

# RELATÓRIO DE DIREÇÃO DE CURSO

---

CURSO MMC

<b>Curso (s)</b>	Mestrado em Marketing e Comunicação
<b>Ano Letivo</b>	2020/21
<b>Coordenador de Curso</b>	Teresa Maria Monteiro Felgueira Jorge Manuel Braz Gonçalves
<b>Data</b>	28 de fevereiro de 2022

---

## 1 - IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

---

### 1.1 - CURSO

Mestrado em Marketing e Comunicação.

No ano letivo 2020-2021 funcionou o Ramo de Comunicação.

### 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	8
2ª FASE	12
3ª FASE	8
REINGRESSOS	0
TITULARES DE CURSOS MÉDIOS OU SUPERIORES	0
MUDANÇAS DE CURSO	0
TRANSFERÊNCIAS	0
MAIORES DE 23 ANOS	0
ESTUDANTES INTERNACIONAIS	9*
MÉDIA DE ENTRADA NO CURSO	N.A.
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>

\*4 na 1ª fase; 3 na 2ª fase e 2 na 3ª fase

N.A. – Não Aplicável

Ingressaram no curso um total de vinte e oito estudantes, tendo ocorrido cinco anulações de matrícula.

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

Dos 16 estudantes inscritos do 2º ano, apenas 12,5% obteve o diploma de mestre. De referir que, no entanto, mais três estudantes, apesar de terem solicitado apresentação e defesa de provas ainda no ano letivo 20/21, apenas concluíram efetivamente o curso no ano letivo 21/22 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	0
15 VALORES	0
16 OU MAIS VALORES	2
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>

#### 1.5 - Nº DE ESTUDANTES INSCRITOS

ANO LETIVO	Nº DE ESTUDANTES INSCRITOS
2020/21	50

#### 1.6 - Nº DE ESTUDANTES EM ABANDONO

ANO LETIVO	Nº DE ESTUDANTES EM ABANDONO
2020/21	16

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.  $An = In - (In-1 + Ipv - Dn)$ ". Daqui resultou o número 16. No entanto, foram cinco os que anularam matrícula no ano letivo 2020/2021. Os restantes abandonaram temporariamente os estudos sem, no entanto, ter anulado a matrícula.

Os estudantes apontaram como razões para anulação 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.

