



## RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO DO CICLO DE ESTUDO

---

Mestrado em Direção Comercial e Marketing

Ano Letivo 2022/23

## ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. ESTUDANTES.....	4
2.1. Caraterização dos estudantes.....	4
2.1.1. Caraterização 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.....	6
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 estudante), Escola-Hotel, estágios, estudos aplicados envolvendo estudantes.....	7
3.2.6. Conclusões das reuniões dos Coordenadores de Curso com os Delegados de Turma.....	10
3.2.7. Abandono Escolar.....	10
3.2.8. Empregabilidade.....	10
3.3. Nível de Internacionalização.....	10
4. ESTABILIDADE DO CORPO DOCENTE.....	11
5. ANÁLISE SWOT DO CICLO DE ESTUDOS.....	11
5.1. Pontos fortes.....	11
5.2. Pontos fracos.....	12
5.3. Oportunidades.....	13
5.4. Ameaças.....	13
6. SÍNTESE DAS SITUAÇÕES RELEVANTES E AÇÕES DE MELHORIA DA ORGANIZAÇÃO DO CICLO DE ESTUDOS E DO PROCESSO DE ENSINO/APRENDIZAGEM.....	13
6.1. Resumo do desempenho do ano letivo.....	13
6.2. Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação.....	14

## Índice de Tabelas

Tabela 1: Estudantes inscritos por género em 2022/2023.....	4
Tabela 2: Estudantes inscritos por origem geográfica em 2022/2023 (distritos).....	4
Tabela 3: Evolução do número de estudantes inscritos - 2019/2020 a 2022/2023.....	4
Tabela 4: Evolução da procura pelo ciclo de estudos - 2019/2020 a 2022/2023.....	4
Tabela 5: Evolução dos Resultados dos Inquéritos de Satisfação dos estudantes - 2020/2021 a 2022/2023...5	5
Tabela 6: Diplomados em 2022/2023.....	5
Tabela 7: Taxas de sucesso escolar por UC, em 2022/2023.....	6
Tabela 8: Atividades ensino/aprendizagem por UC no âmbito do modelo InSchoolBusiness, em 2022/2023...8	8
Tabela 9: Evolução do abandono escolar no ciclo de estudos - 2019/2020 a 2022/2023.....	10
Tabela 10: Evolução da mobilidade de estudantes, docentes e não docentes - 2019/2020 a 2022/2023.....	11

## **1. Introdução**

O presente relatório apresenta, de forma sucinta, a informação relativa à caracterização e resultados relevantes observados no ciclo de estudos de mestrado em Direção Comercial e Marketing (MDCM), no ano letivo de 2022/2023, 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 e da estabilidade do corpo docente;
- 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

Tabela 1: Estudantes inscritos por género em 2022/2023

Género	2022/23	
	Número	%
Feminino	48	60,00
Masculino	32	40,00

Tabela 2: Estudantes inscritos por origem geográfica em 2022/2023 (distritos)

Distrito	2022/23	
	Número	%
Braga	5	6,20
Porto	61	76,20
Viana do Castelo	2	2,50
Vila Real	4	5,00
Aveiro	6	7,50
Leiria	1	1,30
Setúbal	1	1,30

A análise dos quadros anteriores revela que o ciclo de estudos foi mais procurado por estudantes do sexo feminino (60%). A larga maioria dos estudantes é proveniente da região Norte, em particular do distrito do Porto (76,2%). De realçar a captação de estudantes provenientes das Regiões Centro e Sul.

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

Tabela 3: Evolução do número de estudantes inscritos - 2019/2020 a 2022/2023

Ano	2022/23	2021/22	2020/21	2019/20
1.º	39	47	30	30
2.º	41	28	30	23
TOTAIS	80	75	60	53

Constata-se uma evolução muito positiva do número de estudantes inscritos no 2º ano, em relação ao ano letivo de 2021/2022, contudo, é verifica-se um decréscimo significativo no número de estudantes inscritos no 1.º ano.

