

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Estrutura Curricular

ÁREA CIENTÍFICA	ECTS	
	OBRIGATÓRIOS	OPCIONAIS
Ciências Sociais	5	
Competências Pessoais	4	
Contabilidade	5	
Direito	4	
Finanças	4	
Gestão Industrial	12	4
Línguas Estrangeiras	8	
Marketing	69	21
Matemática	11	
Organização e Gestão de Empresas	15	
Tecnologias de Informação	18	
Opção Livre		4
Subtotal	155	25
Total	180	

Plano de Estudos

UNIDADES CURRICULARES	ANO, SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		ECTS	OBSERVAÇÕES
				TOTAL	CONTACTO		
Desenvolvimento de Competências Pessoais	1ºano - 1º Semestre	Competências Pessoais	Semestral	106	TP: 39	4	
Economia e Sociedade	1ºano - 1º Semestre	Ciências Sociais	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5	
Inglês de Negócios I	1ºano - 1º Semestre	Línguas Estrangeiras	Semestral	106	TP: 39	4	
Introdução à Empresa	1ºano - 1º Semestre	Organização e Gestão de Empresas	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5	
Introdução ao Marketing	1ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	T: 19,5, TP: 39	6	
Matemática Aplicada ao	1ºano - 1º Semestre	Matemática	Semestral	159	T: 19,5, TP: 39	6	

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Marketing	Semestre	Marketing	Semestral	159	T: 19,5, TP: 39	6
Comportamento do Consumidor	1ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	159	T: 19,5, TP: 39	6
Direito Aplicado ao Marketing	1ºano - 2º Semestre	Direito	Semestral	106	TP: 39	4
Estatística Aplicada ao Marketing	1ºano - 2º Semestre	Matemática	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5
Informática Aplicada ao Marketing	1ºano - 2º Semestre	Tecnologias de Informação	Semestral	159	PL: 58,5	6
Inglês de Negócios II	1ºano - 2º Semestre	Línguas Estrangeiras	Semestral	106	TP: 39	4
Noções Básicas de Contabilidade	1ºano - 2º Semestre	Contabilidade	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5
Advances in Marketing	2ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 39	4
Comunicação	2ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5
Criatividade e Inovação	2ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 19,5, PL: 19,5	4
Desenho e Modelação	2ºano - 1º Semestre	Gestão Industrial	Semestral	159	TP: 19,5, PL: 39	6
Marketing de Serviços	2ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5
Produção Multimédia I	2ºano - 1º Semestre	Tecnologias de Informação	Semestral	159	PL: 58,8	6
Branding	2ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 19,5, PL: 19,5	4
Distribuição e Merchandising	2ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5
Logística e Operações	2ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 19,5, PL: 19,5	4
Produção e Materiais	2ºano - 2º Semestre	Gestão Industrial	Semestral	159	TP: 19,5, PL: 39	6
Produção Multimédia II	2ºano - 2º Semestre	Tecnologias de Informação	Semestral	159	PL: 58,5	6
Publicidade	2ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5
Estudos de Mercado	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5
Força de Vendas e	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	T: 19,5, TP: 19,5, PL:	6

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: Marketing

Docente responsável: Suzanne Fonseca Amaro

Regime: Diurno

Grau: Licenciado

Departamento: Departamento de Gestão

Unidade Orgânica: Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

Negociação Comercial	Semestre	Marketing	Semestral	106	19,5	4	
Marketing Sensorial	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 19,5, PL: 19,5	4	
Negócios Internacionais	3ºano - 1º Semestre	Organização e Gestão de Empresas	Semestral	132,5	TP: 19,5, PL: 39	5	
Opção I	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	-		4	
Marketing de Eventos	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 39	4	UC Optativa
Marketing Sectorial	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 39	4	UC Optativa
Web Marketing	3ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	TP: 19,5, PL: 39	6	
Decisões de Investimento e Financiamento	3ºano - 2º Semestre	Finanças	Semestral	106	TP: 39	4	
Opção II	3ºano - 2º Semestre	Gestão Industrial, Marketing	Semestral	-		4	
Planeamento e Simulação	3ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	106	TP: 19,5, PL: 19,5	4	UC Optativa
Qualidade e Certificação	3ºano - 2º Semestre	Gestão Industrial	Semestral	106	TP: 39	4	UC Optativa
Opção III	3ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	-		13	
Estágio	3ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	344,5	OT: 19,5	13	UC Optativa
Projeto e Empreendedorismo	3ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	344,5	TP: 19,5, OT: 19,5	13	UC Optativa
Opção Livre I	3ºano - 2º Semestre	Opção Livre	Semestral	106	TP: 39	4	
Recursos Humanos	3ºano - 2º Semestre	Organização e Gestão de	Semestral	132,5	T: 19,5, TP: 39	5	



Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Ligações externas no apoio à docência

Foram consideradas nas ligações externas de apoio à docência essencialmente as visitas de estudo efetuadas e oradores convidados.

