



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

RELATÓRIO ANUAL DE CURSO - RESUMO

2020/21

Coordenador: Jorge Manuel Esparteiro Garcia e Manuel José Serra da Fonseca

Nota: Para consultar o Relatório Anual de Curso completo, aceda a [ON.IPVC](https://on.ipvc.pt) 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	15

1. Comissão de Curso

-Coordenador: Jorge Manuel Esparteiro Garcia e Manuel José Serra da Fonseca

-Docentes: Manuel José Serra da Fonseca

-Estudantes: Ana Quinta

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	Em vigor	-
Digital Marketers	PG Marketing Digital e E-Business	Digital MarketersnAssociação de Marketing Digital	Em vigor	-
Closum - Utilização do software para aquisição e gestão de leads	PG Marketing Digital e E-Business	Closum	Em vigor	-
Swonkie - Utilização do software para gestão de redes sociais	PG Marketing Digital e E-Business	Swonkie, Lda.	Em vigor	-
WebHS - Serviço de alojamento e registo de domínio	PG Marketing Digital e E-Business	WebSP, Lda.	Em vigor	
E-goi - software de Email Marketing e Marketing Automation	PG Marketing Digital e E-Business	E-goi	Em vigor	

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	20/21
Género	%	%	%	%
Feminino	42.31	50	43.75	60.87
Masculino	57.69	50	56.25	39.13
Idade	%	%	%	%
<20 anos	0	0	0	0
20-23 anos	38.46	54.17	43.75	30.43
24-27 anos	19.23	20.83	25	13.04
>27 anos	42.31	25	31.25	56.52
Distrito	%	%	%	%
Aveiro	0	0	0	0
Beja	0	0	0	0
Braga	19.23	20.83	43.75	21.74
Bragança	0	0	0	0
Castelo Branco	0	0	0	0
Coimbra	0	4.17	6.25	0
Évora	0	0	0	0
Faro	0	0	0	0
Guarda	0	0	0	0
Ilha da Graciosa	0	0	0	0
Ilha da Madeira	0	0	0	0
Ilha de Porto Santo	0	0	0	0
Ilha de São Jorge	0	0	0	0
Ilha de São Miguel	0	0	0	0
Ilha do Faial	0	0	0	0
Ilha do Pico	0	0	0	0
Ilha Terceira	0	0	0	0
Leiria	0	0	0	0
Lisboa	0	0	0	0
Portalegre	0	0	0	0
Porto	7.69	8.33	0	4.35
Santarem	0	0	0	0
Setubal	0	0	0	0
Viana do Castelo	73.08	66.67	50	34.78
Vila Real	0	0	0	0
Viseu	0	0	0	0

Pela tabela anterior é possível fazer uma caracterização dos estudantes inscritos no Ciclo de Estudos, incluindo o seu género, idade e região de origem.

Relativamente ao género, sempre houve uma predominância do género masculino entre os estudantes. Contudo, esta tendência tem vindo a baixar gradualmente, invertendo em 20/21, com 61% de estudantes do género feminino e 39% do género masculino.

Por outro lado, continua a verificar-se um número considerável de estudantes com mais de 27 anos (superior a 57%), o que demonstra a importância crescente que a especialização nas tarefas relacionadas com o Marketing e Comunicação é importante, em particular na área do Marketing Digital. 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.

3.1.2. Número de estudantes por ano curricular

Ano Curricular	18/19	19/20	20/21
1º	24	16	23
TOTAL	24	16	23

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. Exceptuando 19/20, em que houve uma ligeira redução de estudantes, o número de estudantes a frequentar foi sempre superior a 20, perto do limite de 25 vagas que o curso admite. No último ano, uma vez mais o número de matriculados (23) foi perto do limite do número de vagas (25).

3.1.3. Procura do ciclo de estudos

	17/18	18/19	19/20	20/21
N.º VAGAS	0.00	25.00	25.00	25.00
N.º Matriculados(1ºano 1ªvez)	26.00	23.00	14.00	23.00
% OCUPAÇÃO	%	%	%	%
MATRICULADOS(1ºano / 1ªvez)/vagas	0.00	92.00	56.00	92.00

Nos dois primeiros anos letivos em que a Pós-Graduação abriu vagas (17/18 e 18/19) o número de matriculados foi superior a 26 e 23 respetivamente, perto do número limite de vagas de 25.

