



## RELATÓRIO DE CURSO ANUAL

---

Curso Técnico Superior Profissional em Gestão de Marketing Digital

Ano Letivo 2021/2022

## Índice

1. Introdução .....	3
2. Estudantes .....	4
2.1. Caracterização dos estudantes .....	4
2.1.1. Caracterização dos estudantes, por género e origem geográfica .....	4
2.1.2. Número de estudantes inscritos por ano curricular .....	4
2.1.3. Procura do ciclo de estudos .....	4
3. Resultados .....	5
3.1. Resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes .....	5
3.2. Resultados académicos .....	5
3.2.1. Eficiência formativa .....	5
3.2.2. Sucesso escolar .....	5
3.2.3. Resultados da aplicação turnitin .....	6
3.2.4. Ocorrências da aplicação do código de boa conduta .....	7
3.2.5. Grau de concretização do alcance das metas das atividades relacionadas com o e-learning, abi/inform, inschoolbusiness, e mentoring com alumni (por uc e aluno), escola-hotel, estágios, estudos aplicados envolvendo estudantes .....	8
3.2.6. Conclusões das reuniões dos coordenadores de curso com os delegados de turma .....	10
3.2.7. Abandono escolar .....	11
3.2.8. Empregabilidade .....	11
3.3. Nível de internacionalização .....	11
3.3.1. Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal não docente .....	11
3.4. Análise SWOT do ciclo de estudos .....	12
3.4.1. Pontos fortes .....	12
3.4.2. Pontos fracos .....	12
3.4.3. Oportunidades .....	12
3.4.4. Ameaças .....	13
4. Estabilidade do corpo docente .....	14
5. Síntese das situações relevantes e ações de melhoria da organização do ciclo de estudos e do processo de ensino/aprendizagem .....	15
5.1. Resumo do desempenho do ano letivo .....	15
5.2. Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação .....	15
5.2.1. Propostas de melhoria dos delegados de turma .....	15
5.2.2. Propostas de melhoria dos coordenadores de área científica .....	15
5.2.3. Propostas de melhoria do coordenador de curso .....	16

## 1. Introdução

O presente relatório resume e apresenta a informação relativa à caracterização e resultados relevantes observados no Curso Técnico Superior Profissional (CTeSP) em Gestão de Marketing Digital, no ano letivo de 2021/2022, incluindo:

- Uma caracterização dos estudantes (por género e origem geográfica, inscritos por ano curricular e procura do ciclo de estudos);
- Os resultados agregados dos inquéritos de satisfação dos estudantes, os resultados académicos (eficiência formativa, sucesso escolar, abandono escolar e empregabilidade), assim como o nível de internacionalização do ciclo de estudos;
- Uma análise SWOT do ciclo de estudos;
- Uma síntese das situações relevantes de desempenho;
- Recomendações de ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação, incluindo a monitorização do cumprimento das propostas de melhoria e monitorização do seu cumprimento;
- A inclusão das informações recomendadas pela CAE e constantes nas condições definidas em 17 de março de 2020 pelo Conselho de Administração da A3ES, para a certificação do SIGQ do ISAG no âmbito do processo ASIGQ/19/0000012;

## 2. Estudantes

### 2.1. Caracterização dos estudantes

#### 2.1.1. Caracterização dos estudantes, por género e origem geográfica

Género	2021/22	
	Número	%
Feminino	11	42,0%
Masculino	15	58,0%

Distrito	2021/22	
	Número	%
Aveiro	1	4,0%
Porto	19	73,0%

Verifica-se que o ciclo de estudos foi mais procurado por estudantes do sexo masculino (58%) e, que a grande maioria dos estudantes é proveniente do distrito do Porto (73%).

#### 2.1.2. Número de estudantes inscritos por ano curricular

Ano	2021/22	2020/21	2019/20	2018/19
1	17	25	16	-
2	9	7	0	-

Verificou-se um aumento do número de estudantes do 2º ano, face ao ano letivo anterior. No entanto, verificamos um decréscimo do número de estudantes do 1º ano.

