



## RELATÓRIO DE CURSO ANUAL

---

Curso Técnico Superior Profissional em Gestão de Marketing Digital

Ano Letivo 2020/21

## Índice

1. Introdução.....	
2. Estudantes.....	
2.1. Caracterização dos estudantes.....	
2.1.1. Caraterização dos estudantes, por género e origem geográfica.....	
2.1.2. Número de estudantes inscritos por ano curricular.....	
2.1.3. Procura do ciclo de estudos.....	
3. Resultados.....	
3.1. Resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes.....	
3.2. Resultados académicos.....	
3.2.1. Eficiência formativa.....	
3.2.2. Sucesso escolar.....	
3.2.3. Resultados da aplicação Turnitin.....	
3.2.4. Ocorrências da aplicação do Código de Boa Conduta.....	
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.....	
3.2.6. Conclusões das reuniões dos Coordenadores de Curso com os Delegados de Turma....	11
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.....	
5.1. Situações relevantes e ações de melhoria da organização do CE e do CE e do processo de ensino/aprendizagem.....	15
5.1.1. Resumo do desempenho do ano letivo.....	15
5.1.2. Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação.....	15
5.1.2.1. Propostas de melhoria dos Delegados de Turma.....	15
5.1.2.2. Propostas de melhoria dos Coordenadores de Área Científica.....	15
5.1.2.3. Propostas de melhoria do Coordenador de Curso.....	15

## **1. Introdução**

O presente relatório visa sintetizar e apresentar a informação relativa à caracterização e resultados relevantes observados no Curso Técnico Superior Profissional em Gestão de Marketing Digital, no ano letivo de 2020/2021, 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.

## 2. Estudantes

### 2.1. Caracterização dos estudantes

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

Género	2020/21	
	Número	%
Feminino	11	48%
Masculino	12	52%

Distrito	2020/21	
	Número	%
Coimbra	2	7,4%
Porto	20	88,9%
Viseu	1	3,7%

Verifica-se que, relativamente à distribuição dos alunos inscritos por género, 48% são do género feminino e 52% são do género masculino. Quanto à origem geográfica constata-se que a esmagadora maioria são originários da região Norte especificamente do distrito do Porto, registando-se dois alunos de Coimbra e um de Viseu.

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

Ano	2020/21	2019/20	2018/19	2017/18
1	17	12	-	-
2	6	0	-	-

Como se pode verificar no quadro acima, constata-se um aumento do número total de alunos inscritos no curso, duplicando do ano de 2019/2020 para o ano de 2020/2021.

#### 2.1.3. Procura do ciclo de estudos

Perfil da Procura	2020/21	2019/20	2018/19	2017/18
Nº de vagas	30	30	-	-
Nº de Candidatos	24	16	-	-
Nº de Colocados	18	12	-	-
Nº de Inscritos 1º ano 1ª vez	17	12	-	-
Nota do último colocado	110	120	-	-
Nota média de entrada	136	136	-	-

Relativamente à procura verificada, constata-se alguma estabilidade uma vez que os valores apresentados são muito semelhantes aos do ano anterior.

### 3. Resultados

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

A satisfação dos estudantes foi avaliada em três dimensões diferentes (Índice Médio de Satisfação – Autoavaliação do estudante; Índice Médio de satisfação – Docentes; Índice Médio de Satisfação – Unidades curriculares), utilizando-se uma escala de Likert de expressão de satisfação em cinco pontos de concordância (onde 1 corresponde a discordo totalmente e 5 a concordo totalmente), e que se apresentam de seguida:

Índice Médio de satisfação	Semestre	2020/21	2019/20	2018/19
Autoavaliação do estudante	1º S	4,56	4,04	-
	2º S	4,58	4,18	-
Docentes	1º S	4,14	4,05	-
	2º S	4,32	4,17	-
Unidades curriculares	1º S	4,32	4,13	-
	2º S	4,47	4,27	-

Deve destacar-se o facto de os resultados apresentarem um aumento da satisfação dos estudantes nos três parâmetros considerados. Os resultados apontam para valores bastante satisfatórios todos acima de 4,14, evidenciado uma satisfação global com todo o processo.