#### 2.1.3. Procura do ciclo de estudos

Tabela 4: Evolução da procura pelo ciclo de estudos - 2019/2020 a 2022/2023

Perfil da Procura	2022/23	2021/2022	2020/21	2019/20
Nº de vagas	45	45	30	30
Nº de Candidatos	45	52	39	32
Nº de Colocados	34	45	30	30
Nº de Inscritos 1º ano 1ª vez	34	45	30	30
Nota do último colocado	120	122	116	100
Nota média de entrada	135	133	134	127,6

De salientar, um ligeiro aumento da nota média de entrada, em relação ao ano letivo transato. No entanto, verifica-se um decréscimo no número de candidatos, traduzindo-se num decréscimo no número de colocados, quando comparados os anos letivos 2021/2022 e 2022/2023.

### 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). Em termos agregados, por comparação com os dois anos letivos anteriores, os resultados obtidos foram os seguintes:

Tabela 5: Evolução dos Resultados dos Inquéritos de Satisfação dos estudantes - 2020/2021 a 2022/2023

Índice Médio de satisfação	Semestre	2022/23	2021/22	2020/21
Autoavaliação do estudante	1º S	4,33	4,43	4,51
	2º S	4,18	4,14	4,42
Professores	1º S	4,24	4,55	4,52
	2º S	3,98	3,87	4,55
Unidades curriculares	1º S	4,21	4,39	4,43
	2º S	3,79	3,86	4,31

Constata-se que, no ano letivo de 2022/2023, os resultados obtidos apresentam um índice médio de satisfação dos estudantes elevado nas três dimensões avaliadas (atingindo um índice médio máximo de 4,33 e um mínimo de 3,79).

#### 3.2. Resultados académicos

##### 3.2.1. Eficiência formativa

Tabela 6: Diplomados em 2022/2023

Resultados	2022/23	2021/22	2020/21	2019/20
<b>Nº de diplomados</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>31</b>	<b>9</b>
Nº de diplomados em N anos	25	20	26	9
Nº de diplomados em N+1 anos	3	0	5	0
Nº de diplomados em N+2 anos	0	0	0	0
Nº de diplomados em mais de N+2 anos	0	0	0	0

Através da análise da tabela acima, verifica-se um aumento significativo no número de diplomados no ano letivo 2022/2023 face ao ano letivo 2021/2022. De destacar ainda que desses 28 diplomados, 25 foram diplomados no 1 ano e meio de curso, pelo que são dados bastante satisfatórios.

##### 3.2.2. Sucesso escolar

Conforme se constata pelo quadro abaixo, as taxas de sucesso escolar (calculadas com base no rácio nº estudantes aprovados/nº estudantes avaliados) foram elevadas (entre 96,88% e 100%), como resultado das práticas didáticas utilizadas, disponibilização aos estudantes do material de estudo com antecedência, e acompanhamento permanente por parte do corpo docente (através de aulas tutoriais e atendimento de estudantes).

Tabela 7: Taxas de sucesso escolar por UC, em 2022/2023

Unidade curricular	N.º de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
1.º ano, 1.º semestre				
MDCM2102 - Comunicação Empresarial Integrada	30	100,00	15,6	2,45
MDCM2105 - Finanças Empresariais	36	97,22	13,11	2,16
MDCM2103 - Gestão da Marca	93	98,92	15,73	2,45
MDCM2101 - Gestão de Marketing	31	100,00	16,35	2,56
MDCM2106 - Marketing Digital	68	98,53	16,61	3,33
MDCM2104 - Pesquisa de Mercados	59	100,00	15,93	3,03
1.º ano, 2.º semestre				
MDCM2108 - Direção Comercial e Negócios Internacionais	30	100,00	17,63	1,92
MDCM2110 - Gestão de Equipas de Vendas e Negociação	32	100,00	14,78	2,16
MDCM2109 - Marketing de Serviços e de B2B	32	96,88	13,26	2,45
MDCM2107 - Marketing Relacional	31	100,00	13,35	2,45
MDCM2111 - Metodologias de Investigação	32	100,00	14,53	3,03
MDCM2112 - Simulação Empresarial	31	100,00	13,26	2,74

### 3.2.3. Resultados da aplicação Turnitin

Todos os professores procederam à inclusão nas Fichas de Unidade Curricular e Programações Indicativas das Aulas da exigência da submissão dos trabalhos académicos na base de dados Turnitin, disponível na plataforma E-Learning do ISAG, tendo sido aceitável uma taxa de similaridade até 30%. A exigência da submissão de todos os trabalhos académicos na base de dados Turnitin contribuiu para assegurar um maior rigor académico dos mesmos e aumento da qualidade dos seus conteúdos. Não foi detetada qualquer situação de fraude académica.