#### 2.1.3. Procura do ciclo de estudos

Perfil da Procura	2021/2022	2020/21	2019/20	2018/19
Nº de vagas	30	30	30	30
Nº de Candidatos	33	31	32	2
Nº de Colocados	21	23	16	0
Nº de Inscritos 1º ano 1ª vez	18	22	16	0
Nota do último colocado	118	120	120	-
Nota média de entrada	136	138,08	103,64	-

Relativamente ao ano letivo anterior, verificou-se um aumento do número de candidatas. Contudo, o número de colocados diminuiu face ao 2020/2021. Relativamente à nota do último colocado, verifica-se uma ligeira diminuição face ao ano letivo anterior.

### 3. Resultados

#### 3.1. Resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes

Nas dimensões da avaliação da UC e da avaliação do docente utilizou-se a escala de Likert de satisfação de cinco pontos (1 totalmente insatisfeito e 5 plenamente satisfeito) e na avaliação do docente a escala de concordância (1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente). Os resultados dos inquéritos realizados aos estudantes, para cada semestre letivo de 2021/22, foram resumidamente os seguintes, por dimensão:

Índice Médio de satisfação	Semestre	2021/22	2020/21	2019/20
Autoavaliação do estudante	1º S	4,71	4,56	4,04
	2º S	3,97	4,58	4,18
Docentes	1º S	4,86	4,14	4,05
	2º S	4,38	4,32	4,17
Unidades curriculares	1º S	4,73	4,32	4,13
	2º S	4,33	4,47	4,27

Estes resultados revelam índices médios de satisfação dos estudantes muito elevados (atingindo um valor máximo de 4,86 e um mínimo de 3,97).

#### 3.2. Resultados académicos

##### 3.2.1. Eficiência formativa

Resultados - Eficiência Formativa	2021/22	2020/21	2019/20	2018/19
Nº de diplomados	7	2	-	-

Anos Conclusão	2021/22	2020/21	2019/20	2018/19
Nº de diplomados em N anos	7	2	-	-
Nº de diplomados em N+1 anos	0	0	-	-
Nº de diplomados em N+2 anos	0	0	-	-
Nº de diplomados em mais de N+2 anos	0	0	-	-

Pela análise do quadro anterior, constata-se que, dos 7 estudantes diplomados, todos concluíram o ciclo de estudos no prazo normal (dois anos).

##### 3.2.2. Sucesso escolar

1.º ANO – 1.º SEMESTRE				
Unidade curricular	N.º de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
GMD201 - Direito Aplicado aos Meios Digitais	13	69,23%	14	2,74
GMD205 - Fundamentos de Gestão	16	75%	11,08	1,29
GMD203 - Informática	14	78,57%	11,09	2,63
GMD206 - Introdução ao Marketing Digital	15	100%	14,27	2,67
GMD202 - Língua Inglesa	13	84,62%	15	3,08
GMD204 - Marketing	16	93,75%	13,4	2,74

1º ANO - 2º SEMESTRE				
Unidade curricular	Nº de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
GMD212 - Comércio Eletrónico	11	81,82%	12,33	1,87
GMD208 - Comunicação de Marketing	11	90,91%	14,2	2,88
GMD207 - Empreendedorismo e Inovação	11	81,82%	11,44	2,63
GMD211 - Marketing Estratégico para os Meios Digitais	13	76,92%	11	2,16
GMD209 - Multimédia	12	100%	14,17	2,7
GMD210 - Português e Técnicas de Comunicação Empresarial	12	100%	14,67	2,48

2º ANO - 1º SEMESTRE				
Unidade curricular	Nº de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
GMD215 - Gestão de Marketing Digital	6	83,33%	16,2	3,87
GMD217 - Integração de Sistemas	6	83,33%	13,8	2,65
GMD214 - Mobile Marketing	8	100%	16,38	4,43
GMD216 - Monitorização e Controlo de Marketing Digital	7	85,71%	14,67	3,56
GMD218 - Plano Marketing Digital	8	100%	15,38	3,74
GMD213 - Web Design	5	100%	16,2	3,56

2º ANO - 2º SEMESTRE				
Unidade curricular	Nº de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
GMD219 - Estágio	7	100%	17,29	2,22

O quadro acima revela que as taxas de aprovação por unidade curricular foram globalmente muito satisfatórias, destacando-se as taxas de aprovação de 100% em sete unidades curriculares.

