

RELATÓRIO DE DIREÇÃO DE CURSO

CURSO

Mestrado em Marketing e Comunicação

Curso (s)	Mestrado em Marketing e Comunicação (MMC)
Ano Letivo	2019/20
Coordenadores de Curso	Teresa Maria Monteiro Felgueira Jorge Manuel Braz Gonçalves
Data	13 de abril de 2021

1 - IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

1.1 - CURSO

Mestrado em Marketing e Comunicação.

No ano letivo 2019-2020 funcionou o Ramo de Comunicação.

1.2 - ANO LETIVO

2019/20

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

TIPO DE ACESSO	N° DE ESTUDANTES
1ª FASE	7
2ª FASE	11
3ª FASE	9
REINGRESSOS	0
TITULARES DE CURSOS MÉDIOS OU SUPERIORES	0
MUDANÇAS DE CURSO	0
TRANSFERÊNCIAS	0
MAIORES DE 23 ANOS	0
ESTUDANTES INTERNACIONAIS	19*
MÉDIA DE ENTRADA NO CURSO	N.A.
TOTAL	27

*5 na 1ªfase; 9 na 2ªfase e 5 na 3ªfase
N.A. – Não Aplicável

Ingressaram no curso um total de 27 estudantes, tendo ocorrido uma anulação de matrícula de 1ªfase e duas de 2ªfase, de estudantes internacionais.

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

Dos 13 estudantes inscritos do 2ºano, apenas 23% obteve o diploma de mestre. De referir que, no entanto, mais dois estudantes, apesar de terem solicitado apresentação e defesa de provas ainda no ano letivo 19/20, apenas concluíram efetivamente o curso no ano letivo 20/21 não tendo sido por isso considerados nesta análise.

CLASSIFICAÇÕES	Nº DE ESTUDANTES
10 VALORES	0
11 VALORES	0
12 VALORES	0
13 VALORES	0
14 VALORES	1
15 VALORES	0
16 OU MAIS VALORES	2
TOTAL	3

1.5 - Nº DE ESTUDANTES INSCRITOS

ANO LETIVO	Nº DE ESTUDANTES INSCRITOS
2019/20	44

1.6 - Nº DE ESTUDANTES EM ABANDONO

ANO LETIVO	Nº DE ESTUDANTES EM ABANDONO
2019/20	5

A maioria dos estudantes apontaram como razões para abandono as dificuldades em acompanhar as matérias, por não residirem na Guarda e terem dificuldades em se deslocarem semanalmente para assistirem às aulas, e também por questões profissionais não terem muita disponibilidade de tempo. Houve uma estudante que abandonou porque o curso (oferta formativa) não correspondeu às suas expectativas.

