



## RELATÓRIO DE CURSO ANUAL

---

Mestrado em Direção Comercial e Marketing

Ano Letivo 2021/22

## Índice

1. Introdução .....	3
2. Estudantes .....	4
2.1. Caracterização dos estudantes .....	4
2.1.1. Caraterização dos estudantes, por género e origem geográfica .....	4
2.1.2. Número de estudantes inscritos por ano curricular .....	4
2.1.3. Procura do ciclo de estudos .....	4
3. Resultados .....	5
3.1. Resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes.....	5
3.2. Resultados académicos .....	5
3.2.1. Eficiência formativa .....	5
3.2.2. Sucesso escolar .....	5
3.2.3. Resultados da aplicação Turnitin.....	6
3.2.4. Ocorrências da aplicação do Código de Boa Conduta .....	6
3.2.5. Grau de grau de concretização do alcance das metas das atividades relacionadas com o E-Learning, ABI/Inform, InSchoolBusiness, e Mentoring com Alumni (por UC e aluno), Escola-Hotel, estágios, estudos aplicados envolvendo estudantes.....	7
3.2.5.1 Atividades de E-Learning .....	7
3.2.5.2 Recurso à ABI/Inform.....	7
3.2.5.3 Implementação do InSchoolBusiness .....	7
3.2.5.4 Mentoring com Alumni .....	9
3.2.5.5 Estágios .....	9
3.2.5.6 Investigação Aplicada .....	9
3.2.6. Conclusões das reuniões dos Coordenadores de Curso com os Delegados de Turma.....	10
3.2.7. Abandono Escolar .....	10
3.2.8. Empregabilidade.....	10
3.3. Nível de Internacionalização .....	10
3.3.1. Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal não docente .....	10
3.4. Análise SWOT do ciclo de estudos .....	11
3.4.1. Pontos fortes .....	11
3.4.2. Pontos fracos.....	12
3.4.3. Oportunidades.....	12
3.4.4. Ameaças.....	12
4. Estabilidade do corpo docente .....	13
5. Situações relevantes e ações de melhoria da organização do CE e do CE e do processo de ensino/aprendizagem.....	14
5.1. Resumo do desempenho do ano letivo .....	14
5.2. Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação .....	14
5.2.1. Propostas de melhoria dos Delegados de Turma.....	14
5.2.2. Propostas de melhoria dos Coordenadores de Área Científica.....	14
5.2.3. Propostas de melhoria do Coordenador de Curso .....	15

## 1. Introdução

O presente relatório apresenta, de forma sucinta, a informação relativa à caracterização e resultados relevantes observados no ciclo de estudos de mestrado em Direção Comercial e Marketing (MDCM), no ano letivo de 2021/2022, incluindo:

- Uma caracterização dos estudantes (por género e origem geográfica, inscritos por ano curricular e procura do ciclo de estudos);
- Os resultados agregados dos inquéritos de satisfação dos estudantes, os resultados académicos (eficiência formativa, sucesso escolar, abandono escolar e empregabilidade), assim como o nível de internacionalização do ciclo de estudos;
- Uma análise SWOT do ciclo de estudos e da estabilidade do corpo docente;
- Uma síntese das situações relevantes de desempenho;
- Recomendações de ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação, incluindo a monitorização do cumprimento das propostas de melhoria e monitorização do seu cumprimento;
- A inclusão das informações recomendadas pela CAE e constantes nas condições definidas em 17 de março de 2020 pelo Conselho de Administração da A3ES, para a certificação do SIGQ do ISAG no âmbito do processo ASIGQ/19/0000012.

## 2. Estudantes

### 2.1. Caracterização dos estudantes

#### 2.1.1. Caracterização dos estudantes, por género e origem geográfica

Género	2021/22	
	Número	%
Feminino	41	55,0%
Masculino	34	45,0%

Distrito	2021/22	
	Número	%
Braga	4	5,4%
Porto	59	78,7%
Viana do Castelo	1	1,3%
Vila Real	2	2,7%
Aveiro	7	9,3%
Viseu	1	1,3%
Lisboa	1	1,3%

A análise dos quadros anteriores revela que o ciclo de estudos foi mais procurado por estudantes do sexo feminino (55%). A larga maioria dos estudantes é proveniente da região Norte, em particular do distrito do Porto (78,7%). De realçar a captação de estudantes provenientes da Região Centro.