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

#### 1º ANO - 1º SEMESTRE

##### MDCM2102-Comunicação Empresarial Integrada

Sem qualquer incidente assinalável

##### MDCM2105-Finanças Empresariais

Nesta Unidade Curricular cumpriram-se as orientações definidas no Código de Conduta, não havendo nada a assinalar.

##### MDCM2103-Gestão da Marca

Não se registaram quaisquer ocorrências.

##### MDCM2101-Gestão de Marketing

Neste ponto específico não há nada assinalar.

##### MDCM2106-Marketing Digital

Nada a registar.

##### MDCM2104-Pesquisa de Mercados

Nenhuma ocorrência significativa.

#### 1º ANO - 2º SEMESTRE

##### MDCM2108-Direção Comercial e Negócios Internacionais

Não se registaram quaisquer ocorrências

##### MDCM2110-Gestão de Equipas de Vendas e Negociação

Não se registaram quaisquer ocorrências

#### MDCM2109-Marketing de Serviços e de B2B

Não se registaram quaisquer ocorrências

#### MDCM2107-Marketing Relacional

Nada a registar.

#### MDCM2111-Metodologias de Investigação

Nada a assinalar em termos de ocorrência. Todo o funcionamento da Unidade Curricular cumpriu o código de boa conduta.

#### MDCM2112-Simulação Empresarial

Não se registaram quaisquer ocorrências

### **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 estudante), Escola-Hotel, estágios, estudos aplicados envolvendo estudantes**

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

De acordo com o relatório de implementação das atividades de E-Learning em 2022/2023, elaborado pelo Professor Bruno Vieira, responsável pelo projeto ISAG *e-learning platform*, no que respeita ao cumprimento das atividades previstas no âmbito das diferentes unidades curriculares deste Mestrado, verificou-se uma percentagem superior a 569%. Foram realizadas 74 atividades com participação efetiva dos estudantes, quando estavam previstas apenas 13. Trata-se de um acréscimo face ao ano anterior onde se atingiu 231% de taxa de cumprimento.

#### **Recurso à ABI/Inform**

Em todas as unidades curriculares do mestrado foi exigido o recurso sistemático à base de dados ABI/Inform, assim como ao Google Académico e outras bases de dados, tendo em vista a realização das várias atividades de avaliação e investigação previstas nas programações indicativas das aulas das unidades curriculares, devidamente aprovadas pelo Conselho Pedagógico e Conselho Técnico-Científico. Neste ano letivo, verificou-se um aumento significativo da utilização da ABI/Inform pelos mestrandos, quer na elaboração dos trabalhos aplicados no âmbito das unidades curriculares, quer na elaboração dos trabalhos finais do mestrado.

#### **Implementação do InSchoolBusiness**

No decurso do ano letivo de 2022/2023, procedeu-se à consolidação do modelo pedagógico utilizado no ISAG, denominado *InSchoolBusiness*, assente na organização das atividades de ensino/aprendizagem centradas no estudante. Este modelo assenta em três pilares: *Fundamentals* - pensamento antes da ação, traduzindo a dimensão estratégica e a base da formação. Pretende incutir as fundações e a estrutura que dá forma e consistência à ação; *Booster* - pensamento em ação, traduzindo a dimensão tática e fornece os métodos e as ferramentas que permitem desenvolver ações eficientes, e *Pitch* - ação e concretização, que traduz a dimensão operacional e a mobilização das competências aplicadas à resolução de problemas reais.