Oradores convidados:

- Eng. Luís Paiva (exadministrador do grupo Visabeira) para falar sobre o tema "Internacionalização" no dia 13 de novembro;
- Pedro Lopes, criador da "InfiniteBook", sessão de Negócios Internacionais no dia 20 de novembro;
- Eng. Vasco Coutinho, sessão de Negócios Internacionais sobre o tema "Logística Internacional" no dia 6 de dezembro.
- Dr. Pedro Cappelle, licenciado em Marketing pela ESTGV, sessão sobre a importância da matemática e estatística na atividade profissional, no dia 7 de maio.

Visitas de Estudo/Conferências:

- Festival Art & Tour no âmbito da unidade curricular de Marketing de Eventos (alunos do 3.º ano) no dia 24 de outubro, em Leiria
- Conferências de Marketina Atualiza-te, em Aveiro, dias 10 e 11 de abril de 2019
- Marketing Marathon, organizada pela Associação Portuguesa de Profissionais de Marketing, realizada no dia 23 de maio no auditório da ESTGV
- Visita à empresa Movecho em Nelas e ao Campus Tecnológico BLC 3 em Oliveira do Hospital, no dia 28 de Maio

Apoio a eventos:

- Alunos voluntários de Marketing na palestra "Alunos Erasmus em Portugal" realizada em dezembro
- Alunos voluntários de Marketing nos "Vinhos de Inverno" em dezembro

Locais de estágio e/ou de formação em serviço

No ano letivo 2018/2019, 23 alunos da Licenciatura em Marketing optaram por estágio em alternativa a Projeto e Empreendedorismo, dos quais 3 foram fora do distrito de Viseu. As entidades onde os alunos realizaram os estágios foram as seguintes:

Associação de Futebol de Viseu

Auchan

Best Center

Câmara Municipal e Águeda

Casa de Saúde São Mateus

Clube Desportivo de Tondela

Dietmed

Do it Better

Feito num 8 (2)

Flexobag

ICN Agency

Loba CX

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Media Center (3 alunos)

Módulo Geométrico

Studiobox

United Events

Visabeira

Viseu Marca

Voluptio

WLC

Trabalhos de investigação envolvendo os estudantes

Amaro, S., Morgado Ferreira, B., & Henriques, C. (2019). Towards a deeper understanding of the purchase of souvenirs. *Tourism and Hospitality Research*. doi: 10.1177/1467358419848139.

Ferreira, B. (2018). Co-orientador do projeto "SEED2EZ - um pedaço de natureza em sua casa" de dois alunos finalistas da Licenciatura em Marketing da ESTGV, classificado nos 15 semifinalistas do Concurso Universitário & Politécnico CAP (Confederação dos Agricultores de Portugal) com o tema "Cultiva o teu futuro".

Corpo docente

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU E DATA	ÁREA CIENTÍFICA ESPECIALISTA E DATA	REGIME	CARGA LETIVA NO CURSO
Ana Paula Leocádio Daniel Campos Nunes	Assistente Convidado	Licenciado	Psicologia do Trabalho e das Organizações em 1992		58.9%	84.5
Augusto Manuel Pais Antunes	Professor Convidado	Doutor	Gestão em 2013		58.35%	78
Bruno Emanuel Morgado Ferreira	Professor Convidado	Doutor	Ciências de Gestão (Marketing) em 2015		Integral	175.5
Carla Manuela Ribeiro Henriques	Prof. Adjunto	Doutor	Matemática Aplicada - Área Probabilidades e Estatística em 2006		Integral	117
Carla Maria Alves da Silva Fernandes	Prof. Adjunto	Doutor	Turismo em 2011		Integral	78
	Assistente					

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Catarina Gameira Minhoto	Assistente Convidado	Mestre	Direito em 2010		59.5%	83.2
Clarinda Serdeira da Costa Almeida	Assistente	Mestre	Gestão em 2004		Integral	143
Cristina Maria de Jesus Baroco Novais	Prof. Adjunto	Doutor	Turismo em 2014		Integral	39
Daniel Augusto Estácio Marques Mendes Gaspar	Prof. Adjunto	Doutor	Engenharia e técnicas afins -> Engenharia Mecânica em 2019		Integral	130
Daniel Ferreira de Azevedo	Professor Convidado	Doutor	Infomática em 2015		Integral	13
Fátima Susana Mota Roboredo Amante	Professor Convidado	Doutor	Línguas e literaturas estrangeiras -> Filologia Inglesa em 2012		71.4%	132.75
Joaquim Gonçalves Antunes	Prof. Coordenador	Doutor	Gestão em 2004		Integral	19.5
Jorge Paulo Jesus Santos	Prof. Adjunto	Mestre	Matemática em 1998		Integral	186
José Alberto da Costa Ferreira	Prof. Adjunto	Mestre	Ciências Empresariais - Finanças em 1996		Integral	195
José Augusto Rosa Bastos	Prof. Adjunto	Licenciado	Gestão em 1999	Marketing e Publicidade em 2015-09-30	Integral	107.25
José Luís Mendes Loureiro Abrantes	Prof. Coordenador	Doutor	Ciências Económicas e Empresariais em 2001		Integral	123
Lúcia Paiva Martins Sousa	Prof. Adjunto	Doutor	Matemática Aplicada em 2015		Integral	26
Manuel António Lourenço dos Reis	Equiparado a Assistente de 2º triénio	Mestre	Estatística em 2005		Integral	29.25
Marco André Veira Andrade Bernardo	Professor Convidado	Doutor	Ciências informáticas -> Multimédia em 2017		Integral	45.5
Margarida Alexandra Lopes Vicente	Prof. Adjunto	Doutor	Gestão em 2014		Integral	175.5
Maria de Lurdes Correia Martins	Prof. Adjunto	Doutor	Linguística em		Integral	91

