

RELATÓRIO DE DIREÇÃO DE CURSO

CURSO LM

Curso (s)	Licenciatura em Marketing
Ano Letivo	2020/21
Coordenador de Curso	Ascensão Maria Martins Braga
Data	25/2/2022

1 - IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

1.1 - CURSO

Licenciatura em Marketing

1.2 - ANO LETIVO

2020/21

1.3 - N° DE ESTUDANTES QUE INGRESSARAM NO CURSO, POR TIPO DE ACESSO

TIPO DE ACESSO	N° DE ESTUDANTES
1ª FASE	33
2ª FASE	6
3ª FASE	4
REINGRESSOS	0
TITULARES DE CURSOS MÉDIOS OU SUPERIORES	0
MUDANÇAS DE CURSO	1
TRANSFERÊNCIAS	0
MAIORES DE 23 ANOS	0
ESTUDANTES INTERNACIONAIS	9
MÉDIA DE ENTRADA NO CURSO	103,20
TOTAL	55

O número total de estudantes que ingressou no curso no ano letivo 2020/2021 aumentou relativamente ao ano letivo anterior (passou de 48 para 55). A procura na 1ª fase de acesso ao Ensino Superior, quase que duplicou relativamente ao ano anterior. A média de entrada no curso também subiu de 101,0 para 103,2.

1.4 - N° DE ESTUDANTES QUE CONCLUÍRAM O CURSO E DISTRIBUIÇÃO DE CLASSIFICAÇÕES¹

CLASSIFICAÇÕES	N° DE ESTUDANTES
10 VALORES	0
11 VALORES	1
12 VALORES	7
13 VALORES	5
14 VALORES	7
15 VALORES	2
16 OU MAIS VALORES	1
TOTAL	23

Dos estudantes que terminaram a sua licenciatura, cerca de 83% obtiveram uma média de classificação entre 12 e os 14 valores.

1.5 - N° DE ESTUDANTES INSCRITOS

ANO LETIVO	N° DE ESTUDANTES INSCRITOS
2020/21	127

1.6 - N° DE ESTUDANTES EM ABANDONO

ANO LETIVO	N° DE ESTUDANTES EM ABANDONO
2020/21	21

Para o cálculo do número de alunos em abandono utiliza-se uma fórmula que "... relaciona o n.º de inscritos no ano atual com o anterior, o n.º de inscritos pela primeira vez e o n.º de diplomados. $A_n = I_n - (I_{n-1} + I_{pvn} - D_n)$ ". Daqui resultou o número 21. No entanto, foram dois os que anularam matrícula no ano letivo 2020/2021. Os restantes abandonaram temporariamente os estudos sem, no entanto, ter anulado a matrícula.

1.7 - N° DE ESTUDANTES QUE TRANSITARAM DE ANO

ANO LETIVO	N° DE ESTUDANTES QUE TRANSITARAM DE ANO
2020/21	54

1.8 - N° DE ESTUDANTES REPETENTES

ANO LETIVO	N° DE ESTUDANTES REPETENTES
2020/21	21

1.9 - DISTRIBUIÇÃO DAS CLASSIFICAÇÕES NAS UNIDADES CURRICULARES DO CURSO

1 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Contabilidade Financeira	11,03
Economia I	12,6
Espanhol I	11,86
Fundamentos de Contabilidade Financeira (PA)	10
Fundamentos de Economia I (PA)	11
Gestão de Marketing	11,91
Inglês I	11,73
Organização e Gestão	11,72

1 ANO; 2 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Comportamento do Consumidor	12,54
Contabilidade de Gestão	10,7
Direito Empresarial	11,73
Economia II	12,18
Espanhol II	11,38
Fundamentos de Contabilidade de Gestão (PA)	11,33
Fundamentos de Economia II (PA)	10
Inglês II	12,83

Introdução Ao Direito de Empresa (PA)	11
Técnicas de Expressão Linguística (PA)	10

2 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Análise e Gestão Estratégica	11,96
Comportamento do Consumidor (PA)	12,54
Estatística	11,33
Fundamentos de Informática (PA)	13,02
Gestão da Distribuição (PA)	13
Gestão de Recursos Humanos	12,15
Sistemas de Apoio à Decisão	11,6
Sistemas de Apoio à Decisão em Marketing (PA)	10,88
Tecnologias de Informação	13,88