Essencialmente, os estudantes têm responsabilidade sobre o seu processo de aprendizagem (em oposição a um papel proeminente do professor), em que os estudantes são ativos e independentes, os professores têm um papel sobretudo de orientador, e o conhecimento é visto como uma ferramenta em vez de um objetivo em si. Ou seja, os estudantes são ativamente envolvidos no processo de ensino/aprendizagem, em vez de serem

meros recetores de informações em ambientes de aprendizagem centrados no estudante. Na aplicação deste modelo, as metodologias de ensino-aprendizagem diferenciadas e inovadoras estiveram focadas:

- a) na *resolução de problemas*, em que os estudantes são orientados para trabalharem de uma forma colaborativa, em grupos de trabalho, na resolução de problemas realistas e pouco estruturados (por exemplo, descrição de uma situação de gestão que poderá acontecer na vida real), sob a orientação dos respetivos professores, e em que o problema constitui o ponto de partida do processo de aprendizagem, e os estudantes discutem o problema com base no conhecimento adquirido, nas suas próprias experiências e revisão da literatura académica e profissional. Após o autoestudo, os estudantes discutem os seus pontos de vista e abordam as questões de aprendizagem em grupo na presença do professor, sendo que este orienta a discussão;
- b) na *aprendizagem baseada em projetos, estudos de caso e realização de trabalhos interdisciplinares e simulações em contexto empresarial com recurso a um Jogo de Gestão*, em que os estudantes são convidados a realizar um *output* bem definido - ou seja, um projeto, a resolver casos reais específicos algo estruturados, ou a apresentar um trabalho interdisciplinar envolvendo várias unidades curriculares, consistindo a sua aprendizagem na ultrapassagem dos obstáculos que encontram ao realizar os mesmos, prestando os professores uma orientação especializada e apresentando sugestões de melhorias, a fim de preparar os estudantes para as suas profissões ;
- c) na aprendizagem baseada em perguntas, em que a curiosidade suscitada nos estudantes sobre tópicos específicos dos conteúdos programáticos desempenha um papel importante, sendo os mesmos estimulados a encontrar as respostas, a adquirir novos conhecimentos e a saber discutir e defender os seus argumentos de forma coerente;
- d) na *realização de seminários e workshops* interativos, com responsáveis de empresas e outras organizações, em que as sessões foram organizadas de uma forma interativa e os estudantes convidados a vir devidamente preparados, a questionar e a apresentar sugestões de melhoria nos debates realizados e a apresentar um relatório resumido com as principais conclusões. Desta forma, foi possibilitado o contacto real e objetivo com as mais conceituadas empresas, organizações e profissionais, tornando a experiência de aprendizagem verdadeiramente enriquecedora. Neste âmbito, é de salientar a realização das seguintes atividades no ano letivo, por unidade curricular:

Tabela 8: Atividades ensino/aprendizagem por UC no âmbito do modelo InSchoolBusiness, em 2022/2023

Data de realização	Atividades desenvolvidas
24/10/2022	In Company Journey – Visita à empresa JP Sá Couto, visando a resolução de problemas da mesma
09/11/2022	Realização de Seminário sobre “Construção do metaverso: impacto nas marcas”, com Eng. Mário Viana, Responsável da M360 GESTÃO DE BRANDING
24/11/2022	Seminário “O Plano de Marketing Empresarial”, com Doutor Paulo Feliz Santos, Docente de Marketing e ex-Diretor de Marketing de empresas farmacêuticas
28/11/2022	WORKSHOP sobre “Ativação da Marca através do Instagram”, com Dra. Ana Valente, gestora de redes sociais e processos criativos
14/12/2022	Realização de Seminário sobre “Criação de negócios digitais”, com Dr. Sérgio Tavares, CEO da Goweb Agency
19/12/2022	Seminário sobre “Novas tendências: O caso Xiaomi”, com Dra. Sónia Araújo, Marketing Director da Xiaomi Store Portugal, e Alumni do curso de Neuromarketing nos Negócios
05/01/2023	Workshop: Como se avalia uma empresa? Impacto do tipo de financiamento
11/01/2023	Seminário sobre “A moderna Comunicação de Marketing”, com Dra. Susana Fernandes, Trade Marketing & Gestão de Categoria da Cerealis



