

**RELATÓRIO ANUAL DE AUTOAVALIAÇÃO DO CICLO DE ESTUDOS
DE
MESTRADO EM DIREÇÃO COMERCIAL E MARKETING**

Ano letivo 2017/2018

Índice

Introdução.....	3
1. Estudantes.....	4
1.1 Caraterização dos estudantes.....	4
1.1.1 Caraterização dos estudantes, por género e origem geográfica.....	4
1.1.2 Número de estudantes inscritos por ano curricular.....	4
1.1.3 Procura do ciclo de estudos.....	5
2. Resultados.....	5
2.1 Resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes.....	5
2.2 Resultados académicos.....	6
2.2.1 Eficiência formativa.....	6
2.2.2 Sucesso escolar.....	7
2.2.3 Abandono escolar.....	8
2.2.4 Empregabilidade.....	8
2.3 Nível de internacionalização.....	9
2.3.1 Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal não docente.....	9
3. Análise SWOT do ciclo de estudos.....	10
4. Síntese das situações relevantes e ações de melhoria da organização do ciclo de estudos e do processo de ensino/aprendizagem.....	13
4.1 Resumo do desempenho do ano letivo.....	13
4.2 Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação.....	14

Introdução

O presente relatório visa sintetizar e apresentar a informação relativa à caracterização e resultados relevantes observados no ciclo de estudos de mestrado em Direção Comercial e Marketing, no ano letivo de 2017/2018, 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 detalhada do ciclo de estudos;
- Uma síntese das situações relevantes de desempenho;
- Recomendações de ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação.

1. Estudantes

1.1 Caraterização dos estudantes

1.1.1 Caraterização dos estudantes, por género e origem geográfica

Género	2017/2018	
	Número	%
Feminino	29	71
Masculino	12	29
Totais	41	100

Distrito	%	Região	%
Aveiro	7,1%	Norte	95,2%
Braga	11,9%		
Bragança	2,4%		
Porto	73,8%	Centro	2,4%
Guarda	2,4%	Ilhas	2,4%
Angra do	2,4%		

A análise dos quadros anteriores evidencia que o ciclo de estudos tem vindo a ser mais procurado por estudantes do sexo feminino (71%), sendo o seu peso relativo cerca de 2,5 vezes superior em relação aos estudantes do sexo masculino. Constata-se, ainda, que a larga maioria dos estudantes são provenientes da região Norte (95,2%), em particular dos distritos do Porto, Braga e Aveiro.

1.1.2 Número de estudantes inscritos por ano curricular

Ano curricular	2015/2016	2016/2017	2017/2018
1º	8	23	20
2º	4	4	21
Total	12	27	41

O número total de estudantes inscritos tem vindo a aumentar de forma significativa ao longo dos três anos letivos considerados, tendo crescido 242% em relação ao ano letivo de 2015/2016 e 52% em relação ao ano transato.

1.1.3 Procura do ciclo de estudos

Perfil da procura	2015/2016	2016/2017	2017/2018
Nº de vagas	30	30	30
Nº de Candidatos	9	25	21
Nº de Colocados	8	23	20
Nº de Inscritos 1º ano 1ª vez	8	23	20
Nota de candidatura do último colocado	100	100	110
Nota média de entrada	108,6	112,6	130,5

Constata-se que, relativamente ao ano letivo de anterior, houve uma ligeira redução do número de candidatos e de estudantes inscritos, por motivos de natureza conjuntural. De salientar, no entanto, o aumento da nota média de entrada em cerca de 16%.

2. Resultados

2.1 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). Os resultados dos inquéritos realizados aos estudantes, para cada semestre letivo de 2017/18, foram resumidamente os seguintes:

Descrição	Semestre	2016/2017	2017/2018
Índice Médio de satisfação – Autoavaliação do estudante	1º S	4,64	4,70
	2º S	3,92	4,21
Índice Médio de satisfação – Docentes	1º S	4,84	4,58
	2º S	3,82	4,56
Índice Médio de satisfação – Unidades curriculares	1º S	4,73	4,34
	2º S	3,69	4,38

Constata-se que, no ano letivo de 2017/2018, os resultados obtidos apresentam um índice médio de satisfação dos estudantes muito elevado e sempre superior a 4 nas dimensões avaliadas (atingindo um valor máximo de 4,70 e um mínimo de 4,21), tendo ocorrido também uma melhoria significativa em relação aos índices do ano transato. Esta evolução positiva deveu-se às medidas de melhoria introduzidas na preparação do ano letivo.