#### 2.1.2. Número de estudantes inscritos por ano curricular

Ano	2021/22	2020/21	2019/20	2018/19
1	47	30	30	24
2	28	30	23	22

Constata-se uma evolução muito positiva do número de estudantes inscritos no 1º ano, em relação ao ano letivo de 2020/2021. O número total de estudantes inscritos em 2021/2022 cresceu 10,3 % em relação ao ano letivo de anterior e 56% em relação ao ano letivo de 2018/2019.

#### 2.1.3. Procura do ciclo de estudos

Perfil da Procura	2021/2022	2020/21	2019/20	2018/19
Nº de vagas	45	30	30	30
Nº de Candidatos	52	39	32	26
Nº de Colocados	45	30	30	25
Nº de Inscritos 1º ano 1ª vez	45	30	30	24
Nota do último colocado	122	116	100	116
Nota média de entrada	133,0	134,0	127,6	130,5

De salientar, um aumento significativo da nota do último estudante colocado, em relação ao ano letivo transato.

### 3. Resultados

#### 3.1. Resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes

Nas dimensões da avaliação da UC e da avaliação do docente utilizou-se a escala de Likert de satisfação de cinco pontos (1 totalmente insatisfeito e 5 plenamente satisfeito), e na avaliação do docente a escala de concordância (1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente). Em termos agregados, por comparação com os dois anos letivos anteriores, os resultados obtidos foram os seguintes:

Índice Médio de satisfação	Semestre	2021/22	2020/21	2019/20
Autoavaliação do estudante	1º S	4,43	4,51	4,53
	2º S	4,14	4,42	4,14
Docentes	1º S	4,55	4,52	4,09
	2º S	3,87	4,55	4,34
Unidades curriculares	1º S	4,39	4,43	4,13
	2º S	3,86	4,31	4,16

Constata-se que, no ano letivo de 2021/2022, os resultados obtidos apresentam um índice médio de satisfação dos estudantes muito elevado nas três dimensões avaliadas (atingindo um índice médio máximo de 4,55 e um mínimo de 3,86).

#### 3.2. Resultados académicos

##### 3.2.1. Eficiência formativa

Resultados - Eficiência Formativa	2021/22	2020/21	2019/20	2018/19
Nº de diplomados	20	31	9	12

Anos Conclusão	2021/22	2020/21	2019/20	2018/19
Nº de diplomados em N anos	20	26	9	10
Nº de diplomados em N+1 anos		5		2
Nº de diplomados em N+2 anos				
Nº de diplomados em mais de N+2 anos				

Face ao quadro acima, é de registar que, no ano letivo de 2021/2022, houve 20 estudantes diplomados num período máximo de 1,5 anos.

##### 3.2.2. Sucesso escolar

Conforme se constata pelo quadro abaixo, as taxas de sucesso escolar (calculadas com base no rácio nº estudantes aprovados/nº estudantes avaliados) foram elevadas (entre 88,1% e 100%), como resultado das práticas didáticas utilizadas, disponibilização aos estudantes do material de estudo com antecedência, e acompanhamento permanente por parte do corpo docente (através de aulas tutoriais e atendimento de estudantes).

