

1.0 Identificação do ciclo de estudos

Escola / Departamento	CIÊNCIAS EMPRESARIAIS
Ciclo de Estudos	Gestão de Marketing (1.º Ciclo)
Grau	1º Ciclo - Licenciatura
Coordenador	JOSÉ LUÍS TAVARES PIRES DIAS REIS

2.0 Procura do ciclo de estudos (dados registados a 31 de dezembro)

2.1 Estudantes inscritos

Ano Curricular	N.º Estudantes	% Estudantes
1	53	42,74%
2	34	27,42%
3	37	29,84%
Total	124	100,00%

2.2 Caracterização por género (% do total de inscritos)

Género	N.º Estudantes	% Estudantes
Feminino	47	37,90%
Masculino	77	62,10%
Total	124	100,00%

2.3 Procura do ciclo de estudos (nos últimos 3 anos)

Ano letivo	N.º Vagas (Regime Geral)	N.º Candidatos	N.º Colocados	N.º Inscritos 1.º Ano/1.ª Vez	Nota Últ. Colocado	Nota Média de Entrada
2018/2019	40	62	56	51	98,90	122,28
2017/2018	35	51	45	39	104,10	126,11
2016/2017	35	35	35	27	108,30	127,44

3.0 Eficiência Formativa

3.1 Taxa de abandono (ano letivo anterior)

N.º Abandonos	N.º Estudantes	Taxa Abandono
12	100	12,00%

3.2 Taxa de progressão / ano curricular (ano letivo anterior)

Ano Curricular	N.º Estudantes	Taxa Progressão
1	39	100,00%
2	34	89,22%
3	27	89,01%

3.3 Aproveitamento dos estudantes

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2014								
Ano Curricular: 1.º Ano								
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.	

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2014							
Ano Curricular: 1.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
Contabilidade Geral	51	45	88,24%	13,33	1,97	10	17
Economia I	51	34	66,67%	11,94	1,87	10	17
Fundamentos de Gestão de Marketing	50	45	90,00%	13,33	1,21	10	16
Inglês I	48	36	75,00%	12,14	1,71	10	15
Organização e Gestão de Empresas I	48	45	93,75%	13,53	1,29	10	16
Tecnologias da Informação e da Comunicação	51	37	72,55%	13,76	1,86	10	18
Análise de Dados Qualitativos	50	38	76,00%	12,00	1,90	10	16
Economia II	50	28	56,00%	12,75	2,32	10	18
Inglês II	50	39	78,00%	12,51	2,13	10	18
Organização e Gestão de Empresas II	50	41	82,00%	12,85	1,31	10	16
Orientação de Mercado	47	36	76,60%	12,08	1,61	10	16
Sistemas de Informação de Apoio à Gestão	46	38	82,61%	13,61	1,42	10	16

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2014							
Ano Curricular: 2.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
Análise Descritiva de Dados	42	33	78,57%	11,91	1,49	10	15
Comportamento de Consumidor	33	25	75,76%	11,64	1,80	10	17
Direito Comercial	33	32	96,97%	11,94	1,39	10	16
Gestão Financeira	36	35	97,22%	12,83	1,69	10	16
Marketing de Serviços	32	31	96,88%	15,55	1,31	13	17
Marketing Relacional	31	30	96,77%	14,67	1,69	11	18
Análise Multivariada de Dados	36	29	80,56%	13,66	2,21	10	17
Comunicação de Marketing I	27	27	100,00%	13,11	0,85	11	15
Estudos de Mercado	29	27	93,10%	12,30	1,23	10	14
Gestão da Marca	27	27	100,00%	14,78	1,34	12	17
Gestão de Recursos Humanos	28	27	96,43%	13,04	1,70	11	17
Web-Marketing e Comércio Eletrónico	28	28	100,00%	15,11	1,85	10	17