2.2 Resultados académicos

2.2.1 Eficiência formativa

Curso	2015/2016	2016/2017	2017/2018
Nº graduados	4	2	12
Nº graduados em N anos	3	0	0
Nº graduados em N+1 anos	0	0	0
Nº graduados em N+2 anos	1	0	0
Nº graduados em mais de N+2 anos	0	0	0

A circunstância de uma larga maioria de estudantes estar empregada justifica algum atraso na conclusão e defesa dos trabalhos finais do ciclo de estudos.

No entanto, a Comissão Científica dos Mestrados (CCM) tem vindo a adotar uma política ativa de acompanhamento dos mestrados por forma a melhorar a taxa de conclusão do ciclo de estudos, que engloba a realização de monitorização das sessões de orientação, por forma a garantir a conclusão do curso em ‘n’ anos. Esta política de acompanhamento abrange, por um lado, reuniões com os mestrados e orientadores, assim como apresentações intermédias dos trabalhos. Adicionalmente, tem vindo a ser implementada uma política de mentoring, que visa o acompanhamento de cada unidade curricular e aluno. Tal política, permite a monitorização do desempenho dos estudantes, envolvendo a adoção de ações corretivas de forma a acompanhar o aluno e aumentar a taxa de conclusão. Como resultado, no ano letivo de 2017/2018 verificou-se um aumento significativo do número de graduados do ciclo de estudos, sendo de prever que este número aumente no ano letivo de 2018/2019, face ao atual número de trabalhos finais em elaboração, em termos da sua conclusão num ano e meio ou dois anos (N e N+1 anos).

2.2.2 Sucesso escolar

Nome da unidade curricular	2017/2018			
	Nº de estudantes avaliados	Taxa de aprovação %	Nota final Média	Desvio-padrão
Gestão de Marketing	26	100	15,62	2,12
Pesquisa de Mercados	27	100	14,78	1,87
Comunicação Empresarial Integrada	24	100	14,25	2,38
Gestão da Marca	27	100	15,93	1,92
Finanças Empresariais	21	100	14,09	1,62
Marketing Digital	20	100	16,6	1,14
Direção Comercial e Negócios Internacionais	36	100	13,81	1,79
Marketing de Serviços e B2B	20	100	14,45	2,89
Gestão de Equipas de Vendas e Negociação	20	100	14,9	1,62
Marketing Relacional	21	100	13,67	2,39
Simulação Empresarial	20	100	13,45	2,39
Metodologias de Investigação	21	100	15,19	1,54
Dissertação, ou Trabalho de Projeto, ou Estágio Profissional	1	100	15,0	0

O ciclo de estudos está organizado em duas áreas científicas: Marketing e Finanças. Conforme se constata pelo quadro acima, as taxas de sucesso escolar (calculadas com base no rácio nº estudantes aprovados/nº estudantes avaliados) foram de 100% em todas as unidades curriculares, face às práticas didáticas utilizadas (devidamente ajustadas à natureza de cada unidade curricular, e incluindo métodos e técnicas de ensino aplicados e centradas nos estudantes), disponibilização aos estudantes do material de estudo com a devida antecedência, acompanhamento permanente por parte do corpo docente (através de aulas tutoriais e atendimento de estudantes), e elevada motivação dos estudantes.

Em termos de unidades curriculares, neste ano letivo, salienta-se como tendo apresentado a nota média final menos elevada as de Simulação Empresarial, Marketing Relacional e Direção Comercial e Negócios Internacionais (ainda assim, apresentando notas superiores a 13 valores), enquanto que as unidades curriculares de Gestão de Marketing, Gestão da Marca, Marketing Digital, Metodologias de Investigação e Dissertação foram aquelas com nota final média relativamente mais elevada (igual ou superior a 15 valores).