1.º ANO – 1.º SEMESTRE				
Unidade curricular	N.º de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
MDCM2102 - Comunicação Empresarial Integrada	39	100%	15,26	2,41
MDCM2105 - Finanças Empresariais	42	88,1%	14,19	2,41
MDCM2103 - Gestão da Marca	75	98,67%	15,93	3,03
MDCM2101 - Gestão de Marketing	67	100%	16,81	2,92
MDCM2106 - Marketing Digital	67	100%	16,42	2,93
MDCM2104 - Pesquisa de Mercados	64	100%	15,06	3,03

1º ANO - 2º SEMESTRE				
Unidade curricular	Nº de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
MDCM2108 - Direção Comercial e Negócios Internacionais	40	100%	16,55	2,41
MDCM2110 - Gestão de Equipas de Vendas e Negociação	36	100%	14,83	2,41
MDCM2109 - Marketing de Serviços e de B2B	42	95,24%	13,43	2,45
MDCM2107 - Marketing Relacional	45	95,56%	13,14	2,74
MDCM2111 - Metodologias de Investigação	40	100%	12,3	2,16
MDCM2112 - Simulação Empresarial	38	97,37%	13,19	2,45

### 3.2.3. Resultados da aplicação Turnitin

Todos os docentes procederam à inclusão nas Fichas de Unidade Curricular e Programações Indicativas das Aulas da exigência da submissão dos trabalhos académicos na base de dados Turnitin, disponível na plataforma E-Learning do ISAG, tendo sido aceitável uma taxa de similaridade até 30%. A exigência da submissão de todos os trabalhos académicos na base de dados Turnitin contribuiu para assegurar um maior rigor académico dos mesmos e aumento da qualidade dos seus conteúdos. Não foi detetada qualquer situação de fraude académica.

### 3.2.4. Ocorrências da aplicação do Código de Boa Conduta

#### 1º Ano - 1º Semestre

- MDCM2102- Comunicação Empresarial Integrada  
Não se registaram eventos dissonantes.
- MDCM2105- Finanças Empresariais  
Nesta UC cumpriram-se a orientação definidas no Código de Conduta, não havendo nada a assinalar.
- MDCM2103- Gestão da Marca  
Não se registaram quaisquer ocorrências.
- MDCM2101- Gestão de Marketing  
Não se verificaram situações dignas de registo relativamente a esta matéria.
- MDCM2106- Marketing Digital  
Nada a registar
- MDCM2104- Pesquisa de Mercados

Nada a apontar

### **1º Ano - 2º Semestre**

- MDCM2108- Direção Comercial e Negócios Internacionais

Nada a registar.

- MDCM2110- Gestão de Equipas de Vendas e Negociação

Nada a assinalar. Foram cumpridos os normativos de boa conduta académica.

- MDCM2109- Marketing de Serviços e de B2B

Nada a Registrar.

- MDCM2107- Marketing Relacional

Nada a registar.

- MDCM2111- Metodologias de Investigação

Nada a assinalar em termos de ocorrência. Todo o funcionamento da Unidade Curricular cumpriu o código de boa conduta.

- MDCM2112- Simulação Empresarial

Nada a assinalar

### **3.2.5. Grau de concretização do alcance das metas das atividades relacionadas com o E-Learning, ABI/Inform, InSchoolBusiness, e Mentoring com Alumni (por UC e aluno), Escola-Hotel, estágios, estudos aplicados envolvendo estudantes**

#### **3.2.5.1 Atividades de E-Learning**

De acordo com o relatório de implementação das atividades de E-Learning em 2021/2022, elaborado pelo Professor Bruno Vieira, responsável pelo projeto ISAG *e-learning platform*, no que respeita ao cumprimento das atividades previstas no âmbito das diferentes Unidades Curriculares do Mestrado em Direção Comercial e Marketing, verifica-se uma percentagem superior a 231%. Foram realizadas 30 atividades com participação efetiva dos alunos, quando estavam previstas apenas 13. Trata-se um decréscimo face ao ano anterior onde se atingiu 523% de taxa de cumprimento.

#### **3.2.5.2 Recurso à ABI/Inform**

Em todas as unidades curriculares do mestrado foi exigido o recurso sistemático à base de dados ABI/Inform, assim como ao Google Académico e outras bases de dados, tendo em vista a realização das várias atividades de avaliação e investigação previstas nas programações indicativas das aulas das unidades curriculares, devidamente aprovadas pelo Conselho Pedagógico e Conselho Científico. Neste ano letivo, verificou-se, mais uma vez, um aumento significativo da utilização da ABI/Inform pelos mestrados, quer na elaboração dos trabalhos aplicados no âmbito das unidades curriculares, quer na elaboração dos trabalhos finais do mestrado.