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, devido a desistências que ocorreram relacionadas com a pandemia do COVID-19, bem como a outras razões nomeadamente assentes em limitações profissionais e pessoais de alguns estudantes. Em 20/21 os resultados voltaram a ser muito bons, com 23 estudantes matriculados pela primeira vez, representando 92% de ocupação.

4 Ambientes de Ensino/Aprendizagem

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

IASQE	Sem.	18/19	19/20	20/21
% de Participação	S1	28.57	0.00	45.00
	S2	0.00	0.00	0.00

IASQE	Sem.	18/19	19/20	20/21
Índice Médio Satisfação - Curso		0.00	0.00	0.00
Índice Médio Satisfação - Docentes	S1	87.50	0.00	100.00
	S2	0.00	0.00	0.00
Índice Médio Satisfação - UCs	S1	87.86	0.00	96.60
	S2	0.00	0.00	0.00

Devido a problemas com a configuração do CE na plataforma de gestão do IASQE (que transcendem a responsabilidade da coordenação do CE), não tem sido possível fazer convenientemente a auscultação precisa dos estudantes da Pós-Graduação. Espera-se que em 21/22 seja possível obter dados de satisfação dos estudantes mais relevantes no que diz respeito ao CE. Contudo, nos dados que foi possível obter, os resultados foram muito bons, com um Índice Médio Satisfação nos Docentes de 100% e de 97% nas UC.

5. Resultados

5.1. Resultados Acadêmicos

5.1.1. Eficiência formativa

Diplomados

	17/18	18/19	19/20	20/21
N.º diplomados	23	17	11	11
N.º diplomados em N anos	23	17	11	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

	17/18	18/19	19/20	20/21
Nota média final	16.00	15.00	15.00	16.00

Nos 4 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 que em 19/20 e 20/21, 11 estudantes inscritos, obtiveram o diploma do curso. No entanto, ressalve-se que os dados de 20/21 ainda são provisórios.

Relativamente à nota média final do curso, esta tem oscilado entre os 15 e 16 valores tendo, no ano letivo em análise, sido de 16 valores.

5.1.2. Sucesso Escolar - taxa de aprovação

Ano	Grupo Disciplinar	UC	Inscritos	Classificação Média	Classificação Máxima	Classificação Mínima	Aprovados	Aprovados/Inscritos	Aprovados/Avaliados
1	OLM	Comportamento do Consumidor Online	21.00	17.00	18.00	16.00	14.00	66.67	100.00
1	EIM	Customer Relationship Management na Web	21.00	9.76	20.00	0.00	13.00	61.90	61.90
1	EIM	Data Mining e Big Data	21.00	10.43	20.00	0.00	13.00	61.90	61.90
1	OLM	E-Marketing	21.00	16.15	18.00	14.00	13.00	61.90	100.00
1	EIM	Gestão de Redes Sociais	21.00	15.38	16.00	15.00	13.00	61.90	100.00
1	OLM	Inteligência Competitiva e Marketing Research	21.00	14.62	17.00	12.00	13.00	61.90	100.00
1	OLM	Marketing Estratégico	21.00	18.38	19.00	18.00	13.00	61.90	100.00
1	EIM	Métricas e Web Analytics	21.00	9.67	18.00	0.00	13.00	61.90	61.90
1	EIM	Mobile Marketing	21.00	17.08	18.00	16.00	13.00	61.90	100.00
1	EIM	Modelos de Negócio Eletrónico	21.00	17.36	19.00	10.00	14.00	66.67	100.00
1	EIM	Produção de Conteúdos Digitais	21.00	17.38	19.00	16.00	13.00	61.90	100.00
1	OLM	Projeto de Marketing Digital	21.00	18.15	19.00	16.00	13.00	61.90	100.00

1	EIM	Publicidade Digital	21.00	17.86	19.00	10.00	14.00	66.67	100.00
1	EIM	Search Engine Optimization	21.00	18.57	20.00	10.00	14.00	66.67	100.00
1	OLM	Seminários	21.00	17.86	18.00	16.00	14.00	66.67	100.00
1	EIM	Social Media Marketing	21.00	11.14	18.00	0.00	14.00	66.67	66.67

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 100% em quase todas as unidades curriculares, com a exceção de Customer Relationship Management na Web, Data Mining e Big Data, Métricas e Web Analytics e Métricas e Web Analytics, UC finais do curso, coincidentes com as desistências de 3 estudantes. 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 20/21 não houve qualquer pedido de creditação de competências no CE.