2.2.3 Abandono escolar

Ano curricular	2015/2016	2016/2017	2017/2018
1º Ano	4	2	2
2º Ano	0	2	7
Total	4	4	9

Conforme se constata pelo quadro anterior, o abandono escolar tem vindo a crescer com o crescimento do número de alunos inscritos. De notar que alguns estudantes exercem atividade profissional tendo em vista uma atualização profissional e não para obterem o grau académico, o que justifica um certo abandono do ciclo de estudos. A CCM tem vindo a adotar medidas no sentido de motivar os estudantes que suspenderam os seus estudos por motivos profissionais a retomarem os estudos, assim como os que se encontram a realizar os seus trabalhos finais a concluírem dentro dos prazos fixados, o que se tem traduzido numa evolução muito positiva no que respeita à taxa de abandono.

2.2.4 Empregabilidade

O ISAG tem vindo a promover a realização de inquéritos sobre a empregabilidade dos seus antigos estudantes.

Com base no número de desempregados registados (junho de 2016, IEFP) com habilitação superior concluída em 2015 divulgados pela DGEEC em 2017, existia apenas um desempregado com o mestrado em Direção Comercial e Marketing obtido no ISAG. O inquérito aos diplomados realizado pelo ISAG no âmbito do SIGQ em 2017 (referente à situação laboral à data de dezembro de 2016), revelou que 83,72% dos diplomados do ISAG se encontravam empregados, dos quais 66,28% estavam empregados por conta de outrem e 75,58% desempenhavam funções na área de formação.

O inquérito às entidades empregadoras, também realizado no mesmo âmbito (referente a dezembro de 2016), revelou que 67,67% das empresas tem ou teve algum diplomado do mestrado a trabalhar na Instituição e 100% dos colaboradores empregues nestas instituições integraram os quadros da empresa após a realização do estágio. A avaliação do desempenho das empresas sobre o desempenho dos diplomados é muito positiva (75%), o que reforça a empregabilidade dos mesmos.

2.3 Nível de internacionalização

2.3.1 Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal não docente

Descrição	2017/2018
Percentagem de estudantes estrangeiros matriculados no ciclo de estudos (Não incluindo estudantes Erasmus in)	0 %
Percentagem de estudantes em programas internacionais de mobilidade (in)	36,8 %
Percentagem de estudantes em programas internacionais de mobilidade (out) (Erasmus e outros)	5,3 %
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in)	54,5 %
Percentagem de docentes em mobilidade na área científica do ciclo de estudos (out) (Erasmus e outros programas)	27,3 %
Percentagem de pessoal não docente em programas de mobilidade internacionais (Erasmus staff e outros programas)	0 %

A instituição tem vindo a promover de forma ativa esforços no sentido de captar estudantes estrangeiros e aumentar a mobilidade de estudantes, pessoal docente e não docente em programas internacionais. Para o efeito, tem participado em diversas feiras nacionais e internacionais, assim como tem procedido a uma intensa divulgação das possibilidades de mobilidade internacional no âmbito do programa Erasmus+, assim como de outros programas.

Efetivamente, a internacionalização tem sido um dos principais objetivos estratégicos do ISAG. Desde 2014, tem em vigor a Erasmus Charter for Higher Education, participando em diversos projetos Erasmus+ (KA103, KA107, KA108). Tem-se registado um alargamento e diversificação das parcerias com empresas e universidades e um aumento do número de mobilidades de estágios, estudos, docentes e staff. Foi alargada a participação em redes e programas internacionais para além do Erasmus: estabeleceram-se 23 protocolos bilaterais (com empresas e universidades) na região dos Balcãs, América, Ásia Central e Médio Oriente; está em vigor o Programa de Bolsas de Intercâmbio Luso-Brasileiras promovido pelo Banco Santander, o PIALE - Programa Integral de Aprendizagem de Línguas Estrangeiras e o Programa INOV Contacto, e foi efetuada uma candidatura ao programa Korean Government Scholarship e ao Programa Fulbright English Teaching Assistants Program. Realça-se que todos os projetos

aprovados pela Agência Erasmus+ foram executados na totalidade, não tendo havido qualquer devolução significativa de verbas.