1.7 - Nº DE ESTUDANTES QUE TRANSITARAM DE ANO

ANO LETIVO	Nº DE ESTUDANTES QUE TRANSITARAM DE ANO
2019/20	9

1.8 - Nº DE ESTUDANTES REPETENTES

ANO LETIVO	Nº DE ESTUDANTES REPETENTES
2019/20	4

1.9 - DISTRIBUIÇÃO DAS CLASSIFICAÇÕES NAS UNIDADES CURRICULARES DO CURSO

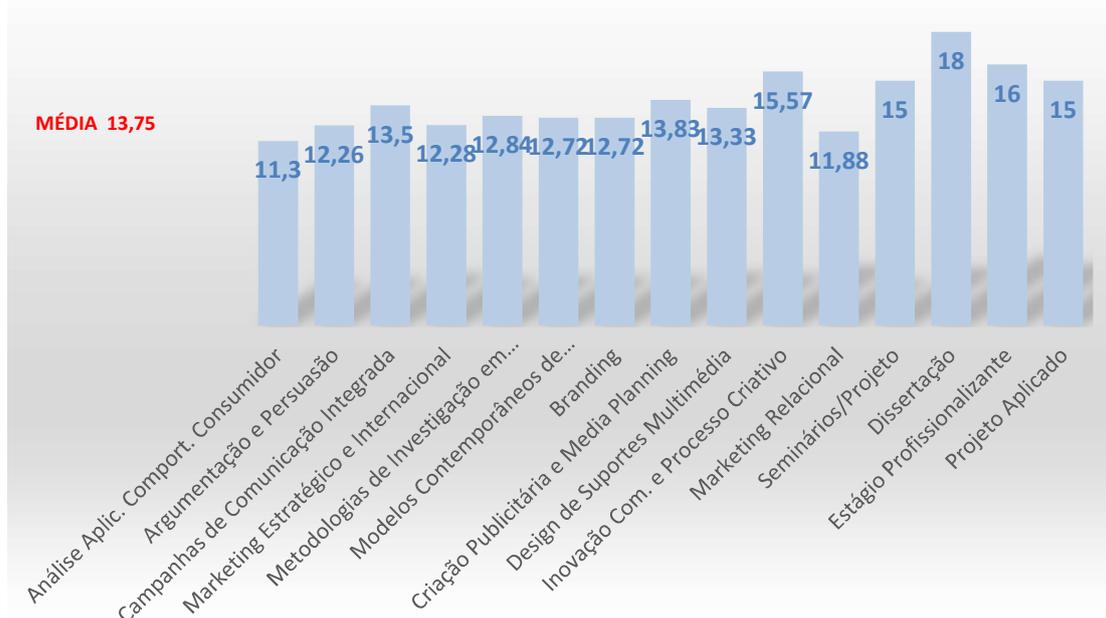
1 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Análise Aplicada ao Comportamento do Consumidor	11,3
Argumentação e Persuasão	12,26
Campanhas de Comunicação Integrada	13,5
Marketing Estratégico e Internacional	12,28
Metodologias de Investigação em Marketing	12,84
Modelos Contemporâneos de Comunicação	12,72

1 ANO; 2 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Branding	12,72
Criação Publicitária e Media Planning	13,83
Design de Suportes Multimédia	13,33
Inovação Comunicacional e Processo Criativo	15,57
Marketing Relacional	11,88
Seminários/Projeto	15

2 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Dissertação	18
Estágio Profissionalizante	16
Projeto Aplicado	15

No gráfico seguinte podemos constatar que a média das classificações das UC do Curso foi de 13,75 valores, sendo a classificação média mais baixa de 11,3 valores da UC de *Análise Aplicada ao Comportamento do Consumidor* e a classificação média mais elevada de 18 valores da UC de *Dissertação*.

Média das Classificações às UC do Curso



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
Análise Aplicada ao Comportamento do Consumidor	26	76,92%	100%	76,92%
Argumentação e Persuasão	26	73,08%	100%	73,08%
Campanhas de Comunicação Integrada	26	76,92%	100%	76,92%
Marketing Estratégico e Internacional	26	69,23%	100%	69,23%
Metodologias de Investigação em Marketing	26	73,08%	100%	73,08%
Modelos Contemporâneos de Comunicação	26	69,23%	100%	69,23%

Quanto às UC do 1º semestre do 1º ano podemos concluir que apresentaram boas taxas de sucesso escolar, sendo que todos os estudantes que se propuseram a avaliação aprovaram.

1 ANO; 2 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Branding	24	75%	100%	75%
Criação Publicitária e Media Planning	24	75%	94,74%	79,17%
Design de Suportes Multimédia	24	75%	100%	75%
Inovação Comunicacional e Processo Criativo	24	87,5%	100%	87,5%
Marketing Relacional	24	70,83%	94,44%	75%
Seminários/Projeto	24	75%	100%	75%