### 3.2.3. Resultados da aplicação Turnitin

No âmbito do cumprimento das atividades previstas nas diferentes Unidades Curriculares do CTSP de Gestão de Marketing Digital, verifica-se uma percentagem de cumprimento superior a 533%. Com efeito, foram realizadas 105 atividades com participação efetiva dos estudantes, apesar de estarem apenas previstas 19.

É de notar que, durante o ano letivo em análise, foi decretado o desconfinamento, e consequentemente deixou de ser obrigatório a utilização da plataforma E-learning do ISAG. Por esta razão, verificou-se uma diminuição da sua utilização, bem como, das atividades realizadas, face ao ano anterior, em que se atingiu 580% de taxa de cumprimento.

### **3.2.4.Ocorrências da aplicação do Código de Boa Conduta**

#### **1º Ano - 1º Semestre**

- GMD201-Direito Aplicado aos Meios Digitais  
Relativamente à conduta académica, trata-se de uma turma empenhada e interessada nos conteúdos programáticos, o que, aliás, se refletiu nos resultados alcançados. Foram, na generalidade, alunos assíduos e pontuais, os quais seguiram sempre as orientações da Professora, respondendo de forma proativa a todos os desafios lançados em termos de trabalho prático. Quanto a plágio, não existiu ocorrência a registar.
- GMD205-Fundamentos de Gestão  
Não há ocorrências a registar.
- GMD203-Informática  
Relativamente à conduta académica, trata-se efetivamente de uma turma empenhada e verdadeiramente comprometida com a vida académica, facto que se refletiu nos resultados finais obtidos. Foram, na generalidade assíduos e pontuais, seguiram sempre as orientações e participaram de forma ativa em todas as atividades propostas. No que respeita a atos de plágio, não há qualquer ocorrência a registar.
- GMD206-Introdução ao Marketing Digital  
Nada a registar.
- GMD202-Língua Inglesa  
Não há nenhuma ocorrência a registar.
- GMD204-Marketing  
Não houve ocorrências a registar.

#### **1º Ano - 2º Semestre**

- GMD212-Comércio Eletrónico  
Nada a registar.
- GMD208-Comunicação de Marketing  
Nada a registar.
- GMD207-Empreendedorismo e Inovação  
Nada a registar.
- GMD211-Marketing Estratégico para os Meios Digitais  
Nada a assinalar.
- GMD209-Multimédia  
Relativamente à conduta académica, trata-se de uma turma empenhada e comprometida com a vida académica, facto que se refletiu nos resultados finais obtidos. Foram, na generalidade, assíduos e pontuais, seguiram sempre as orientações e participaram de forma ativa em todas as atividades propostas. No que respeita a atos de plágio, não há qualquer ocorrência a registar.
- GMD210-Português e Técnicas de Comunicação Empresarial  
Nada a registar neste ponto específico.

## 2º Ano - 1º Semestre

- GMD215-Gestão de Marketing Digital  
Neste âmbito, não houve nada a registar.
- GMD217-Integração de Sistemas  
Relativamente à conduta académica, a turma mostrou-se empenhada e comprometida. Foram, globalmente assíduos e pontuais, tendo demonstrando interesse e respeito pelas normas e regras da instituição e de funcionamento em sala de aula. No que respeita a atos de plágio, não há qualquer ocorrência a registar.
- GMD214-Mobile Marketing  
Tudo foi organizado e não houve qualquer ocorrência a referir.
- GMD216-Monitorização e Controlo de Marketing Digital  
Não houve ocorrências a registar.
- GMD218-Plano Marketing Digital  
Não há qualquer registo de tentativa de plágio.
- GMD213-Web Design  
Relativamente à conduta académica, foi uma turma empenhada e verdadeiramente comprometida com a vida académica, o que se refletiu nos resultados finais obtidos. Foram, na generalidade, assíduos e pontuais, seguiram sempre as orientações e participaram de forma ativa em todas as atividades propostas. No que respeita a atos de plágio, não há qualquer ocorrência a registar.

## 2º Ano - 2º Semestre

- GMD219-Estágio  
Relativamente à conduta académica, a turma é efetivamente empenhada e comprometida com o cariz prático e profissional da UC, facto que se refletiu nos resultados finais obtidos. Os alunos que completaram o estágio, foram, na generalidade, assíduos e pontuais, seguiram sempre as indicações dos orientadores e participaram de forma ativa em todas as atividades propostas. No que respeita a atos de plágio, deve registar-se que um estudante teve que refazer o seu relatório de estágio por apresentar uma taxa de similaridade acima do valor permitido.

