



Instituto Politécnico Viana do Castelo
Escola Superior de Ciências Empresariais
Marketing Digital e E-Business
Posgraduacao

RELATÓRIO ANUAL DE CURSO - RESUMO

2019/20

Coordenador: Jorge Manuel Esparteiro Garcia e Ana Isabel Lopes Pereira Torres

Nota: Para consultar o Relatório Anual de Curso completo, aceda a [ON.IPVC](#) com as suas credenciais de acesso.

Índice

1. Comissão de Curso	3
2. Parcerias	4
3. Estudantes e ambiente de ensino e aprendizagem	5
4. Ambientes de Ensino/Aprendizagem	7
5. Resultados	8
6. Conclusão	12

1. Comissão de Curso

-Coordenador: Jorge Manuel Esparteiro Garcia e Ana Isabel Lopes Pereira Torres

-Docentes: Ana Isabel Perdigão Lopes Pereira Torres
Manuel José Serra da Fonseca

-Estudantes: André Antunes

2. Parcerias

2.1. Parcerias internacionais

Designação	Coordenação	Entidades Parceiras	Início/Fim	Entidades Financiadoras
------------	-------------	---------------------	------------	-------------------------

2.2. Parcerias nacionais

Designação	Coordenação	Entidades Parceiras	Início/Fim	Entidades financiadoras (se aplicável)
Google - Conteúdos certificados	PG Marketing Digital e E-Business	Google - Portugal	Presente	-
Digital Marketers	PG Marketing Digital e E-Business	Digital MarketersnAssociação de Marketing Digital	Presente	-
Closum - Utilização do software para aquisição e gestão de leads	PG Marketing Digital e E-Business	Closum	Presente	-
Swonkie - Utilização do software para gestão de redes sociais	PG Marketing Digital e E-Business	Swonkie, Lda.	Presente	-
WebHS - Serviço de alojamento e registo de domínio	PG Marketing Digital e E-Business	WebSP, Lda.	Presente	

2.3. Colaborações intrainstitucionais com outros ciclos de estudos

Nada a referir.

3. Estudantes e ambiente de ensino e aprendizagem

3.1. Caracterização dos estudantes

3.1.1. Caracterização dos estudantes por género, idade, região de origem

Caracterização dos Estudantes	17/18	18/19	19/20
Género	%	%	%
Feminino	42.31	50	43.75
Masculino	57.69	50	56.25
Idade	%	%	%
< 20 anos	0	0	0
20-23 anos	38.46	54.17	43.75
24-27 anos	19.23	20.83	25
> 27 anos	42.31	25	31.25
Distrito	%	%	%
Aveiro	0	0	0
Beja	0	0	0
Braga	19.23	20.83	43.75
Bragança	0	0	0
Castelo Branco	0	0	0
Coimbra	0	4.17	6.25
Évora	0	0	0
Faro	0	0	0
Guarda	0	0	0
Ilha da Graciosa	0	0	0
Ilha da Madeira	0	0	0
Ilha de Porto Santo	0	0	0
Ilha de São Jorge	0	0	0
Ilha de São Miguel	0	0	0
Ilha do Faial	0	0	0
Ilha do Pico	0	0	0
Ilha Terceira	0	0	0
Leiria	0	0	0
Lisboa	0	0	0
Portalegre	0	0	0
Porto	7.69	8.33	0
Santarem	0	0	0
Setubal	0	0	0
Viana do Castelo	73.08	66.67	50
Vila Real	0	0	0
Viseu	0	0	0

Todos os alunos são do distrito de Viana do Castelo ou de Braga. Relativamente aos anos anteriores, é de de destacar o aumento crescente que o número de alunos proveniente de Braga tem tido. Depois de 2 anos letivos em que o CE teve alunos provenientes do distrito do Porto, em 19/20 não existe qualquer estudante proveniente desse distrito.

3.1.2. Número de estudantes por ano curricular

Ano Curricular	16/17	17/18	18/19	19/20
1º	0	24	22	14
TOTAL	0	24	22	14

Como o CE tem apenas um ano curricular, todos os alunos matriculados em cada ano letivo encontram-se no primeiro ano. A evolução do número de alunos no 1.º ano está portanto naturalmente ligada ao número de alunos matriculados no CE.

