

RELATÓRIO DE DIREÇÃO DE CURSO

CURSO LM

Curso (s)	Licenciatura em Marketing
Ano Letivo	2017/18
Coordenador de Curso	Ascensão Maria Martins Braga
Data	

1 - IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

1.1 - CURSO

Licenciatura em Marketing

1.2 - ANO LETIVO

2017/18

1.3 - N° DE ESTUDANTES QUE INGRESSARAM NO CURSO

48

1.4 - N° DE ESTUDANTES QUE CONCLUÍRAM O CURSO

4

Este número deve-se ao facto de os alunos estarem a realizar os seus estágios e ainda não terem apresentado e defendido o respetivo relatório. O que deverá acontecer até 31 de dezembro de 2018.

1.5 - N° DE ESTUDANTES INSCRITOS

ANO LETIVO	N° DE ESTUDANTES INSCRITOS
2017/18	101

1.6 - DISTRIBUIÇÃO DAS CLASSIFICAÇÕES NAS UNIDADES CURRICULARES DO CURSO

1 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Espanhol I	13,82
Fundamentos de Contabilidade Financeira	10,55
Fundamentos de Economia I	12,33
Inglês I	14,5
Introdução Ao Marketing	12,1
Organização e Gestão	11,42

1 ANO; 2 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Espanhol II	13,42
Fundamentos de Contabilidade de Gestão	11,52
Fundamentos de Economia II	12,56
Inglês II	14,24
Introdução Ao Direito de Empresa	12,97
Técnicas de Expressão Linguística	11,77

2 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Comportamento do Consumidor	11,17
Estatística	12,29
Fundamentos de Informática	13,76
Gestão da Distribuição	13,76
Gestão de Recursos Humanos	11,22
Sistemas de Apoio à Decisão em Marketing	11,63

2 ANO; 2 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Análise e Gestão Estratégica	12,09
Estatística	12,29
Gestão de Vendas	13,65
Marketing de Serviços	12,32
Negociação	12,44

3 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
E-Marketing	13,37
Estudos de Mercado	12,73
Gestão do Produto e Marcas	11,82
Marketing Industrial	11,95
Multimédia	14,31

3 ANO; 2 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Comunicação em Marketing	16,78
Estágio/Projeto	16
Modelos de Simulação de Marketing	14,59
Multimídia	14,31

1.7 - 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
Espanhol I	12	75%	81,82%	91,67%
Fundamentos de Contabilidade Financeira	52	50%	52%	96,15%
Fundamentos de Economia I	57	36,84%	53,85%	68,42%
Inglês I	25	76%	95%	80%
Introdução Ao Marketing	48	54,17%	74,29%	72,92%
Organização e Gestão	46	45,65%	63,64%	71,74%

1 ANO; 2 SEMESTRE				
UNIDADE CURRICULAR	INSCRITOS	TAXA DE APRV/INSC	TAXA DE APRV/AVAL	TAXA DE AVAL/INSC
Espanhol II	11	54,55%	100%	54,55%
Fundamentos de Contabilidade de Gestão	57	43,86%	80,65%	54,39%
Fundamentos de Economia II	67	35,82%	60%	59,7%
Inglês II	25	72%	100%	72%
Introdução Ao Direito de Empresa	46	69,57%	72,73%	95,65%
Técnicas de Expressão Linguística	47	53,19%	73,53%	72,34%

2 ANO; 1 SEMESTRE				
UNIDADE CURRICULAR	INSCRITOS	TAXA DE APRV/INSC	TAXA DE APRV/AVAL	TAXA DE AVAL/INSC
Comportamento do Consumidor	28	78,57%	84,62%	92,86%

Fundamentos de Informática	29	93,1%	93,1%	100%
Gestão da Distribuição	29	82,76%	88,89%	93,1%
Gestão de Recursos Humanos	30	76,67%	76,67%	100%
Sistemas de Apoio à Decisão em Marketing	36	38,89%	45,16%	86,11%

2 ANO; 2 SEMESTRE				
UNIDADE CURRICULAR	INSCRITOS	TAXA DE APRV/INSC	TAXA DE APRV/AVAL	TAXA DE AVAL/INSC
Análise e Gestão Estratégica	27	81,48%	81,48%	100%
Estatística	36	75%	81,82%	91,67%
Gestão de Vendas	27	77,78%	100%	77,78%
Marketing de Serviços	27	70,37%	79,17%	88,89%
Negociação	26	76,92%	95,24%	80,77%

