

ACEF/1718/011112 — Guião para a auto-avaliação

I. Evolução do ciclo de estudos desde a avaliação anterior

1. Decisão de acreditação na avaliação anterior.

1.1. Referência do anterior processo de avaliação.

ACEF/1112/11112

1.2. Decisão do Conselho de Administração.

Acreditar com condições

1.3. Data da decisão.

2013-10-24

2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE.

2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE (PDF, máx. 200kB).

[2._Síntese de medidas de melhoria_MP.pdf](#)

3. Alterações relativas à estrutura curricular e/ou ao plano de estudos(alterações não incluídas no ponto 2).

3.1. A estrutura curricular foi alterada desde a submissão do guião na avaliação anterior.

Sim

3.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

A área dominante do ciclo de estudos, anteriormente considerada a de Tecnologias e Ciências da Comunicação, foi alterada para Marketing e Publicidade (área CNAEF 342). Deste modo, a área dominante a identificar mais corretamente a identidade científica prevalecente no plano de estudos.

3.2. O plano de estudos foi alterado desde a submissão do guião na avaliação anterior.

Sim

3.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

De destacar muito especialmente a atenção prestada à atualização do plano de estudos, o qual foi reestruturado e publicado em Diário da República (Aviso nº 10187/2014, de 10/09, D.R. nº 174, 2ª Série). Deste modo foram introduzidas unidades curriculares na área do marketing digital, do empreendedorismo e gestão de vendas e negociação, a par de uma melhor especificação na designação de algumas outras uc, nomeadamente as referentes a aplicações computacionais e à comunicação publicitária.

4. Alterações relativas a instalações, parcerias e estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem (alterações não incluídas no ponto 2)

4.1. Registaram-se alterações significativas quanto a instalações e equipamentos desde o anterior processo de avaliação.

Sim

4.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma breve explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

Em termos de instalações, procedeu-se à beneficiação de duas salas transformadas em anfiteatros com a capacidade de 40 lugares cada, bem como à instalação de uma sala de informática, com 30 lugares. Estes espaços são especialmente vocacionados para a realização de seminários. Complementarmente, foi devidamente modernizado todo o equipamento audiovisual bem como o acesso a software especializado nas várias unidades curriculares que constituem o plano de estudos do ciclo de estudos: Sistema Operativo Windows, Office Profissional, SPSS, Adobe Creative Cloud, Host, Amadeus, Primavera e Open Office. O IS CET disponibiliza ainda casos de estudo, adquiridos, nomeadamente, à ECCH (clearing house case studies). No que respeita aos recursos bibliográficos, procedeu-se regularmente à atualização dos livros disponíveis para consulta bem como à assinatura de revistas científicas especializadas. Para facilitar o estudo em contexto escolar, foi disponibilizada uma sala de estudo, para além do espaço mais informal existente junto ao bar. Por seu turno, para os docentes e designadamente para os

coordenadores, foi reequipada uma sala de atendimento e trabalho. Destaca-se por último a criação de um espaço de lazer ao ar livre.

4.2. Registaram-se alterações significativas quanto a parcerias nacionais e internacionais no âmbito do ciclo de estudos desde o anterior processo de avaliação.

Sim

4.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

Ver ponto 2

4.3. Registaram-se alterações significativas quanto a estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem desde o anterior processo de avaliação.

Sim

4.3.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

É relevante assinalar-se o aprofundamento da utilização do moodle e do portal académico como instrumentos de intermediação entre os estudantes e os docentes que garantem àqueles o acesso regular à documentação, esquemas e exercícios utilizados nas aulas. No IS CET verificou-se um reforço do apoio técnico a alunos e docentes para utilização de todo o equipamento (hardware e software), assim como para a utilização e fruição dos espaços anteriormente referidos, incluindo laboratórios e gabinetes, acompanhada de um maior apetrechamento de programas informáticos e equipamentos audiovisuais. Nas atividades de formação verifica-se um incremento das visitas de estudo devidamente orientadas. De destacar a visita ao museu e estádio do FC Porto pela importância de a marca "FCP" tem e pelas estratégias avançadas de marketing que, para o efeito, são utilizadas. De salientar também a organização de seminários e palestras.

4.4. (quando aplicável) Registaram-se alterações significativas quanto a locais de estágio e/ou formação em serviço, protocolos com as respetivas entidades e garantia de acompanhamento efetivo dos estudantes durante o estágio desde o anterior processo de avaliação.

Sim

4.4.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

O IS CET mantém protocolos de estágio com as mais prestigiadas empresas da área do marketing e publicidade na região do Porto. O IS CET procurou disponibilizar centros de estágio que contribuam para o incremento da estratégia formativa e futura inserção dos diplomados. A título de exemplificação referem-se as seguintes organizações: Boavista Futebol Clube; Frame in Blending-Audiovisuais e multimédia; JOM - Joaquim Oliveira e Mendes, Lda; Proton-agência de publicidade; Leroy Merlin; Clube de Ténis do Porto; euDigital- agência de marketing digital; Adclick-Digital Business, etc. O acompanhamento dos estagiários é assegurado por uma conexão sistemática entre os orientadores nos locais de estágio e GESP - IS CET, designadamente através de visitas aos locais de estágio e a outros contactos na sequência da necessidade de apuramento de estratégias de formação, adaptações aos perfis dos estagiários e das organizações e avaliação dos desempenhos.

