

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	Joaquim Fernando Monteiro Pratas

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

2.1 Estudantes inscritos

Ano Curricular	N.º Estudantes	% Estudantes
1	49	28,99%
2	59	34,91%
3	61	36,09%
Total	169	100,00%

2.2 Caracterização por género (% do total de inscritos)

Género	N.º Estudantes	% Estudantes
Feminino	78	46,15%
Masculino	91	53,85%
Total	169	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
2021/2022	40	145	51	45	106,10	130,73
2020/2021	56	85	65	57	95,00	128,37
2019/2020	44	72	60	54	103,50	127,32

3.0 Eficiência Formativa

3.1 Taxa de abandono (ano letivo anterior)

N.º Abandonos	N.º Estudantes	Taxa Abandono
13	160	8,13%

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

Ano Curricular	N.º Estudantes	Taxa Progressão
1	57	100,00%
2	62	97,85%
3	41	94,15%

3.3 Aproveitamento dos estudantes

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2020										
Ano Curricular: 1.º Ano										
Unidade Curricular				N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.

Relatório de Autoavaliação do Ciclo de Estudos (RACE)

Ano Letivo 2021 / 2022

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2020							
Ano Curricular: 1.º Ano							
Unidade Curricular	N.º Inscritos	N.º Aprov.	Taxa Aprov.	Média	Desvio Padrão	Nota Mín.	Nota Máx.
Contabilidade Geral	42	37	88,10%	12,97	1,89	10	18
Economia I	47	26	55,32%	12,38	2,32	10	18
English for Marketing	46	24	52,17%	11,96	1,92	10	17
Fundamentos de Gestão de Marketing	43	34	79,07%	12,88	1,77	10	17
Logística e Distribuição.	46	44	95,65%	14,61	1,96	10	18
Organização e Gestão de Empresas I	43	35	81,40%	11,63	1,50	10	15
Sistemas e Tecnologias de Informação de Apoio à Gestão	40	21	52,50%	12,86	2,85	10	18
Análise de Dados Qualitativos	48	20	41,67%	13,30	2,03	10	18
Comunicação de Marketing	45	27	60,00%	11,89	1,65	10	16
Economia II	49	27	55,10%	11,78	2,47	10	18
Logística e Distribuição	49	34	69,39%	13,06	2,39	10	18
Organização e Gestão de Empresas II	44	32	72,73%	12,88	1,77	10	16
Orientação de Mercado	43	28	65,12%	12,93	2,07	10	16

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2020							
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	66	38	57,58%	12,32	2,57	10	18
Comportamento de Consumidor	56	46	82,14%	12,02	1,57	10	17
Direito Comercial	61	53	86,89%	12,23	1,84	10	16
Gestão Financeira	57	40	70,18%	11,80	2,02	10	18
Marketing de Serviços	53	52	98,11%	14,25	1,30	10	17
Marketing Relacional	52	50	96,15%	13,08	1,38	10	16
Análise Multivariada de Dados	69	42	60,87%	13,07	2,67	10	19
Estudos de Mercado	53	48	90,57%	12,88	2,54	10	18
Gestão da Marca	54	49	90,74%	13,88	1,81	10	16
Gestão de Recursos Humanos	52	46	88,46%	13,02	1,90	10	17
Gestão de Retalho	51	47	92,16%	14,98	1,89	10	18
Web-Marketing e Comércio Eletrónico	52	49	94,23%	15,08	1,63	11	18