3.1.3. Procura do ciclo de estudos

	16/17	17/18	18/19	19/20
N.º VAGAS	0.00	0.00	25.00	25.00
N.º Matriculados(1ºano 1ªvez)	0.00	24.00	21.00	13.00
% OCUPAÇÃO	%	%	%	%
MATRICULADOS(1ºano / 1ªvez)/vagas	0.00	0.00	0.00	0.00

Nos dois primeiros anos letivos em que a Pós-Graduação abriu vagas (17/18 e 18/19) o número de matriculados foi superior 20, e perto do número limite de vagas.

No entanto em 19/20 houve uma redução considerável de matriculados. Este resultado deve-se principalmente ao facto do Mestrado em Marketing ter aberto novas vagas em 19/20, e devido a desistências que ocorreram relacionadas com a pandemia do COVID-19 e outras razões devido a limitações profissionais e pessoais de alguns estudantes.

4 Ambientes de Ensino/Aprendizagem

4.1. Resultados de inquéritos de satisfação dos estudantes - processo ensino/aprendizagem

IASQE	Sem.	16/17	17/18	18/19	19/20
% de Participação	S1	0.00	0.00	28.57	0.00
	S2	0.00	0.00	0.00	0.00

IASQE	Sem.	17/18	18/19	19/20
Índice Médio Satisfação - Curso		0.00	0.00	0.00
Índice Médio Satisfação - Docentes	S1	0.00	87.50	0.00
	S2	0.00	0.00	0.00
Índice Médio Satisfação - UCs	S1	0.00	87.86	0.00
	S2	0.00	0.00	0.00

Devido a problemas com a configuração do CE na plataforma de gestão do IASQE não tem sido possível fazer convenientemente a auscultação correta dos estudantes da Pós-Graduação. Espera-se que pela primeira vez em 20/21 seja possível obter dados de satisfação dos estudantes relativamente ao CE.

5. Resultados

5.1. Resultados Académicos

5.1.1. Eficiência formativa

Diplomados

	16/17	17/18	18/19	19/20
N.º diplomados	0	23	17	11
N.º diplomados em N anos	0	23	17	11
N.º diplomados em N +1 anos	0	0	0	0
N.º diplomados N+2 anos	0	0	0	0
N.º diplomados em mais de N+2 anos	0	0	0	0

Nota média final de curso

	16/17	17/18	18/19	19/20
Nota média final	0.00	16.52	15.90	15.70

Nos 3 anos letivos em que a Pós-Graduação funcionou, a taxa de aprovação foi bastante elevada. Em 17/18, dos 24 estudantes matriculados, 23 terminaram o curso. No ano letivo 18/19, dos 21 matriculados, 17 obtiveram o diploma, enquanto em 19/20 dos 13 estudantes inscritos, apenas 2 não conseguiram obter o diploma do curso.

Relativamente à nota média final do curso, tem-se verificado uma ligeira redução desde 17/18, ano em que a nota média foi de 16,5, observando-se o valor de 15,7 em 19/20.

5.1.2. Sucesso Escolar - taxa de aprovação

Ano	Grupo Disciplinar	UC	Inscritos	Classificação Média	Classificação Máxima	Classificação Mínima	Aprovados	Aprovados/Inscritos	Aprovados/Av aliados
1	OLM	Comportamento do Consumidor Online	13	15.45	17.00	14.00	11	84.62	100.00
1	EIM	Customer Relationship Management na Web	14	10.00	16.00	0.00	11	78.57	78.57
1	EIM	Data Mining e Big Data	14	12.86	19.00	0.00	11	78.57	78.57
1	OLM	E-Marketing	13	15.18	17.00	10.00	11	84.62	100.00
1	EIM	Gestão de Redes Sociais	13	13.18	15.00	11.00	11	84.62	100.00
1	OLM	Inteligência Competitiva e Marketing Research	14	11.14	16.00	0.00	11	78.57	78.57
1	OLM	Marketing Estratégico	13	15.25	19.00	10.00	12	92.31	100.00
1	EIM	Métricas e Web Analytics	13	16.36	18.00	14.00	11	84.62	100.00
1	EIM	Mobile Marketing	13	14.92	17.00	12.00	12	92.31	100.00
1	EIM	Modelos de Negócio Eletrónico	13	15.92	18.00	12.00	12	92.31	100.00
1	EIM	Produção de Conteúdos Digitais	13	16.50	17.00	15.00	12	92.31	100.00
1	OLM	Projeto de Marketing Digital	14	15.73	18.00	11.00	11	78.57	100.00
1	EIM	Publicidade Digital	13	16.69	18.00	10.00	13	100.00	100.00