3. Análise SWOT do ciclo de estudos

Pontos fortes

- Modelo de ensino/aprendizagem InSchoolBusiness inovador, envolvendo, em cada unidade curricular, atividades de natureza estrutural e estratégica (Fundamentals), tática e pensamento (Booster), e de ação e concretização (Pitcher)
- Apoio institucional à realização de investigação aplicada
- Existência de um centro de investigação (NIDISAG) e disponibilização da base de dados ABI-INFORM, potenciando o desenvolvimento de investigação por parte de docentes e estudantes
- Aposta no sistema integrado de garantia de qualidade, com respeito dos referenciais de qualidade da A3ES
- Boa acessibilidade, localização e qualidade das instalações
- Equipamentos técnico-pedagógicos modernos (rede wireless e sistema de câmaras e som)
- Reconhecimento da qualidade do ensino no ciclo de estudos, na comunidade empresarial e nas instituições congéneres
- 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
- Existência de serviços de apoio social, possibilitando o financiamento de estudos, e acesso a apoios financeiros
- Atendimento personalizado dos estudantes desde a candidatura até à sua inserção profissional
- Mecanismos de recolha de informação, tratamento e divulgação dos resultados dos inquéritos realizados aos estudantes sobre a qualidade do ensino numa perspetiva de melhoria contínua
- Aposta na divulgação institucional e da sua oferta formativa através das redes sociais

- e plataformas digitais
- Plano de estudos do ciclo de estudos atualizado em 2017, alinhado com as tendências da evolução tecnológica e da economia e negócios digitais
 - Objetivos e competências do ciclo claramente definidos na área Comercial e de Marketing, e coerentes com a missão e objetivos institucionais
 - Participação ativa dos docentes e estudantes nas tomadas de decisão sobre o processo de ensino/aprendizagem e melhoria da qualidade do curso
 - Em linha com as necessidades do mercado de trabalho, apresentando elevadas perspetivas de empregabilidade
 - 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
 - Realização de conferências, seminários e aulas em contexto empresarial

Pontos fracos

- Dificuldade em atrair, predominantemente, os melhores estudantes (com nota de candidatura igual ou superior a 16 valores)
- Número reduzido de estudantes internacionais a frequentar o ciclo de estudos
- Reduzida mobilidade internacional dos estudantes no âmbito do Programa Erasmus+.
- Reduzida eficiência formativa, em termos de número de estudantes graduados (com obtenção do grau de mestre na duração normal do ciclo de estudos), nos últimos 3 anos letivos

Oportunidades

- Processo de transformação digital em curso com fortes impactos nas indústrias e nos modelos de negócio, exigindo novos conhecimentos e competências, especialmente nas áreas do Marketing Digital, Gestão de Marcas, Soft Skills, Direção Comercial e Negócios Internacionais, Pesquisa de Mercados, Gestão de Equipas de Vendas e Negociação em contexto global;
- Promoção de políticas públicas para o aumento da empregabilidade;
- Maior reconhecimento a nível internacional de Portugal como destino a visitar o que poderá fomentar a procura internacional pelo ciclo de estudos
- Tendência generalizada do mercado de emprego para o reconhecimento da importância das competências e saberes proporcionados por este ciclo de estudos;
- Melhoria nos indicadores económicos do país, com impacto positivo nos rendimentos das famílias e na criação de emprego, o que poderá refletir-se numa maior procura do ciclo de estudos a prazo
- Baixo nível de qualificação de nível superior e pós-graduada da população portuguesa, em relação à média europeia
- Crescente importância da formação ao longo da vida e da formação à medida
- Crescente procura da formação em regime de e-Learning e b-Learning
- Procura de formação especializada e “à medida” para os PALOP
- Políticas públicas de promoção e apoio à realização de parcerias entre instituições do ensino superior (nacionais e estrangeiras)
- 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
- Troca de experiências e de boas práticas com instituições de ensino congéneres
- Existência do programa Erasmus+, que contribui para aumentar a mobilidade de estudantes, docentes e pessoal não docente
- Importância e valorização social dos segundos ciclos de estudos
- Necessidade das empresas em processo de internacionalização em recrutar especialistas nas áreas comerciais e de marketing
- Aumento da procura de estudantes estrangeiros e internacionais