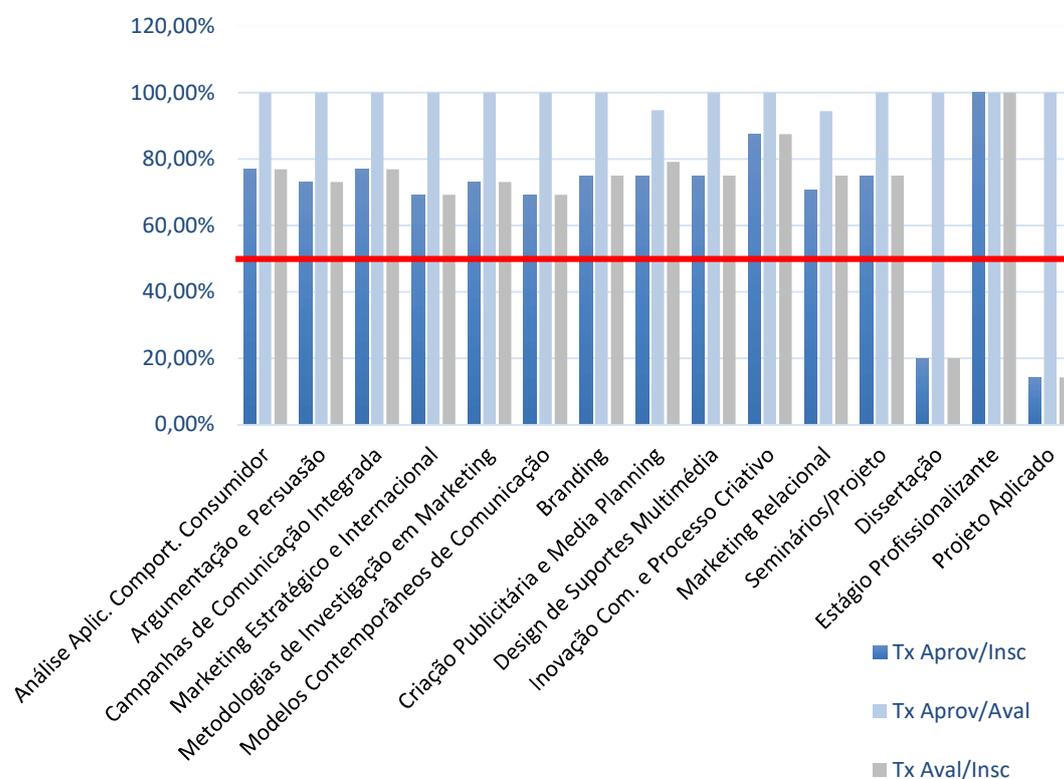
Quanto às UC do 2º semestre do 1ºano podemos concluir que apresentaram também boas taxas de sucesso escolar, sendo que apenas um estudante dos que se propuseram a avaliação não aprovou a duas UC (*Criação Publicitária e Media Planning e Marketing Relacional*).

2 ANO; 1 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Dissertação	5	20%	100%	20%
Estágio Profissionalizante	1	100%	100%	100%
Projeto Aplicado	7	14,29%	100%	14,29%
	13	23,08%	100%	23,08%

Quanto à UC do 1º semestre do 2ºano (*Dissertação/Estágio Profissionalizante/Projeto Aplicado*) podemos concluir e considerando o número total de inscritos (13 estudantes), que as taxas de Aprovados/Inscritos são relativamente baixas (23,08%) quer em *Dissertação* (20%) quer em *Projeto Aplicado* (14,29%). Mesmo considerando mais uma *Dissertação* já aprovada em janeiro de 2021 e um *Projeto Aplicado* que aguarda data para apresentação e defesa, as taxas de aprovados e avaliados em relação aos inscritos será de 38,46%.

Em conclusão, conforme se pode constatar no gráfico seguinte, as UC do Curso apresentaram boas taxas de sucesso escolar, com a exceção da UC de *Dissertação e Projeto Aplicado* que apresentam taxas de aprovados e avaliados em relação ao número de inscritos muito baixas. No ponto 4. do presente relatório, clarifica-se esta situação com a identificação de causas e sugerem-se ações de melhoria a serem adotadas.