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2014							
Ano Curricular: 3.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
Decisões de "Pricing"	25	23	92,00%	15,22	2,04	11	19
Direção Estratégica	24	22	91,67%	12,82	1,65	10	16
Logística e Distribuição	24	22	91,67%	16,09	1,11	13	18
Marketing Internacional	24	23	95,83%	14,35	1,75	11	18
Planeamento e Controle Financeiro de Marketing	24	22	91,67%	13,23	2,35	10	17
Comunicação de Marketing II	29	27	93,10%	13,15	1,56	10	15
Direção e Técnica de Vendas	28	26	92,86%	12,31	1,59	10	15
Empreendedorismo e Inovação	27	27	100,00%	14,96	1,02	13	17
Marketing Business To Business (B2B)	28	28	100,00%	13,50	1,77	10	16
Marketing de Bases de Dados	27	27	100,00%	14,11	1,83	10	16
Estágio ou Projeto	30	27	90,00%	15,81	1,14	14	18

3.4 Número de diplomados (nos últimos 3 anos)

Ano Letivo	N.º Diplomados em N anos	N.º Diplomados em N+1 anos	N.º Diplomados em N+2 anos	N.º Diplomados em > N+2 anos	Total Diplomados
2017/2018	15	3	1	0	19
2016/2017	13	4	2	0	19
2015/2016	15	5	3	0	23

4.0 Resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes - Processo Ensino/Aprendizagem

Descrição	1.º Semestre	2.º Semestre
Taxa de respostas	26,00%	16,00%
Índice médio de satisfação UC's	4,00	4,20
Índice médio de satisfação - Docentes	4,10	4,30

Descrição	Anual
Taxa de Respostas	17,00%
Índice médio de satisfação - Curso	4,00

5.0 Internacionalização

5.1 Mobilidade de estudantes

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Estudantes estrangeiros	6	124	4,84%
Estudantes em mobilidade (in)	23	147	15,65%
Estudantes em mobilidade (out)	10	124	8,06%

5.2 Mobilidade de docentes

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Docentes estrangeiros	0	23	0,00%
Docentes em mobilidade (in)	2	25	8,00%
Docentes em mobilidade na área científica do CE (out)	2	23	8,70%

5.3 Mobilidade de funcionários

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Funcionários em mobilidade (in)	9	94	9,57%
Funcionários em mobilidade (out)	2	94	2,13%

6.0 Empregabilidade

Descrição	Taxa	Período a que se reporta
Taxa de Desemprego - Dados externos (DGEEC/infocursos.mec.pt)	14,10%	Diplomados 2013/14-2016/17 (IEFP-dez/2018)
Taxa de Desemprego - Dados internos (GEPAQ/GE)	16,20%	Diplomados de 2014/15-2016/17 (inquérito jan/2018)
Taxa de diplomados que obtiveram emprego até 1 ano depois de concluído o ciclo de estudos	96,30%	Diplomados de 2014/15-2016/17 (inquérito jan/2018)
Taxa de diplomados que obtiveram emprego em setores de atividade relacionados com a área do ciclo de estudos	74,10%	Diplomados de 2014/15-2016/17 (inquérito jan/2018)

7.0 Comentários gerais

A importância cada vez maior do marketing para as organizações e a sua evolução, obriga a que o ciclo de estudos em gestão de marketing prepare os estudantes para os desafios que as organizações têm pela frente. Assim, o ISMAI fez uma aposta clara de investimento, atendendo à sua localização geográfica, que apresenta uma das maiores concentrações nacionais de empresas com crescimento em volume de negócios e em exportações, em cursos que têm forte ligação ao tecido empresarial. As ações de melhoria propostas com a alteração do planos de estudos junto da A3ES e que se encontra em fase de avaliação, vão ao encontro do previsível aumento da empregabilidade para os estudantes que concluem este ciclo de estudos, atendendo a que há uma necessidade de especialistas em gestão de marketing que se possam inserir nos quadros das empresas, com competências, nomeadamente em marketing digital, no comércio eletrónico, na sistematização da informação e nas componentes analíticas.