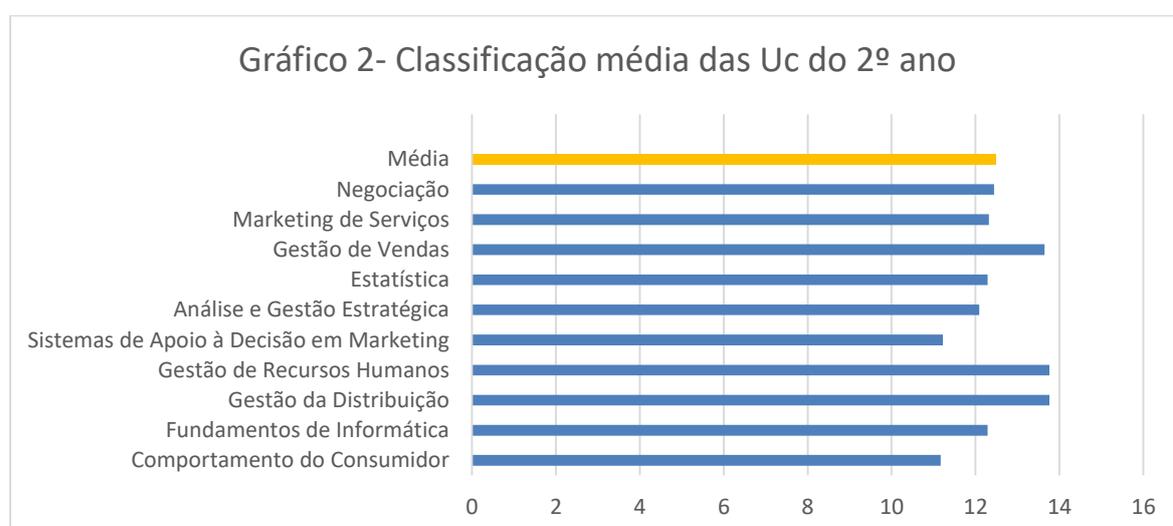
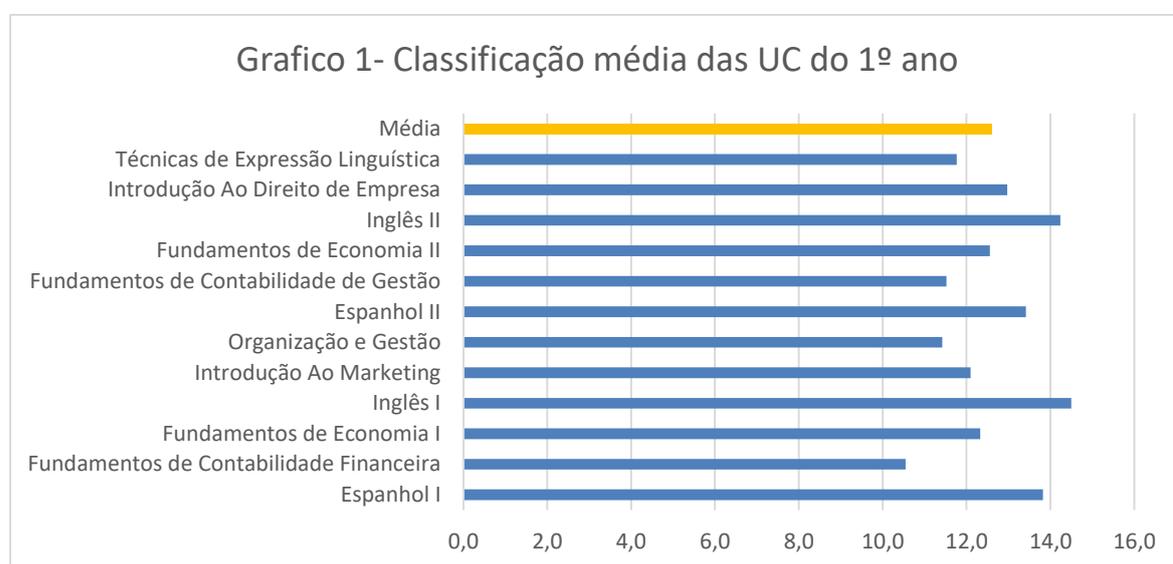
3 ANO; 1 SEMESTRE				
UNIDADE CURRICULAR	INSCRITOS	TAXA DE APRV/INSC	TAXA DE APRV/AVAL	TAXA DE AVAL/INSC
E-Marketing	15	93,33%	100%	93,33%
Estudos de Mercado	17	88,24%	93,75%	94,12%
Gestão do Produto e Marcas	20	85%	89,47%	95%
Marketing Industrial	22	86,36%	90,48%	95,45%
Multimédia	17	94,12%	100%	94,12%