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Nome do Docente	Função	Grau	Ano de Início	Tempo Integral	ETI
Maria Isabel Dias Rodrigues	Assistente	Licenciado	2012	Integral	58.5
Maria Odete Monteiro Lopes	Prof. Adjunto	Doutor	Engenharia e Gestão Industrial em 2016	Integral	0
Nuno Filipe Esteves Vdeira	Assistente Convidado	Licenciado	Artes Plásticas e Multimédia em 2011	59.5%	143
Nuno Rafael Oliveira Bastos	Prof. Adjunto	Doutor	Matemática em 2012	Integral	48
Rui Filipe Cardoso Carreto	Professor Convidado	Doutor	Design -> Design em 2013	Integral	26
Suzanne Fonseca Amaro	Prof. Adjunto	Doutor	Marketing em 2014	Integral	156

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
TOTAL	28	31	27
ETI	25.56	27.83	25.08

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	ETI	%*	ETI	%*	ETI	%*
EM TEMPO INTEGRAL	22	86.09	25	89.82	22	87.73
COM GRAU DE DOUTOR	14	54.78	16.87	60.61	17.3	68.98
ESPECIALISTAS NÃO DOUTORADOS, DE RECONHECIDA EXPERIÊNCIA E COMPETÊNCIA PROFISSIONAL	1	3.91	1	3.59	1	3.99
TEMPO INTEGRAL COM UMA LIGAÇÃO À INSTITUIÇÃO POR UM PERÍODO SUPERIOR A TRÊS ANOS	21	82.17	23	82.63	19	75.77
INSCRITOS EM PROGRAMAS DE DOUTORAMENTO HÁ MAIS DE UMA ANO		0		0	2	7.98

* Em relação ao total de ETI

ÍNDICE DE ENVELHECIMENTO

	2016/2017			2017/2018			2018/2019		
	NÚMERO	%*	IE*	NÚMERO	%*	IE*	NÚMERO	%*	IE*
< 30 ANOS	0	0		0	0		0	0	

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Idade	Nº	%	Índice	Nº	%	Nº	%
>=30 E < 40 ANOS	3	10.71	2.33	3	9.68	3	11.11
>=40 E < 50 ANOS	18	64.29		19	61.29	17	62.96
>=50 E < 60 ANOS	6	21.43		7	22.58	6	22.22
>= 60 ANOS	1	3.57		2	6.45	1	3.7

* Índice de envelhecimento = número de docentes com idade >= 50/número de docentes com idade < 40

Caracterização dos estudantes

GÉNERO

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
FEMNINO	82	50.62	84	52.17	88	54.66
MASCULINOS	80	49.38	77	47.83	73	45.34

IDADE

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
< 20 ANOS	48	29.63	44	27.33	41	25.47
>= 20 E < 24 ANOS	88	54.32	84	52.17	92	57.14
>= 24 E < 28 ANOS	20	12.35	26	16.15	22	13.66
>= 28 ANOS	6	3.7	7	4.35	6	3.73

INSCRITOS

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
1º ANO CURRICULAR	62	38.27	72	44.72	70	43.48
2º ANO CURRICULAR	43	26.54	42	26.09	38	23.6
3º ANO CURRICULAR	57	35.19	47	29.19	53	32.92

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
TOTAL	162	161	161

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
VAGAS	58	59	60
CANDIDATOS EM 1ª OPÇÃO	45	39	41
COLOCADOS CNA	51	55	55

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

COLOCADOS EM 1ª OPÇÃO	43	39	47
COLOCADOS MUDANÇA	9	7	8
INSTITUIÇÃO/CURSO			
COLOCADOS TITULARES DE CURSO	0	0	0
COLOCADOS TITULARES DE CET	1	1	0
COLOCADOS TITULARES DE CTESP	0	0	4
COLOCADOS ESTUDANTES INTERNACIONAIS	2	2	5
COLOCADOS REINGRESSO	1	5	1
INSCRITOS NO 1º ANO PELA 1ª VEZ	50	51	51
NOTA MÍNIMA DE ENTRADA (CNA)	113	117.2	119.1
NOTA MÉDIA DE ENTRADA (CNA)	127.6	129.4	129.8

Informação adicional sobre a caracterização dos estudantes (discriminação de informação por ramos)

Não aplicável.

