



RELATÓRIO ANUAL DE CURSO 2018/19

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.....	4
3.1.1. Eficiência formativa	4
3.1.2 Sucesso Escolar.....	5
3.1.3 Abandono Escolar.....	5
3.1.4 Empregabilidade.....	5
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	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20 (provisório)
Género	%	%	%	%	%
Feminino	58,8	64,3	66,7	66,7	68,2
Masculino	41,2	35,7	33,3	33,3	31,8
Idade	%	%	%	%	%
Até 20 anos	0	0	0	0	0
20-23 anos	29,5	46,0	16,7	0	50,0
24-27 anos	23,5	27,0	66,7	100	22,7
28 e mais anos	47,0	27,0	16,7	0	27,3
Região	%	%	%	%	%
Norte	100	100	100	100	100
Centro	0	0	0	0	0
Lisboa	0	0	0	0	0
Alentejo	0	0	0	0	0
Algarve	0	0	0	0	0
Ilhas	0	0	0	0	0

Tabela 1

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 presente ano letivo, em termos de género, sempre houve uma predominância do género feminino entre os estudantes. Esta tendência tem-se acentuado desde o ano letivo 2016/17. Por outro lado, continua a verificar-se uma parcela importante de estudantes até aos 27 anos, embora seja expectável um aumento da idade média dos estudantes no ano letivo 2019/20. 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, nos anos letivos 2017/18 e 2018/19 não abriram vagas no primeiro ano. 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, constatou-se uma redução considerável no número de alunos que prolongaram a sua matrícula no segundo ano (apenas 6), assim como é esperada, no próximo ano letivo, uma extensão da matrícula de um número ínfimo de alunos (3). Esta redução significativa é justificada, sobretudo, pela conclusão dos trabalhos finais do curso de mestrado.

No próximo ano letivo, serão reabertas vagas no primeiro ano deste curso de mestrado. Com efeito, dada a existência de múltiplas evidências de uma elevada procura, é expectável um significativo aumento no número de alunos inscritos no primeiro ano, em comparação com edições anteriores.

Ano Curricular	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20 (provisório)
1º	0	16	0	0	19
2º	17	7	14	6	3
TOTAL	17	23	14	6	22

Tabela 2

1.1.3 Procura do ciclo de estudos

Nos anos letivos 2017/18 e 2018/19, o mestrado em Marketing não abriu vagas (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, no ano lectivo 2019/2020, este curso de mestrado reabrirá 25 vagas para o primeiro ano. Tendo por base a forte promoção desenvolvida e as referências concedidas por anteriores alunos, será expectável uma boa adesão por parte dos candidatos, destacando-se, desde logo, um acréscimo no número de candidaturas (40). Após as fases ligadas ao processo de seriação, tomando-se em consideração o evidente acréscimo na procura em relação a edições anteriormente realizadas, prevê-se um aumento significativo no número de alunos matriculados.

Curso	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020 (provisórios)
N.º VAGAS CNA	-----	-----	-----	-----	-----
N.º vagas outros Concursos e Regimes Especiais	-----	-----	-----	-----	-----
N.º vagas TOTAIS	-----	25	-----	-----	25
N.º CANDIDATOS 1ª fase 1ª opção (CNA)	-----	-----	-----	-----	-----
N.º Candidatos 1ª fase (CNA)	-----	-----	-----	-----	-----
N.º Candidatos (Total CNA)	16	-----	31	-----	40
N.º de Colocados 1ª fase 1.ª opção	-----	-----	-----	-----	-----
N.º COLOCADOS 1ª fase (CNA)	-----	-----	-----	-----	-----
N.º de Colocados (Total CNA)	14	-----	25	-----	-----
N.º MATRICULADOS CNA	-----	-----	16	-----	19
N.º Matriculados Concursos e Regimes Especiais	-----	-----	-----	-----	-----
N.º Matriculados CNA + Concursos e Regimes Especiais	-----	-----	-----	-----	-----
N. Matriculados Internacionais	-----	-----	-----	-----	-----
CANDIDATOS 1ª fase 1ª opção/vagas CNA	-----	-----	-----	-----	-----
CANDIDATOS 1ª fase/vagas CNA	-----	-----	-----	-----	-----
COLOCADOS 1.ª Fase 1.ª Opção CNA/Vagas CNA	-----	-----	-----	-----	-----

COLOCADOS 1.ª Fase CNA/Vagas CNA	-----	-----	-----	-----	-----
MATRICULADOS CNA/vagas CNA	-----	-----	-----	-----	-----
MATRICULADOS CONC. E REG. ESPECIAIS/vagas de Concursos e Regimes	-----	-----	-----	-----	-----
MATRICULADOS TOTAL (CNA + outros concursos e regimes 1ºano / 1ªvez)/vagas TOTAIS	56,0	-----	64,0	-----	0,76
Nota Mínima entrada 1ªfase CNA	-----	-----	-----	-----	-----
Nota Média entrada 1ªfase CNA	-----	-----	-----	-----	-----