#### **3.2.5.3 Implementação do InSchoolBusiness**

No decurso do ano letivo de 2021/2022, procedeu-se à consolidação do modelo pedagógico utilizado no ISAG, denominado *InSchoolBusiness*, assente na organização das atividades de ensino/aprendizagem centradas no estudante. Este modelo assenta em três pilares: *Fundamentals* - pensamento antes da ação, traduzindo a dimensão estratégica e a base da formação. Pretende inculcar as fundações e a estrutura que dá forma e consistência à ação; *Booster* - pensamento em ação, traduzindo a dimensão

tática e fornece os métodos e as ferramentas que permitem desenvolver ações eficientes, e *Pitch* - ação e concretização, que traduz a dimensão operacional e a mobilização das competências aplicadas à resolução de problemas reais.

Essencialmente, no espírito do Processo de Bolonha, os estudantes têm responsabilidade sobre o seu processo de aprendizagem (em oposição a um papel proeminente do professor), em que os estudantes são ativos e independentes, os docentes têm um papel sobretudo de orientador, e o conhecimento é visto como uma ferramenta em vez de um objetivo em si. Ou seja, os estudantes são ativamente envolvidos no processo de ensino/aprendizagem, em vez de serem meros recetores de informações em ambientes de aprendizagem centrados no aluno. Na aplicação deste modelo, as metodologias de ensino-aprendizagem diferenciadas e inovadoras estiveram focadas:

a) na *resolução de problemas*, em que os estudantes são orientados para trabalharem de uma forma colaborativa, em grupos de trabalho, na resolução de problemas realistas e pouco estruturados (por exemplo, descrição de uma situação de gestão que poderá acontecer na vida real), sob a orientação dos respetivos docentes, e em que o problema constitui o ponto de partida do processo de aprendizagem, e os alunos discutem o problema com base no conhecimento adquirido, nas suas próprias experiências e revisão da literatura académica e profissional. Após o autoestudo, os alunos discutem os seus pontos de vista e abordam as questões de aprendizagem em grupo na presença do docente, sendo que este orienta a discussão;

b) na *aprendizagem baseada em projetos, estudos de caso e realização de trabalhos interdisciplinares e simulações em contexto empresarial com recurso a um Jogo de Gestão*, em que os estudantes são convidados a realizar um *output* bem definido - ou seja, um projeto, a resolver casos reais específicos algo estruturados, ou a apresentar um trabalho interdisciplinar envolvendo várias unidades curriculares, consistindo a sua aprendizagem na ultrapassagem dos obstáculos que encontram ao realizar os mesmos, prestando os docentes uma orientação especializada e apresentando sugestões de melhorias, a fim de preparar os estudantes para as suas profissões ;

c) na *aprendizagem baseado em perguntas*, em que a curiosidade suscitada nos estudantes sobre tópicos específicos dos conteúdos programáticos desempenha um papel importante, sendo os estudantes estimulados a encontrar as respostas, a adquirir novos conhecimentos e a saber discutir e defender os seus argumentos de forma coerente, e

d) na *realização de seminários e workshops* interativos, com responsáveis de empresas e de outras organizações, em que as sessões foram organizadas de uma forma interativa e os estudantes convidados a vir devidamente preparados, a questionar e a apresentar sugestões de melhoria nos debates realizados e a apresentar um relatório resumido com as principais conclusões. Desta forma, é possibilitado o contacto real e objetivo com as mais conceituadas empresas, organizações e profissionais, tornando a experiência de aprendizagem verdadeiramente enriquecedora.