2 ANO; 2 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Análise e Gestão Estratégica	11,96
Estudos de Mercado	12,38
Gestão da Distribuição e Vendas	11,86
Gestão de Vendas (PA)	11
Marketing de Serviços	12,9
Marketing Industrial	11,81
Multimédia	14,3

3 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
E-Marketing (PA)	13,45
Estudos de Mercado (PA)	12,38
Gestão do Produto e Marcas (PA)	12,61
Marketing Industrial (PA)	11,81
Multimédia (PA)	14,3

3 ANO; 2 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Comunicação em Marketing (PA)	13,42
Estágio/Projeto	16,36
Modelos de Simulação de Marketing (PA)	13,5

PA- Plano Antigo

A licenciatura em Marketing sofreu uma atualização do seu plano curricular (após avaliação da A3ES). O plano atualizado entrou em funcionamento de forma gradual e no ano letivo 2020/2021, apenas no 1º e 2º anos curriculares, tendo as alterações ocorrido essencialmente na designação das Unidades curriculares (UC) e na mudança de semestre de algumas UC.

Em consequência desta situação, nas tabelas anteriores aparecem UC do plano antigo e UC do plano novo, pelo que algumas aparecem duas vezes em anos diferentes, em virtude da troca de ano/semestre, como é o caso das UC de Comportamento do Consumidor, Estudos de Mercado, Marketing Industrial e Multimédia.

Pela análise das referidas tabelas é possível verificar que há uma evolução positiva nas classificações das UC à medida que se avança nos anos curriculares: a classificação média obtida às UC do 1º, 2º e 3º ano foi de 11,4; 12,3 e 13,8 valores, respetivamente.

As classificações obtidas nas diversas UC oscilaram entre 10 (Fundamentos de Contabilidade Financeira, Fundamentos de Economia II e Técnicas de Expressão Linguística - 1º ano) e 16,4 (Estágio-3º ano). As classificações são mais elevadas nas UC que estão mais relacionadas com a área da licenciatura: Comportamento do consumidor (12,54); Tecnologias de Informação (13,88); Inglês (12,83); Fundamentos de Informática (13,02); Estudos de Mercado (12,38); Marketing de Serviços (12,9); Multimédia (14,3); Comunicação em Marketing (13,42); Modelos de Simulação de Marketing (13,5) e Estágio/Projeto, com 16,36 valores.

1.10 - TAXA DE SUCESSO/INSUCESSO POR UNIDADE CURRICULAR

1 ANO; 1 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Contabilidade Financeira	55	50,91%	82,35%	61,82%
Economia I	52	57,69%	76,92%	75%
Espanhol I	15	80%	100%	80%
Fundamentos de Contabilidade Financeira (PA)	5	80%	100%	80%
Fundamentos de Economia I (PA)	5	20%	100%	20%
Gestão de Marketing	48	62,5%	78,95%	79,17%

Inglês I	33	54,55%	75%	72,73%
Organização e Gestão	47	68,09%	86,49%	78,72%

PA-Plano Antigo

1 ANO; 2 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Comportamento do Consumidor	48	52,08%	86,21%	60,42%
Contabilidade de Gestão	52	44,23%	67,65%	65,38%
Direito Empresarial	47	46,81%	78,57%	59,57%
Economia II	57	28,07%	61,54%	45,61%
Espanhol II	16	43,75%	63,64%	68,75%
Fundamentos de Contabilidade de Gestão (PA)	6	50%	75%	66,67%
Fundamentos de Economia II (PA)	10	20%	100%	20%
Inglês II	35	42,86%	75%	57,14%
Técnicas de Expressão Linguística (PA)	2	50%	100%	50%

PA-Plano Antigo

2 ANO; 1 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Análise e Gestão Estratégica	36	66,67%	75%	88,89%
Comportamento do Consumidor (PA)	2	0%	0%	0%
Estatística	35	34,29%	38,71%	88,57%
Fundamentos de Informática (PA)	4	75%	100%	75%
Gestão da Distribuição (PA)	1	0%	0%	0%
Gestão de Recursos Humanos	31	83,87%	86,67%	96,77%
Inglês I (PA)	1	0%	0%	0%
Sistemas de Apoio à Decisão	26	34,62%	40,91%	84,62%
Sistemas de Apoio à Decisão em Marketing (PA)	19	42,11%	57,14%	73,68%
Tecnologias de Informação	25	96%	100%	96%