### **3.2.5.Grau de grau de concretização do alcance das metas das atividades relacionadas com o E-Learning, ABI/Inform, InSchoolBusiness, e Mentoring com Alumni (por UC e aluno), Escola-Hotel, estágios, estudos aplicados envolvendo estudantes**

#### **- Atividades de E-Learning**

De acordo com o relatório de implementação das atividades de E-Learning em 2021/2022, elaborado pelo Professor Bruno Vieira, o projeto ISAG e-learning platform 2021/2022 apresentou o desafio da transição de um regime presencial para um regime híbrido.

Verificou-se uma diminuição significativa do número de *logs* (criado sempre que se regista uma atividade na plataforma), que pode ser justificada pelo facto da instituição ter voltado a funcionar em regime presencial, mantendo a possibilidade de os estudantes assistirem à distância apenas em situações devidamente justificadas, como forma de resposta ao contexto volátil que a pandemia forçou.



No que respeita ao cumprimento das atividades relacionadas com o E-Learning, previstas no âmbito das diferentes Unidades Curriculares do CTeSP de Gestão de Marketing Digital (GMD), verificou-se uma percentagem de 553%, tendo sido realizadas 105 atividades com participação efetiva dos alunos, quando estavam previstas apenas 19.

#### **- Recurso à ABI/Inform**

Nas unidades curriculares do CTeSP foi exigido o recurso, sempre que possível, à base de dados ABI/Inform, tendo em vista a realização das várias atividades de avaliação previstas nas programações indicativas das aulas das unidades curriculares, devidamente aprovadas pelo Conselho Pedagógico e Conselho Científico.

#### **- Implementação do *InSchoolBusiness***

Procedeu-se à consolidação da aplicação do modelo de ensino/aprendizagem *InSchoolBusiness*, envolvendo a implementação, em cada unidade curricular, de:

- Neste ciclo de estudos, é de realçar a Unidade Curricular GMD218 - Plano Marketing Digital, onde os estudantes criam, planeiam, organizam e gerem um evento real no ISAG, o que permite a efetiva aplicação de todos os conhecimentos adquiridos ao longo do curso;
- Seminários, workshops e aulas abertas, contribuindo para a aproximação entre o ISAG, e o tecido empresarial, e estimulando o espírito empreendedor dos estudantes;
- Organização anual do Career Day: feira de emprego com seminários, workshops e sessões de recrutamento;
- Organização por parte do Gabinete de Coordenação da Investigação (GCI) e do Gabinete de Relações Internacionais (GRI) de conferências, workshops e eventos internacionais, com envolvimento dos estudantes do CTeSP;
- Promoção de atividades culturais, abertas à comunidade académica e ao público, tais como Cafés Língua, Feiras Internacionais e Internacional Weeks (dias de acolhimento dos estudantes internacionais no ISAG);
- Desenvolvimento de ações de responsabilidade social, envolvendo a atribuição da Bolsa de Mérito Consuelo Vieira da Costa, recolha de bens e livros para doação, plantação de árvores no Campus e ações de voluntariado para distribuição de alimentos e vestuário a instituições sociais, assim como o incentivo do desporto, com o ISAG Running Team, tendo como objetivo sensibilizar docentes, colaboradores e familiares para a importância da prática da atividade física.

#### **- Mentoring com Alumni**

Houve a preocupação de envolver a participação dos antigos estudantes, permitindo a criação de bases para a construção de percursos profissionais de sucesso para os diplomados pelo CTeSP. Em particular, a formalização da Rede *Alumni* tem vindo, não só a crescer, como a estender-se pelas várias atividades desenvolvidas em contexto académico, a participação ativa em programas de mentoring, formação em contexto de sala de aula, *webinars* e parcerias em contexto de trabalho. Os programas de mentoring visam contribuir para o processo de aprendizagem de competências e conhecimentos por parte dos atuais estudantes.

Anualmente, pode-se contar com o apoio dos Alumni na UC de Estágio, através da integração dos estudantes em entidades de estágios na modalidade curricular e extracurricular.