#### 1.7 - Nº DE ESTUDANTES QUE TRANSITARAM DE ANO

ANO LETIVO	Nº DE ESTUDANTES QUE TRANSITARAM DE ANO
2020/21	12

### 1.8 - Nº DE ESTUDANTES REPETENTES

ANO LETIVO	Nº DE ESTUDANTES REPETENTES
2020/21	7

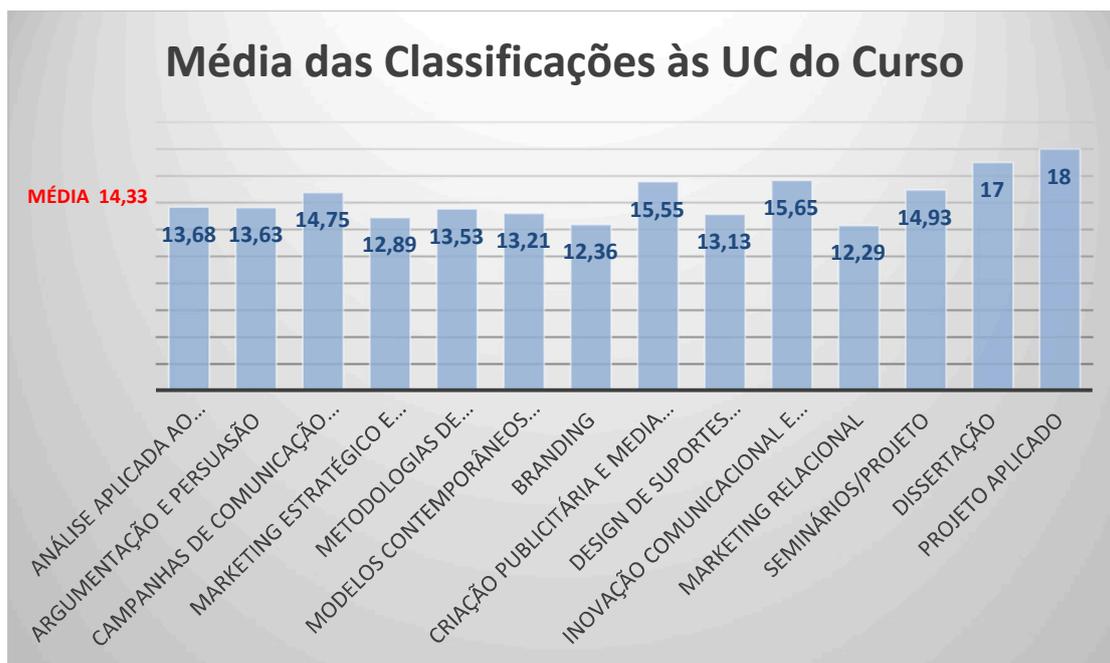
### 1.9 – DISTRIBUIÇÃO DAS CLASSIFICAÇÕES NAS UNIDADES CURRICULARES DO CURSO

1 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Análise Aplicada ao Comportamento do Consumidor	13,68
Argumentação e Persuasão	13,63
Campanhas de Comunicação Integrada	14,75
Marketing Estratégico e Internacional	12,89
Metodologias de Investigação em Marketing	13,53
Modelos Contemporâneos de Comunicação	13,21

1 ANO; 2 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Branding	12,36
Criação Publicitária e Media Planning	15,55
Design de Suportes Multimédia	13,13
Inovação Comunicacional e Processo Criativo	15,65
Marketing Relacional	12,29
Seminários/Projeto	14,93

2 ANO; 1 SEMESTRE	
UNIDADE CURRICULAR	CLASSIFICAÇÃO MÉDIA
Dissertação	17
Projeto Aplicado	18

No gráfico seguinte podemos constatar que a média das classificações das UC do Curso foi de 14,33 valores, sendo a classificação média mais baixa de 12,29 valores da UC de *Marketing Relacional* e a classificação média mais elevada de 18 valores da UC de *Projeto Aplicado*.



#### 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	22	86,36%	86,36%	100%
Argumentação e Persuasão	22	86,36%	100%	86,36%
Campanhas de Comunicação Integrada	22	72,73%	94,12%	77,27%
Marketing Estratégico e Internacional	23	78,26%	100%	78,26%
Metodologias de Investigação em Marketing	22	86,36%	100%	86,36%
Modelos Contemporâneos de Comunicação	23	82,61%	100%	82,61%

Quanto às UC do 1º semestre do 1º ano podemos concluir que apresentaram boas taxas de sucesso escolar sendo que, dos estudantes que se propuseram a avaliação, apenas não aprovaram dois à UC *Análise Aplicada ao Comportamento do Consumidor* e um a *Campanhas de Comunicação Integrada*.

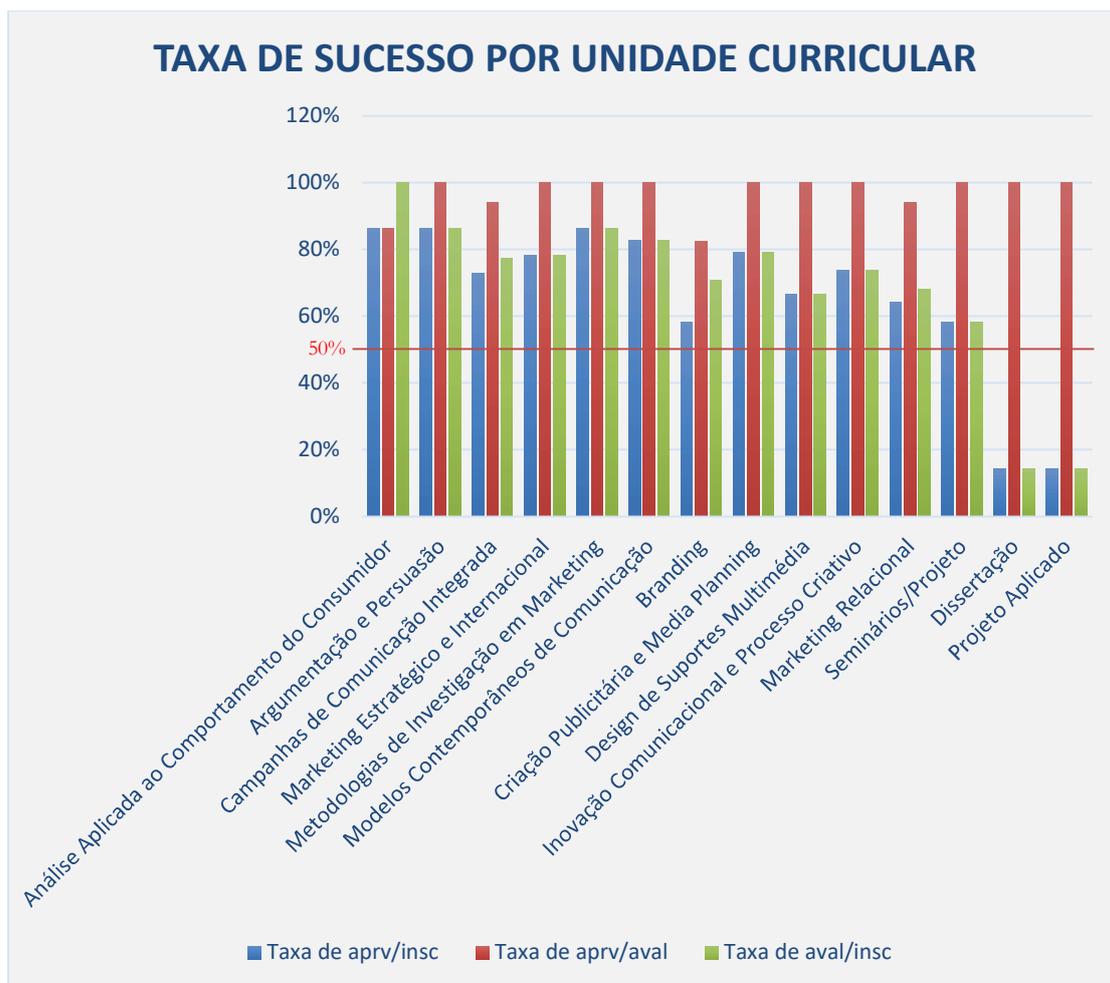
1 ANO; 2 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Branding	24	58,33%	82,35%	70,83%
Criação Publicitária e Media Planning	24	79,17%	100%	79,17%
Design de Suportes Multimédia	24	66,67%	100%	66,67%
Inovação Comunicacional e Processo Criativo	23	73,91%	100%	73,91%
Marketing Relacional	25	64%	94,12%	68%
Seminários/Projeto	24	58,33%	100%	58,33%

