



---

**RELATÓRIO ANUAL DE CURSO 2017/18**

**Mestrado em Marketing**

Escola Superior de Ciências Empresariais

## Índice

1. Estudantes e ambiente de ensino e aprendizagem .....	2
1.1 Caracterização dos estudantes.....	2
1.1.1. Caraterização dos estudantes por género, idade e região de origem. ....	2
1.1.2 Número de estudantes por ano curricular.....	2
1.1.3 Procura do ciclo de estudos .....	3
2. Ambientes de Ensino/Aprendizagem .....	4
2.1 Resultados de inquéritos de satisfação dos estudantes -processo ensino/aprendizagem.....	4
3. Resultados .....	4
3.1. Resultados Académicos.....	5
3.1.1. Eficiência formativa .....	5
3.1.2 Sucesso Escolar.....	5
3.1.3 Abandono Escolar.....	5
3.1.4 Empregabilidade.....	6
3.2 Internacionalização .....	6
4. CONCLUSÃO .....	8

## 1. Estudantes e ambiente de ensino e aprendizagem

### 1.1 Caracterização dos estudantes

#### 1.1.1. Caraterização dos estudantes por género, idade e região de origem.

CARACTERIZAÇÃO DOS ESTUDANTES	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18
<b>Género</b>	%	%	%	%	%
Feminino	62,0	65,0	58,8	64,3	66,7
Masculino	38,0	35,0	41,2	35,7	33,3
<b>Idade</b>	%	%	%	%	%
Até 20 anos	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
20-23 anos	33,0	25,0	29,5	46,0	16,7
24-27 anos	19,0	25,0	23,5	27,0	66,7
28 e mais anos	48,0	50,0	47,0	27,0	16,7
<b>Região</b>	%	%	%	%	%
Norte	100,0	100,0	100,0	100	100
Centro	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lisboa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alentejo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Algarve	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ilhas	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Na tabela supra é possível fazer uma caraterização dos estudantes inscritos no Ciclo de Estudos, incluindo o seu género, idade e região de origem.

Até ao ano de 2015-16, em termos de género, sempre houve uma predominância do género feminino entre os estudantes. Esta tendência foi acentuada nos anos 2016/17 e 2017/18, sendo a população feminina significativamente maioritária. Continua a verificar-se uma parcela importante de estudantes até aos 27 anos (83,3%), não obstante os 16,7% com idade igual ou superior a 28 anos. Quanto à sua proveniência geográfica, todos os estudantes são oriundos da região norte, evidência que nos permite afirmar que existe uma efetiva procura regional do CE.

#### 1.1.2 Número de estudantes por ano curricular

Como se pode observar na tabela infra, no ano letivo 2017/18 não abriram vagas no primeiro ano, nem se perspetiva a sua reabertura no ano letivo 2018/19. É de destacar que, em 2017/18, houve uma percentagem significativa de alunos que decidiu renovar a matrícula no segundo ano (14 alunos). No entanto, no ano letivo 2018/19, é esperada uma redução considerável no número de alunos que

prolongarão a sua matrícula no segundo ano (apenas 6). A conclusão dos trabalhos finais do curso de mestrado e o abandono (por incompatibilidade com a atividade profissional e por dificuldades pessoais de auto-motivação), são as principais razões que justificam a diminuição expressiva identificada.

Ano Curricular	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19 (provisório)
1º	18	10	0	16	0	0
2º	0	11	17	7	14	6
TOTAL	18	21	17	23	14	6

### 1.1.3 Procura do ciclo de estudos

No ano letivo 2017/18 o Mestrado em Marketing não abriu vagas, nem é expectável a abertura de mais vagas, no ano letivo 2018/19 (a ESCE-IPVC, atendendo à necessidade de rentabilização de recursos, tem alternado a abertura do primeiro ano com o Mestrado em Logística). Desta forma, os dados correspondentes aos anos 2017/18 e 2018/19 estão em branco. Todavia, é de notar que, no ano letivo 2016/17 (última edição com vertente letiva), o Mestrado em Marketing abriu de novo 25 vagas para o primeiro ano, registando-se uma boa adesão por parte dos candidatos, tendo o CE obtido um acréscimo no nº de candidaturas (31), o que após as fases do processo de seriação, iniciou a sua atividade letiva com 16 alunos matriculados.