PA-Plano Antigo

2 ANO; 2 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Estudos de Mercado	27	74,07%	90,91%	81,48%
Gestão da Distribuição e Vendas	25	72%	75%	96%
Gestão de Vendas (PA)	1	0%	0%	0%
Marketing de Serviços	32	62,5%	74,07%	84,38%
Marketing Industrial	27	88,89%	92,31%	96,3%
Multimédia	27	88,89%	100%	88,89%
Negociação (PA)	2	0%	0%	0%
Análise e Gestão Estratégica (PA)	2	100%	100%	100%

PA-Plano Antigo

3 ANO; 1 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
E-Marketing (PA)	24	91,67%	100%	91,67%
Estatística(PA)	17	64,71%	73,33%	88,24%
Estudos de Mercado (PA)	24	83,33%	95,24%	87,5%
Gestão do Produto e Marcas (PA)	26	84,62%	91,67%	92,31%
Marketing Industrial (PA)	26	84,62%	88%	96,15%
Multimédia (PA)	25	92%	100%	92%

PA-Plano Antigo

3 ANO; 2 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Comunicação em Marketing (PA)	25	72%	85,71%	84%
Estágio/Projeto	38	57,89%	100%	57,89%
Modelos de Simulação de Marketing (PA)	24	87,5%	100%	87,5%

PA-Plano Antigo

Uma análise global às tabelas anteriores permite verificar que a média das taxas de aprovação (aprovados/avaliados) foi de 83,9%, correspondendo a um ligeiro decréscimo relativamente ao ano letivo anterior (86%). A taxa de aprovação mais elevada (100%) foi verificada nas UC: Espanhol I, Fundamentos de Contabilidade Financeira (PA), Fundamentos de Economia I (PA), Fundamentos de Economia II (PA), Técnicas de Expressão Linguística (PA), Fundamentos de Informática (PA), Tecnologias de

Informação, Análise e Gestão Estratégica (PA), E-Marketing (PA), Multimédia (PA) Modelos de Simulação em Marketing (PA) e Estágio/Projecto.

As taxas de aprovação mais baixas foram obtidas nas UC de Sistemas de Apoio à Decisão, (40,9%) e Estatística (38,7%).

1.11 – DISTRIBUIÇÃO DOS TEMPOS NECESSÁRIOS PARA A CONCLUSÃO DO CURSO

TEMPO NECESSÁRIO PARA A CONCLUSÃO DO CURSO	Nº DE ALUNOS
3 ANOS	13
4 ANOS	8
5 ANOS	0
6 ANOS	2
7 ANOS	0
8 ANOS	0
9 E MAIS ANOS	0

A maioria dos estudantes terminam a licenciatura no tempo normal, ou seja, em três anos.

1.12 – INDICADORES DE MOBILIDADE DOS ESTUDANTES

MOBILIDADE	Nº DE ESTUDANTES
INCOMING	-
OUTGOING	1

1.13 – CARACTERIZAÇÃO DO CORPO DOCENTE DO CURSO

Nº LICENCIADOS	Nº MESTRES	Nº DOUTORADOS	Nº ESPECIALISTAS	TOTAL
	3	11	2	16

No que diz respeito à qualificação do corpo docente, verifica -se que no ano letivo em análise 81,25% dos docentes afetos à licenciatura em Marketing têm o grau de Doutor ou Especialista, correspondendo a uma melhoria relativamente ao ano letivo anterior.

2 – RESULTADOS DOS QUESTIONÁRIOS REALIZADOS A ESTUDANTES E DOCENTES, NOMEADAMENTE ACERCA DA QUALIDADE DO ENSINO E DE AFERIÇÃO DO NUMERO DE HORAS DE TRABALHO POR UNIDADE CURRICULAR²

No que diz respeito aos resultados dos inquéritos realizados a estudantes, no 1º semestre não foram obtidos resultados devido “à obtenção tardia de resultados relativos às UC com representatividade para tratamento e divulgação.”