Quanto às UC do 2º semestre do 1º ano podemos concluir que também apresentaram boas taxas de sucesso escolar sendo que, dos estudantes que se propuseram a avaliação, apenas não aprovaram dois à UC *Branding* e um a *Marketing Relacional*.

2 ANO; 1 SEMESTRE				
Unidade curricular	Inscritos	Taxa de aprv/insc	Taxa de aprv/aval	Taxa de aval/insc
Dissertação	7	14,29%	100%	14,29%
Estágio Profissionalizante	2	0%	0%	0%
Projeto Aplicado	7	14,29%	100%	14,29%
Total	16	12,5%	100%	12,5%

Quanto à UC do 1º semestre do 2º ano (Dissertação/Estágio Profissionalizante/Projeto Aplicado) podemos concluir e considerando o número total de inscritos (16 estudantes), que as taxas de Aprovados/Inscritos são relativamente baixas (apenas dois em 16 estudantes foram avaliados e aprovaram (12,5%)), quer em Dissertação (14,29%) quer em Projeto Aplicado (14,29%). Até dezembro de 2021 entregaram mais três trabalhos finais, uma Dissertação, um Relatório de Estágio Profissionalizante e um Projeto Aplicado, que aguardam data para apresentação e defesa já em 2022. Mesmo considerando estes 5 estudantes, as taxas de aprovados e avaliados em relação aos inscritos será ainda assim muito baixa (31,25%).

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.



#### 1.11 – DISTRIBUIÇÃO DOS TEMPOS NECESSÁRIOS PARA A CONCLUSÃO DO CURSO

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

Os 2 estudantes que obtiveram o título de mestre no ano letivo de 2020/21 concluíram o curso em 2 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 registrar qualquer incoming ou outgoing no ano letivo 2020/2021.

### 1.13 – CARACTERIZAÇÃO DO CORPO DOCENTE DO CURSO

Nº LICENCIADOS	Nº MESTRES	Nº DOUTORADOS	Nº ESPECIALISTAS	TOTAL
		8		8

No que diz respeito à qualificação do corpo docente verifica-se que no ano letivo em análise, 100% dos docentes afetos ao curso têm grau de doutor.

---

Relativamente aos **resultados dos inquéritos realizados a estudantes**, no 1.º semestre, de acordo com a informação rececionada pelo GAQ, **não foram obtidos resultados**. A não apresentação de resultados deve-se 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.

Também no 2.º semestre não foram obtidos 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, conseqüentemente, 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 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 2020/21.

Quanto às considerações obtidas a partir dos RFUC (relatório anexo), 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, sendo que a disparidade de formação e competências dentro da sala de aula torna mais difícil a progressão e domínio da matéria. Verificou-se que alguns destes estudantes são alunos estrangeiros que apresentam dificuldades de compreensão e expressão, quer oral quer escrita, em Português.