Curso	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19 (provisórios)
N.º vagas	25	25	-----	25	-----	-----
N.º Candidatos 1ªfase/1ªopção (CNA)	-----	-----	-----	-----	-----	-----
N.º Candidatos 1ªfase (CNA)	-----	-----	-----	-----	-----	-----
N.º Candidatos (Total CNA)	18	16	-----	31	-----	-----
N.º de Colocados 1ªfase/1.ª opção	-----	-----	-----	-----	-----	-----
N.º Colocados 1ªfase (CNA)	-----	-----	-----	-----	-----	-----
N.º de Colocados (Total CNA)	18	14	-----	25	-----	-----
N.º de colocados total (CNA+ outros regimes- 1ºano/1ªvez)	18	14	-----	25	-----	-----
N.º Matriculados CNA	-----	-----	-----	16	-----	-----

N.º Matriculados Concursos e Regimes Especiais	-----	-----	-----	-----	-----	-----
N.º Matriculados CNA + Concursos e Regimes Especiais	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Índice ocupação: nº matriculados <b>Total CNA/vagas</b>	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Índice ocupação: nº matriculados <b>Regimes Especiais (&gt;23 e CET/CTeSP)/vagas</b>	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Índice ocupação: nº matriculados <b>TOTAL(CNA + outros regimes 1ºano / 1ªvez)/vagas</b>	72,0	56,0	-----	64,0	-----	-----
Nota Mínima entrada 1ªfase CNA	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Nota Média entrada 1ªfase CNA	-----	-----	-----	-----	-----	-----

## 2. Ambientes de Ensino/Aprendizagem

### 2.1 Resultados de inquéritos de satisfação dos estudantes -processo ensino/aprendizagem

IASQE	Sem.	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18
% de Participação	1ºS	<i>sem dados</i>	50.00%	-----	30,77%	-----
	2ºS	26.67%	40.00%	-----	84,62%	-----

IASQE	Sem.	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18
Índice Médio Satisfação - <b>Curso</b>	1ºS	<i>sem dados</i>	72,3	-----	93,06	-----
	2ºS	66,0	95,8	-----	88,84	-----
Índice Médio Satisfação - <b>Docentes</b>	1ºS	<i>sem dados</i>	83,6	-----	96,53	-----
	2ºS	74,2	94,1	-----	93,32	-----
Índice Médio Satisfação - <b>UC</b>	1ºS	<i>sem dados</i>	85,3	-----	87,10	-----
	2ºS	80,7	92,9	-----	84,16	-----

O primeiro resultado a sublinhar radica no crescimento da percentagem de participação dos alunos nos inquéritos de satisfação do presente ciclo de estudos. No ano letivo de 2016/17 (última edição do curso com componente letiva), destaca-se uma participação de respetivamente de 30,8% e 84,6% (primeiro e segundo semestre). Mais é de considerar que, nesse período, os índices de satisfação apresentados são todos superiores a 84%, com subidas significativas face ao último ano registado

(14/15). Pese embora esta realidade, o facto de estarmos perante um ciclo de estudos que é ministrado alternadamente (vertente letiva), não permite uma comparação efetiva entre os diferentes anos letivos (nos segundos anos, pela estrutura do segundo ciclo, os alunos não se deslocam à UO para se manifestarem face aos inquéritos de satisfação). Pela análise dos últimos resultados válidos disponibilizados, e tendo por base as respostas "Concordo" e "Concordo completamente", é notória a satisfação dos estudantes relativamente ao curso, aos docentes e ao atendimento por estes propiciado.