NOTAS:

1. A disponibilização dos inquéritos relativos ao 1.º semestre, apesar dos esforços do GAQ, foi tardia (11/05/2021). Os estudantes reportaram vários erros na submissão de respostas, alguns deles verificados ainda no início de julho. Por essa razão, o inquérito foi encerrado apenas no dia 07/07/2021.
2. Fechado o inquérito, o tratamento do ficheiro Excel obtido apresentou vários problemas como, por exemplo, a não indicação do curso ao qual cada UC pertencia. O problema foi participado e solicitada a devida correção.
3. Verificou-se a existência de um número reduzido de UC com representatividade para tratamento. Por outro lado, a divulgação dos resultados requer a apreciação por parte do Conselho Pedagógico. Nesta fase, considerando a preparação já avançada do ano letivo 2021/2022, nomeadamente a distribuição do serviço docente, a implementação de possíveis planos de ação foi considerada difícil e/ou inviável.

No 2º semestre também não foram apresentados resultados. “A não apresentação de resultados deve-se à inexistência de UC com representatividade para tratamento e divulgação.”

NOTAS:

1. A disponibilização dos inquéritos relativos ao 2.º semestre ocorreu entre 07/08/2021 e 30/09/2021. Fechado o inquérito, não houve qualquer UC com representatividade para tratamento e divulgação.

Salientamos que, quer para o 1.º semestre, quer para o 2.º semestre, foi solicitada a colaboração do GIC para a promoção do Inquérito ao Estudante tendo-se, consequentemente, procedido à respetiva divulgação nas redes sociais do Politécnico da Guarda.

Apesar do esforço e empenho para implementar, de forma regular, o processo de Garantia da Qualidade das Unidades Curriculares, as dificuldades e limitações técnicas continuam a ser elevadas. Adicionalmente, a participação dos estudantes na resposta aos inquéritos continua a ser muito baixa, não garantindo, em regra, as condições previstas para aferição da qualidade das UC e definição de possíveis planos de melhoria.

No que diz respeito aos RFUC, estes foram elaborados em vinte e quatro UC. Na UC de Economia I e Economia II “...houve estudantes que nunca frequentaram as aulas, nem presencialmente, nem online. Verificou-se a presença de estudantes nas avaliações que nunca frequentaram as aulas e outros que frequentaram as aulas e não se submeteram a qualquer avaliação”. Nas UC de Inglês I e II existe a “...a presença simultânea de alunos de vários níveis de domínio do Inglês...” torna difícil o avanço na aprendizagem. Seria

² Neste ponto deverá também fazer um comentário geral acerca do funcionamento do curso e dos resultados atingidos nas UC (ver 1.9 e 1.10)

importante que, "...os alunos de uma mesma área científica ou áreas afins deveriam estar divididos em turmas por níveis de domínio da língua..." . Também na RFUC da UC de Modelos de Simulação se sugere que "...deveria ser ponderada aquisição de um simulador mais especializado na área do marketing".

A realidade do COVID'19 e as alterações impostas nas diferentes modalidades de ensino adotadas (presencial, online, espelho, mista, entre outras), consideram-se apropriadas e as aulas decorreram de forma adequada.

Os GFUC estão atualizados e disponíveis no site do IPG. As metodologias de ensino e de avaliação definidas no Guia de Funcionamento da Unidade Curricular (GFUC) previsto para a respetiva UC mostraram-se adequadas. Estas metodologias estimulam a participação dos estudantes nas atividades letivas.

O esclarecimento de dúvidas é assegurado pelos docentes num horário pré-definido no início de cada semestre e acessível aos estudantes, o que possibilita um acompanhamento contínuo do trabalho desenvolvido pelos estudantes, o que aliado às TIC permite uma melhor interação docente/estudante à distância.

Com base na análise efetuada, de uma forma sintética e geral, considera -se que o funcionamento do curso apresenta um conjunto de indicadores favoráveis, quer por parte dos docentes, quer por parte dos discentes, que revelam um funcionamento adequado em termos do trabalho desenvolvido nas UC no ano letivo de 2020-21.

Face ao exposto, entende-se que, de uma forma geral, o funcionamento do curso apresenta um conjunto de indicadores favoráveis que demonstram um funcionamento apropriado em termos do trabalho realizado nas UC no ano letivo de 2020/21.