Sucesso Académico

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
DIPLOMADOS	38		27		35	
DIPLOMADOS EM N ANOS	27		19		25	
DIPLOMADOS EM N+1 ANOS	6		2		4	
DIPLOMADOS EM N+2 ANOS	3		3		3	
DIPLOMADOS EM MAIS DE N+2 ANOS	2		3		3	

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	%*	%**	%*	%**	%*	%**
TAXA MÉDIA DE APROVAÇÃO ÀS UNIDADES CURRICULARES	70.11	70.92	65.99	66.4	77.54	80.9

* Em relação ao número de inscritos; ** Em relação ao número de avaliados

	2016/2017			2017/2018			2018/2019		
	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO
RAZÃO ENTRE ESTUDANTE									

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

AVALIADOS E ESTUDANTES	1819	21	86.62	1899	12	158.25	1843	80	23.04
NÃO AVALIADOS									

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
UNIDADES CURRICULARES COM MENOR TAXA DE APROVAÇÃO*	Informática Aplicada ao Marketing com 46.48 (Nº alunos aprovados: 33; Nº alunos avaliados: 71)	Matemática Aplicada ao Marketing com 39.13 (Nº alunos aprovados: 18; Nº alunos avaliados: 46)	Matemática Aplicada ao Marketing com 56.25 (Nº alunos aprovados: 36; Nº alunos avaliados: 64)

* Percentagem do número de aprovados em relação ao número de avaliados (Não contabiliza UCs sem alunos avaliados e UCs de Estágio)

Estratégias adotadas para combate ao insucesso

As unidades curriculares a que os alunos têm menos sucesso são todas, sem exceção, do 1.º ano. Julga-se que este insucesso poderá estar relacionado com a deficiente preparação dos alunos, ao nível do ensino secundário, na área de matemática e, também, às dificuldades naturais de adaptação a um ensino com características substancialmente diferentes. Nesse sentido, as estratégias utilizadas para o combate ao insucesso têm sido as seguintes:

- Os alunos são incentivados a frequentar as unidades letivas de base - Matemática.
- A avaliação incentiva os alunos à assiduidade e participação nas aulas.
- Na UC de Estatística aplicada ao Marketing, foram realizadas 2 sessões para mostrar aos alunos a importância dos temas estudados para o sucesso no próprio curso e no futuro profissional. Uma das sessões contou com alunos do 3.º ano da Licenciatura e a outra sessão contou com um ex-aluno que falou da importância da estatística na atividade profissional.

Empregabilidade

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
% RECEM DIPLOMADOS DO CURSO REGISTADOS NO IEFP COM DESEMPREGADOS*	12.8	11.5	10.3

* Dados IEFP

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
DIPLOMADOS A EXERCER ATIVIDADE PROFISSIONAL*					1	50
DIPLOMADOS A EXERCER ATIVIDADE PROFISSIONALEM SETOR DE ATIVIDADE RELACIONADO COM O CILO DE ESTUDOS*					1	100

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

* Dados questionário IPV

		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS DIPLOMADOS	NÚMERO DE RESPOSTAS					2	7.41
	DIPLOMADOS A QUEM FOI SOLICITADA RESPOSTA					27	

Estratégias adotadas para melhoria das condições de empregabilidade do curso

A percentagem de graduados deste ciclo de estudos que estão registados no IEPF como desempregados atingiu o valor de 10,3%, ligeiramente superior à média nacional. São valores admissíveis dada a região onde o ciclo de estudos está inserido e tendo em conta a percentagem registada em outros ciclos de estudos, também no interior do país, com taxas de desemprego superiores. É importante também referir que grande parte dos alunos são da região e não procurarem emprego noutras cidades, o que não favorece a taxa de desemprego. Têm sido desenvolvidos um conjunto de ações de modo a reduzir esta percentagem, como por exemplo a dinamização do Serviço de Inserção na Vida Ativa; o aumento de parcerias com as empresas da região; a dinamização dos estágios curriculares. Foi criada uma base de dados dos ex-alunos com o perfil dos alunos finalistas e das suas competências para promover os recém-licenciados do Departamento de Gestão da ESTGV junto das entidades que procuram recrutar novos colaboradores.

Abandono Escolar*

	2016/2017						2017/2018						2018/2019					
	INSCRITOS		ABANDONOS		%		INSCRITOS		ABANDONOS		%		INSCRITOS		ABANDONOS		%	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
TOTAL	80	82	8	9	10	10.98	77	84	14	15	18.18	17.86	73	88	16	10	21.92	11.36
1º ANO	26	36	5	6	19.23	16.67	29	43	9	13	31.03	30.23	27	43	5	9	18.52	20.93
2º ANO	23	20	0	2	0	10	23	19	2	0	8.7	0	16	22	2	1	12.5	4.55
3º ANO	31	31	3	1	9.68	3.23	25	25	3	2	12	8	30	30	9	0	30	0

* Abandono Escolar = $\frac{((NNI - ND) / NI) * 100}{100}$

NI - Nº de estudantes inscritos em determinado ano letivo

NNI - Nº de estudantes inscritos em determinado ano letivo, não inscritos no ano seguinte

ND - Nº de diplomados

Estratégias adotadas para combate ao abandono

Um estudo realizado em 2018 pela Direção Geral de Estatísticas da Educação e da Ciência, verificou que a taxa de abandono de uma licenciatura é de 29%. Tendo esta percentagem como uma referência, verifica-se que a Licenciatura de Marketing na ESTGV tem uma

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

percentagem muito inferior, de 17% no total (23% para o género masculino e de 12,5% para o género feminino).