5.1.3. Abandono Escolar

Ano Curricular	17/18	18/19	19/20	20/21
1º	2	5	5	12
TOTAL	2	5	5	12

O abandono escolar tem sido relativamente reduzido, tendo em conta que a maioria dos estudantes têm o estatuto de trabalhador-estudante, o que dificulta o acompanhamento e a presença em todas as unidades curriculares. No entanto, em 20/21 a taxa de abandono apresentada é relativamente alta por 2 razões. A primeira está relacionada com o facto de estes dados serem ainda provisórios, não estando contabilizado o número total de diplomados. Adicionalmente, pela situação criada pela pandemia da COVID-19, que levou a alguns abandonos, principalmente por dificuldades financeiras e limitações profissionais.

5.1.4. Empregabilidade

Curso	Jun. 2019	Jun. 2020
% 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/np4/92/>.

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	Excelente	INESC TEC	Jorge Garcia
UNIAG - Unidade de Investigação Aplicada em Gestão	4752	Bom	APNOR	Manuel Fonseca
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade	736	Excelente	ICS - Univ. Minho	Álvaro Cairrão
REMIT - Research on Economics, Management and Information Technologies	5105	Bom	Univ. Portucalense	Manuel Pereira

Projetos de investigação associados ao curso

Designação	Coordenação	Entidades parceiras (se aplicável)	Início/Fim	Entidades financiadoras (se aplicável)
TurnOut - Outdoor Tourism Development In the Northern Region of Portugal	Paula Odete Fernandes (UNIAG); docentes no CE: Manuel Fonseca	APNOR	2018/2021	FCT; Compete 2020
Fostering and assessing students, creativity and critical thinking skills in higher education and teacher education	Membros e docentes no CE: Jorge Garcia; Manuel Fonseca		2020/2022	OCDE através do CERI Center for Educational Research and Innovation
IPVConcilia - Conciliação da Vida Profissional, Familiar e Pessoal	Membros e docentes no CE: Álvaro Cairrão e Manuel Fonseca		2020/2022	Compete 2020, Portugal 2020, União Europeia
Projeto A atitude dos estudantes e docentes face à utilização de ferramentas digitais de e-learning no Ensino Superior em Portugal.	Coordenação e docentes no CE: Jorge Garcia e Manuel Fonseca		2021/2022	Laboratório de investigação ADiT-Lab, do Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Projeto Development of a Performance Index for Supply Chain Sustainability through Digital Transformation	Coordenação e docentes no CE: Jorge Garcia		2021/2022	Laboratório de investigação ADiT-Lab, do Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Projeto Sustainable Development Goals in Alto Minho Using SIG and Spatial Analysis	Coordenação e docentes no CE: Jorge Garcia		2021/2022	Laboratório de investigação ADiT-Lab, do Instituto Politécnico de Viana do Castelo

Publicações associadas ao curso

Tipo de Publicação	Referência (modelo APA)
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS (Clarivate Analytics)	Santos, E., Correia, A. I., Ferreira, F. A., Nunes, A. M., Veloso, C. M., Vieira, E., Silva, G., Fonseca, M., Carrança, P., Fernandes, P. O. (2020). Productivity measurement: the case of nature tourism firms in Portugal. <i>Journal of Spatial and Organizational Dynamics</i> , VIII(4), 331-346.
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em	Correia A.I., Sampaio H.A., Fonseca M.J., Marinho S., Carvalhido R. (2021) Social Media and Sustainable Tourism Marketing: Perceptions of Owners of Leisure-Related Enterprises Operating Within Viana do Castelo Littoral Geopark (Northwest Portugal). In: Lubowiecki-Vikuk