TAXA DE SUCESSO/INSUCESSO POR UNIDADE CURRICULAR



1.11 – DISTRIBUIÇÃO DOS TEMPOS NECESSÁRIOS PARA A CONCLUSÃO DO CURSO

TEMPO NECESSÁRIO PARA A CONCLUSÃO DO CURSO	Nº DE ALUNOS
2 ANOS	1
3 ANOS	2
4 ANOS	0
5 ANOS	0
6 ANOS	0
7 ANOS	0
8 ANOS	0
9 E MAIS ANOS	0

Dos 3 estudantes que obtiveram o título de mestre no ano letivo de 2019/20, 2 concluíram o curso em 3 anos e 1 em dois anos.

1.12 – INDICADORES DE MOBILIDADE DOS ESTUDANTES

MOBILIDADE	Nº DE ESTUDANTES
INCOMING	0
OUTGOING	0

No que diz respeito à mobilidade de estudantes no Curso de Mestrado em Marketing e Comunicação, não há a registar qualquer *incoming* ou *outgoing* no ano letivo 2019/2020.

1.13 – CARACTERIZAÇÃO DO CORPO DOCENTE DO CURSO

Nº LICENCIADOS	Nº MESTRES	Nº DOUTORADOS	Nº ESPECIALISTAS	TOTAL
0	1	8	1	10

No que diz respeito à qualificação do corpo docente verifica-se que no ano letivo em análise, 90% dos docentes afetos ao curso têm grau de doutor ou especialista.

2 – RESULTADOS DOS QUESTIONÁRIOS REALIZADOS A ESTUDANTES E DOCENTES, NOMEADAMENTE ACERCA DA QUALIDADE DO ENSINO E DE AFERIÇÃO DO NÚMERO DE HORAS DE TRABALHO POR UNIDADE CURRICULAR¹

No que se refere aos resultados dos Questionários Pedagógicos (perceção do estudante sobre a UC e respetivo Docente), no 1º semestre apenas um estudante respondeu e no 2º semestre não foi registada qualquer resposta por parte dos estudantes do curso na plataforma SIGARRA, não nos permitindo fazer esta análise.

No seguimento do contacto com docentes e estudantes do Curso, e tendo também por base a informação que consta dos Relatórios de Funcionamento das Unidades Curriculares (RFUC) preenchidos pelos docentes das UC do curso, no âmbito da garantia da qualidade do ensino nesta Unidade Orgânica do Instituto Politécnico da Guarda, considera-se que, nomeadamente:

- Adequação do número de horas de contacto em cada UC, subdivididas em horas teóricas, teórico-práticas, práticas/laboratoriais e horas de tutoria, sendo estas últimas vocacionadas para a orientação de trabalhos de campo/investigação propostos;
- Forte componente teórico-prática em todas as UC e predomínio do método de avaliação contínua;
- Os GFUC estão atualizados, com bibliografia atualizada e disponíveis no site do IPG;
- 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 mesmos, o que aliado às TIC permite uma melhor interação docente/estudante à distância;
- Como já referido anteriormente no ponto 1.10, o curso apresentou boas taxas de sucesso escolar, com exceção da UC *de Dissertação/Estágio Profissionalizante/Projeto Aplicado*.

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 2019/20.

Quanto às considerações obtidas a partir dos RFUC, é possível constatar que, em algumas unidades curriculares, os docentes consideram que alguns dos estudantes inscritos não tinham um nível de preparação adequado, não procuravam o docente para esclarecimento de dúvidas com a frequência adequada, não desenvolveram trabalho autónomo de acordo com o previsto e que poderiam ter apresentado maior proatividade e capacidade de trabalho. Verificou-se que alguns destes estudantes são alunos estrangeiros que iniciaram o semestre tardiamente e apresentam dificuldades de compreensão e expressão em Português.