As estratégias de combate ao abandono são, na realidade, as estratégias utilizadas nas práticas pedagógicas para motivar os alunos e obter bons resultados em termos de avaliação. No caso da Licenciatura em Marketing, o ensino por projeto tem motivado os alunos, tendo-se verificado, desde a sua implementação, uma redução do número de anos médios de conclusão.

Quando os alunos abandonam o curso, alguns são contactados pela Direção da Licenciatura com o objetivo de perceber os motivos do abandono.

Internacionalização

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
ESTUDANTES ESTRANGEIROS MATRICULADOS	1	0.62	2	1.24	3	1.86
ESTUDANTES EM PROGRAMAS INTERNACIONAIS DE MOBILIDADE (RECEBIDOS)	15	9.26	29	18.01	16	9.94
ESTUDANTES EM PROGRAMAS INTERNACIONAIS DE MOBILIDADE (ENMADOS)	4	2.47	4	2.48	2	1.24
DOCENTES ESTRANGEIROS, INCLUINDO EM MOBILIDADE (RECEBIDOS)	0	0	3	1.86	0	0
DOCENTES (ENMADOS)	1	0.62	4	2.48	3	1.86

Satisfação

COM AS UNIDADES CURRICULARES

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
NATUREZA DA UNIDADE CURRICULAR*			4.01
IMPLEMENTAÇÃO**			4.22
AUTOAVALIAÇÃO***			4.21

*Média itens 1.01 a 1.05; **média itens 2.01 a 2.08; ***média itens 3.01 a 3.03

COM O TRABALHO FINAL DE CURSO/ESTÁGIO

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
NATUREZA DO ESTÁGIO*		0	0

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

ASPETOS CIENTÍFICO-PEDAGÓGICOS E ORGANIZACIONAIS**	0	0
AVALIAÇÃO E PROMOÇÃO DO SUCESSO***	0	0
AUTOAVALIAÇÃO DO ESTUDANTE RELATIVAMENTE AO ESTÁGIO/PROJETO****	0	0
RELAÇÕES INTERPESSOAIS*****	0	0

*Média itens 1.01 a 1.03; **média itens 2.01 a 2.05; ***média itens 3.01 a 3.02; ****média itens 4.01 a 4.02; *****média itens 5.01 a 5.02

COM O CURSO

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
CURSO - PERCEÇÃO GLOBAL*			2.36
AMBIENTE**			3.22

*Média itens 1.01 a 1.05; **média itens 2.01 a 2.03;

		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS	275		138		81	
	ESTUDANTES INSCRITOS	3497	7.86	1738	7.94	1736	4.67
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O ESTÁGIO, DISSERTAÇÃO OU PROJETO	NÚMERO DE RESPOSTAS	4		0		0	
	ESTUDANTES INSCRITOS	84	4.76	1	0	39	0
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO E A COM A ESCOLA	NÚMERO DE RESPOSTAS	8		4		3	
	ESTUDANTES INSCRITOS	314	2.55	161	2.48	156	1.92

Apreciação global dos resultados da satisfação

Infelizmente a taxa de respostas é muito baixa (4,67%) para se fazer uma apreciação global dos resultados de satisfação. No caso da satisfação com o estágio/projeto, não houve mesmo nenhuma resposta neste ano letivo. Apesar da baixa taxa de respostas, é de destacar a satisfação com as unidades curriculares, com médias entre o 4 e o 5 (valor máximo).

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Relatórios de Unidade Curricular

		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE CUMPRIMENTO DO PRAZO PARA ELABORAÇÃO DOS RELATÓRIOS DE UNIDADE CURRICULAR	RELATÓRIOS ELABORADOS DENTRO DO PRAZO	35	97.22	37	100	35	94.59
	NÚMERO DE UNIDADES CURRICULARES	36		37		37	
TAXA DE CUMPRIMENTO DO PRAZO PARA VALIDAÇÃO DOS RELATÓRIOS DE UNIDADE CURRICULAR	RELATÓRIOS VALIDADOS DENTRO DO PRAZO		0		0	36	100
	RELATÓRIOS ELABORADOS					36	

Análise crítica do funcionamento do curso

Neste ano letivo a nota de entrada, na 1.ª fase, foi de 11,91, ligeiramente superior à do ano anterior, tendo sido preenchidas as 42 vagas disponíveis. Estiveram inscritos 156 alunos no total, 64 estudantes no 1.º ano, 38 no 2.º ano e 54 no 3.º ano. No ano letivo em análise foram diplomados 35 estudantes que demoraram, em média, 3,5 anos a concluir a Licenciatura. 25 dos estudantes terminaram a Licenciatura nos 3 anos, ou seja, 71% demorou os 3 anos previstos. A este propósito, é de salientar que segundo um estudo realizado em 2018 pela Direção Geral de Estatísticas da Educação e da Ciência, apenas 46% dos alunos termina uma licenciatura nos três anos que esta teoricamente dura, pelo que esta percentagem está muito acima da média dos cursos a nível nacional.