### 3. Resultados

#### 3.1. Resultados Académicos

##### 3.1.1. Eficiência formativa

Marketing - Mestrado	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
N.º diplomados	0	0	4	4	--
N.º diplomados em N anos	--	--	1	--	--
N.º diplomados em N +1 anos	--	--	3	3	--
N.º diplomados N+2 anos	--	--	--	1	--
N.º diplomados em mais de N+2 anos	--	--	--	--	--

Houve 4 alunos que concluíram o mestrado no ano letivo de 2015/2016 e mais 4 alunos em 2016/2017. Não obstante a inexistência de diplomados em 2017/2018 sublinha-se que, no ano letivo de 2018/2019, já mais uma aluna prestou provas públicas com aprovação e mais três trabalhos finais foram entregues, estando a aguardar marcação das referidas provas. Face ao exposto considera-se um resultado positivo, tendo em conta que este CE só iniciou em 2013/2014.

##### 3.1.2 Sucesso Escolar

Não existem UC realizadas em 2017/2018 relativamente ao mestrado de Marketing.

##### 3.1.3 Abandono Escolar

Ano	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
1º ano	0	2	0	3	0
2º ano	6	2	7	3	13

Existe, a nível nacional, uma tendência de abandono no segundo ano dos cursos de segundo ciclo. Esta realidade é motivada por fatores de natureza diversa. Durante o primeiro ano, como existe atividade letiva de facto, muitas vezes com registo obrigatório de presenças, os alunos frequentam – na

sua maioria – as aulas e os diferentes momentos de avaliação. Alguns alunos, por opção, assumem que só querem concluir o primeiro ano. Como no segundo ano os discentes têm que proceder à elaboração do trabalho final de mestrado, de forma mais autónoma, ainda que com acompanhamento tutorial (orientadores e, por vezes, coorientadores), muitos acabam por não ter capacidade, tempo e/ou vontade para levar a cabo tal desiderato. Para fazer face a esta realidade, tanto o coordenador de curso, como os orientadores e coorientadores designados procedem a contactos periódicos com os alunos e orientandos, visando a sua motivação e implicação na conclusão dos trabalhos finais. Foi ainda criada uma bolsa de temas para trabalhos finais de mestrado, tendo os docentes do CE sido convidados a sugerirem temáticas de investigação que estariam dispostos a orientar. Essa informação foi disponibilizada aos alunos de forma personalizada. O aumento de não renovação de matrículas no ano letivo em análise (correspondente ao segundo ano letivo do mestrado) retrata o somatório dos diferentes anos em que o CE é ministrado.

### 3.1.4 Empregabilidade

O IPVC promove a auscultação dos seus antigos estudantes através de um inquérito online. Contudo, não tem sido possível obter percentagem de participação significativa que permita uma análise consistente. A empregabilidade dos diplomados dos diferentes Ciclos de Estudo ministrados na Escola Superior de Ciências Empresariais é avaliada considerando os dados do Instituto de Emprego e Formação Profissional (descritos em <http://infocursos.mec.pt/>), bem como no Relatório DGEEC-MEC. No contexto específico do presente Ciclo de Estudos, face ao número reduzido de diplomados resultantes dos 5 anos letivos de funcionamento do curso (apenas 3 com 1º ano letivo), não será possível apresentar dados relacionáveis com a formação em causa. No entanto é do conhecimento da coordenação do CE que os 8 diplomados se encontram empregados em áreas diretamente relacionadas com a formação adquirida. Esta informação resulta da auscultação informal e direta aos referidos Mestres em Marketing.