1	EIM	Search Engine Optimization	13	16.23	19.00	10.00	13	100.00	100.00
1	OLM	Seminários	13	18.00	18.00	18.00	12	92.31	100.00
1	EIM	Social Media Intelligence	13	14.31	19.00	0.00	11	84.62	84.62

Tipo de creditação	Nº de Pedidos (UCs)	Nº de ECTS de origem	Nº de ECTS creditados
--------------------	---------------------	----------------------	-----------------------

De acordo com os resultados apresentados na tabela anterior, referentes às taxas de avaliação e de aprovação dos alunos do CE em cada unidade curricular, é possível monitorizar o sucesso escolar e a definição de ações de melhoria na promoção do sucesso escolar.

As taxas de aprovação são superiores a 75% em todas as unidades curriculares. Os bons resultados positivos devem-se ao facto de a turma ser relativamente

pequena, o que permite um acompanhamento e monitorização constante dos resultados da avaliação contínua, tanto dos docentes de cada unidade curricular, bem como da coordenação de curso.

No ano letivo 19/20 não houve qualquer pedido de creitação de competências no CE.

5.1.3. Abandono Escolar

Ano Curricular	16/17	17/18	18/19	19/20
1º	0	0	0	0
TOTAL	0	0	0	0

Pelos dados recolhidos, não é possível fazer uma análise fundamentada do abandono escolar do CE.

5.1.4. Empregabilidade

Curso	Jun. 2018	Jun. 2019
% de Empregabilidade do Curso (Dados Infocursos)	-	-
% de Empregabilidade nacional na área de formação (Dados Infocursos)	-	-
% de Empregabilidade nacional ES (Dados Infocursos)	-	-
% empregabilidade (obtido por inquérito interno (se aplicável))	-	-
Tempo para obtenção de 1º emprego (obtido por inquérito interno (se aplicável))	-	-
% diplomados que trabalha na área de formação (obtido por inquérito interno (se aplicável))	-	-

O IPVC promove a auscultação dos seus antigos estudantes através de um inquérito online. Contudo, não tem sido possível obter % de participação suficiente que permita uma análise consistente. A empregabilidade dos diplomados do CE é efetuada considerando os dados do Instituto de Emprego e Formação Profissional, escritos no <http://infocursos.mec.pt/> e no Relatório DGEEC-MEC <http://www.dgeec.mec.pt/hp4/92/>.

No entanto, como a abertura do CE é relativamente recente, não existem ainda dados que permitam fazer uma análise da empregabilidade.

5.2. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas

Centros de investigação em que docentes do curso estão integrados

Centro de Investigação	Código CI	Classificação FCT	IES gestora	Docente Membro Integrado
INESC TEC	50014	Muito Bom	INESC TEC	Ana Torres/Jorge Garcia
UNIAG - Unidade de Investigação Aplicada em Gestão	4752	Bom	APNOR	Manuel Fonseca

Projetos de investigação associados ao curso

--

Designação	Coordenação	Entidades parceiras (se aplicável)	Início/Fim	Entidades financiadoras (se aplicável)
------------	-------------	------------------------------------	------------	--