- A área Comercial e de Marketing é de natureza multidisciplinar o que, potencialmente, atrai candidatos com formações variadas
- Procura dos antigos estudantes do ISAG que pretendem enriquecer a sua formação graduada ao nível do mestrado
- Desenvolvimento de projetos de investigação aplicada, envolvendo novos públicos
- Empresas e outras organizações recetivas para receberem estudantes para a realização de estágios
- Abertura das candidaturas, por parte da FCT das Unidade de Investigação e dos projetos para a realização de investigação aplicada, podendo os estudantes do mestrado serem envolvidos nas atividades de investigação

Ameaças

- Baixa taxa de natalidade da população portuguesa
- Envelhecimento populacional e emigração de pessoal qualificado
- Elevado nível de endividamento das famílias e empresas e níveis de poupança reduzidos
- Possibilidade de intensificação da concorrência na área do ciclo de estudos, pública e privada, politécnica e universitária
- Aumento da oferta concorrente e do número de vagas no ensino público
- Existência de reduzidos fundos públicos para I&D aplicada em instituições de ensino politécnico privadas

4. Síntese das situações relevantes e ações de melhoria da organização do ciclo de estudos e do processo de ensino/aprendizagem

4.1 Resumo do desempenho do ano letivo

Resumidamente, são de destacar os seguintes aspetos relacionados com o desempenho obtido no ano letivo de 2017/2018:

- As programações e os objetivos definidos nas FUC foram, na generalidade, globalmente cumpridos;
- Os estudantes revelaram interesse e motivação pelas várias unidades curriculares;

- Os docentes fizeram uma avaliação globalmente positiva do seu desempenho, não existindo aspetos negativos relevantes a destacar;

Foi assegurada a devida articulação entre as componentes teórico-práticas (Fundamentals), de tática e pensamento (Booster), e ação (Pitcher). De salientar o reforço da aposta na realização de casos práticos e promoção de seminários com vários convidados de empresas prestigiadas, com elevado conhecimento e experiência nas áreas das unidades curriculares lecionadas.

De salientar que, neste ano letivo de 2017/2018, entrou em funcionamento o novo plano do ciclo de estudos, o qual resultou do envolvimento das entidades empregadoras, das organizações profissionais, dos estudantes e do corpo docente, coordenador de curso e coordenadores de área científica. A garantia da qualidade no ensino, a constante necessidade de correspondência às exigências do mercado de trabalho, bem como as sugestões recolhidas nos relatórios de avaliação realizados no âmbito do Sistema Integrado de Gestão da Qualidade da instituição foram fatores que influenciaram o processo de alteração do curso.

4.2 Ações de melhoria, prioridades e indicadores de implementação

No que respeita a ações de melhoria da organização do ciclo de estudos e do processo de ensino/aprendizagem, deverão ser implementadas as seguintes, com alta prioridade e de forma contínua, por cada ponto fraco:

1º Ponto fraco: Dificuldade em atrair, predominantemente, os melhores estudantes (com nota de candidatura igual ou superior a 16 valores)

- No presente ano letivo, o ISAG proporcionou aos estudantes que ingressassem com média igual ou superior a 16 valores, a atribuição da Bolsa de mérito Consuelo Vieira da Costa, consistindo numa redução de 50% no valor da propina base. Esta iniciativa deverá manter-se para os próximos anos letivos;
- Realização de ações de promoção associadas a eventos promovidos pela instituição e/ou em parceria com instituições protocoladas em eventos diversos;
- Intensificar a divulgação do curso junto do público-alvo do ciclo de estudos (licenciados, empresários, quadros superiores e outros responsáveis com experiência

na área comercial e/ou de marketing, consultores e outros profissionais que prestem assessoria às empresas), devendo a comunicação focar nos pontos de diferença do mestrado e evidenciar que o mesmo proporciona, numa perspetiva profissionalizante e especializada, uma sólida formação, e contribui para a capacitação de tomada de decisões comerciais e de marketing, desenvolvendo a capacidade de análise, organização, planeamento e avaliação.