¹ 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)

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)
Seminário (via zoom)	EMPREENDEDORISMO em tempos de “caos”	24/04/2020	Prof. Doutor Nuno Caseiro – IPCB
Seminário (via zoom)	Brand Management – na era digital e humana	08/05/2020	Professor Carlos Manuel de Oliveira
Seminário (via zoom)	O que é faz a diferença entre um projeto de sucesso e uma desgraça?	29/05/2020	Presidente da APOGEP Dr. Miguel Carvalho e Melo
Seminário (via zoom)	A Transformação Digital num Mundo Pós Pandemia	05/06/2020	Prof. Doutor Luís Borges Gouveia
Seminário (via zoom)	Brand Strategy for meaningful disruption	27/06/2020	Dra. Paula Delgado

3.2 – REUNIÕES

18/10/2019 - Receção presencial dos estudantes pelos Coordenadores do Curso: sessão de boas vindas; esclarecimento sobre o funcionamento dos curso, estrutura e ramo a funcionar no presente ano letivo;

27/05/2020 – Reunião via colibri zoom dos Coordenadores com os Estudantes do Curso, sobre as possibilidades de prosseguimento de estudos para obtenção do título de Mestre e procedimentos a adotar;

Ao longo do ano letivo em análise, os Coordenadores do Curso foram esclarecendo dúvidas relativas ao funcionamento do mestrado, sempre que solicitado pelos estudantes, via email ou reunião zoom.

3.3 - PRINCIPAIS CONCLUSÕES DA REUNIÃO

Aos estudantes foram facultadas várias informações sobre o Curso tendo sido esclarecidas todas as dúvidas apresentadas.

3.4 - PROBLEMAS LEVANTADOS/RESOLUÇÃO DOS MESMOS

Durante o ano letivo 2019/20 não se verificou nenhuma situação preocupante, referida por docentes ou discentes, nem nenhum problema que mereça ser destacado e/ou que justificasse uma intervenção.

4 – IDENTIFICAÇÃO DE PROBLEMAS E POSSÍVEIS MEDIDAS CORRETIVAS E AÇÕES DE MELHORIA A SEREM ADOTADAS, BEM COMO OS RESULTADOS DE MEDIDAS IMPLEMENTADAS

4.1 – IDENTIFICAÇÃO DOS RESULTADOS A MELHORAR

De acordo com os resultados apresentados em 1.10, das 13 UC que fazem parte da estrutura Curricular do Curso de Mestrado em Marketing e Comunicação, em funcionamento no ano letivo de 2019/2020, apenas a UC do 2º ano, *Dissertação/Estágio Profissionalizante/ Projeto Aplicado* merece uma maior preocupação com resultados a melhorar (Quadro abaixo), particularmente em termos de taxa de aprovados e avaliados sobre inscritos que é inferior a 50% (3 aprovados em relação aos 13 estudantes no total inscritos – 23,08%). Esta situação é semelhante aos anos anteriores, prevendo-se já alguma melhoria para 2020/21, com um maior número de inscritos, tendo melhorado já neste ano em análise o número de estudantes que concluindo o 1º ano prosseguem os seus estudos e concluem o curso.

2 ANO; 1 SEMESTRE								
Unidade curricular	Inscritos		Taxa de aprv/insc		Taxa de aprv/aval		Taxa de aval/insc	
	2018/19	2019/20	2018/19	2019/20	2018/19	2019/20	2018/19	2019/20
Dissertação	0	5	0%	20%	0%	100%	0%	20%
Estágio Profissionalizante	1	1	0%	100%	0%	100%	0%	100%
Projeto Aplicado	3	7	33,33%	14,29%	100%	100%	33,33%	14,29%

4.2 – CLARIFICAÇÃO DA SITUAÇÃO E APURAMENTO DE CAUSAS

A não aprovação à UC de *Dissertação/Estágio Profissionalizante/ Projeto Aplicado* em tempo útil deveu-se ao facto de serem trabalhadores estudante, na sua maioria, não tendo conseguido conciliar o trabalho exigido pela UC com a sua vida profissional e pessoal. Esta foi também a razão apontada pelos estudantes quanto à intenção de não prosseguirem estudos e não desenvolverem o trabalho de *Dissertação/Estágio Profissionalizante/ Projeto Aplicado*.