SCOPUS e/ou WoS (Clarivate Analytics)	
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS	Correia A.I., Sampaio H.A., Fonseca M.J., Marinho S., Carvalhido R. (2021) Social Media and Sustainable Tourism Marketing: Perceptions of Owners of Leisure-Related Enterprises Operating Within Viana do Castelo Littoral Geopark (Northwest Portugal). In: Lubowiecki-Vikuk A., de Sousa B.M.B., ?er?an B.M., Leal Filho W. (eds) Handbook of Sustainable Development and Leisure Services (pp. 303-318). World Sustainability Series. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-59820-4_20
Proceedings em congressos/workshops internacionais	Martins, O., Fernandes, P. O., Nunes, A., Rachão, S., Correia, A. I., Vieira, E., ... & Carrança, P. (2021, May). Supply-side perspectives on outdoor tourism in the North of Portugal. In International Conference on Tourism Research (pp. 339-348).
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS	Costa, C. R., Garcia, J. E., da Fonseca, M. J. S., & Teixeira, A. (2021, June). Data Analysis in Content Marketing Strategies. In 2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI) (pp. 1-6). IEEE.
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS	Alves, S., da Fonseca, M. J. S., Garcia, J. E., de Oliveira, L. C., & Teixeira, A. (2021, June). The omnichannel strategy in portuguese companies: an overview. In 2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI) (pp. 1-6). IEEE.
Proceedings em congressos/workshops internacionais	Santos, E.; Correia, A. I.; Ferreira, F.A.; Nunes, A.M.; Miranda Veloso, C.; Vieira, E.; Silva, G.; Fonseca, M.; Carrança, P. and Fernandes, P.O. (2020). Measuring Nature Tourism Firms? Productivity. Livro de atas das XXX Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica,
Proceedings em congressos/workshops internacionais	Sernadela, J.; Fernandes, P.O. & Fonseca, M. J. (2020). Planeamento da Vertente Estratéica do Marketing Aplicado ao Contexto de uma Barbearia. Livro de Atas das XXX Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica, Cooperao Transfronteiriça: Desenvolvimento e Coesão Territorial. Volume III (Inovao e Gestão; Jovens Investigadores em Ciéncias Económicas e Empresariais), pp. 341-355. Instituto Politécnico de Bragança, Portugal. ISBN: 978-972-745-279-8
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados com revisão por pares	Bazan B., Fonseca M.J., Cardoso P.R., Fonseca M.C., Teixeira A. (2021) The Attitude of European Consumers Towards the Country of Origin of Products: The Influence of ?Made In? in the Purchase Intention. In: Rocha Á., Ferrás C., López-López P.C., Guarda T. (eds)
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS	Silva A., Fonseca M.J., Cardoso P.R., Fonseca M.C., Teixeira A. (2021) Factors Influencing the Purchase Intention of Cruelty-Free Cosmetics in Portuguese Consumers ? An Exploratory Approach. In: Rocha Á., Ferrás C., López-López P.C., Guarda T. (eds) Information Technology and Systems. ICITS 2021. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 1331, pp. 256-268. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68418-1_25
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados com revisão por pares	Lourenço, V. L., Catarino, A. W., Fonseca, M. J., & Sousa, B. B. (2021). Consumer-Brand Relationship and Use of the Website in Virtual Communication in the Luxury Furniture Industry. In Rodrigues, P., & Borges, A. P. (Ed.), Building Consumer-Brand Relationship in Luxury Brand Management (pp. 158-177). IGI Global. http://doi:10.4018/978-1-7998-4369-6.ch008
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados com revisão por pares	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.), Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism (pp. 364-379). IGI Global. http://doi:10.4018/978-1-7998-2224-0.ch019
Proceedings em congressos/workshops internacionais indexados Scopus e/ou WoS	Vieira, T., Silva A., Garcia, J.E., Alves, W. (2021) Methodological Framework for Measuring Regional Logistic Performance. 16th International Symposium on Operations Research in Slovenia, SOR?21, 22-24 September 2021 Online, Bled, Slovenia. p. 351-356 (Scopus).
Proceedings em congressos/workshops internacionais indexados Scopus e/ou WoS	Pintado, E., Oliveira, L., Garcia, J.E. (2021) Enhancing Environmental Sustainability and Ecommerce Deliveries through the Use of EPP Boxes in a Darkstore. 16th International Symposium on Operations Research in Slovenia, SOR?21, 22-24 September 2021 Online, Bled