### - Estudos aplicados e estágios

Os estudantes foram estimulados a participar na elaboração dos estudos de público, satisfação, impacto turístico e económico e avaliação das marcas patrocinadoras dos eventos. Estes estudos visam recolher dados através de questionários que, após tratamento, dão origem a resultado que contribuem para o desenvolvimento local, regional e nacional. Através do envolvimento dos estudantes nestes estudos, promove-se o seu contacto com o mercado, bem como, o desenvolvimento e melhoria de várias *soft skills* fundamentais para a sua formação.

No que respeita aos estágios profissionais foram realizados 7 estágios curriculares, em empresas e agências de marketing digital.

### 3.2.6. Conclusões das reuniões dos Coordenadores de Curso com os Delegados de Turma

Durante o ano letivo de 2021/2022 foram realizadas oito reuniões com os Delegados de Turma do ciclo de estudos (duas por cada semestre letivo para cada ano curricular), com o objetivo de analisar o funcionamento da atividade letiva em cada semestre (cumprimento de programas, desempenho dos docentes, inserção de conteúdos no Sigarra, funcionamento da e-learning Platform, etc.), bem como, recolher sugestões de melhoria. Abaixo apresentam-se as informações e conclusões extraída em cada reunião:

Ano Curricular	Semestre	Data da reunião	Principais conclusões
1º ano	1º	28/out/21	Pontos negativos: - Nada a apontar; Pontos positivos: - O início do semestre está a correr bem; - Os estudantes estão a ambientar-se ao registo das aulas; - Destaca-se a satisfação com os professores e os seus métodos pedagógicos.
		19/jan/22	Pontos negativos: - Baixa assiduidade dos estudantes; Pontos positivos: - Em termos gerais, o semestre está a ser muito positivo; - Os professores são muito disponíveis e próximos dos estudantes; - A plataforma e-learning e a forma como os professores gerem todo o processo é de destacar como um ponto positivo.
1º ano	2º	21/abr/22	Pontos negativos: - A crescente diminuição do nº de alunos em sala de aula; Pontos positivos: - O formato da avaliação distribuída; - O formato das aulas e o ensino prático ajuda na consolidação dos conhecimentos e confere maior experiência real.
		03/jun/22	Pontos negativos: - A escassez de alunos na sala de aula; Pontos positivos: - De uma forma global, o balanço do ano é positivo; - A promoção de atividades que colocam os estudantes em contacto com empresas e proporcionam maior oportunidades de estágio, é uma grande mais-valia para os estudantes.
2º ano	1º	28/out/21	Pontos positivos: - O início do semestre está a ser positivo; - As unidades curriculares são mais desafiantes mas os professores estão muito disponíveis. Pontos negativos: - Nada a apontar.
		19/jan/22	Pontos positivos: - Em termos gerais o semestre foi muito positivo; - Os professores muito disponíveis, mais próximos dos alunos; - Os trabalhos práticos que forcem o contacto com as empresas são um ponto muito positivo, fazem-nos sentir que estão no mercado de trabalho realmente; Pontos negativos: - Baixa assiduidade e pontualidade dos estudantes.
2º ano	2º	21/abr/22	Pontos positivos:

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os trabalhos práticos promovem o contacto com as empresas e fazem os estudantes sentir que estão no mercado de trabalho realmente;</li> <li>- A integração nos estágios;</li> <li>- Trabalho desenvolvido e acompanhamento por parte dos orientadores de estágio.</li> </ul> Pontos negativos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificuldade de alguns alunos em encontrar estágio.</li> </ul>
		03/jun/22	Pontos positivos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Em termos gerais, o ano foi muito positivo;</li> <li>- Os estágios foram muito importantes e gratificantes;</li> <li>- Os orientadores acompanharam os estágios de forma muito proativa e positiva;</li> <li>- Integração de alguns estudantes nas empresas após o estágio.</li> </ul> Pontos negativos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada a apontar.</li> </ul>

### 3.2.7. Abandono Escolar

Ano	2021/22	2020/21	2019/20	2018/19
1	2	0	0	-
2	1	1	-	-

Os órgãos de gestão, com o envolvimento ativo do Coordenador de Curso, continuam a desenvolver esforços no sentido de motivar os estudantes que suspenderam os seus estudos por motivos profissionais ou pessoais a retomarem os seus estudos, sendo de registar que no presente ano letivo não se verificou nenhuma ocorrência de abandono escolar por parte dos estudantes.