Neste âmbito, é de salientar a realização das seguintes atividades no ano letivo, por unidade curricular:

<b>Data de realização</b>	<b>Atividades desenvolvidas</b>
04.11.2011	Visita à empresa Macro Group
17.11.2021	Realização de Seminário sobre “Como construir marcas com propósito e sustentáveis – O Caso da marca Zouri”, com a CEO, Eng <sup>a</sup> Adriana Mano
18.11.2021	Briefing Criativo visando desenhar o projeto de uma Pesquisa de Mercado
06.12.2021	Seminário sobre “Instrumentos Financeiros”, com o Professor Jorge Frias
09.12.2021	Workshop sobre “Marketing Digital
03.01.2022	Seminário sobre “Plano de Marketing”, com Professor Doutor Paulo Cardoso
05.01.2022	Conferencia “O Marketing Pós-Digital”, com Dr. Carlos Oliveira
19.01.2022	Webinar “Comunicar o Destino Portugal”, com Eng <sup>a</sup> . Lídia Monteiro, do Turismo de Portugal



24.02.2022	Seminário sobre “Os serviços e a relação de marketing numa empresa agroalimentar de cariz exportador em mercados B2C e B2B: caso INDAGROP
09.03.2022	Palestra ao vivo: Como medir o compromisso da sua equipa comercial (Palestra da Ideias e Desafios)
09.03.2022	Workshop sobre Mendeley
21.03.2022	Seminário sobre “Desafios da implementação de uma estratégia de Marketing Relacional”
24.03.2022	Seminário sobre plataformas de CRM, com Catarina Marques, CRM Manager da Porsche
30.03.2022	Seminário: Uma Academia de Vendas – Academia de Vendas, com apresentação pela Equipa de Desenvolvimento RH da Rangel Logistics Solutions.
07.04.2022	Atividade de team Building:Ténis
14.04.2022	Seminário sobre o “Mercado do Luxo”, com Antonio Paraiso
18.04.2022	Seminário sobre “O Marketing Relacional no online”
04.05.2022	Seminário sobre “Gestão Comercial e Gestão da Equipa de Vendas, com Dr. João Pinho Vítor, Business Director – Fábrica dos Chocolates Not Guilty.
05.05.2022	Master class sobre “Os mercados B2B num contexto internacional”

### 3.2.5.4 Mentoring com *Alumni*

No ano letivo 2021/2022, vários *Alumni* participaram em formação em contexto de sala de aula, *webinars* e sessões de *mentoring*. A aproximação dos estudantes com os *Alumni* tem sido uma mais-valia para o desenvolvimento pessoal, académico e profissional dos futuros profissionais. A complexidade do mercado de trabalho e variedade dos percursos, determinou a necessidade da existência de programas de *mentoring* capazes de potenciar o desenvolvimento dos estudantes, favorecendo um melhor enquadramento e desenvolvimento destes no mercado de trabalho.

### 3.2.5.5 Estágios

No ano letivo de 2021/2022 foram realizados 9 estágios, com a duração de 400 horas, entre setembro e novembro de 2021, tendo os mesmos decorrido com toda a normalidade e de acordo com os planos de estágio. Para a sua realização, foram elaborados os devidos protocolos de estágio com as empresas/organizações, assim como os respetivos dossiers de estágio por estudante. Todos os estudantes que realizaram estágio revelaram um grau de satisfação elevado, assim como os orientadores profissionais das empresas onde decorreram os estágios.

### 3.2.5.6 Investigação Aplicada

Verificou-se um crescimento da produção científica realizada pelo corpo docente do MDCM e, concretamente, no ano letivo em análise. Para se obterem os resultados apresentados deu-se continuidade às atividades que levaram a esse aumento da produção científica com qualidade e na área científica do “Marketing”, nomeadamente:

- i) integração dos docentes em projetos de investigação em parceria com outras instituições nacionais e internacionais, dos quais a sua maioria financiados por entidades externas (FCT, NORTE 2020, e outras entidades);
- ii) submissão de projeto I&D para captação de financiamento (FCT e outras instituições);
- iii) participação dos docentes e estudantes em outros projetos, com o apoio do ISAG;
- iv) integração dos docentes em centro/unidades de investigação;
- v) apoio e incentivo à participação dos docentes do MDCM em mobilidade e outras colaborações internacionais;

vi) envolvimento dos docentes nas atividades (Comissão Científica, revisores e editores) da revista científica *European Journal of Applied Business and Management* (EJABM);

vii) incentivo da participação dos *junior researchers* na realização da investigação científica aplicada.