Publicações associadas ao curso

Tipo de Publicação	Referência (modelo APA)
Artigos em revistas internacionais com revisão por pares	Santos, E., Correia, A., Ferreira, F., Nunes, A., Veloso, C., Vieira, E., Silva, G., Fonseca, M., Carrança, P., & Fernandes, P. (2020) Productivity measurement: the case of nature tourism firms in Portugal. <i>Journal of Spatial and Organizational Dynamics</i> , Vol. VIII, Issue 4, (2020) 331-346. Santos, E., Correia, A., Ferreira, F., Nunes, A., Veloso, C., Vieira, E., Silva, G., Fonseca, M., Carrança, P., & Fernandes, P. (2020) Productivity measurement: the case of nature tourism firms in Portugal. <i>Journal of Spatial and Organizational Dynamics</i> , Vol. VIII, Issue 4, (2020) 331-346. Santos, E., Correia, A., Ferreira, F., Nunes, A., Veloso, C., Vieira, E., Silva, G., Fonseca, M., Carrança, P., & Fernandes, P. (2020) Productivity measurement: the case of nature tourism firms in Portugal. <i>Journal of Spatial and Organizational Dynamics</i> , Vol. VIII, Issue 4, (2020) 331-346. Santos, E., Correia, A., Ferreira, F., Nunes, A., Veloso, C., Vieira, E., Silva, G., Fonseca, M., Carrança, P., & Fernandes, P. (2020) Productivity measurement: the case of nature tourism firms in Portugal. <i>Journal of Spatial and Organizational Dynamics</i> , Vol. VIII, Issue 4, (2020) 331-346.
Artigos em revistas internacionais com revisão por pares	Cardoso, P. R., Vieira, L. H. e Fonseca, M. J. (2019). Cómo percibimos la publicidad. Antecedentes de la actitud hacia la publicidad e implicaciones en la intención de compra. <i>Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication</i> , 10, 1: 203-213. ISSN: 1989-872X
Livros e capítulos de livro de edição internacional	Fernandes, P. O., Nunes, A. M., Veloso, C. M., Santos, E., Ferreira, F. A., & Fonseca, M. J. (2020). Outdoor Solutions for the Seasonal Concentration of Tourism Demand in Northern Portugal: An Integrated Approach Based on the Gini Index. In Ribeiro de Almeida, C., Quintano, A., Simancas, M., Huete, R., & Breda, Z. (Ed.), <i>Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism</i> (pp. 364- 379). IGI Global. http://doi:10.4018/978-1-7998-2224-0.ch019
Livros e capítulos de livro de edição internacional	Fernandes P.O., Nunes A.M., Veloso C.M., Santos E., Ferreira F.A. & Fonseca M.J. (2020) Spatial and Temporal Concentration of Tourism Supply and Demand in Northern Portugal. Application of the Herfindahl-Hirschman Index. In: Rocha Á., Abreu A., de Carvalho J., Liberato D., González E., Liberato P. (eds) <i>Advances in Tourism, Technology and Smart Systems. Smart Innovation, Systems and Technologies</i> , vol 171. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2024-2_24
Livros e capítulos de livro de edição nacional	Cairrão, A. & Garcia, J. (2020). <i>Marketing Relacional e Social Media</i> , Coleção Manuais para o Ensino Superior, edição de autor, [Suporte: Eletrónico]; [Formato: PDF / PDF/A] ISBN 978-989-54800-1-2
Atas de congressos internacionais com arbitragem científica	Garcia, J. E., Paiva, ACR, Bizoi, Anca-Maria (2020). Test Case Generation From Web Usage Information. <i>Procedia Computer Science. Proceedings of CENTERIS 2020 - International Conference on ENTERprise Information Systems 2020. Volume 179. Indexação: Scopus, WoS</i>
Atas de congressos internacionais com arbitragem científica	Garcia, J. E., P. S., Joana, Cairrão, Á. (2020). Social media content marketing strategy for Higher Education: a case study approach. <i>Marketing and Smart Technologies. Proceedings of ICMarkTech 2020. (Vol. 205)</i> . https://10.1007/978-981-33-4183-8_39 Indexação: Scopus, WoS
Livros e capítulos de livro de edição internacional	Torres A., Miranda C. (2020), Understanding Service Design and Design Thinking Differences Between Research and Practice: An Empirical Study. In: Nóvoa H., Dragoicea M., Kühl N. (eds) <i>Exploring Service Science. IESS 2020. Lecture Notes in Business Information Processing</i> , vol 377, pp. 259-272, Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-38724-2_19 . Indexed in: CPCI (ISI) Proceedings, SCOPUS, DBLP, EI, Google Scholar and Springerlink