Data de realização	Atividades desenvolvidas
23/02/2023	Seminário sobre “Tendências B2B”, com Dr. <sup>a</sup> Joana Oliveira.
15/03/2023	Seminário sobre “Desafios da implementação de uma estratégia de Marketing Interno”, com Dra. Liliana Cerqueira
16/03/2023	Seminário sobre plataformas de CRM, com Dra. Catarina Marques, CRM Manager from Porsche
27/03/2023	Seminário: Uma Academia de vendas – Academia de Vendas; Apresentação pela Equipa de Desenvolvimento RH da Rangel Logistics Solutions
05/04/2023	Seminário sobre “A criação de valor no online”
06/04/2023	Seminário sobre o “Mercados do Luxo”, com Dr. Antonio Paraíso
04/05/2023	Master Class: “A Coopetição, o marketing e os mercados B2B, com Mestre Catarina Domingos
08/05/2023	Seminário: Gestão Comercial e Gestão da Equipa de Vendas. Dr. João Pinho Vítor Business Director @Executive Committee Member – ARCÁDIA.

### **Mentoring com Alumni**

No ano letivo 2022/2023, vários Alumni participaram em formação em contexto de sala de aula, *webinars* e sessões de *mentoring*. A aproximação dos estudantes com os Alumni tem sido uma mais-valia para o desenvolvimento pessoal, académico e profissional dos futuros profissionais. A complexidade do mercado de trabalho e variedade dos percursos, determinou a necessidade da existência de programas de *mentoring* capazes de potenciar o desenvolvimento dos estudantes, favorecendo um melhor enquadramento e desenvolvimento destes no mercado de trabalho.

### **Estágios**

No ano letivo de 2022/2023 foram realizados 24 estágios em empresas, com a duração de 400 horas, entre setembro e novembro de 2022, tendo os mesmos decorrido com toda a normalidade e de acordo com os planos de estágio. Para a sua realização, foram elaborados os devidos protocolos de estágio com as empresas/organizações, assim como os respetivos dossiers de estágio por estudante. Todos os estudantes que realizaram estágio revelaram um grau de satisfação elevado, assim como os orientadores profissionais das empresas onde decorreram os estágios.

### **Investigação Aplicada**

Verificou-se um crescimento da produção científica realizada pelo corpo docente do mestrado e, concretamente, no ano letivo em análise. Para se obterem os resultados apresentados deu-se continuidade às atividades que levaram a esse aumento da produção científica com qualidade e na área científica do “Marketing”, nomeadamente:

- i. integração dos professores em projetos de investigação em parceria com outras instituições nacionais e internacionais, dos quais a sua maioria financiados por entidades externas;
- ii. submissão de projeto I&D para captação de financiamento;
- iii. participação dos professores e estudantes noutros projetos, com o apoio do ISAG;
- iv. apoio e incentivo à participação dos professores do MDCM em mobilidade e outras colaborações internacionais;

- v. envolvimento dos professores nas atividades (Comissão Científica, revisores e editores) da revista científica *European Journal of Applied Business and Management (EJABM)*;
- vi. incentivo da participação dos *junior researchers* na realização da investigação científica aplicada. Para além da participação nos projetos de investigação referidos anteriormente, salienta-se que o ISAG tem vindo a promover, como estratégia de incentivo institucional, o desenvolvimento de trabalhos finais dos seus mestrados (dissertação, trabalhos de projeto e estágios) em publicações científicas, tendo alguns destes trabalhos originado artigos publicados em revistas de referência das áreas científicas da instituição.

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

No decurso do ano letivo de 2022/2023 foram realizadas quatro reuniões com a Delegada de Turma do ciclo de estudos (duas por cada semestre letivo), 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.

Foi comunicado que, na generalidade, as aulas funcionaram com normalidade. Finalmente, foi salientado o apoio realizado pela Comissão Científica dos Mestrados e pelo Career Office para a formalização dos protocolos de estágios.

### 3.2.7. Abandono Escolar

De salientar que, em 2022/2023, desistiram três estudantes no total do Mestrado em Direção Comercial e Marketing, sendo que dois eram estudantes do 2.º ano e um do 1.º ano. Deste modo, verifica-se um ligeiro acréscimo no número de desistências face aos anos letivos anteriores.

Tabela 9: Evolução do abandono escolar no ciclo de estudos - 2019/2020 a 2022/2023

Ano	2022/23	2021/22	2020/21	2019/20
1.º	1	1	0	1
2.º	2	0	0	1
TOTAIS	3	1	0	2

### 3.2.8. Empregabilidade

Segundo os dados disponibilizados pela Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência, sobre a caracterização dos desempregados registados com habilitação superior, de junho de 2022, no período compreendido entre 2018/2019 e 2020/2021 existiam 65 diplomados deste mestrado, dos quais nenhum se encontrava registado no IEFP como desempregados a menos de 12 meses, em junho de 2022 a que corresponde uma taxa de 0%.