Tabela 3

2. Ambientes de Ensino/Aprendizagem

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

IASQE	Sem.	15/16	16/17	17/18	18/19
% de Participação	1ºS	-----	30,77%	----	----
	2ºS	-----	84,62%	----	----

Tabela 4

IASQE	Sem.	15/16	16/17	17/18	18/19
Índice Médio Satisfação - Curso	1ºS	---	93,06	---	----
	2ºS	---	88,84	---	----
Índice Médio Satisfação - Docentes	1ºS	---	96,53	---	----
	2ºS	---	93,32	---	----
Índice Médio Satisfação - UC	1ºS	---	87,10	---	----
	2ºS	---	84,16	---	----

Tabela 5

As tabelas apresentadas, nos dois últimos anos letivos, revelam uma participação nula nos inquéritos da satisfação, pela ausência de alunos matriculados no 1º ano. Todavia, na última edição do curso com componente letiva (2016/17), 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 foram todos superiores a 84%. Ora, pela análise dos últimos resultados 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	2018/2019
N.º diplomados	0	0	4	4	3	4

N.º diplomados em N anos	--	--	1	--	3	--
N.º diplomados em N +1 anos	--	--	3	3	--	3
N.º diplomados N+2 anos	--	--	--	1	--	--
N.º diplomados em mais de N+2 anos	--	--	--	--	--	--

Tabela 6

Tendo em conta que este CE apenas se iniciou em 2013/14 e que conta apenas 3 edições em análise (2013/14, 2015/16 e 2016/17), o número de diplomados tem vindo a aumentar, o que demonstra o sucesso deste mestrado. Para além dos 15 diplomados no período em análise, ocorreram em outubro de 2019 as provas públicas de mais uma mestranda, sendo que o CE conta, atualmente, com 16 diplomados.

3.1.2 Sucesso Escolar

O CE em análise não teve atividade letiva no ano a que reporta o presente relatório (18/19).

3.1.3 Abandono Escolar

Ano Curricular	ANO LETIVO		
	16/17	17/18	18/19 (provisório)
1º	3	0	0
2º	3	5	1
TOTAL	6	5	1

Tabela 7

O número de alunos que abandonam o CE tem vindo a diminuir. Não obstante, continua-se a verificar um maior abandono no segundo ano do mestrado. Várias são as razões que podem explicar este abandono: alguns alunos apenas querem ficar com a formação ministrada em aulas e desde logo definem que não querem elaborar uma tese/dissertação; o segundo ano é um trabalho mais individual e que obriga o estudante a definir mais o seu trajeto e os seus tempos de estudo, o que nem sempre é atingido por parte de estudantes menos empenhados.

Não obstante, 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.

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, não será possível apresentar dados relacionáveis com a formação em causa. No entanto é do conhecimento da coordenação do CE que os 16 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

	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19
N.º alunos estrangeiros (<i>não inclui alunos Erasmus In</i>)	0	0	0	0	0
% alunos estrangeiros (<i>não inclui alunos Erasmus In</i>)	0	0	0	0	0
N.º alunos Internacionais (<i>não inclui alunos Erasmus In</i>)	0	0	0	0	0
N.º 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
N.º alunos em programas internacionais de mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	0	0	0	1	0
% alunos em programas internacionais de mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	0	0	0	-	0
N.º docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (<i>in</i>)	10	3	9	2	8
% docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (<i>in</i>)	-	-	-	-	-
N.º docentes do ciclo de estudos em mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	2	3	2	8	2
N.º pessoal não docente associado à Escola/Curso em mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	0	1	1	0	1

Tabela 8

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 de 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.

Relativamente ao balaço in-and-out de professores, constata-se que ainda há um desequilíbrio. Dada a escassez de bolsas Erasmus para os docentes promoverem o mestrado e a sua investigação no exterior, nem sempre os docentes conseguem fazer a mobilidade desejada. Além disso, uma vez que o IPVC tem implementado uma semana internacional a cada dois anos (2018/2019 foi um dos anos de

implementação), existe uma maior atratividade para a visita de professores estrangeiros à instituição. 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 Empresárias continua a apresentar um ciclo de vida ainda curto, que se traduz no facto existirem poucos diplomados (dezasseis, em dezembro de 2019).

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 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, nomeadamente o incremento do número de alunos a concluir o ciclo de estudos com provas públicas a manifestarem resultados significativamente positivos. 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.

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.

Como resultado desta realidade, a procura do CE na edição que iniciou em outubro de 2019 ultrapassou a dimensão esperada, com 19 matrículas efetivas.

Sublinha-se que, independentemente do crescimento de alunos a concluir o CE, continua a ser prioridade o apoio motivacional e técnico aos alunos em fase de conclusão do ciclo, visando um aumento efetivo do número de diplomados.