Plano de Estudos: 1º CICLO - 2020 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"	48	44	91,67%	12,98	2,06	10	19
Desenvolvimento de Novos Produtos	2	2	100,00%	12,00	0,00	12	12
Marketing Estratégico	52	47	90,38%	14,11	2,79	10	19
Marketing Internacional	48	46	95,83%	13,93	2,92	10	19
Planeamento e Controlo Financeiro de Marketing	56	46	82,14%	13,33	2,63	10	18
Plano de Marketing	50	47	94,00%	15,34	1,51	11	18
Bases de Dados de Marketing e Big Data	56	53	94,64%	15,66	1,67	11	18
Direção e Técnica de Vendas	54	52	96,30%	15,38	2,15	10	19
Empreendedorismo e Inovação	55	52	94,55%	14,29	2,71	10	19
Estágio	45	42	93,33%	15,74	2,14	11	19
Marketing Business To Business (B2B)	53	51	96,23%	13,96	1,66	11	18
Projeto	8	7	87,50%	17,71	0,49	17	18
Tendências no Marketing Digital	56	53	94,64%	14,36	2,68	10	19

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
2020/2021	24	2	1	0	27
2019/2020	26	1	2	1	30
2018/2019	23	2	2	0	27

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

Descrição	1.º Semestre	2.º Semestre
Taxa de respostas	32,00%	17,00%
Índice médio de satisfação - UC's (escala 1-5)	4,10	3,90
Índice médio de satisfação - Docentes (escala 1-5)	4,10	4,00

Descrição	Anual
Taxa de Respostas	16,00%
Índice médio de satisfação - Curso (escala 1-5)	4,00

5.0 Internacionalização

5.1 Mobilidade de estudantes

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Estudantes estrangeiros	16	169	9,47%
Estudantes em mobilidade (in)	32	201	15,92%
Estudantes em mobilidade (out)	13	169	7,69%

5.2 Mobilidade de docentes

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Docentes estrangeiros	0	24	0,00%
Docentes em mobilidade (in)	1	25	4,00%
Docentes em mobilidade na área científica do CE (out)	2	24	8,33%

5.3 Mobilidade de funcionários

Mobilidade	N.º	Total	Taxa
Funcionários em mobilidade (in)	8	116	6,90%
Funcionários em mobilidade (out)	2	116	1,72%

6.0 Empregabilidade

Descrição	Taxa	Período a que se reporta
Taxa de Desemprego - Dados externos (DGEEC/infocursos.mec.pt)	12,00%	Diplomados de 2017/18-2019/20 (IEFP-jun/2021)
Taxa de Desemprego - Dados internos (GEPAQ/GE)	26,70%	Diplomados de 2016/17-2018/19 (inquérito fev/2021)
Taxa de diplomados que obtiveram emprego até 1 ano depois de concluído o ciclo de estudos	92,30%	Diplomados de 2016/17-2018/19 (inquérito fev/2021)
Taxa de diplomados que obtiveram emprego em setores de atividade relacionados com a área do ciclo de estudos	53,80%	Diplomados de 2016/17-2018/19 (inquérito fev/2021)

7.0 Comentários gerais

O ano letivo correu da forma que era esperada. Apesar de algumas oportunidades de melhoria, pode afirmar-se que o balanço geral é positivo, pois cumpriu-se o previsto na generalidade das fichas programáticas das unidades curriculares, sem ocorrências de relevo.

Não existiram constrangimentos decorrentes de medidas de contenção de propagação do vírus SARS-COV-2, pelo que as aulas decorreram de forma presencial, exceptuando as situações relativas aos estudantes com estatuto de trabalhador-estudante e estudantes infetados com SARS-COV-2 ou com outras doenças (devidamente comprovadas) que os impossibilitaram de frequentar as aulas (que puderam assistir às aulas através do MSFT Teams, conforme deliberação do Conselho de Gestão). Face aos desenvolvimentos recentes ocorridos na sociedade, e no ambiente vivido pelos estudantes (atuais e potenciais) do ensino superior, de forma geral e de forma particular nas áreas da Gestão de Marketing, deverá ser reforçado o esforço na captação de estudantes, e no desenvolvimento de metodologias de aprendizagem ativa dos estudantes como o Project-Based-Learning e a utilização de case-studies reais nas aulas, para além do reforço da aproximação às organizações de forma a ter “na sala de aula”, os conteúdos e necessidades de formação mais recentes e atualizados.