Proceedings em congressos/workshops internacionais indexados Scopus e/ou WoS	Garcia, JE., Paiva, ACR., & Bizoi, AM. (2021). Test Case Generation From Web Usage Information. INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENTERPRISE INFORMATION SYSTEMS / INTERNATIONAL CONFERENCE ON PROJECT MANAGEMENT / INTERNATIONAL CONFERENCE ON HEALTH AND SOCIAL CARE INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES 2020 (CENTERIS/PROJMAN/HCIST 2020), Book Series: Procedia Computer Science, 181, 913-920 (8)
Proceedings em congressos/workshops internacionais indexados Scopus e/ou WoS	Garcia, JE., Pereira, JS., & Cairrão, Á. (2021). Social Media Content Marketing Strategy for Higher Education: A Case Study Approach. Smart Innovation, Systems and Technologies, 205, 493-50
Proceedings em congressos/workshops internacionais indexados Scopus e/ou WoS	Pereira, M., Cardoso, A., D ?Orey, F., Cairrão, Á., Figueiredo, F., & Loureiro, M. (2021) Personal communication and its impact on digital learning ? a literature review. Academy of Entrepreneurship Journal. Vol. 27, 1, pp. 1-9
Proceedings em congressos/workshops internacionais indexados Scopus e/ou WoS	Pereira, M. S., Cardoso, A. D ?Orey F., Cairrão, Á. (2021) Emotional management and the happiness of talents in organizations: a quantitative study , in 17th European Conference on Management Leadership and Governance (ECMLG21) to be held at the University of Malta
roceedings em congressos/workshops internacionais indexados Scopus e/ou WoS	Pereira, M. S., Cardoso, A., D ?Orey, F., Cairrão, Á. (2021) Analysis and Assessment of the Tourist Experience in the Peneda-Gerês National Park in 4th International Conference on Turism Research, 20-21 may 2021. Polytechnic Institute of Porto. Portugal.
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados com revisão por pares (indexados a outras bases)Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados com revisão por pares (indexados a outras bases)	Cairrão, Á. & Galhardo, A. (2021). A publicidade e a transmissão do valor de segurança em websites de unidades hoteleiras durante a crise pandémica de 2020. Comunicação Pública - Dossier Temático: Publicidade em tempos de pandemia: novos desafios e abordagens, Vol.16, no 30, pp
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS	Benevides, G., Cardoso, A., Figueiredo, J., Pereira, M.S. (2021) The Exploratory Study on the Promotion of a Culture of Innovation in Technology Parks: The Sorocaba Case. International Journal of Entrepreneurship, Vol. 25, Issue 5.
Proceedings em congressos/workshops internacionais	Pereira, M. S., Cardoso, A., D ?Orey, F., Cairrão, Á. (2021) Analysis and Assessment of the Tourist Experience in the Peneda-Gerês National Park in 4th International Conference on Turism Research, 20-21 may 2021. Polytechnic Institute of Porto. Portugal. Scopus 3. https://www.proquest.com/openview/fa59abf44cfd745dd3ac299c58f4ad38/1?pq-origsite=gscholar&cbl=4451210
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS	Pereira, M., Cardoso, A., D ?Orey, F., Cairrão, Á., Figueiredo, F., & Loureiro, M. (2021) Personal communication and its impact on digital learning ? a literature review. Academy of Entrepreneurship Journal. Vol. 27, 1, pp. 1-9
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS	Benevides, G., Cardoso, A, Figueiredo, J., Oliveira, I., Pereira, M.S. (2020) Innovation habitats in the interior of São Paulo: a study on the regions of iracicaba and são Carlos-são Paulo-Brasil, International Journal of Entrepreneurship, vol. 24, Issue 3. https://www.abacademies.org/abstract/innovation-habitats-in-the-interior-of-sao-paulo-a-study-on-the-regions-of-piracicaba-and-sao-carlossao-paulobrazil-9386.html
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em	Ferreira, P.; Gabriel, C.; Faria, S.; Rodrigues, P.; Sousa Pereira, M. (2020) What if Employees Brought Their Life to Work? The Relation of Life Satisfaction and Work Engagement. Sustainability 2020, 12, 2743. DOI: https://doi.org/10.3390/su12072743