## 3.3. Nível de Internacionalização

O ISAG, está presente em redes multidisciplinares, sendo de salientar os seguintes aspetos:

- lidera um consórcio europeu, que tem como principal objetivo a capacitação dos estudantes para o mercado de trabalho, possibilitando a realização de estágios curriculares internacionais;
- aderiu à rede EU4EU, que reúne 46 universidades de países como Portugal, Itália, França, Espanha e Polónia, e tem por objetivo facilitar a transição dos estudantes do ES para o mercado de trabalho;
- é membro da AULP, um consórcio com mais de 130 membros de 8 países;
- é membro da European Network of Innovation for Inclusion, um consórcio com mais de 360 organizações de 23 países, e que tem como objetivo contribuir para a inovação e a inclusão social.

- integra a rede EURES para promoção de oportunidades de voluntariado e emprego internacional;
- integra a rede Enlazar, uma rede de cooperação voltada para a internacionalização de Instituições de Ensino Superior na América Latina;

É de realçar, ainda, a participação ativa no programa Erasmus+, num total de 28 projetos.

No ano letivo de 2022/2023, a internacionalização manifestou-se pela mobilidade de estudantes IN e OUT (para mobilidades de estudos e estágios), mobilidade de pessoal docente e não-docente IN e OUT, ingresso de estudantes internacionais em regime *full-time*, participação em diversos projetos internacionais, inclusão em *rankings* internacionais, adesão a plataformas internacionais, estabelecimento de protocolos de cooperação com várias IES de renome e empresas internacionais, assim como pela realização de várias atividades de carácter internacional. A percentagem de mobilidades realizadas no âmbito deste curso, foram resumidamente as seguintes:

Tabela 10: Evolução da mobilidade de estudantes, docentes e não docentes - 2019/2020 a 2022/2023

Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal técnico, administrativo e de gestão	2022/2023	2021/2022	2020/2021
Estudantes estrangeiros matriculados no ciclo de estudos	5%	5,3%	6,5%
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (in)	22,7%	19,3%	9,6%
Estudantes em programas internacionais de mobilidade (out)	2,5%	1,3%	0%
Docentes estrangeiros (in)	29%	42%	33%
Docentes (out)	21%	24%	16%
Pessoal técnico, administrativo e de gestão estrangeiro (in)	66%	86%	47%
Pessoal técnico, administrativo e de gestão (out)	31%	32%	17%

#### 4. Estabilidade do corpo docente

De realçar que o corpo docente integrou docentes altamente qualificados e com larga experiência 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 do ciclo de estudos.

#### 5. Análise SWOT do ciclo de estudos

##### 5.1. Pontos fortes

- Sistema integrado de garantia de qualidade acreditado pela A3ES;
- Protocolo estabelecido entre o Gabinete de Coordenação e Investigação (GCI) e o Centro de Investigação em Ciências Empresariais e Turismo da Fundação Consuelo Vieira da Costa (CICET-FCVC), que permite o apoio aos docentes ao nível da capacitação e da produção de investigação;
- Docentes do ciclo de estudos integrados em centros de investigação acreditados pela da FCT
- Equipa docente própria, qualificada e motivada (com elevada qualificação académica e forte experiência profissional e internacional)
- Valorização e reconhecimento da carreira do pessoal docente;
- Apoio institucional à realização de investigação aplicada;
- Competências e objetivos do curso claramente definidos nomeadamente na área do Marketing, e coerentes com a missão e objetivos institucionais;
- Conteúdos programáticos atuais, inovadores e alinhados com o paradigma do Ensino 5.0;