1. Caracterização do ciclo de estudos.

1.1 Instituição de ensino superior / Entidade instituidora.

Instituto Superior De Ciências Empresariais E Do Turismo

1.1.a. Outras Instituições de ensino superior / Entidades instituidoras.

1.2. Unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.).

Instituto Superior De Ciências Empresariais E Do Turismo

1.3. Ciclo de estudos.

Marketing e Publicidade

1.4. Grau.

Licenciado

1.5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (PDF, máx. 500kB).

[1.5._Plano de estudos_Marketing e Publicidade.pdf](#)

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos.

Marketing e Publicidade

1.7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF).

342

1.7.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

345

1.7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.

310

1.8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau.

180

1.9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de março, de acordo com a redação do DL-63/2001, de 13 de setembro).

3 anos / 6 semestres

1.10. Número máximo de admissões.

30

1.10.1. Número máximo de admissões pretendido (se diferente do número anterior) e respetiva justificação.

35.

Pretende-se que o número mínimo de admissões seja alargado para 35 devido a que, dada a tendência crescente de procura verificada, é previsível que o número de candidatos ultrapasse proximamente o numerus clausus existente.

1.11. Condições específicas de ingresso.

a) Regime geral: uma de entre as seguintes disciplinas como prova de ingresso: Economia, História ou Português;

b) Concursos especiais:

- Maiores 23 anos: currículo escolar e profissional; motivações através de entrevista;*

- Prova de Avaliação dos Conhecimentos e Competências;*

- Transferência, reingresso e mudança de curso:*

- O reingresso pressupõe matrícula anterior no IS CET no mesmo curso*

- Mudança de par instituição/curso pressupõe que os estudantes tenham:*

- a) estado matriculados e inscritos noutra estabelecimento e curso de ensino superior português ou em estabelecimento de ensino superior estrangeiro;*

- b) realizado exames nacionais de ensino secundário correspondentes às provas de ingresso.*

- A transferência exige que o candidato tenha frequentado um ciclo de estudos na mesma área científica.*

- DET: deverão ter realizado os exames nacionais do ensino secundário correspondentes às provas de ingresso.*

- CTeSP: na área científica da licenciatura.*

1.12. Regime de funcionamento.

Outros

1.12.1. Se outro, especifique:

1º e 2º ano - horário diurno; 3º ano - horário pós-laboral

1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

IS CET - Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo na Rua de Cedofeita, n.º 285, Porto

1.14. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional (PDF, máx. 500kB).

[1.14._Regulamento de creditação de formação e experiência profissional.pdf](#)

1.15. Observações.

O plano de estudos na sua atual organização procura responder às informações e observações apresentadas por entidades empregadoras, designadamente aquelas em que são realizados os estágios, bem como a sugestões que, ao longo dos anos, foram sendo apresentadas por estudantes e docentes. Destaca-se a preocupação com a adequação da formação a diferentes interesses futuros dos diplomados bem como às necessidades das empresas e outras organizações. Especial atenção é dada aos contributos da investigação nas áreas específicas do marketing e outros domínios contributivos, bem como às tendências que se constataam a nível nacional e mundial. A formação é assim multidisciplinar e simultaneamente direcionada para a aplicação dos vários contributos setoriais para uma unidade complexa do perfil de formação.

As áreas científicas agora apresentadas estão de acordo com o estipulado pela CNAEF.

2. Estrutura Curricular

2.1. Percursos alternativos, como ramos, variantes, áreas de especialização de mestrado ou especialidades de doutoramento, em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável)

2.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation of alternative paths compatible with the structure of the study programme (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

Options/Branches/... (if applicable):

<sem resposta>

2.2. Estrutura curricular (a repetir para cada um dos percursos alternativos)

2.2. Estrutura Curricular - N/A

2.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor, ou outra (se aplicável).

N/A

2.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*
Marketing e Publicidade	MP	82.5	0
Gestão e Administração	GA	40.5	0
Ciências Sociais e do Comportamento	CSC	9	
Línguas e Literaturas Estrangeiras	LLE	9	
Direito	DIR	9	
Design	DSG	6	
Estatística	EST	6	
Informática na Ótica do Utilizador	IOU	4.5	
Áreas por indicação anual do Conselho Técnico-Científico			13.5
(9 Items)		166.5	13.5

2.3. Observações

2.3 Observações.

Estrutura curricular de acordo com a CNAEF.

A alteração proposta ao plano curricular resultou de sugestões da CAE (2012), de avaliações no contexto da instituição, do contributo de parceiros (empresas e outras instituições), bem como de uma análise comparativa de outros cursos no mesmo domínio de referência nacional e internacional.