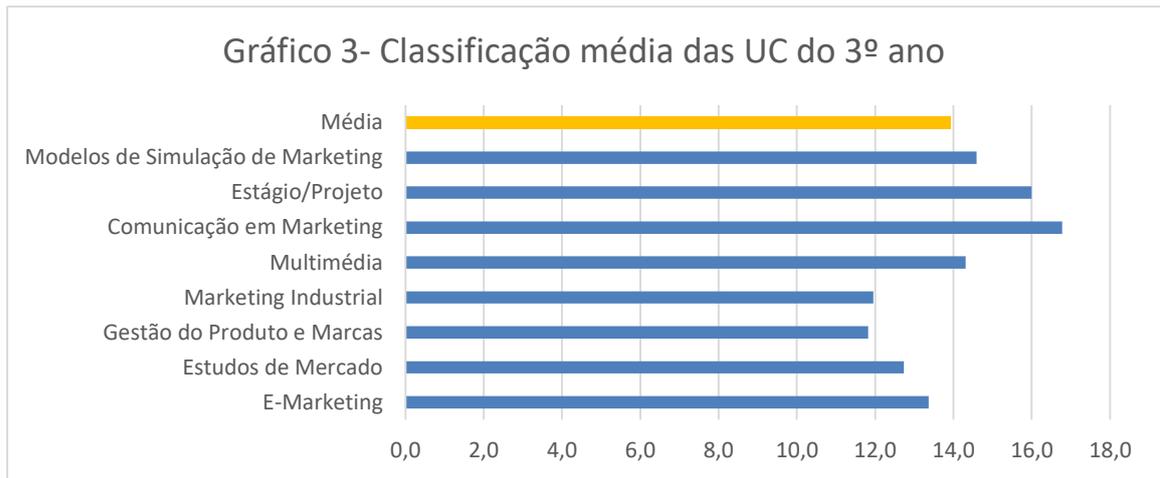
3 ANO; 2 SEMESTRE				
UNIDADE CURRICULAR	INSCRITOS	TAXA DE APRV/INSC	TAXA DE APRV/AVAL	TAXA DE AVAL/INSC
Comunicação em Marketing	19	94,74%	100%	94,74%
Estágio/Projeto	23	17,39%	100%	17,39%
Modelos de Simulação de Marketing	16	100%	100%	100%

Uma análise global aos quadros anteriores permite verificar que as taxas de aprovação (aprovados/avaliados) são superiores ou iguais a 70% para 83,3% das UC, existindo 26,6% de UC com taxa de aprovação de 100%. A UC com taxa mais baixa de aprovados/avaliados é Sistemas de Apoio à Decisão em Marketing, com 45%.

As classificações médias das diferentes UC's variam entre 11,17 e os 16,78 valores, no ano letivo em análise, com o valor mais elevado associado à unidade curricular de Comunicação em Marketing. Em 73,3% das UC a classificação é superior a 12,0 valores e em 40% das UC a classificação é igual ou superior a 13,0.

Uma análise às classificações, por ano curricular, permite-nos afirmar que a média de classificações no 1º ano é de 12,6 valores e cujo valor é igualado ou ultrapassado em 50% das UC (ver gráfico 1). A classificação mais elevada encontra-se nas UC Inglês I e II. No 2º ano, 30% das UC têm uma classificação superior à média anual de 12,5 valores (ver gráfico 2), nomeadamente Gestão de Recursos Humanos, Gestão da Distribuição e Gestão de Vendas. No 3º ano, também metade das UC têm uma classificação superior à média anual de 13,9 valores (ver gráfico 3), sendo a classificação mais elevada obtida na UC de Comunicação em Marketing (16,8), seguido de Estágio/projeto.





1.8 – INDICADORES DE MOBILIDADE DOS ESTUDANTES

MOBILIDADE	Nº DE ESTUDANTES
INCOMING	3
OUTGOING	-

1.9 – CARACTERIZAÇÃO DO CORPO DOCENTE DO CURSO

Nº LICENCIADOS	Nº MESTRES	Nº DOUTORADOS	Nº ESPECIALISTAS	TOTAL
0	3	13	0	16

Os indicadores de Mobilidade mostram que existiram em *Incoming* três estudantes e um docente e em *Outgoing* três docentes.

Relativamente à qualificação do corpo docente, mais de 80% têm o grau de doutoramento.