5.3. Internacionalização

	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20
Nº alunos estrangeiros (<u>não</u> inclui alunos Erasmus In)	0	0	0	0	0
% alunos estrangeiros (<u>não</u> inclui alunos Erasmus In)	0	0	0	0	0
Nº alunos Internacionais (<u>não</u> inclui alunos Erasmus In)	0	0	0	0	0

Nº alunos em programas internacionais de mobilidade (<i>in</i>)	0	0	0	0	0
% alunos em programas internacionais de mobilidade (<i>in</i>)	0	0	0	0	0
Nº alunos em programas internacionais de mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	0	0	0	0	0
% alunos em programas internacionais de mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	0	0	0	0	0
Nº docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (<i>in</i>)	8	11	2	7	2
% docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (<i>in</i>)	-	-	-	-	-
Nº docentes do ciclo de estudos em mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	3	1	8	6	0
Nº pessoal não docente associado à Escola/Curso em mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	1	3	4	1	0

Pela análise da tabela anterior verifica-se que não existe nenhum estudante (incoming ou outgoing) que tenha participado no CE num programa de mobilidade internacional.

No que diz respeito aos docentes estrangeiros, há uma redução considerável no número de docentes em mobilidade, devido ao facto de não se ter realizado a Semana Internacional do IPVC, que permite que docentes estrangeiros aproveitem a participação na referida Semana para também efetuarem programas de mobilidade no ciclo de estudos.

Relativamente à ausência de participação de docentes do ciclo de estudos em mobilidade (*out*) e de pessoal não docente associado à Escola/Curso em mobilidade (*out*), deve-se em grande parte ao facto da situação pandémica que se viveu durante o 2.º semestre no ano letivo 2019/2020, que inviabilizou a sua participação. Habitualmente as paragens letivas do 2.º semestre são utilizadas para docentes e funcionários realizarem os seus programas de mobilidade, e que devido a esta situação não foi possível. A mobilidade prevista foi adiada para o ano letivo 20/21, pelo que será expectável um aumento considerável no próximo ano letivo, superando os valores de 2017/2018 e 2018/2019, que foram anos em que houve uma participação mais acentuada.

6. Conclusão

A Pós-Graduação em Marketing Digital, apesar de ter ainda poucas edições, adquiriu já alguma notoriedade na região pela qualidade da sua formação, parcerias e qualidade do corpo docente. Desde o seu início em 2017/2018 já graduou mais de 50 estudantes, que na sua maioria estão a trabalhar na área de formação do curso.

Para muitos destes graduados, esta formação permitiu adquirirem competências fundamentais para se especializarem na área do Marketing Digital e E-Business, que foi decisivo para que pudessem ingressar no mercado de trabalho.

Desde 2017/2018, o CE já dinamizou diversos seminários com personalidades de destaque da indústria. Nomeadamente, realizou 16 ESCE Digital Talks, 4 Brand Stories em parceria com o Mestrado de Marketing e 2 edições da REACH - Content Marketing Conference, uma conferência disruptiva e inovadora na área do Marketing Digital.

Durante o ano letivo de 2019/2020, não foi possível realizar a 3.ª edição da REACH, mas é expectável que durante o ano de 2021 esta se realize, se as restrições criadas pela pandemia COVID19, assim o permitirem.

Finalmente, ressalve-se que está prevista a curto prazo a atualização/alteração do plano curricular do CE, pois o mesmo ainda não sofreu nenhuma reestruturação desde o seu início. Tendo em consideração as alterações constantes dos conteúdos a que muitas unidades curriculares do CE dizem respeito, é importante uma atualização do plano curricular antes do início da próxima edição do CE.