#### 3.2. Resultados académicos

##### 3.2.1. Eficiência formativa

Resultados - Eficiência Formativa	2020/21	2019/20	2018/19	2017/18
Nº de diplomados	2	-	-	-

Anos Conclusão	2020/21	2019/20	2018/19	2017/18
Nº de diplomados em N anos	2	-	-	-
Nº de diplomados em N+1 anos	0	-	-	-
Nº de diplomados em N+2 anos	0	-	-	-
Nº de diplomados em mais de N+2 anos	0	-	-	-

Relativamente aos resultados académicos referentes à conclusão do ciclo de estudos, registam-se apenas dois alunos. As condições excepcionais derivadas de um contexto pandémico geral levou à desistência e/ou adiamento do percurso académico por parte de alguns alunos.

##### 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	92,31%	14	2,16
GMD205 - Fundamentos de Gestão	12	91,67%	17,91	3,11
GMD203 - Informática	11	81,82%	11,44	1,29
GMD206 - Introdução ao Marketing Digital	13	100%	16,54	2,16
GMD202 - Língua Inglesa	13	100%	16,15	1,92

GMD204 - Marketing	13	76,92%	15,2	3,2
--------------------	----	--------	------	-----

1º ANO - 2º SEMESTRE				
Unidade curricular	Nº de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
GMD212 - Comércio Eletrónico	10	90%	13,22	1,92
GMD208 - Comunicação de Marketing	9	100%	14,11	2,7
GMD207 - Empreendedorismo e Inovação	11	90,91%	13,8	3,1
GMD211 - Marketing Estratégico para os Meios Digitais	10	80%	13,25	2,79
GMD209 - Multimédia	8	100%	17	3,11
GMD210 - Português e Técnicas de Comunicação Empresarial	9	88,89%	16,13	2,69

2.º ANO – 1.º SEMESTRE				
Unidade curricular	N.º de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
GMD215 - Gestão de Marketing Digital	5	80%	15	1
GMD217 - Integração de Sistemas	4	100%	14	2,94
GMD214 - Mobile Marketing	6	100%	14,67	2,89
GMD216 - Monitorização e Controlo de Marketing Digital	5	80%	13	2,83
GMD218 - Plano Marketing Digital	5	60%	14,33	1,53
GMD213 - Web Design	5	80%	16	4,58

2.º ANO – 2.º SEMESTRE				
Unidade curricular	N.º de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
GMD219 - Estágio	2	100%	17	1,41

Os quadros acima revelam que as taxas de sucesso escolar (calculadas com base no rácio nº estudantes aprovados/nº estudantes avaliados) foram globalmente satisfatórias em todas as unidades curriculares, sendo de destacar as taxas de aprovação de 100% em sete unidades curriculares.

### 3.2.3. Resultados da aplicação Turnitin

Os docentes procederam à inclusão nas FUC e PIA a exigência da submissão de todos os trabalhos aplicados na base de dados Turnitin, disponível na plataforma E-Learning do ISAG, tendo sido aceitável uma taxa de similaridade até 30%.

Com base no relatório do Turnitin de 2021/2022, o número de submissões e de relatórios de similaridade gerados por tal base de dados, relativos aos trabalhos submetidos por unidade curricular, foram os seguintes:

Unidade Curricular	1-24%	25-49%	50-74%	75-100%	Similarity Reports	Submissions
Direito Aplicado aos Meios Digitais	0	0	0	0	0	0
Comércio Eletrónico	19	7	1	0	37	20