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

2.1 – ATIVIDADES EXTRACURRICULARES:

TIPO DE ACCÇÃO	IDENTIFICAÇÃO OU TITULO	DATA	ORADORES (se for o caso)
Sessão de “Boas Vindas”	Novos alunos do 1º ano (licenciaturas e Tesp), realizado pela ESTG	12/10/2017	Direção da ESTG e diretores de curso
Palestra	Estudos de Mercado	5/12/2017	Dr. Nuno Fernandes
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Importância da Contabilidade de Gestão para a Tomada de Decisão: Industria dos Lacticínios	09/03/2018	Dr. Hélio Silva, Empresário da Industria dos Lacticínios
Divulgação dos cursos	Qualifica- Feira de Educação, Formação, Juventude e Emprego	4/3/2018	Mariana Fernandes
Workshop, no âmbito da Feira de Emprego - ESTG2018	Marketing Pessoal	6/3/2018	Prof. Dra.Teresa Felgueira
Feira do Emprego	Workshops e Palestras	5 e 6 de março/2018, na ESTG	Diversos Oradores
Evento linguístico e cultural.	Março das Línguas: Quem sabe mais português? (Concurso sobre a língua portuguesa)	14 /3/ 2018	Evento linguístico e cultural.
Evento linguístico e cultural.	Março das Línguas: <i>Communicating around the world</i> (Interface cultural com os alunos Erasmus)	12-16 de março/2018	Evento linguístico e cultural.
Evento linguístico e cultural.	Março das Línguas: Quem sabe mais português? (Concurso sobre a língua portuguesa)	14/3/2018	Evento linguístico e cultural.
Evento linguístico e cultural.	Março das Línguas: <i>Poetry explosion</i> (Recepção da ESTG - instalação de vídeo)	12-16 de março/2018	Evento linguístico e cultural.
Jornadas	Jornadas de Gestão de Recursos Humanos	22/03/2018	Diversos Oradores
Divulgação dos cursos	Fit 2018,	de 28 de abril a 1 de maio	Jéssica Pascoal Rute Pereira Carolina Salgado Wanderley Pereria
Palestra	“Os jovens e a sua (in)relação com o álcool	4/4/2018	Carlos Brito

Palestra	Estilos de Vida Saudáveis	4/4/2018	António Batista
Jornadas	VIII Jornadas de Gestão	10/04/2018	Diversos Oradores
Jornadas	XIV Jornadas de Contabilidade: "Contabilidade Pública: Uma Reforma, na ESTG-IPG,	19/4/2018	Diversos Oradores
Jornadas	VI Jornadas de Marketing	16/05/2018	Diversos Oradores
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Repartição de Custos na Administração Pública Local	21/05/2018	Dra. Elisabete da Câmara Municipal da Guarda
Conferência	Conferência Internacional de Cibersegurança	23/05/2018	Os oradores: Turgay Ural, Deepak Daswani, Rogério Raposo, João Annes, Luís Antunes, André Baptista, António Ventura, Henrique Amaro e Vítor Ventura.
Voluntariado	Queres ser Voluntário por um Dia?	De maio a junho	Vário alunos do Curso e Vários Docentes
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Contabilidade de Gestão: A perspetiva da Sustentabilidade	22/06/2018	Professora Doutora Denise Pereira, Universidade São Paulo, Brasil
Seminário/sessão de natureza coletiva Internacional	Análise de Custos: Caso de Estudo	21/06/2018	Professora Doutora Liliane Segura, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, Brasil
Reuniões	Assuntos diversos	Outubro, 2017 a Julho 2018	Diretor de curso

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

De seguida apresentam-se as boas práticas identificadas pelos docentes.

Organização e Gestão; Gestão de Recursos Humanos e Análise e Gestão Estratégica:

- Disponibilização de material de estudo no início do período letivo para que os alunos tenham imediatamente acesso à informação dos conteúdos e tirem apontamentos durante a exposição da matéria nas aulas.
- Realização da avaliação de forma parcelar, o que obriga os alunos a acompanhar a matéria dada.
- Realização de um trabalho prático, valorizado com elevado percentual na composição da nota final, onde os alunos aplicam os conteúdos da UC.

Estatística:

- Resolução autónoma de exercícios nas aulas sob a supervisão do docente. Esta metodologia permite que os alunos se confrontem com as dificuldades no sítio certo, permite que possam evoluir ao seu ritmo e permite o aumento dos níveis de confiança e motivação.

Introdução ao Marketing:

- Em contexto de avaliação contínua, os alunos realizam um trabalho de grupo (composto por entrega de relatório, apresentação e discussão em contexto de aula), com o objetivo de aplicarem os conteúdos programáticos lecionados na UC de Introdução ao Marketing a um produto/serviço concreto. Com este trabalho pretende-se que os alunos analisem criticamente a estratégia de Marketing mix adotada e avaliem a sua eficácia. Pretende-se, ainda, que os alunos desenvolvam capacidades de trabalho em grupo

-A utilização de software específico e a realização de trabalhos em sala de aula com o programa SPSS proporciona ao formando competência técnica para efetuar a análise de estudos de mercado.