O curso continua a ser bastante prático, com metodologias de ensino no âmbito do Projeto Mark'it no 2.º ano a privilegiarem a promoção da autonomia do estudante no processo de aprender e pensar. Como o tema Saúde e Bem Estar, o projeto Mark'it este ano envolveu também alunos das Licenciaturas em Gestão Industrial e de Enfermagem. Os alunos do projeto Mark'it desenvolveram diversas parcerias com empresas para desenvolverem os protótipos dos seus produtos. A apresentação dos projetos em maio de 2019 contou com a participação de cerca de 400 pessoas na aula Magna. Este evento foi organizado por alguns alunos do 3.º ano da Licenciatura.

De destacar que o Projeto Mark'it da Licenciatura em Marketing foi apresentado em 2 conferências:

Bastos, J., Amaro, S. & Gaspar, D. (2018). Project Based Learning in Action. Paper Apresentado no 1st International Conference on Active Learning and Education - ICALE 2018, Viseu, 26 a 27 de setembro.

Amaro, S., Bastos, J., & Gaspar, D. (2018). Mark'it: Um ensino por projeto multidisciplinar no Instituto Politécnico de Viseu, apresentado no CNaPPES2018 - Congresso Nacional de Práticas Pedagógicas no Ensino Superior, 12 e 13 de julho, Braga.

Um aspecto a destacar também foi que o grupo vencedor do Poliempreende Regional neste ano letivo era constituído por um grupo de alunos da Licenciatura em Marketing. O 2.º lugar tinha também uma aluna da Licenciatura em Marketing.

A nível dos estágios, continuou a verificar-se um número elevado de alunos a preferir esta opção em alternativa a Projeto e

Empreendedorismo. Verificou-se um excelente feedback, por parte das empresas, em relação aos alunos que receberam como estagiários na parte curricular da Licenciatura.

Em relação a alguns dos Projetos realizados, de destacar que 3 foram para empresas existentes - o PC Diga, Giro Hc (associação de

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

peças com diabetes) e o Baga.

Foram realizadas algumas visitas de estudo neste ano letivo, como por exemplo, as Conferências de Marketing Atualiza-te, o Festival Art & Tour e a visita à empresa Movecho.

Em conclusão e em termos globais, o funcionamento do curso decorreu de forma muito positiva.

Melhorias identificadas em anos anteriores - Monitorização

Descrição das ações de melhoria definidas no ano letivo anterior

As ações de melhoria resultam não só das sugestões apresentadas pelos docentes, mas também da reflexão do diretor de curso em relação a alguns problemas detetados.

A nível das unidades curriculares, as ações de melhoria propostas são as seguintes:

- 1) Unidade Curricular de Comunicação - Apostar mais na componente de comunicação pessoal, visto que os alunos ainda mostram bastantes dificuldades nessa componente.
- 2) Unidade Curricular de Comportamento do Consumidor - Implementar medidas para aumentar a assiduidade às aulas, nomeadamente a obrigatoriedade de presenças para participação na avaliação contínua.
- 3) Unidade Curricular de Estatística Aplicada ao Marketing - Com o objetivo de aumentar a motivação para o estudo das técnicas estatísticas e suas aplicações e, conseqüentemente, aumentar a percentagem de alunos que frequentam as aulas e que se submetem às avaliações, pretende-se levar a cabo algumas sessões onde o foco seja a aplicação real da Estatística e da Análise de Dados na realidade empresarial e em particular no Marketing e pelos profissionais do Marketing. Estas sessões poderão ter lugar ou não nos horários das aulas e poderão contar com: palestrantes convidados, intervenções preparadas previamente pelos alunos e/ou por docentes.
- 4) Unidade Curricular de Desenvolvimento de Competências Pessoais - Desenvolver a componente oral através da diversificação do tipo de tarefas praticadas em sala de aula. Efetuar tutorias em sala de aula.
- 5) Unidade Curricular de Matemática Aplicada ao Marketing - Implementação de estratégias de motivação dos alunos, reforçando a sensibilização para a importância da U.C. no curso e no futuro profissional.
Sensibilização dos alunos para a frequência da unidade extra-curricular, Matemática de Apoio, no sentido de colmatarem as insuficiências de conhecimentos básicos necessários para um melhor acompanhamento da U.C.
- 6) Unidade Curricular de Inglês de Negócios II - Desenvolver a componente oral através da diversificação do tipo de tarefas praticadas em sala de aula. Efetuar tutorias em sala de aula.
- 7) Unidade Curricular de Advances in Marketing - Discutir e apresentar também artigos de revistas e consultoras na área do Marketing, ou seja, não serem apenas livros.
- 8) Unidade Curricular de Decisões de Investimento e Financiamento - Concretizar estratégias para aumentar a assiduidade média às aulas (este ano: cerca de 62%).