Comunicação de Marketing	0	0	0	0	0	0
Integração de Sistemas	0	4	0	0	4	2
Mobile Marketing	0	0	0	0	2	1
Monitorização e Controlo de Marketing Digital	0	0	0	0	0	0
Plano de Marketing Digital	0	0	0	0	0	0
Informática	11	3	0	0	14	11
Empreendedorismo e Inovação	18	1	0	0	19	19
Fundamentos de Gestão	293	37	8	3	478	225
Língua Inglesa	8	0	0	2	51	28
Marketing	109	34	4	0	155	78
Introdução ao Marketing Digital	2	10	6	4	22	11
Gestão de Marketing Digital	0	0	0	0	0	0
Web Design	13	5	0	0	14	13
Marketing Estratégico para os Meios Digitais	5	0	0	1	6	6
Multimédia	10	4	0	0	14	7
Português e Técnicas de Comunicação Empresarial	8	1	0	1	12	7
Estágio	2	0	0	0	5	3
Total Geral	498	106	19	11	833	431

A exigência da submissão de todos os trabalhos práticos na base de dados Turnitin contribuiu significativamente para um maior rigor técnico dos mesmos e aumento da qualidade dos seus conteúdos, para além de ter evitado eventuais situações de fraude académica. Finalmente, é de salientar que todos os trabalhos submetidos pelos estudantes e que tenham apresentado uma taxa de similaridade superior a 30%, não foram aceites ou tiveram de ser reformulados, por forma a se eliminarem as similaridades identificadas.

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

#### **1º Ano - 1º Semestre**

- GMD201- Direito Aplicado aos Meios Digitais  
Nada a apontar de relevo. A turma e cada um dos alunos apresentaram uma postura de intervenção e atuação positiva e conforme as regras de conduta impostas pela instituição.
- GMD205- Fundamentos de Gestão  
Não há ocorrências a registar.
- GMD203- Informática  
Nada a referir.
- GMD206- Introdução ao Marketing Digital

De uma maneira geral os alunos corresponderam positivamente em todas as sessões. É uma turma coesa, embora pequena. Não há qualquer registo de tentativa de plágio.

- GMD202- Língua Inglesa

Não há ocorrências a registar.

- GMD204- Marketing

Não se verificaram situações dignas de registo relativamente a esta matéria.

### **1º Ano - 2º Semestre**

- GMD212-Comércio Eletrónico

A Unidade Curricular é uma unidade curricular de pendor prático, no entanto, o fato de envolver uma componente de desenvolvimento (em informática) poderá justificar alguma avareza dos alunos.

- 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 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.

- GMD210-Português e Técnicas de Comunicação Empresarial

Não se verificaram ocorrências dignas de registo.

### **2º Ano - 1º Semestre**

- GMD215-Gestão de Marketing Digital

Não se verificaram situações dignas de registo relativamente a esta matéria.

- GMD217-Integração de Sistemas

Nada a referir.

- GMD214-Mobile Marketing

Não há qualquer registo de tentativa de plágio.

- GMD216-Monitorização e Controlo de Marketing Digital

Relativamente à conduta académica, trata-se de uma turma reduzida, onde apenas 2 dos estudantes participaram regularmente de forma assídua e pontual, comprometendo-se e participando na elaboração das tarefas solicitadas e na elaboração do trabalho final. No que respeita a atos de plágio, não há qualquer ocorrência a registar.

- GMD218-Plano Marketing Digital

Não há qualquer registo de tentativa de plágio.

- GMD213-Web Design

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.

**2º Ano - 2º Semestre**

- GMD219-Estágio

Relativamente à conduta académica, trata-se efetivamente de uma turma empenhada e verdadeiramente 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 orientações e participaram de forma ativa em todas as atividades propostas. No que respeita a atos de plágio, não há qualquer ocorrência a registar.

**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**

De acordo com o relatório de implementação das atividades de E-Learning em 2020/2021, elaborado pelo Professor Bruno Miguel Vieira, responsável pelo projeto ISAG e-learning platform, neste ano, o projeto ISAG e-learning platform 2020/2021 apresentou o desafio da implementação de um sistema de videoconferência mais robusto que o do ano anterior, oferecendo garantias de estabilidade para a transição de um regime presencial para um regime híbrido.