Fundamentos de Economia I e 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.

Comportamento Consumidor, Gestão de Produtos e Marcas, Marketing Industrial, Marketing de Serviços:

- Avaliação contínua, com valorização elevada da componente prática e assiduidade às aulas;
- Aula interativa, estudos de caso, trabalho de campo;
- Acompanhamento, em sala de aula, da realização dos trabalhos.

Modelos de Simulação de Marketing:

- A UC adota uma avaliação contínua o que permite um acompanhamento do desenvolvimento de cada aluno. Esse acompanhamento é reforçado pelas tutorias e pelo regime de assiduidade.

Fundamento de Contabilidade de Gestão:

- Funcionamento da UC em duas línguas, português e inglês, tendo sido lecionados capítulos em Língua Inglesa com o objetivo de continuar o projeto de inovação didática Content and Language Integrated Learning (CLIC);
- Atualização do Guia de Funcionamento da Unidade Curricular (GFUC), face às dinâmicas científicas e legislativas inerentes às áreas científicas do mesmo;
- Promoção de sessões de atendimento em sala de aula, com o objetivo de apoiar em simultâneo uma maior quantidade de estudantes e otimizar as respetivas dúvidas/esclarecimentos;
- 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);
- Utilização do método de Avaliação Contínua;
- 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;
- Utilização da metodologia de ensino o “Estudo de Caso”, com o objetivo de a UC ser orientada para o contexto empresarial e real;
- Adoção do processo de melhoria contínua no Trabalho (Individual), compelindo 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;
- Utilização do software “excel, word, e powerpoint”, na realização do trabalho (individual), para tratamento de questões relacionadas com as tarefas e procedimentos de cálculo da Teoria de Gastos-Volume-Rendimento (GVR), o qual é utilizado de forma generalizada a nível profissional pelos Contabilistas Certificados;
- Na continuidade do trabalho realizado em anos anteriores, a Unidade Curricular realizou 4 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;
- Participação de 2 docentes na Ação de Mobilidade de Docentes, tendo como valor acrescentado dessa mobilidade o desenvolvimento de metodologias de ensino na área científica de Contabilidade e Sustentabilidade. 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.
- Participação de 2 Profissionais da área de Contabilidade, tendo como valor acrescentado desses seminários, o intercâmbio de experiências e conhecimentos entre estudantes e profissionais, com vista ao progresso da qualidade do ensino e da transferência da sociedade para a ESTG-IPG, realizada nesta área de conhecimento.

Fundamentos de Contabilidade Financeira:

- Funcionamento da UC em duas línguas, português e espanhol, dado que existiam 5 estudantes ao abrigo da Ação ERASMUS - Mobilidade de Estudantes;
- Atualização do Guia de Funcionamento da Unidade Curricular (GFUC), face às dinâmicas científicas e legislativas inerentes às áreas científicas do mesmo;
- Promoção de sessões de atendimento em sala de aula, com o objetivo de apoiar em simultâneo uma maior quantidade de estudantes e otimizar as respetivas dúvidas/esclarecimentos;

- 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);
- 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;
- Utilização do método de Avaliação Contínua;
- Utilização da metodologia de ensino o “Estudo de Caso”, com o objetivo de a UC ser orientada para o contexto empresarial e real;
- 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;
- 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;
- Na continuidade do trabalho realizado em anos anteriores, a Unidade Curricular realizou 4 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;
- À semelhança de anos anteriores, participação de 2 docentes na 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.
- À semelhança de anos anteriores, participação de 2 docentes na Ação Dupla Titulação com a Universidade Presbiteriana Mackenzie, 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.

Inglês:

Os estudantes fazem um teste de diagnóstico no início do semestre a fim de dar ao professor uma indicação sobre o seu nível linguístico. Baseado nesses resultados, o professor organiza grupos de trabalho na aula de modo a integrar os alunos cujas competências são menores, usando os outros alunos como apoio. Também se organizam tutorias individuais ou em grupos pequenos fora do tempo das aulas para reforçar esta metodologia.

E-Marketing:

- Realização de um trabalho obrigatório individual incluindo:
 - clipping de notícias sobre marketing digital e respetivo comentário enquadrado nos conteúdos da UC;
 - estudos de caso;
 - website (desde o planeamento até à sua conceção). Este trabalho foi desenvolvido em regime de interdisciplinaridade com a UC de Multimédia.
 - Os trabalhos são seguidos até à edição da versão final e apresentados oralmente.