A nível de ações de melhoria para a Licenciatura no geral:

- 9) Perceber quais as diferentes razões do absentismo, para agir em conformidade. Por exemplo, poderia ser realizado um inquérito a esses alunos.
- 10) Melhoria da rede Internet wireless e de computadores nas salas de aula.
- 11) Procurar estabelecer mais parcerias com instituições para a realização de Erasmus, nomeadamente com Espanha, dada a proximidade geográfica.
- 12) Incentivar a participação em programas de mobilidade (por exemplo, com sessões com ex-alunos da Licenciatura em Marketing que participaram em Erasmus, como é que o Erasmus os ajudou, etc). Procurar também diversificar as geografias do destino (alunos escolhem

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

maioritariamente Polónia).

Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação

- 1) Média - a partir do próximo ano letivo
- 2) Média - a partir do próximo ano letivo
- 3) Média - a partir do próximo ano letivo
- 4) Média - a partir do próximo ano letivo
- 5) Alta - a partir do próximo ano letivo
- 6) Média - a partir do próximo ano letivo
- 7) Alta - a partir do próximo ano letivo
- 8) Média - a partir do próximo ano letivo
- 9) Prioridade: Alta
- 10) Prioridade: Média
- 11) Prioridade: Alta
- 12) Prioridade: Alta

Prioridade (Alta, Média, Baixa) dada à implementação das ações do ano letivo anterior

- 1) Alta, porque foi implementada
- 2) Alta, porque foi implementada
- 3) Alta, porque foi implementada
- 4) Alta, porque foi implementada
- 5) Alta, porque foi implementada
- 6) Alta, porque foi implementada
- 7) Alta, porque foi implementada
- 8) Baixa, não foi implementada
- 9) Alta, foi implementada.
- 10) Baixa, porque ainda não foi implementada
- 11) Alta, porque foi implementada
- 12) Alta, porque foi implementada

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

Tempo previsto para a implementação das ações do ano letivo anterior

- 1) A partir do próximo ano letivo
- 2) A partir do próximo ano letivo
- 3) A partir do próximo ano letivo
- 4) A partir do próximo ano letivo
- 5) A partir do próximo ano letivo
- 6) A partir do próximo ano letivo
- 7) A partir do próximo ano letivo
- 8) Não foi implementada
- 9) Até fevereiro de 2019
- 10) Até setembro de 2019
- 11) Até junho de 2019
- 12) Até dezembro 2019

Tempo usado na implementação das ações do ano letivo anterior

- 1) Um semestre
- 2) Um semestre
- 3) Um semestre
- 4) Um semestre
- 5) Um semestre
- 6) Um semestre
- 7) Um semestre
- 8) Não foi implementada
- 9) Foi implementada em janeiro de 2019
- 10) Não foi implementada
- 11) Até junho de 2019
- 12) Até dezembro 2019

Descrição dos Indicadores de implementação das ações do ano letivo anterior

- 1) Unidade Curricular de Comunicação - Através da observação e avaliação das apresentações dos alunos ao nível da comunicação.

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

2) Unidade Curricular de Comportamento do Consumidor - frequência média dos alunos às aulas (comparando-a com a de anos letivos anteriores)

3) Unidade Curricular de Estatística Aplicada ao Marketing - Indicadores:

- frequência média dos alunos às aulas (comparando-a com a de anos letivos anteriores)

- percentagem de alunos que se submetem à avaliação

4) Unidade Curricular de Desenvolvimento de Competências Pessoais - Melhoria da qualidade das várias mini apresentações orais feitas em sala de aula.

5) Unidade Curricular de Matemática Aplicada ao Marketing - Assiduidade

6) Melhoria da qualidade das provas orais

7) Verificar programa cumprido da docente e sumários

8) Assiduidade

9) Respostas ao inquérito

10) Ao abrigo do Programa 2020 vai ser possível reequipar alguns dos equipamentos nas salas de aulas. Já está também prevista a melhoria da rede wireless.

11) Aumentar em 2 o número de parceiros Erasmus no ano letivo 2019/2020

12) Realização de pelo menos 1 sessão por ano

Indicador (número) / Resultado (texto)

1) Unidade Curricular de Comunicação - A qualidade das apresentações dos alunos melhorou.

2) Unidade Curricular de Comportamento do Consumidor - Nas metodologias de avaliação, foi implementada a obrigatoriedade de o aluno ter que frequentar 70% das aulas para fazer parte da avaliação contínua.

3) Unidade Curricular de Estatística Aplicada ao Marketing - 1-frequência média dos alunos às aulas (comparando-a com a de anos letivos anteriores) - resultado: a frequência média dos alunos às aulas não aumentou de forma relevante; 2-percentagem de alunos que se submetem à avaliação - resultado: esta percentagem aumentou de 36.2% para 54.78%; aumentou também a percentagem de aprovações em relação ao número de inscritos de 19.83% para 43.48% e a percentagem de aprovações em relação aos que submeteram à avaliação de 54.76% para 79.37%.

4) Unidade Curricular de Desenvolvimento de Competências Pessoais - Os resultados positivos em todas as componentes da UC são, per se, comprovativos da eficácia da estratégia adotada.

5) Unidade Curricular de Matemática Aplicada ao Marketing - 1. A assiduidade média nas aulas no ano passado foi 40% e este ano foi 41%. A percentagem de aprovações no ano passado foi 17% e este ano foi 26%. Dos 26 alunos que frequentaram a ULB, 13 obtiveram aprovação na UC (50%).