Verificou-se uma diminuição moderada do número de logs, uma vez que a instituição voltou a funcionar em regime presencial, mantendo a possibilidade dos alunos assistirem à distância como forma de resposta ao contexto volátil que a pandemia forçou. No que respeita ao cumprimento das atividades previstas no âmbito das diferentes Unidades Curriculares do CTeSP de GMD, verifica-se uma percentagem superior a 580%. Foram realizadas 105 atividades com participação efetiva dos estudantes, quando estavam previstas apenas 18.

**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**

Foi dada continuidade à implementação do modelo de ensino/aprendizagem InSchoolBusiness, envolvendo a implementação, em cada unidade curricular, de atividades de natureza estrutural e estratégica (Fundamentals), tática e pensamento (Booster), e de ação e concretização (Pitcher), incluindo:

- Realização de seminários, workshops e aulas abertas nas instalações e no exterior, contribuindo para a aproximação entre o ISAG, o ciclo 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 NIDISAG de conferências e workshops internacionais (The Trends and Challenges on Human Resources International, International Conference of Applied Business and Management, Workshop on Tourism and Hospitality Management), com envolvimento dos estudantes do CTeSP
- promoção de atividades culturais, abertas à comunidade académica e ao público, tais como feiras e lançamentos de livros e exposição de fotografias;
- apoio e incentivo dos grupos académicos (tuna masculina e feminina), assim como ao Festival de Tunas;
- 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 agasalhos a sem-abrigo do Porto, 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, estando presente em várias corridas e caminhadas em parceria com a Run Porto (São João do Porto e de Braga, ISAG Matosinhos Marginal à noite, Maratona e São Silvestre do Porto).

### **Mentoring com Alumni**

A aproximação dos estudantes com os Alumni é uma mais-valia para o desenvolvimento pessoal, académico e profissional dos futuros profissionais. A complexidade do mercado de trabalho e variedade dos percursos, torna emergente a existência de programas de mentoring capazes de potenciar o desenvolvimento dos estudantes favorecendo um melhor enquadramento e desenvolvimento destes no mercado de trabalho.

Neste sentido, o ISAG-European Business School prima pelo envolvimento e participação dos antigos estudantes, permitindo a criação de bases para a construção de percursos profissionais de sucesso.

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.

### **Estudos aplicados e estágios**

Os estudantes foram estimulados a participar na elaboração dos estudos de público, impacto económico no Porto e avaliação das marcas patrocinadoras (nomeadamente em eventos como Serralves em Festa, NOS Primavera Sound, Essência do Vinho, etc.). Estes serviços visam recolher dados através de questionários que, após tratamento, dão origem a estudos que contribuem para o desenvolvimento local, regional e nacional.

Neste contexto, relativamente ao curso de Gestão de Marketing Digital, deve realçar-se o facto cinco alunos terem iniciado estágio, no entanto apenas dois concluíram com sucesso.

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

No decurso do ano letivo de 2020/2021 foram realizadas quatro reuniões com os Delegados de Turma do ciclo de estudos (duas por cada semestre letivo, devidamente registadas em ata), tendo em vista efetuar uma análise do funcionamento da atividade letiva por semestre (cumprimento de programas, desempenho dos docentes, inserção de conteúdos no Sigarra, funcionamento da e-learning Platform, etc.), e recolha de sugestões de melhoria.

Neste âmbito foi referido que todos os estudantes consideravam que o CTeSP estava a corresponder às suas expectativas. O primeiro do ano foi visto apenas como um tempo de adaptação à instituição e aos métodos de ensino, mas todos se adaptaram bem. As aulas eram bem estruturadas e o plano de estudos foi otimamente planeado. Os exames e períodos de avaliação correram todos bem, sem falhas, e as aulas decorreram com toda a normalidade.