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 AÇÃO	IDENTIFICAÇÃO OU TÍTULO	DATA	ORADORES
Webinar	Marketing Digital	16 a 18/11/2020	Google Atelier Digital
Webinar	Ativação de marca: queres vender ideias?	21/11/2020	Rede - Agência de Marketing
Congresso (online)	XXIIº Congresso Nacional do Marketing	10/12/2020	APPM
Conferência online	Bootcamp Marketing Digital-9ª ed. Online	23 e 24/02/2021	Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa (CCIP)
Webinar - Concurso	17ª Edição do Concurso Regional Poliempreende	18/3/2021	Diversos
Workshop (via zoom)	Workshop Criatividade e Negócios	9/4/ 2021	Professor Christian Byrge
Webinar	Respeito pelo consumidos-um selo de confiança	13/4/2021	DECO
Seminário (via zoom)	Blockchain	16/04/2021	António Matias Gil
Webinar	Metodologias de Investigação: Dissertação, Projeto e Relatório de Estágio	29/4/2021	Professor Doutor Joaquim Antunes, Docente no IPV
Seminário (via zoom)	Uma reflexão sobre os desafios que o digital proporciona para pessoas e organizações	23/04/2021	Professor Luís Borges Gouveia
Seminário (via zoom)	Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM)	30/04/2021	Doutor Élmano Ricarte
Seminário (via zoom)	Empreendedorismo: uma nova realidade	07/05/2021	Professor Nuno Caseiro, Docente do IPCB
Seminário (via zoom)	Os desafios do Marketing Pós-Digital	14/5/2021	Professor Carlos Oliveira
Seminário (via zoom)	A arte de conjecturar	21/05/2021	Professor Doutor Carvalho Rodrigues
Jornadas de Marketing (IPG)	The restart: make your own future	27,28,29 /5/2021	Diversos

Seminário (via zoom)	A importância da Comunicação para o Turismo	04/06/2021	Dr. <sup>a</sup> Laura Gomes e Dr. <sup>a</sup> Manoela Nogueira
Formação (via zoom)	Pordata	16/6/2021	Fundação Francisco Manuel dos Santos
Seminário	Brand Strategy for meaningful disruption	18/06/2021	Dr. <sup>a</sup> Paula Delgado

### 3.2 – REUNIÕES

23/10/2020 – 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;

26/04/2021 – 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 2020/21 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 2020/2021, 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% (2 aprovados em relação aos 16 estudantes no total inscritos – 12,5%). Mesmo considerando mais três estudantes que aguardam pela apresentação e defesa de provas, os resultados ainda ficam aquém dos desejáveis – 31,3%). Esta situação é preocupante, prevendo-se já alguma melhoria para 2021/22, 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 que concluem o curso ou apresentam os seus trabalhos finais para conclusão do curso (se considerarmos foram cinco os estudantes nestas condições).

Unidade curricular	2 ano; 1 semestre											
	Inscritos			Taxa de aprv/insc			Taxa de aprv/aval			Taxa de aval/insc		
	2018/19	2019/20	2020/21	2018/19	2019/20	2020/21	2018/19	2019/20	2020/21	2018/19	2019/20	2020/21
Dissertação	0	5	7	0%	20%	14,29%	0%	100%	100%	0%	20%	14,29%
Estágio Profissionalizante	1	1	2	0%	100%	0%	0%	100%	0%	0%	100%	0%
Projeto Aplicado	3	7	7	33,33%	14,29%	14,29%	100%	100%	100%	33,33%	14,29%	14,29%
Totais	4	13	16	25%	23%	12,5%	100%	100%	100%	25%	23%	12,5%

##### 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-estudantes, 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, oral e escrita, 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 1º ano o estudante tem concluída a proposta de investigação para inscrição no 2º ano;

- 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

---

Tendo em atenção as considerações obtidas a partir dos RFUC preenchidos pelos docentes do curso (relatório anexo), durante o ano letivo 2020/21 foram identificadas algumas boas práticas de ensino e aprendizagem desenvolvidas, destacando as seguintes:

- “A realização de trabalhos práticos que permitem a consolidação de conhecimento e aquisição de competências”;
- “Desenvolvimento de atividades teórico-práticas; conteúdos programáticos em consonância com o mercado de trabalho”;
- “Discussão, análise e resolução de casos práticos”;
- “Análise e discussão de casos; técnicas de simulação e de aplicação da matéria em contexto real”.

Ainda no ano letivo 2020/21, 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, sempre que se justificou;
- 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.