O principal indicador de implementação desta ação será o “número de estudantes matriculados com nota de candidatura ao mestrado igual ou superior a 16 valores, por ano letivo”.

Indicador de implementação: Número de estudantes matriculados com nota de candidatura ao mestrado igual ou superior a 16 valores, por ano letivo

2º Ponto fraco: Número reduzido de estudantes internacionais a frequentar o ciclo de estudos

- Continuar a fomentar a captação de estudantes internacionais para frequentar o ciclo de estudos através do programa Erasmus+ e outros programas internacionais existentes na instituição, como se tem feito até à data. Nesse sentido, o esforço continuará para que o ponto fraco seja ultrapassado.
- Continuar a manter a presença da instituição em feiras nacionais e internacionais, para divulgar a sua oferta formativa;
- Reforçar a presença em plataformas digitais de consulta internacional.

O principal indicador de implementação desta ação será o “número de estudantes internacionais matriculados no ciclo de estudos, por ano letivo”.

Indicador de implementação: Número de estudantes internacionais matriculados no ciclo de estudos, por ano letivo

3º Ponto fraco: Reduzida mobilidade internacional dos estudantes no âmbito do Programa Erasmus+

- Prosseguir o esforço de divulgação das possibilidades de mobilidade out dos estudantes do ciclo de estudos no âmbito do Programa Erasmus+

O principal indicador de implementação desta ação será o “número de estudantes do ciclo de estudos em mobilidade out no âmbito do Programa Erasmus+, por ano letivo”.

Indicador de implementação: Número de estudantes do ciclo de estudos em mobilidade out no âmbito do Programa Erasmus+, por ano letivo

4º Ponto fraco: Reduzida eficiência formativa, em termos de número de estudantes graduados (com obtenção do grau de mestre na duração normal do ciclo de estudos), nos últimos 3 anos letivos

- Aumentar a eficácia do processo de orientação científica dos trabalhos finais dos mestrados (dissertação/trabalho de projeto/relatório de estágio), com reforço da exigência aos docentes-orientadores para envidarem todos os esforços no sentido de assegurarem o cumprimento do calendário anual fixado pela Comissão Científica dos Mestrados para a sua conclusão;
- Efetuar ações contínuas de sensibilização, estímulo e apoio junto dos mestrados, desde o início da frequência do ciclo de estudos, para a necessidade e importância académica e profissional da obtenção do respetivo grau académico no espaço de tempo mais curto possível, em particular no que respeita aos estudantes-trabalhadores.

O principal indicador de implementação desta ação será o “número graduados em N anos, N+1 anos e N+2 anos”.

Indicador de implementação: Número graduados em N anos, N+1 anos e N+2 anos

Finalmente, numa perspetiva de melhoria contínua, deverão ainda ser reforçadas as seguintes práticas de natureza científico-pedagógica:

- Assegurar a atualização contínua dos conteúdos programáticos decorrentes da evolução do conhecimento, globalização e surgimento das novas tecnologias digitais (Internet das Coisas, Cloud Computing, Indústria 4.0, Sociedade 5.0, etc.);

- Convidar empresários, executivos e outros profissionais experientes e conhecedores, nacionais e internacionais, para apresentarem testemunhos sobre as temáticas de atualidade relevantes abordadas nas unidades curriculares;
- Realizar seminários temáticos, workshops, palestras, visitas de estudo a empresas, etc., no âmbito das unidades curriculares;
- Assegurar uma maior participação de estudantes do ciclo de estudos em estudos de públicos aplicados promovidos pelo Núcleo de Investigação do ISAG (NIDISAG).

Porto, 31 de outubro de 2018

O Coordenador do Curso,

Manuel José Serra da Fonseca