- Modelo pedagógico inovador, de natureza profissionalizante, suportado no diálogo permanente entre professor e estudante, no processo ativo de aquisição de conhecimentos, com ligação estreita ao tecido empresarial e adequado aos objetivos do ciclo de estudos;
- Adoção de metodologias de trabalho interdisciplinares e simulações em contexto empresarial, promotoras de aprendizagens com significado, com recurso a software Business Game;
- Existência de acordos e parcerias com instituições de ensino congéneres, nacionais e internacionais;
- Disponibilização da base de dados de referência bibliográficas ABI/INFORM e software de deteção de plágio Turnitin, potenciando o desenvolvimento de investigação por parte de docentes e estudantes;
- Participação ativa dos docentes e estudantes nas tomadas de decisão sobre o processo de ensino/aprendizagem e melhoria da qualidade do ciclo de estudos;
- Participação dos estudantes do ciclo de estudos em atividades de investigação aplicada através do envolvimento nos mecanismos de recolha de informação, tratamento e divulgação dos resultados;
- Envolvimento dos estudantes do ciclo de estudos na execução de investigação aplicada através da realização de artigos científicos, estudos de caso e participação em conferências/workshops internacionais;
- Competências e objetivos do curso claramente definidos nomeadamente na área da Gestão, e coerentes com a missão e objetivos institucionais;
- Elevada empregabilidade dos diplomados do ciclo de estudos;
- Elevado número de acordos e parcerias com Instituições de Ensino Superior estrangeiras que possibilitam diversidade de opções para a realização de mobilidade internacional dos estudantes do ciclo de estudos;
- Capacidade de atração de um elevado número de estudantes estrangeiros através de programas mobilidade (*incoming*);
- Gabinete de Apoio ao Estudante como espaço para promover o sucesso académico, o desenvolvimento pessoal, profissional e a integração social dos estudantes
- Gabinete Career Office a disponibilização apoio aos estudantes na procura de ofertas de emprego relacionadas com as áreas de Estudo do ciclo de estudos;
- Portal de emprego Job Market by ISAG! que disponibiliza ao estudantes o acesso privilegiado a ofertas de emprego;
- Elevado número de parcerias e protocolos com empresas e organizações, públicas e privadas, que possibilitam a colocação de estudantes em estágio e a realização de estudos de investigação aplicada;
- Acessibilidade, localização e qualidade das instalações e dos equipamentos técnicos e didáticos;
- Forte aposta na política de responsabilidade social

## 5.2. Pontos fracos

- Reduzida mobilidade *Outgoing* (estágio e estudos) dos estudantes, no âmbito do Programa Erasmus+;
- Insuficiente capacidade de atração dos melhores estudantes (com nota de candidatura igual ou superior a 16 valores)
- Baixa procura pelo ciclo de estudos por parte de estudantes internacionais;

### 5.3. Oportunidades

- Processo de transformação digital em curso, com o desenvolvimento do metaverso e Inteligência Artificial, exigindo novos conhecimentos e competências, com criação de novas profissões nas áreas do Marketing e Direção Comercial
- Baixo nível de qualificação de nível superior da população portuguesa, em relação à média europeia;
- Promoção de políticas públicas para o aumento da empregabilidade;
- Crescente importância da formação ao longo da vida e da formação à medida;
- Procura de formação especializada e “à medida” para as empresas e outras organizações;
- Políticas públicas de promoção e apoio à realização de parcerias entre instituições do ensino superior (nacionais e estrangeiras);
- Parcerias com empresas e outras organizações, públicas ou privadas, nacionais e internacionais (investigação aplicada, prestação de serviços, para estágios profissionais e criação de postos de trabalho);
- Novo programa Erasmus+ 2021-2027, que pretende ser inclusivo, acessível e sustentável;
- Troca de experiências e de boas práticas com instituições de ensino superior congéneres, nacionais e internacionais;
- Necessidades das Empresas em processo de internacionalização em recrutar profissionais nas áreas comerciais e de marketing;
- Aumento da procura por parte de estudantes estrangeiros.
- Procura dos *alumni* do ISAG que pretendem enriquecer a sua formação graduada ao nível do mestrado;
- Importância e valorização social dos segundos ciclos de estudos politécnicos
- Reconhecimento da importância das competências e aptidões proporcionados por este ciclo de estudos