6) Unidade Curricular de Inglês de Negócios II - Foi considerado, na planificação, tempo para efetuar o acompanhamento de trabalhos (tutorias) em sala de aula, como previsto (últimos 10 minutos de 10 das aulas ministradas). Adicionalmente, os discentes puderam receber sugestões para melhorarem os mini-projetos quer por e-mail, quer presencialmente, em horário de atendimento.

Para além dos dois mini-projetos, procedeu-se à implementação de outras ações para desenvolver a componente oral, tais como: debates, role-plays e conversação em pares/pequenos grupos.

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

7) Unidade Curricular de Advances in Marketing - Os alunos participaram mais nas aulas. Em relação aos resultados do inquérito, não existiram respostas suficientes. No entanto, a docente passou um inquérito online para os alunos fazerem uma auto-avaliação e continha uma questão aberta para os alunos comentarem a unidade curricular. Os alunos teceram vários comentários positivos sobre as notícias recentes que

tiveram de ler, por exemplo:

"I think the idea of the students reading the news was amazing because it allowed us to learn what's going on in the marketing arena"

8) Não foi implementada, uma vez que foi outro docente a dar a unidade curricular.

9) Foi realizado um inquérito e foram obtidas 55 respostas dos alunos da Licenciatura em Marketing dos 3 anos da Licenciatura.

10) Ainda não foi realizado o investimento que iria permitir melhorar a rede wireless.

11) Foram realizadas mais 3 parcerias com outras Instituições estrangeiras.

12) Foi realizada uma sessão.

Melhorias identificadas em anos anteriores - Eficácia

		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE EFICÁCIA	MELHORIAS IMPLEMENTADAS COM EFICÁCIA		0		0	12	120
	MELHORIAS IDENTIFICADAS					10	

Melhorias Propostas

Descrição das ações de melhoria

A nível da Licenciatura, no geral, uma ação de melhoria é procurar estabelecer mais parcerias com instituições para a realização de Erasmus, nomeadamente com Espanha, dada a proximidade geográfica. Outra ação, relacionada com esta, é a de incentivar a participação em programas de mobilidade (por exemplo, com sessões com ex-alunos da Licenciatura em Marketing que participaram em Erasmus, como é que o Erasmus os ajudou, etc). Procurar também diversificar as geografias do destino (alunos escolhem essencialmente Polónia).

Em termos mais específicos, ou seja, a nível de cada unidade curricular, a maioria dos docentes entende que não são necessárias ações de melhoria novas, dados os resultados serem bastante positivos. Contudo, é de salientar, que mantêm práticas adoptadas em anos anteriores, sempre com o objetivo de obter melhores resultados e de motivar os alunos. A título de exemplo, são adoptadas estratégias para aumentar a assiduidade, são convidados oradores externos às aulas, são organizadas conferências de interesse para os alunos, os professores atualizam os slides e casos práticos, entre outras medidas.

As ações de melhoria previstas para o ano 2019/2020 especificamente em unidades curriculares, são em unidades do 1.º ano, onde se verificam as piores taxas de sucesso:

Na UC de Matemática Aplicada ao Marketing:

- 1) Implementar um sistema de avaliação contínua com mini-testes.
- 2) Manter a ULB (Unidade Letiva de Base) de Matemática de Apoio.

Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*

e na UC de Noções Básicas de Contabilidade

- 1) Diminuição do nº de alunos por grupo de trabalho.
- 2) Intensificação do nº de casos práticos.
- 3) Premiar a participação dos alunos nas aulas tutoriais

Prioridade (Alta, Média, Baixa) das ações (de acordo com as ações definidas no ponto anterior)

Em relação às ações de aumentar parcerias e incentivar os alunos a participarem no programa Erasmus, a prioridade é média.

Unidade Curricular de Matemática Aplicada ao Marketing

1- Alta; 2 -Alta

Unidade Curricular de Noções Básicas de Contabilidade

1 - Média; 2- Média; 3 - Alta

Tempo de implementação das ações (de acordo com as ações definidas no ponto anterior)

Em relação às ações propostas, serão todas para implementar já a partir do próximo ano letivo.

Indicador(es) de implementação (de acordo com as ações definidas)

Em relação ao aumento de parcerias Erasmus: N.º de parcerias estabelecidas (aumentar em 2 já no próximo ano letivo)

Em relação a incentivar os alunos para fazerem Erasmus: 1 sessão com um aluno que tenha feito Erasmus.

Indicadores de Implementação por Unidade curricular:

Matemática aplicada ao Marketing:

- 1) Número de mini-testes efetuados
- 2) Presenças na ULB.

Noções Básicas de Contabilidade:

- 1) Nº de alunos por grupo de trabalho
- 2) Nº de casos práticos
- 3) Nº de alunos que frequentarem as tutorias e nota atribuída

Observações

Nada a comentar.



Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Diurno*

Grau: *Licenciado*

Departamento: *Departamento de Gestão*

Unidade Orgânica: *Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu*