3 – INDICAÇÃO DE ATIVIDADES EXTRACURRICULARES DESENVOLVIDAS NO AMBITO DO CURSO (VISITAS DE ESTUDO, PALESTRAS, JORNADAS, CONFERÊNCIAS, ETC) E REUNIÕES EFETUADAS COM OS ESTUDANTES/DOCENTES

3.1 – ATIVIDADES EXTRACURRICULARES

TIPO DE ACCÇÃO	IDENTIFICAÇÃO OU TÍTULO	DATA	ORADORES (se for o caso)
Webinar	Marketing Digital	16 a 18/11/2020	Google Atelier Digital
Webinar	"Ativação de marca: queres vender ideias?"	21/11/2020	Rede- Agencia de Marketing
Criação Plataforma	Plataforma Luz	Novembro 2020	Mentor. Pedro Gomes
Workshop	Comunicação poderosa com o público	04/12/2020	Maria Miguel Barbosa, consultora de comunicação e coach de desenvolvimento pessoal
Palestra	Abertura Solene do Ano Letivo	04/12/2020	Presidência IPG
Seminário /sessão de natureza coletiva Internacional	Contabilidade Financeira: Ativo não correntes (versus Gastos de Depreciação/Amortização)	10/12/2020	Profª. Doutora Liliane Segura, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, Brasil
Congresso	XXIIº Congresso Nacional do Marketing".	10/12/2020	APPM
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Contabilidade Financeira: Ativo não correntes (versus Gastos de Depreciação/Amortização)	10/12/2020	Profª. Doutora Liliane Segura, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, Brasil
Sessão de divulgação	Mobilidade ERASMUS +	12/2020	Gabinete de Relações Internacionais
Sessão de Esclarecimento	Estágios	15/12/2020	Dr Paula Carvalhosa-GESP
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	As insolvências e as falências na Contabilidade Financeira em Portugal e em Espanha	04/02/2021	Prof. Doutor Doroteo Jimenez - Universidade de Salamanca, Espanha
Conferencia online	Bootcamp Marketing Digital-9ª ed. Online	23 e 24 fev 2021	Camara de Comercio e Industria Portuguesa (CCIP)
Concurso	Poliempreende-17ª edição	18/3/2021	Diversos
Workshop	Workshop Criatividade e Negócios	9/4/ 2021	Professor Christian Byrge

Webinar	Respeito pelo consumidor - um selo de confiança	13/4/2021	DECO
Seminário	Uma reflexão sobre os desafios que o digital proporciona para pessoas e organizações	23/4/2021	Prof. Doutor Luis Borges Gouveia
Seminário	Empreendedorismo uma Nova Realidade	7/5/2021	Professor Nuno Caseiro
Seminário	Os desafios do Marketing Pós-Digital	14/5/2021	Professor Carlos Oliveira
Encontros online	“Vamos conversar sobre...” consumo e dependências de substâncias	17/5/2021	Rui Correia (Psicólogo) Gab. Apoio Psicológico do IPG
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Sustentabilidade na Produção	24/05/2021	Investigadora Doutora Denise Pereira Curri, Universidade de Aveiro
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Contabilidade de Gestão: Abordagem prática ao Custo Industrial de Produção	24/05/2021	Prof. Doutor Rui Robalo, Instituto Politécnico de Santarém
Jornadas de Marketing	The restart: make your own future	27,28,29 /5/2021	Diversos
Formação	Pordata	16/6/2021	Fundação Francisco Manuel dos Santos
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Contabilidade de Gestão aplicado ao Setor Hoteleiro	21/06/2021	Prof. Doutor Luis Lima Santos, Instituto Politécnico de Leiria
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Apresentação do caso estudo constante na obra Lima Santos, L., Gomes, C., Faria, A.R., Lunke, R.J., Malheiros, C., Silva da Rosa, F. & Nunes, C. (2016). Contabilidade de Gestão Hoteleira. Lisboa: ATF-Edições, Lda.	21/06/2021	Profª. Doutora Cátia Malheiros - Instituto Politécnico de Leiria

De referir que no ano letivo em análise, as limitações impostas pela pandemia COVID'19 tiveram repercussões no desenvolvimento de atividades extracurriculares.