### 3.2.7. Abandono Escolar

Ano	2020/21	2019/20	2018/19	2017/18
1	0	0	-	-
2	1	-	-	-

### 3.2.8. Empregabilidade

No que respeita à empregabilidade, a procura por profissionais desta área tem aumentado de forma acentuada, como tal deve registar-se que os dois alunos que terminaram o curso ficaram a trabalhar na área do digital, sendo a taxa de sucesso de 100%.

## 3.3. Nível de Internacionalização

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

Descrição	2020/21
Percentagem de estudantes estrangeiros matriculados no ciclo de estudos (Não incluindo estudantes Erasmus <i>in</i> )	34,78%
Percentagem de estudantes em programas internacionais de mobilidade ( <i>in</i> )	9,01%
Percentagem de estudantes em programas internacionais de mobilidade ( <i>out</i> ) (Erasmus e outros)	0,00%
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade ( <i>in</i> )	22,54%
Percentagem de docentes em mobilidade na área científica do ciclo de estudos ( <i>ou</i> ) (Erasmus e outros programas)	11,11%
Percentagem de pessoal não docente em programas de mobilidade internacionais (Erasmus staff e outros programas)	23,81%

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

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

- Equipa docente própria, qualificada e motivada (combinando docentes com elevada qualificação académica e docentes com forte experiência profissional);
- Acesso privilegiado dos estudantes a ofertas de emprego através do portal de emprego: Job Market by ISAG! e apoio aos estudantes por parte do Career Office do ISAG para encontrar ofertas de emprego de empresas relacionadas com as áreas de estudo do ciclo;
- Plano de estudos do ciclo de estudos atualizado alinhado com as tendências da evolução tecnológica e da economia e negócios digitais;
- Bom clima social entre estudantes, docentes e não docentes;
- Forte relacionamento com o tecido empresarial, associações empresariais e profissionais;
- Existência de um Sistema Interno de Garantia da Qualidade acreditado pela A3ES;
- Boa acessibilidade, localização e qualidade das instalações onde funciona o curso;
- Equipamentos técnico-pedagógicos modernos (quadros interativos em cada sala de aula, plataforma e-learning, entre outros) ;
- Existência de acordos e parcerias com instituições de ensino congéneres prestigiadas, nacionais e estrangeiras;
- Existência de vários protocolos com organizações para realização de estágios;
- Metodologias de ensino e técnicas didáticas adaptadas aos objetivos de ensino;
- Prática de um ensino de natureza profissionalizante, atualizado e com ligação estreita ao tecido empresarial;
- Competências dos diplomados deste CTeSP reconhecidas pela comunidade empresarial da região;
- Participação dos estudantes em atividades de investigação aplicada;
- Participação ativa dos docentes e estudantes nas tomadas de decisão sobre o processo de ensino/aprendizagem e melhoria da qualidade do curso;
- Regimes de frequência e de avaliação adaptados ao perfil de cada estudante;
- Atendimento personalizado dos estudantes desde a candidatura até à conclusão do curso (incluindo o aconselhamento do percurso académico e o apoio na inserção profissional);
- Possibilidade de os estudantes terem acesso a apoios financeiros diversificados.

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

- Dificuldade em atrair, predominantemente, os melhores estudantes.

#### **3.4.3. Oportunidades**

- Baixo nível de qualificação da população portuguesa, em relação à média europeia;
- Promoção de políticas públicas para o aumento da empregabilidade;
- Tendência generalizada do mercado de emprego para o reconhecimento da importância das competências e saberes proporcionados por este ciclo de estudos;
- Aumento do número de parcerias com outras instituições de ensino superior, nacionais e internacionais;
- Crescente importância da formação ao longo da vida e da formação à medida;
- Políticas públicas de promoção e apoio à realização de parcerias entre instituições do ensino superior (nacionais e estrangeiras) ;

- Possibilidades acrescidas de concretização de parcerias com empresas, outras organizações e sector público (prestação de serviços, para estágios profissionais e criação de postos de trabalho), ao nível nacional e internacional;
- Necessidade das empresas em processo de internacionalização em recrutar profissionais em Gestão de Marketing Digital.