### 3.2.8. Empregabilidade

Dos sete estudantes que concluíram o ciclo de estudos em 2021/2022, todos ingressaram no mercado de trabalho.

## 3.3. Nível de Internacionalização

### 3.3.1. Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal não docente

Descrição	2021/22
Percentagem de estudantes estrangeiros matriculados no ciclo de estudos (Não incluindo estudantes Erasmus <i>in</i> )	8,70%
Percentagem de estudantes em programas internacionais de mobilidade (in)	17,13%
Percentagem de estudantes em programas internacionais de mobilidade (out) (Erasmus e outros)	11%
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in)	34,90%
Percentagem de docentes em mobilidade na área científica do ciclo de estudos (ou) (Erasmus e outros programas)	40,00%
Percentagem de pessoal não docente em programas de mobilidade internacionais (Erasmus staff e outros programas)	37,50%

A estratégia de internacionalização do ISAG é apoiada pelo GRI, através da promoção de ações e projetos que permitam a afirmação da política institucional nesta área.

Assim o nível de internacionalização pode ser avaliado mediante: implementação e gestão de mobilidades IN e OUT, para estudos, estágios, pessoal docente e não-docente; Participação em eventos, feiras e outras iniciativas na área de educação e formação, com um âmbito internacional, abrangendo ações de divulgação da oferta formativa do ISAG; Estabelecimento de iniciativas de cooperação com carácter inovador através do estabelecimento de protocolos de cooperação com universidades e organizações de todo o mundo, integração em várias redes e grupos internacionais de cooperação; Captação de estudantes internacionais; e, pela Candidatura e gestão de projetos internacionais.

No presente ano letivo, o ISAG contava com: um total de 196 protocolos interinstitucionais e 182 protocolos empresariais; 88 estudantes internacionais; foram realizadas 190 mobilidades IN de estudantes, 36 mobilidades OUT para estudos, 40 mobilidades OUT para estágios, 47 mobilidades OUT de docentes e staff e 47 mobilidades IN de docentes e staff; foram aprovados 5 novos projetos internacionais, e foram desenvolvidas várias atividades de divulgação e promoção do ISAG, desde feiras de ensino internacionais, eventos e conferências internacionais, International Weeks, Erasmus Days e Cafés Língua.

No que respeita aos dados apresentados acima, verificamos que existiu um aumento em praticamente todos os campos em comparação com o ano letivo anterior, tanto na percentagem de estudantes, docentes e pessoal não docente.

### **3.4. Análise SWOT do ciclo de estudos**

#### **3.4.1. Pontos fortes**

- Pertinência dos conteúdos das UCs no mundo do trabalho.
- UCs interativas, com carácter prático, adequadas e fundamentais no plano de estudos;
- Proximidade com os estudantes;
- Os recursos de apoio e as ferramentas disponibilizados;
- Recurso a casos práticos para a melhor compreensão e aprendizagem dos conteúdos;
- Cumprimento integral dos programas;
- Médias finais obtidas pelos estudantes satisfatórias;
- Turma bastante empenhada e motivada;
- Níveis de participação dos estudantes nas aulas;
- Elevado grau de satisfação dos estudantes.

#### **3.4.2. Pontos fracos**

- Dificuldade de captação dos melhores estudantes;
- Falta de conhecimentos-base dos estudantes;
- Dificuldades de alguns estudantes em regressar à dinâmica pré-COVID-19;
- Dimensão reduzida da turma.

#### **3.4.3. Oportunidades**

- Continuar a reforçar e a trabalhar no cariz prático das aulas;
- Integração nas UC's de uma abordagem ao plano económico-financeiro para que os estudantes estejam mais aptos a enfrentar o que é, como se elabora e para que serve um plano de negócios;
- Estimular a participação e envolvimentos dos estudantes durante as aulas;

- A construção e desenvolvimento de novos casos práticos de aplicação das matérias lecionadas poderá vir a incrementar favoravelmente a dinâmica de aprendizagem;
- Importância decisiva do conhecimento avançado nesta área, tanto para as empresas como no plano pessoal, sobretudo no contexto atual Crescente valorização dos profissionais de informática no mercado
- A comunicação é, cada vez mais, um fator verdadeiramente decisivo para o sucesso das empresas.
- Crescente valorização do digital como fator decisivo para o sucesso das empresas.