3.2 – REUNIÕES (DATA:

- No início do ano letivo foi realizada uma reunião com os alunos do 1º ano, para lhe dar as boas vindas e explicar o funcionamento do curso e da Instituição;
- Em dezembro de 2021, foi realizada uma sessão de esclarecimento sobre os estágios curriculares com a responsável pelo GESP, diretor de curso e alunos do 3º ano da licenciatura em Marketing;

- Ao longo do ano letivo o diretor de curso e a representante dos estudantes do curso de Marketing (de cada ano curricular), bem como o Núcleo do curso estiveram em contacto permanente, para tratar de assuntos relativos ao funcionamento do curso, quer para a transmissão de informações vindas do exterior da Instituição quer de informações relativas ao bom funcionamento do curso;

-Em 15 de fevereiro de 2022 a diretora do curso enviou um pedido de informação (via email) ao corpo docente afeto ao curso a solicitar a indicação das atividades extracurriculares desenvolvidas com/para os estudantes e as boas práticas de ensino desenvolvidas, com vista à disseminação das mesmas, para efeitos de elaboração do RDC.

3.3 - PRINCIPAIS CONCLUSÕES DA REUNIÃO

Ao longo do ano, nas diversas reuniões e contactos realizados não se verificou nenhuma situação preocupante nem nenhum problema que mereça ser destacado e/ou que justificasse uma intervenção.

3.4 - PROBLEMAS LEVANTADOS/RESOLUÇÃO DOS MESMOS

Não aplicável

4 – IDENTIFICAÇÃO DE PROBLEMAS E POSSÍVEIS MEDIDAS CORRETIVAS E AÇÕES DE MELHORIA A SEREM ADOTADAS, BEM COMO OS RESULTADOS DE MEDIDAS IMPLEMENTADAS (ver planos de ação do processo de garantia da qualidade das unidades curriculares)

4.1 – IDENTIFICAÇÃO DOS RESULTADOS A MELHORAR

Não aplicável

4.2 – CLARIFICAÇÃO DA SITUAÇÃO E APURAMENTO DE CAUSAS

Não aplicável

4.3 – PLANOS DE AÇÕES

Não aplicável

5 – IDENTIFICAÇÃO DE BOAS PRÁTICAS DE ENSINO E APRENDIZAGEM DESENVOLVIDAS PELOS DOCENTES, COM VISTA A UMA SISTEMATIZAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DAS MESMAS

Unidade Curricular	Boas Práticas
Análise e Gestão Estratégica	Componente prática de avaliação contínua e assiduidade às aulas.
Inglês I Inglês II	No início do semestre os alunos fazem um teste de diagnóstico para aferirem o seu nível de conhecimentos de inglês. Este teste possui duas componentes, uma de teor gramatical e outra de capacidade de escrita. Deste modo, os alunos ficam a ter consciência do seu nível de domínio da língua e o professor consegue fazer uma ideia aproximada dos conhecimentos dos alunos da turma.
Comunicação em Marketing	Componente prática de avaliação contínua e assiduidade às aulas
Direito Empresarial	Resolução de casos práticos
Economia I Economia II	Realização de exercícios e de casos práticos para uma melhor consolidação de conhecimentos por parte do estudante, A avaliação contínua ser feita em dois momentos diferentes sem necessidade de nota mínima.
Contabilidade de Gestão; Fundamentos de Contabilidade de Gestão	<p>Atualização do Guia de Funcionamento da Unidade Curricular (GFUC), face às dinâmicas científicas e legislativas inerentes às áreas científicas do mesmo e principalmente devido ao problema da pandemia CoVID;</p> <p>Desenvolvimento de sessões em língua inglesa no âmbito da metodologia do projeto piloto de CLIL-Content and Language Integrated Learning, isto é: sessões de natureza coletiva, em língua inglesa, com uma abordagem integrada de conteúdos específicos da área da contabilidade de gestão;</p> <p>Lecionação de sessões de natureza coletiva em regime espelho: online (metade da turma) e presencial (metade da turma), com todas as dificuldades inerentes ao processo de lecionação, de transmissão e aprendizagem com novas metodologias de ensino, tendo sido relevante o apoio do Centro de Informática, em geral, e do Eng Carlos Fonseca e do Noémio Dória.</p> <p>Promoção de sessões de atendimento em sala de aula e online, com o objetivo de apoiar em simultâneo uma maior quantidade de estudantes e otimizar as respetivas dúvidas/esclarecimentos;</p> <p>Utilização da metodologia de ensino a “Disponibilização de conteúdos multimédia em e-learning”, para que o estudante aceda aos conteúdos da UC através de novos métodos, atividades e ferramentas de comunicação (email);</p> <p>Utilização do método de Avaliação Contínua;</p> <p>Realização de Trabalho (Individual), com defesa oral do mesmo, como um fator das Regras de Avaliação, com o objetivo de, no processo de ensino e aprendizagem da Unidade Curricular, envolver o estudante num processo de ensino mais independente e contínuo ao longo do semestre;</p> <p>Utilização da metodologia de ensino o “Estudo de Caso”, com o objetivo de a UC ser orientada para o contexto empresarial e real;</p> <p>Adoção do processo de melhoria contínua no Trabalho (Individual), obrigando o estudante a refazer o mesmo dadas as lacunas/erros relevantes e possibilitando ao estudante encerrar essas lacunas/erros como etapas formativas no processo de ensino e aprendizagem;</p> <p>Utilização do software “excel, word, e powerpoint”, na realização do trabalho (individual), para tratamento de questões relacionadas com as tarefas e procedimentos de teoria de gasto, volume e resultado (GVR), o</p>