## 3.2 Internacionalização

### Nível de Internacionalização no Ciclo de Estudos

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
N.º e Percentagem de alunos estrangeiros ( <i>não inclui alunos Erasmus In</i> )	0	0	0	0	0
N.º e Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (in)	0	0	0	0	0
N.º Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (out) (Erasmus e outros programas)	0	0	0	0	0
N.º e Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in)	5	10	3		2

Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) (Erasmus e outros programas)	2	2	3		8
Número de pessoal não docente em programas internacionais (Erasmus staff e outros programas)	0	0	1		0

Pelo fato de ser um CE com apenas um ano com unidades curriculares (uma vez que o segundo ano é reservado à dissertação) o projeto de mobilidade não tem suscitado interesse por parte dos alunos. A sua mobilização terá que ser promovida no âmbito da realização de dissertações em forma de relatório de estágio em empresas, para se conseguir motivar os alunos para essa mais-valia no seu currículo.

Não obstante a realidade exposta continua a assumir-se, como intenção de melhoria, o reforço de metodologias de promoção do nível de internacionalização do ciclo de estudos

## 4. CONCLUSÃO

O curso de Mestrado em Marketing da Escola Superior de Ciências Empresarias continua a apresentar um ciclo de vida ainda curto, que se traduz no facto existirem poucos diplomados (nove trabalhos finais aprovados em provas públicas, 3 trabalhos finais entregues a aguardar marcação de provas públicas e cerca de nove em curso, em dezembro de 2018).

De uma forma geral temos assistido a um aumento significativo do número de alunos interessados em frequentar o ciclo de estudos. Acontece que, face à intermitência da sua lecionação, face à localização da escola (Valença), bem como à oferta de formação executiva menos “exigente” (pós-graduações diversas) e ainda à existência de ofertas formativas equivalentes em IES com mais notoriedade (Porto e Braga), o Mestrado em Marketing da ESCE sente algumas dificuldades em se posicionar como uma primeira opção natural dos alunos.

Não obstante, acredita-se que o presente ciclo de estudos se tem vindo a firmar como uma excelente opção para quem pretende desenvolver a sua atividade profissional na área do Marketing, nomeadamente na sua zona de influência primária (Alto Minho), nomeadamente após a implementação do processo de revisão curricular levado a cabo que se confirmou conferente de atratividade adicional, quer em termos de cientificidade, quer na sua adequação efetiva ao mercado de trabalho.

Como o primeiro ano do CE não foi ministrado em 2017-18, nem atualmente, em 2018-19, reconhece-se que existem aspetos formais e operacionais a otimizar, nomeadamente: articulação de UC quando partilhadas por mais do que um docente; distribuição de carga letiva menos concentrada por UC (evitar muitas aulas seguidas da mesma UC); promover a publicação, por parte dos discentes, durante o processo de estruturação dos trabalhos finais do mestrado.

Destacam-se igualmente os resultados académicos positivos obtidos pelos discentes, bem como a percentagem significativa que está a desenvolver trabalhos finais de mestrado. No âmbito dos mesmos, também se sublinha a diversidade de formatos, com alunos a realizarem estágios nacionais e internacionais, inúmeros projetos aplicados a instituições e empresas e ainda dissertações de natureza mais convencional.

O número de seminários e profissionais convidados a partilharem experiências e conhecimentos no âmbito das UC aumentou exponencialmente, conferindo igualmente atratividade e otimização dos conteúdos expostos.

Não obstante a intermitência referenciada na lecionação do CE, e no que concerne ao plano de melhorias alusivo ao CE, reporta-se que a grande maioria das mesmas foi implementada ou está em fase de implementação.

Sendo o presente ano letivo um ano de preparação da próxima edição do mestrado em marketing (2019-2020) – em que será ministrado o primeiro ano pela segunda vez desde a revisão curricular – almeja-se uma divulgação consistente dos objetivos do curso (formação profissionalizante e especializada em marketing), através de ações junto das diferentes UO do IPVC, bem como recorrendo a sistemas de informação e ações de comunicação adequados. É ainda prioridade, o apoio motivacional e técnico aos alunos em fase de conclusão do ciclo, visando um aumento efetivo do número de diplomados.