Outra causa da não conclusão do curso poderá estar relacionada, como referido por alguns docentes no RFUC, com o facto de alguns destes estudantes serem alunos estrangeiros, que apresentam dificuldades de compreensão e expressão em Português o que condiciona a apresentação/entrega do trabalho final de *Dissertação/Estágio Profissionalizante/ Projeto Aplicado*.

4.3 – PLANOS DE AÇÕES

O plano de ação para UC de *Dissertação/Estágio Profissionalizante/ Projeto Aplicado* pressupõe as seguintes medidas:

- Continuar na UC de Seminários/projeto com as sessões de preparação (metodologia/orientação) para realização da proposta de projeto de investigação (*Dissertação/Estágio Profissionalizante/ Projeto Aplicado*).

Assim, terminado o 1ºano o estudante tem concluída a proposta de investigação para inscrição no 2ºano;

- Os docentes orientadores e coorientadores deverão ter um papel importante orientando e estimulando/motivando o estudante no desenvolvimento e conclusão do seu trabalho;

- Proposta de introdução como critério de admissão e seriação dos candidatos internacionais ao mestrado de uma entrevista.

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

Durante o ano letivo 2019/20 foram identificadas boas práticas de ensino e aprendizagem desenvolvidas pelos docentes das várias unidades curriculares sendo destacadas as seguintes:

- Projetos com acompanhamento próximo dos docentes;
- Atividades de pesquisa no âmbito dos conteúdos abordados nas aulas;
- Trabalhos de investigação para consolidar conhecimentos e competências e promover a autonomia de pesquisa;
- Exposição oral das várias etapas do trabalho permitindo estimular a reflexão e o debate coletivo em torno do tema escolhido;
- Desenvolvimento de atividades e/ou trabalhos práticos individuais e de grupo, aplicando os conhecimentos teórico-práticos lecionados;
- Criação de um artigo científico envolvendo os alunos em práticas de investigação, aplicando os conhecimentos teórico-práticos lecionados;
- O contacto e a interação entre professor-aluno, a demonstração na aplicação de conteúdos programáticos, assim como o acompanhamento próximo dos trabalhos/projetos desenvolvidos em aula pelos alunos e o esclarecimento de dúvidas contribuíram para um maior sucesso da UC;
- Seminários sobre temas atuais e com perspetivas de se tornarem relevantes, bem como, com interesse e utilidade na formação académica e pessoal dos alunos;
- Aprofundamento da utilização das plataformas online e incentivo à participação ativa;
- Aplicação prática dos conteúdos na resolução de situações reais/trabalho de campo.

No ano letivo 2019/20, por força da pandemia COVID-19, houve a necessidade de realizar algumas adaptações à metodologia de ensino e aprendizagem para garantir o bom funcionamento das unidades curriculares neste contexto.

Foram assim adaptadas as metodologias de ensino e aprendizagem ao ensino à distância, por forma a possibilitar atingir a totalidade dos objetivos definidos. Para tal:

- Foram utilizadas as plataformas indicadas pela Instituição (Colibri-Zoom, Moodle e Sigarra) e outras ferramentas tecnológicas para promover o envolvimento dos alunos e a sua interação no desenvolvimento das tarefas e trabalhos;
- As aulas presenciais passaram a aulas síncronas e assíncronas via Colibri-zoom, e as avaliações foram online via moodle;
- Em relação à UC de Seminários/Projeto, os temas foram desenvolvidos, em forma de seminários, através da plataforma Zoom, com oradores convidados, preferencialmente envolvendo um painel de discussão.

Foram realizadas todas estas adaptações sem qualquer dificuldade assinalada.