### 5.4. Ameaças

- Tensões geopolíticas atuais que poderão condicionar a atividade económica portuguesa devido a impactos indiretos de conflitos que resultam num aumento da incerteza e na subida das taxas de inflação;
- Baixa taxa de natalidade da população portuguesa;
- Envelhecimento populacional e emigração de pessoal qualificado;
- Concorrência acrescida na área do ciclo de estudos, pública e privada, politécnica e universitária;
- Nível de endividamento das famílias e empresas e baixos níveis de poupança;

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

### 6.1. Resumo do desempenho do ano letivo

Com o desempenho obtido ao longo do ano letivo de 2022/2023, são de destacar os seguintes aspetos:

- As programações e os objetivos definidos nas FUC e PIA foram cumpridos na generalidade;
- Os docentes fizeram uma avaliação positiva do seu desempenho, não existindo aspetos negativos relevantes a destacar;

- Os estudantes revelaram muito interesse e satisfação pela frequência do ciclo de estudos, considerando que as aulas foram de cariz prático e aplicado;
- Em todas as unidades curriculares foi estimulada a utilização da ABI/Inform e de outras bases de dados, assim o recurso ao *software* Turnitin;
- Em relação ao desempenho dos docentes, os resultados dos inquéritos pedagógicos revelaram uma avaliação muito satisfatória;
- De acordo com os testemunhos do(a) Delegado(a) de turma, o ano letivo decorreu de forma globalmente positiva, tendo sido devidamente atendidas as recomendações de melhoria que foram sugeridas no decurso do ano letivo.

## 6.2. Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação

Numa perspetiva de melhoria contínua, deverá continuar a apostar-se em ações que:

### 1.º Ponto fraco: Reduzida mobilidade *outgoing* internacional dos estudantes no âmbito do Programa Erasmus+

- Reforçar as ações de comunicação interna para promover e incentivar a mobilidade *outgoing* dos estudantes do ciclo de estudos no âmbito do Programa Erasmus+, evidenciando as instituições parceiras, as oportunidades e as vantagens de viver uma experiência internacional e multicultural.

**Indicador de implementação:** Número de estudantes do ciclo de estudos em mobilidade *outgoing* (estudos e estágio) no âmbito do Programa Erasmus+.

### 2.º Ponto fraco: Dificuldade em atrair alunos de mérito académico (com nota de candidatura igual ou superior a 16 valores)

- Continuar a proporcionar a atribuição da Bolsa de Mérito Consuelo Vieira da Costa, aos estudantes que ingressassem através do concurso institucional com média igual ou superior a 16 valores, que consiste na redução de 50% no valor da propina base;
- Promover a atribuição da Bolsa de Excelência/Reconhecimento de Mérito Consuelo Vieira da Costa, aos estudantes que ingressem, através do concurso institucional, com média igual ou superior a 18 valores que consiste na isenção total do valor da propina base;
- Realizar ações de comunicação e promoção do ciclo de estudos associadas a eventos promovidos pela instituição e/ou em parceria com instituições outras organizações;
- Promover a divulgação do ciclo de estudos junto do seu público-alvo (escolas secundárias e profissionais, feiras nacionais e internacionais sobre ensino superior, etc.), devendo a comunicação focar-se nos fatores diferenciadores do ciclo de estudos.

**Indicador de implementação:** número de novos estudantes, do ciclo de estudos, com nota de candidatura maior ou igual a 160 pontos.

### 3.º Ponto fraco: - Baixa procura do ciclo de estudos por parte de estudantes internacionais.

- Fomentar a captação de estudantes internacionais para frequentar o ciclo de estudos através do programa Erasmus+ e outros programas internacionais existentes;
- Reforçar a presença da instituição em feiras nacionais e internacionais, para divulgar a sua oferta formativa;

- Reforçar a comunicação do ciclo de estudos em motores de busca de oferta formativa a nível internacional.

**Indicador de implementação:** Número de estudantes internacionais inscritos no ciclo de estudos, por ano letivo.

- Reduzida mobilidade *Outgoing* (estágio e estudos) dos estudantes, no âmbito do Programa Erasmus+;
- Insuficiente capacidade de atração dos melhores estudantes (com nota de candidatura igual ou superior a 16 valores)
- Baixa procura pelo ciclo de estudos por parte de estudantes internacionais;

Porto, novembro de 2023

O Coordenador do Curso

Victor Manuel Domingos Tavares