	<p>qual é utilizado de forma generalizada a nível profissional pela gestão comercial;</p> <p>Organização de 4 seminários ou sessões de natureza coletiva, como um fator das Regras de Avaliação, de âmbito nacional, permitindo despertar para a realidade em contexto de trabalho e de investigação respondendo aos novos desafios da formação dos estudantes e permitindo o intercâmbio de experiências e de conhecimentos entre estudantes e professores, com vista ao progresso da qualidade do ensino e da investigação realizada nesta área de conhecimento.</p>
<p>Contabilidade Financeira, Fundamentos Contabilidade Financeira</p> <p>de</p>	<p>Atualização do Guia de Funcionamento da Unidade Curricular (GFUC), face às dinâmicas científicas e legislativas inerentes às áreas científicas do mesmo e principalmente devido ao problema da pandemia CoVID;</p> <p>Lecionação de sessões de natureza coletiva em regime online, com todas as dificuldades inerentes ao processo de lecionação, de transmissão e aprendizagem com novas metodologias de ensino, tendo sido relevante o apoio com Seminários promovidos pelo Centro de Informática e o Formador Eng Carlos Fonseca.</p> <p>Promoção de sessões de atendimento em sessões online, com o objetivo de apoiar em simultâneo uma maior quantidade de estudantes e otimizar as respetivas dúvidas/esclarecimentos;</p> <p>Utilização da metodologia de ensino a “Disponibilização de conteúdos multimédia em e-learning”, para que o estudante aceda aos conteúdos da UC através de novos métodos, atividades e ferramentas de comunicação (email);</p> <p>Utilização do método de Avaliação Contínua;</p> <p>Realização de Trabalho (Individual), com defesa oral do mesmo, como um fator das Regras de Avaliação, com o objetivo de, no processo de ensino e aprendizagem da Unidade Curricular, envolver o estudante num processo de ensino mais independente e contínuo ao longo do semestre;</p> <p>Utilização da metodologia de ensino o “Estudo de Caso”, com o objetivo de a UC ser orientada para o contexto empresarial e real;</p> <p>Adoção do processo de melhoria contínua no Trabalho (Individual), obrigando o estudante a refazer o mesmo dadas as lacunas/erros relevantes e possibilitando ao estudante encerrar essas lacunas/erros como etapas formativas no processo de ensino e aprendizagem;</p> <p>Utilização do software “excel, word, e powerpoint”, na realização do trabalho (individual), para tratamento de questões relacionadas com as tarefas e procedimentos de fim de exercício (fecho de ano económico), o qual é utilizado de forma generalizada a nível profissional pelos Contabilistas Certificados;</p> <p>Na continuidade do trabalho realizado em anos anteriores, a UC realizou 2 seminários ou sessões de natureza coletiva, como um fator das Regras de Avaliação, de âmbito internacional, permitindo despertar para a realidade em contexto de trabalho e para os novos desafios da mobilidade de estudantes no espaço europeu e internacional;</p> <p>À semelhança de anos anteriores, participação numa Ação ERASMUS - Mobilidade de Docentes (Universidade de Salamanca – Espanha), tendo como valor acrescentado dessa mobilidade o desenvolvimento de metodologias de ensino na área científica de Contabilidade, além de permitir o intercâmbio de experiências e conhecimentos entre estudantes e professores, com vista ao progresso da qualidade do ensino e da investigação realizada nesta área de conhecimento.</p> <p>À semelhança de anos anteriores, participação de 1 docente numa Ação de Acordos de Cooperação Internacional com Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, Brasil tendo como valor acrescentado dessa mobilidade o desenvolvimento de metodologias de ensino na área científica de Contabilidade, além de permitir o intercâmbio de experiências e conhecimentos entre estudantes e professores, com vista ao progresso da qualidade do ensino e da investigação realizada nesta área de conhecimento.</p> <p>Devido à pandemia CoVID, o sistema de avaliação decorreu, com os condicionamentos, pelo foi totalmente online, tendo os estudantes adotado</p>