#### **3.4.4.Ameaças**

- Um hipotético aumento percentual de discentes com menos bases de conhecimento na área do marketing poderá vir a dificultar o ritmo de exposição e desenvolvimento das matérias que envolvem essas bases;
- Alguma relutância em aderir de forma total e aberta ao mundo virtual;
- Certos pontos de vista continuam a ver a comunicação como a principal culpada dos problemas das empresas;
- A heterogeneidade verificada nos conhecimentos prévios e os diferentes ritmos de aprendizagem provocam alguma dispersão e conseqüente desinteresse nos conteúdos.

#### **4. Estabilidade do corpo docente**

De realçar que o corpo docente deste ciclo de estudos integrou 8 doutorados, 1 especialista com título obtido em provas públicas, e 2 mestres nas suas áreas respetivas, o que demonstra a sua elevada qualificação académica e profissional, com o devido cumprimento dos rácios de docentes exigidos por lei (em termos de corpo docente próprio, qualificado e especializado), tendo sido assegurada a devida estabilidade do corpo docente.

## **5. Síntese das situações relevantes e ações de melhoria da organização do ciclo de estudos e do processo de ensino/aprendizagem**

### **5.1. Resumo do desempenho do ano letivo**

De acordo com os relatórios elaborados pelos docentes os programas foram integralmente cumpridos. Os resultados obtidos são, na sua generalidade, muito satisfatórios, revelando que os objetivos pedagógicos e metodológicos foram alcançados. Relativamente ao funcionamento das aulas, os conteúdos foram abordados em aulas teórico-práticas, conciliando sempre que possível uma exposição teórica com a análise de casos práticos e a realização de exercícios de aplicação, onde se destaca um desempenho positivo dos estudantes em termos de participação e a utilização das ferramentas ABI/Inform e Turnitin para a realização dos trabalhos das diferentes unidades curriculares. Neste âmbito, é de salientar o recurso aos trabalhos práticos enquanto elemento de aprendizagem e de avaliação, como fundamentais para o progresso dos estudantes.

No que diz respeito aos resultados dos inquéritos, regista-se uma satisfação global nas diversas dimensões, o que revela uma boa receptividade dos estudantes em relação ao docente e aos conteúdos programáticos selecionados e lecionados. O feedback dos delegados e subdelegados também se revela bastante positivo, sendo apenas apontado o reduzido número de alunos presente nas aulas como um aspeto menos favorável.

Finalmente, relativamente à aplicação do código de boa conduta académica, não foram registadas situações salientes, à exceção de um aluno que teve que refazer o seu relatório de estágio por apresentar uma taxa de similaridade superior ao permitido.

No que diz respeito ao seguimento das ações dos anos anteriores, regista-se um crescimento do número de atividades online realizadas nas diferentes unidades curriculares. O recurso à plataforma *ABI/Inform* e a utilização da *ISAG e-learning platform* para submissão dos trabalhos académicos acompanharam o crescimento das atividades online. O recurso ao software *Turnitin* promoveu um maior empenho dos estudantes, traduzindo-se em trabalhos de maior qualidade. A promoção de trabalhos de cariz científico, reforça a preparação dos estudantes para futuros trabalhos com maior qualidade.

### **5.2. Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação**

#### **5.2.1. Propostas de melhoria dos Delegados de Turma**

No decurso do ano letivo de 2021/2022 foram realizadas oito reuniões com o Delegado de Turma do ciclo de estudos (quatro por semestre - duas para cada ano curricular), com o objetivo de analisar o funcionamento da atividade letiva que estava a ser desenvolvida, nomeadamente: cumprimento de programas, desempenho dos docentes, inserção de conteúdos no Sigarra, funcionamento da e-learning Platform, entre outra. Além disso, foi recolhido feedback relativamente a pontos positivos, negativos e respetivas sugestões de melhoria. Todos os assuntos identificados nas reuniões foram prontamente resolvidos e os estudantes revelam satisfação com o curso.