#### **3.4.4. Ameaças**

- Impactos negativos da pandemia da COVID-19;
- Baixa taxa de natalidade da população portuguesa;
- Elevado nível de endividamento das famílias e empresas e níveis de poupança reduzidos;
- Possibilidade de intensificação da concorrência na área do ciclo de estudos, pública e privada;
- Aumento da oferta concorrente e do número de vagas no ensino público politécnico.

#### 4. Estabilidade do corpo docente

No sentido de se proceder a uma análise concreta da estabilidade do corpo docente elabora-se a tabela seguinte:

Docentes 2020/21	Grau	Em relação a 2019/20	Observações
Marta do Carmo Palmeirão	<b>MEST</b>	Transita do ano letivo anterior	Docente com + de 5 anos no ISAG
Justino Lourenço	<b>ESPE</b>	Docente contratado	_____
A. Lopes de Almeida	<b>DOU T</b>	Transita do ano letivo anterior	_____
Daniela Faria	<b>MEST</b>	Docente contratado	_____
Márcia Lemos	<b>DOU T</b>	Transita do ano letivo anterior	Docente com + de 5 anos no ISAG
Bruno Vieira	<b>MEST</b>	Transita do ano letivo anterior	Docente com + de 5 anos no ISAG
Márcia Monteiro	<b>DOU T</b>	Transita do ano letivo anterior	_____
Rui Rosa Dias	<b>DOU T</b>	Transita do ano letivo anterior	_____
Jorge Lopes	<b>DOU T</b>	Transita do ano letivo anterior	Docente com + de 5 anos no ISAG
Victor Tavares	<b>DOU T</b>	Transita do ano letivo anterior	Docente com + de 5 anos no ISAG

A realidade descrita nesta tabela comprova claramente a grande estabilidade que atualmente se verifica no Corpo Docente do ISAG, tendo em consideração que 80% dos docentes que lecionaram neste ano letivo já colaboravam com a instituição. Por outro lado, dos 10 docentes mencionados, 6 são doutorados e 1 é especialista na sua área respetiva.

Será ainda de sublinhar que cerca de 50% dos docentes desta licenciatura já lecionam no ISAG há mais de 5 anos, uma realidade que comprova a estabilidade do corpo docente da instituição.

## **5. Situações relevantes e ações de melhoria da organização do CE e do CE e do processo de ensino/aprendizagem**

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

Resumidamente, são de destacar os seguintes aspetos relacionados com o desempenho obtido no ano letivo de 2020/2021:

1. As programações e os objetivos definidos nas FUC foram, na globalidade, cumpridos;
2. Os docentes fizeram uma avaliação global positiva do seu desempenho;
3. O funcionamento das UC decorreu com normalidade. Constatou-se que o material de apoio às aulas e ao estudo autónomo foi disponibilizado na plataforma Sigarra ou no decurso das sessões de contacto. A maioria dos docentes adotou o método expositivo, complementado com a resolução e apresentação de fichas de trabalho, casos práticos e realização de seminários e workshops.

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

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

Neste âmbito foi referido que todos os estudantes consideravam que o CTeSP estava a corresponder às suas expectativas. O primeiro do ano foi visto apenas como um tempo de adaptação à instituição e aos métodos de ensino, mas todos se adaptaram bem. As aulas eram bem estruturadas e o plano de estudos foi otimamente planeado. Os exames e períodos de avaliação correram todos bem, sem falhas, e as aulas decorreram com toda a normalidade.

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

Neste âmbito foi referido por todos os Coordenadores de Área Científica que o CTeSP em Gestão de Marketing Digital estava bem estruturado e a decorrer com toda a normalidade.

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

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, 25 de abril de 2022

O(A) Coordenador(a) do Curso

Bruno Miguel Pacheco Vieira