	<p>todos os procedimentos de garantia da qualidade do processo de ensino aprendizagem.</p> <p>Mais se detalha que do processo aprendizagem das novas metodologias de avaliação foi relevante o apoio do Centro de Informática, em geral, e do Eng Carlos Fonseca, fundamental.</p> <p>E, por último, resultou ainda um artigo</p> <p>Abreu, R., Legcevic, J. and Segura, L. (2021). Accounting for education: An assessment model to use on Moodle®. EDULEARN21 Conference, 5th-6th July 2021. ISBN: 987-84-09-31267-2, DOI: 10.21125/edulearn.2021.2003.</p>
e- Marketing	Os conceitos adquiridos nas aulas pelos alunos foram aplicados em trabalhos práticos. Foram exibidos filmes e documentários sobre os problemas e as vantagens trazidas pelo mundo digital.
Estatística	Resolução de exercícios nas aulas com a participação dos alunos
Estudos de Mercado- Semestre 1	<p>Aulas alavancadas em trabalhos práticos (pesquisa na internet ou utilização de excel/spss);</p> <p>Pesquisa de escalas utilizadas em estudos de marketing a partir de artigos de referência;</p> <p>Trabalho obrigatório a partir de um estudo de mercado desenvolvido desde a identificação do problema a estudar até à análise inferencial, passando pela análise estatística.</p> <p>Trabalho prático.</p>
Gestão de Marketing	Análise de casos; realização de exercícios a acompanhar a matéria.
Gestão de Produto e Marcas	Realização de exercícios a acompanhar o desenvolvimento da matéria e sua aprendizagem. Discussão e análise de diferentes situações.
Marketing de Serviços	Aplicação da matéria a casos reais, via realização de trabalho. Realização e discussão de casos de estudo.
Marketing Industrial	Componente prática de avaliação contínua e assiduidade às aulas
Modelos e Simulação de Marketing	<p>Avaliação contínua, com desenvolvimento de trabalho prático em sala de aula, sujeito à avaliação semenal;</p> <p>Regime de assiduidade que permite o acompanhamento dos trabalhos bem como o aproveitamento, porque há sinalização dos erros e indicação de melhorias para o trabalho seguinte;</p> <p>Mantiveram-se os critérios de avaliação e as práticas pedagógicas dos anos letivos anteriores. utilização de software licenciado shadow manager (simulador de gestão) utilização de equipamento informático nas aulas (portátil ou tablet)- trabalho em grupo.</p>
Tecnologias de Informação	As propostas de trabalho são supervisionadas e controladas em sessão de Orientação tutorial (definida e apresentada em cronograma) o que faz com que os alunos cumpram os requisitos da disciplina desde o início até ao final do semestre e em regime de avaliação contínua.
Multimédia	As propostas de trabalho são supervisionadas e controladas em sessão de Orientação tutorial (definida e apresentada em cronograma) o que faz com que os alunos cumpram os requisitos da disciplina desde o início até ao final do semestre e em regime de avaliação contínua.
Sistemas de Apoio à Decisão Sistemas de Apoio à Decisão em Marketing	Resolução de casos práticos.