		2019/2020	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE EFICÁCIA	MELHORIAS IMPLEMENTADAS COM EFICÁCIA		0	12	120	5	71.43
	MELHORIAS IDENTIFICADAS			10		7	

Melhorias Propostas

Descrição das ações de melhoria

A nível da Licenciatura, no global, são propostas as seguintes ações de melhoria:

Ação de Melhoria 1 - Aumentar o número de parcerias Erasmus

Ação de Melhoria 2 - Aumentar o número de alunos que fazem Erasmus (outgoing)

Ação de Melhoria 3 - Aumentar o número de alunos que preenchem os inquéritos de satisfação

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2019/20

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Em termos mais específicos, ou seja, a nível de cada unidade curricular, a maioria dos docentes entende que não são necessárias ações de melhoria novas, dados os resultados serem bastante positivos. Contudo, é de salientar, que mantêm práticas adoptadas em anos anteriores, sempre com o objetivo de obter melhores resultados e de motivar os alunos. A título de exemplo, são adotadas estratégias para aumentar a assiduidade, são convidados oradores externos às aulas, são organizadas conferências de interesse para os alunos, os professores atualizam os slides e casos práticos, é feita uma avaliação contínua na maioria das unidades curriculares, entre outras medidas.

Prioridade (Alta, Média, Baixa) das ações (de acordo com as ações definidas no ponto anterior)

Ação de Melhoria 1 - Média

Ação de Melhoria 2 - Média

Ação de Melhoria 3 - Alta

Tempo de implementação das ações (de acordo com as ações definidas no ponto anterior)

Ação de Melhoria 1 - Ano letivo 2020/21

Ação de Melhoria 2 - Ano letivo 2020/21

Ação de Melhoria 3 - Ano letivo 2020/21

Indicador(es) de implementação (de acordo com as ações definidas)

Ação de Melhoria 1 - N.º de parcerias estabelecidas

Ação de Melhoria 2 - N.º de alunos em Erasmus

Ação de Melhoria 3 - Percentagem dos alunos que preenchem os inquéritos de satisfação

Observações

Na análise do relatório do curso de Marketing de 2019/2020, é importante ter em atenção que este ano letivo ficou marcado por um período conturbado e atípico, devido à pandemia. Esta situação poderá ter-se refletido nalguns dos indicadores constantes deste relatório.