SCOPUS e/ou WoS	
Artigos em Revistas Científicas Internacionais Indexados em SCOPUS e/ou WoS	Magalhães, M., Sousa-Pereira, M., Costa-Lobo, C., Cardoso, A. & D'Orey, F. (2021). Data mining PPV an applied deep learning neuromarketing tool to the performance of the point of sale promotion: a quantitative study. <i>Academy of Strategic Management Journal</i> , 20(4), 1-11. https://www.abacademies.org/abstract/data-mining-ppv-an-applied-deep-learning-neuromarketing-tool-to-the-performance-of-the-point-of-sale-promotion-a-quantita-11454.html
Proceedings em congressos/workshops internacionais	Cardoso, A., Vaz, P., Pereira, M.S., Figueiredo, J. D'Orey, F. (2021) Sustainability of Telework: Study on the Application of the Techniques of Telework in the Portuguese Business Association, EBES - Eurasia Business and Economics Society, Rome, Italy, 7-9 abril, p. 83-104.
Livro	Pereira, M.S. (2020) Reflexões de um tempo presente: artigo de opinião, Ed: amazon, (1a edição), ISBN-13: 979-8637484140
Capítulo de livro	Pereira, M. (2021) A gestão de talentos e a sua relevância na estratégia organizacional - Um estudo qualitativo. In Administração: organização, direção e controle da atividade organizacional 3, organizador Elói Martins Senhoras. Ed. Atena Editora.
Capítulo de livro	Magalhães, M., Frederico D'Orey., Pereira, M., Cardoso, A., Cairrão, A., & Figueiredo, J. (2020). Canvas Marketing Plan: How to Structure a Marketing Plan With Interactive Value?. In G. Jamil, F. Ribeiro, A. Malheiro da Silva, & S. Maravilhas Lopes (Eds.), <i>Handbook of Research on Emerging Technologies for Effective Project Management</i> (pp. 158-168). Hershey, PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-5225-9993-7.ch009

5.3. Internacionalização

	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21
Nº alunos estrangeiros (<i>não</i> inclui alunos Erasmus In)	0	0	0	0	1
% alunos estrangeiros (<i>não</i> inclui alunos Erasmus In)	0	0	0	0	0
Nº alunos Internacionais (<i>não</i> 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>)	11	2	7	2	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)	1	8	6	0	2
Nº pessoal não docente associado à Escola/Curso em mobilidade (<i>out</i>) (Erasmus e outros programas)	3	4	1	0	0

Pela primeira vez o CE teve um aluno estrangeiro, tendo acompanhado as aulas à distância através da plataforma Zoom. 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 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 2020/2021, 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 21/22, pelo que será expectável um aumento considerável no próximo ano letivo.

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 60 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 20 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 2020/2021, não foi possível realizar a 3.ª edição da REACH, mas é expectável que durante o ano de 2022 esta se realize, se as restrições criadas pela pandemia COVID19, assim o permitirem.

Neste ano letivo em análise houve uma reestruturação do plano de estudos, pois o CE ainda mantinha o mesmo plano curricular, desde a sua criação. Os motivos que consubstanciaram as alterações (para além da auscultação dos alunos e de alguns profissionais da área), foram:

- consolidar a formação dos alunos nas áreas do marketing estratégico e operacional;
- adequação dos conteúdos programáticos a novas ferramentas tecnológicas no âmbito do marketing digital;
- adequação da carga horária de algumas UC;
- fundir algumas UC de forma a haver uma maior integração e aquisição de competências dos conteúdos correlacionados.