#### **5.2.2. Propostas de melhoria dos Coordenadores de Área Científica**

Os respetivos Coordenadores de Área Científica deverão continuar a dar a sua contribuição para se organizar, em articulação com o Coordenador de Curso e docentes das unidades curriculares, as

atividades no âmbito da área científica e pertinentes para o alcance dos objetivos de curso, mais especificamente:

- Continuar a reforçar e a trabalhar no cariz prático/trabalhos e realização de aulas/formação extra para aquisição de bases, de forma a melhorar o desempenho dos estudantes. Maior estímulo ao Critical Thinking e à criatividade.
- Desenvolver uma programação de seminários temáticos no âmbito das unidades curriculares, com a participação de empresas, docentes e estudantes; visitas a instituições e empresas de referência, *workshops* interculturais e interdisciplinares; participação em eventos relevantes, no âmbito nacional ou internacional; reunião com os docentes da respetiva área científica, visando definir novas metodologias e critérios de atuação pedagógica, analisar problemas ou ocorrências, assim como assegurar a interdisciplinaridade e a sequência articulada dos conteúdos programáticos;
- Deve haver uma aposta na continuidade das estratégias adotadas de forma a manter a motivação e o interesse dos alunos, equilibrando os conteúdos e dotando as aprendizagens de um sentido prático e significativo para as suas diferentes vivências profissionais.
- Maior colaboração entre as diferentes UC através da realização de atividades complementares e/ou projeto interdisciplinares.
- Intensificar e reforçar as atividades aplicadas em contexto real. Acompanhar a realização de atividades aplicadas em contexto real com implementação e análise de estudos criando uma ligação da UC às empresas.
- Continuar a reforçar e a trabalhar o carácter prático e aplicado da unidade curricular.
- Realização de aulas/formação extra para aquisição de conhecimentos base, de forma a melhorar o desempenho dos estudantes;
- Construir/ desenvolver mais casos práticos originais de ilustração de determinadas matérias;
- Encontrar novas formas de estimular a participação dos estudantes nas sessões de contato - debate e discussão;
- Reforçar a componente de casos práticos e a realização de exercícios de aplicação no âmbito do Marketing Digital;
- Aumentar o contacto direto com referências bibliográficas em língua inglesa;
- Acompanhar e monitorizar de forma sistemática a realização das atividades e desenvolvimento do relatório final/trabalhos das UCs;
- Garantir a não desatualização dos temas das UCs.

### **5.2.3. Propostas de melhoria do Coordenador de Curso**

As ações de melhoria que abaixo se propõe visem promover a organização do ciclo de estudos e do processo de ensino/aprendizagem, dado resposta aos pontos fracos identificados na análise SWOT, que estão interligados entre si:

- Consolidar a política de divulgação do ciclo de estudos com recurso a meios de divulgação orgânicos e tradicionais, devendo a comunicação enfatizar os pontos de diferença do CTeSP, e evidenciar que o mesmo proporciona uma formação profissionalizante e especializada com elevada procura no mercado de trabalho;
- Divulgação das vantagens decorrentes da atribuição da Bolsa Consuelo Vieira da Costa, como fator primordial para atrair estudantes com médias mais elevadas;



- Realização de ações de promoção associadas a eventos promovidos pela instituição e/ou em parceria com instituições protocoladas em eventos diversos.

**Indicador de implementação:** Número de estudantes matriculados no CTeSP com nota de candidatura igual ou superior a 14 valores, por ano letivo.

Finalmente, numa perspetiva de melhoria contínua, deverão ainda ser reforçadas as seguintes práticas de natureza científico-pedagógica:

- Atualização contínua dos conteúdos programáticos decorrentes da evolução do conhecimento, globalização e da transformação digital em curso;
- Reforçar a política de convidar responsáveis do meio empresarial (empresários, executivos e outros profissionais experientes), para apresentarem testemunhos sobre as temáticas de atualidade relevantes no âmbito da área científica do curso;
- Realizar seminários temáticos, workshops, palestras, visitas de estudo a empresas, etc., no âmbito das unidades curriculares.

Porto, 24 de abril de 2023

O Coordenador do Curso,  
Bruno Miguel Pacheco Vieira