Para além da participação nos projetos de investigação referidos anteriormente, salienta-se que o ISAG tem vindo a promover, como estratégia de incentivo institucional, o desenvolvimento de trabalhos finais dos seus mestrados (dissertação, trabalhos de projeto e estágios) em publicações científicas, tendo alguns destes trabalhos originado artigos publicados em revistas de referência das áreas científicas *core* da instituição.

### 3.2.6. Conclusões das reuniões dos Coordenadores de Curso com os Delegados de Turma

No decurso do ano letivo de 2021/2022 foram realizadas quatro reuniões com o Delegado de Turma do ciclo de estudos (duas por cada semestre letivo), tendo em vista efetuar uma análise do funcionamento da atividade letiva por semestre (cumprimento de programas, desempenho dos docentes, inserção de conteúdos no Sigarra, funcionamento da e-learning Platform, etc.), e recolha de sugestões de melhoria. Foi comunicado que as aulas presenciais e *online* decorreram com normalidade. Finalmente, foi salientado o apoio realizado pela Comissão Científica dos Mestrados e pelo Career Office para a formalização dos protocolos de estágios.

### 3.2.7. Abandono Escolar

De salientar que, em 2021/2022, ocorreu apenas a desistência de uma estudante, por motivos profissionais, conforme quadro abaixo:

Ano	2021/22	2020/21	2019/20	2018/19
1	1	0	1	2
2	0	0	1	1

### 3.2.8. Empregabilidade

O ISAG tem vindo a promover a realização de inquéritos sobre a empregabilidade dos seus antigos estudantes. Com base nos dados de empregabilidade oficiais por curso disponíveis à data, segundo as estatísticas da Direção Geral de Ensino Superior, a taxa de empregabilidade do ciclo de estudos é de 96.7%.

## 3.3. Nível de Internacionalização

### 3.3.1. Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal não docente

No letivo de 2020/2021, a internacionalização manifestou-se pela mobilidade de estudantes IN (para mobilidades de estudos e estágios), mobilidade de pessoal docente e não-docente IN e OUT, ingresso de estudantes internacionais em regime *full-time*, participação em diversos projetos internacionais, inclusão em *rankings* internacionais, adesão a plataformas internacionais, estabelecimento de protocolos de cooperação com várias IES de renome e empresas internacionais, assim como pela realização de várias atividades de caráter internacional. O número de mobilidades realizadas no âmbito deste curso, ora resumidamente as seguintes:

Descrição	2021/22
Percentagem de estudantes estrangeiros matriculados no ciclo de estudos (Não incluindo estudantes Erasmus <i>in</i> )	4,00%
Percentagem de estudantes em programas internacionais de mobilidade ( <i>in</i> )	17,13%
Percentagem de estudantes em programas internacionais de mobilidade ( <i>out</i> ) (Erasmus e outros)	1,33%
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade ( <i>in</i> )	34,90%
Percentagem de docentes em mobilidade na área científica do ciclo de estudos (ou) (Erasmus e outros programas)	45,50%
Percentagem de pessoal não docente em programas de mobilidade internacionais (Erasmus staff e outros programas)	37,50%

### 3.4. Análise SWOT do ciclo de estudos

#### 3.4.1. Pontos fortes

- Modelo inovador de ensino/aprendizagem *InSchoolBusiness*
- Existência de um Gabinete de Coordenação da Investigação, e disponibilização da base de dados ABI/INFORM e Turnitin, potenciando o desenvolvimento de investigação por parte dos docentes e estudantes
- Equipamentos técnico-pedagógicos modernos (rede *wireless* e sistema de câmaras e som, Plataforma E-Learning, etc.)
- Existência de acordos e parcerias com instituições de ensino congéneres prestigiadas, nacionais e estrangeiras
- Forte relacionamento com o tecido empresarial, associações empresariais e profissionais, e setor público
- Atendimento personalizado dos estudantes desde a candidatura até à sua inserção profissional
- Participação ativa dos docentes e estudantes (através da participação no Conselho Pedagógico, e na qualidade de Delegados de Turma) nas tomadas de decisão sobre o processo de ensino/aprendizagem e melhoria da qualidade do curso
- Práticas pedagógicas diversificadas e adaptadas às especificidades de cada unidade curricular e estudante
- Horário de funcionamento pós-laboral do curso
- Equipa docente própria, qualificada e motivada (com elevada qualificação académica e forte experiência profissional e internacional)
- Participação dos estudantes em atividades de investigação aplicada
- Acesso privilegiado dos estudantes a ofertas de emprego através do portal de emprego “Job Market by ISAG!”, e apoio aos estudantes por parte do Career Office através da divulgação de ofertas de emprego
- Adoção de metodologias de trabalho interdisciplinares e simulações em contexto empresarial, com recurso a Jogo de Gestão
- Docentes do curso integrados em centros de investigação da FCT

### **3.4.2. Pontos fracos**

- Reduzida mobilidade *Out* dos estudantes, no âmbito do Programa Erasmus+

### **3.4.3. Oportunidades**

- Processo de transformação digital em curso, exigindo novos conhecimentos e competências na área do Marketing e Direção Comercial, com o desenvolvimento do metaverso e Inteligência Artificial
- Crescente importância da formação ao longo da vida e da formação à medida
- Procura de formação especializada e “à medida” para as empresas e outras organizações
- Possibilidades acrescidas de concretização de parcerias com empresas, outras organizações e sector público (investigação aplicada, prestação de serviços, para estágios profissionais e criação de postos de trabalho), ao nível nacional e internacional
- Existência do novo programa Erasmus+ 2021-2027, que pretende ser inclusivo, acessível e sustentável
- Necessidade das empresas em processo de internacionalização em recrutar especialistas nas áreas comerciais e de marketing
- Procura dos licenciados e *alumni* do ISAG que pretendem enriquecer a sua formação graduada ao nível do mestrado

### **3.4.4. Ameaças**

- Envelhecimento populacional e emigração de pessoal qualificado
- Elevado nível de endividamento das famílias, empresas e Estado, assim como níveis de poupança relativamente reduzidos
- Possibilidade de intensificação da concorrência na área do ciclo de estudos, pública e privada, politécnica e universitária

#### **4. Estabilidade do corpo docente**

De realçar que o corpo docente integrou docentes altamente qualificados e com larga experiência académica e profissional, com o devido cumprimento dos rácios de docentes exigidos por lei (em termos de corpo docente próprio, qualificado e especializado), tendo sido assegurada a devida estabilidade do corpo docente do ciclo de estudos.

## **5. Situações relevantes e ações de melhoria da organização do CE e do CE e do processo de ensino/aprendizagem**

### **5.1. Resumo do desempenho do ano letivo**

São de destacar os seguintes aspetos relacionados com o desempenho obtido ao longo do ano letivo de 2020/2022:

- As programações e os objetivos definidos nas FUC e PIA foram cumpridos na generalidade;
- Os docentes fizeram uma avaliação positiva do seu desempenho, não existindo aspetos negativos relevantes a destacar;
- Os estudantes revelaram muito interesse e satisfação pela frequência do ciclo de estudos, considerando que as aulas foram de cariz prático e aplicado;
- Em todas as unidades curriculares foi estimulada a utilização da ABI/Inform e de outras bases de dados, assim o recurso ao software Turnitin;
- Em relação ao desempenho dos docentes, os resultados dos inquéritos pedagógicos revelaram uma avaliação muito satisfatória (atingindo um índice máximo de 4,55 e um mínimo de 3,87 (numa escala de 1 a 5);
- Foram implementadas as ações de melhoria propostas no ano anterior;
- Finalmente, de acordo com os testemunhos do delegado de turma, o ano letivo correu globalmente bem, tendo sido devidamente atendidas as recomendações de melhoria apresentadas. No geral, todos os alunos se revelaram satisfeitos com o mestrado, com a instituição e com o corpo docente.

### **5.2. Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação**

#### **5.2.1. Propostas de melhoria dos Delegados de Turma**

No âmbito geral, todos os alunos reconheceram que o curso está bem ajustado, mas sentem que a componente comercial do curso se encontra ainda pouco explorada, sendo que apenas duas unidades curriculares (UC) do segundo semestre incidem sobre esta temática. Em relação à UC de Simulação Empresarial, os alunos sentiram que a componente teórica da cadeira deveria ser mais aprofundada para o domínio das competências para utilização do simulador.

Em relação à unidade curricular de “Metodologias de Investigação”, os alunos sentiram que, por força da exigência de um trabalho final com suporte científico de qualidade, a formação para uso das ferramentas para análise quantitativa e qualitativa foi algo insuficiente, com maior incidência na interpretação dos dados. Ficou um pouco aquém a comunicação sobre o que era esperado destas etapas por ambos os docentes da parte quantitativa e qualitativa, propondo-se a melhoria na clareza comunicação. A mudança para um modelo faseado de avaliação ao longo do semestre parece adequado, no entanto não parece adequada a obrigatoriedade da entrega de dois modelos de análise para o trabalho final, devendo a diferenciação entre os alunos de avaliação continua e exame final incidir exclusivamente na dificuldade do exame. No geral, todos os alunos se encontram satisfeitos com o Mestrado, com a instituição e com o corpo docente.

#### **5.2.2. Propostas de melhoria dos Coordenadores de Área Científica**

- Deverá ser reforçada a realização de seminários temáticos no âmbito das unidades curriculares, com a participação de empresas, docentes e estudantes;

- Deverão ser apresentadas ao Coordenador de Curso novas propostas visando a atualização das metodologias de ensino e aprendizagem, atenta a especificidade das unidades curriculares, adequação dos critérios de avaliação de competências, e analisar a atualidade da bibliografia recomendada;

### **5.2.3. Propostas de melhoria do Coordenador de Curso**

Finalmente, numa perspetiva de melhoria contínua, deverá continuar a apostar-se no reforço das seguintes práticas de natureza científico-pedagógica:

- Reforçar a adaptação das práticas e métodos pedagógicos decorrentes da evolução do conhecimento e do surgimento de novas tecnologias, tendo em vista o desenvolvimento de novas *soft skills* dos estudantes;
- Intensificar a política de convidar responsáveis do meio empresarial (empresários, executivos e outros profissionais experientes), para apresentarem testemunhos sobre as temáticas de atualidade relevantes abordadas nas unidades curriculares;
- Estimular os estudantes para fazerem um esforço para transformarem os seus trabalhos finais em artigos científicos/estudos de caso a publicar em revistas científicas indexadas.

### **Análise crítica do seguimento das ações dos anos anteriores**

De seguida, evidencia-se de que forma foram cumpridas todas as ações de melhoria constantes no relatório anual do ciclo de estudos do ano anterior:

#### **1º Ponto fraco: Inexistência de estudantes internacionais a frequentar o ciclo de estudos**

- Foi reforçada a presença da instituição em feiras nacionais e internacionais, para divulgar a sua oferta formativa, assim como a presença em plataformas digitais de consulta internacional.
- Foi fomentada a captação de estudantes internacionais para frequentar o ciclo de estudos através do programa Erasmus+ e outros programas internacionais existentes na instituição.

#### **2º Ponto fraco: Reduzida mobilidade *Out* dos estudantes, no âmbito do Programa Erasmus+**

- Foram divulgadas as possibilidades de mobilidade *out* dos estudantes do ciclo de estudos no âmbito do Programa Erasmus+.

Porto, 23 de janeiro de 2023

O Coordenador do Curso,

Victor Manuel Domingos Tavares