Estas áreas refletem a estrutura multidisciplinar do ciclo de estudos de forma a assegurar uma adequação às orientações atuais da investigação no setor, bem como uma multidimensionalidade formativa necessária para se corresponder à complexidade das atividades profissionais próprias do marketing.

Observa-se que a circunstância de, em termos de corpo docente, se privilegiar apenas a área principal gera dificuldades na avaliação da correlação entre a necessária diversidade das áreas de formação dos docentes e a própria natureza transdisciplinar do perfil académico e profissional do ciclo de estudos.

3. Pessoal Docente

3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

José Manuel de Araújo Magano

Qualificação académica: Mestrado

Regime de prestação de serviços: 100%

3.2. Fichas curriculares dos docentes do ciclo de estudos

Anexo I - Maria Gabriela de Araújo Guimarães

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Maria Gabriela de Araújo Guimarães

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - José Manuel de Araújo Magano

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

José Manuel de Araújo Magano

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Norberto António Leite Bessa

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Norberto António Leite Bessa

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Ana Catarina Martins Correia Soares

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Ana Catarina Martins Correia Soares

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Gilda Cristina Pereira Teixeira de Oliveira Veloso

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Gilda Cristina Pereira Teixeira de Oliveira Veloso

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Ana Alexandra Madeira Mendes

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Ana Alexandra Madeira Mendes

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Helga Tatiana Monteiro de Azevedo

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Helga Tatiana Monteiro de Azevedo

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - João Manuel Machado Faria de Abreu

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

João Manuel Machado Faria de Abreu

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Arminda João de Seabra do Amaral**3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Arminda João de Seabra do Amaral***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Anexo I - Miguel João Freitas Fontes****3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Miguel João Freitas Fontes***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Anexo I - José Alberto Silva Gradim****3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Alberto Silva Gradim***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Anexo I - Luís Filipe Barros de Vasconcelos Guimarães****3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Luís Filipe Barros de Vasconcelos Guimarães***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Anexo I - Luísa Maria Baptista Lopes Sousa****3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Luísa Maria Baptista Lopes Sousa***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Anexo I - Luís Augusto Bastos Durães Ferreira****3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Luís Augusto Bastos Durães Ferreira***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Anexo I - Martim Pedro Roquete de Gouveia Durão****3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Martim Pedro Roquete de Gouveia Durão***3.2.2. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**3.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)**

3.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area
Maria Gabriela de Araújo Guimarães	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre		História Ibero-Americana
José Manuel de Araújo Magano	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Título de especialista (DL 206/2009)	Gestão de Empresas
Norberto António Leite Bessa	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Título de especialista (DL 206/2009)	Economia e Gestão Internacional

Ana Catarina Martins Correia Soares	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	CTC da Instituição proponente	Estudos Sócio- Educativos - Estudos da Criança
Gilda Cristina Pereira Teixeira de Oliveira Veloso	Professor Adjunto ou equivalente	Licenciado	Título de especialista (DL 206/2009)	Economia
Ana Alexandra Madeira Mendes	Assistente ou equivalente	Mestre		Ciências da Comunicação
Helga Tatiana Monteiro de Azevedo	Professor Adjunto ou equivalente	Licenciado	CTC da Instituição proponente	Design de Comunicação Visual
João Manuel Machado Faria de Abreu	Assistente ou equivalente	Mestre	CTC da Instituição proponente	Marketing
Arminda João de Seabra do Amaral	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre		Estudos Anglo- Americanos
Miguel João Freitas Fontes	Assistente ou equivalente	Licenciado	Título de especialista (DL 206/2009)	Design de Comunicação
José Alberto Silva Gradim	Assistente ou equivalente	Licenciado	CTC da Instituição proponente	Gestão de Marketing
Luís Filipe Barros de Vasconcelos Guimarães	Assistente ou equivalente	Licenciado		Informática de Gestão
Luísa Maria Baptista Lopes Sousa	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	CTC da Instituição proponente	Direito
Luís Augusto Bastos Durães Ferreira	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	CTC da Instituição proponente	Ciências Empresariais
Martim Pedro Roquete de Gouveia Durão	Assistente ou equivalente	Licenciado	CTC da Instituição proponente	Publicidade

<sem resposta>

3.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

3.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

3.4.1.1. Número total de docentes.

15

3.4.1.2. Número total de ETI.

11.5

3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos / Full time teaching staff

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº / No.	Percentagem* / Percentage*
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of full time teachers:	11.5	100

3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff with a PhD (FTE):	1.7	14.8

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialized teaching staff

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*

Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff with a PhD, specialized in the main areas of the study programme (FTE):	0	0
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists, without a PhD, of recognized professional experience and competence, in the main areas of the study programme (FTE):	5.58	48.5

3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação / Teaching staff stability and training dynamics

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Full time teaching staff with a link to the institution for a period over three years:	6	52.2
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / Teaching staff registered in a doctoral programme for more than one year (FTE):	2	17.4

4. Pessoal Não Docente

4.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afeto à lecionação do ciclo de estudos.

Numa instituição de pequena/média dimensão, como o IS CET, o pessoal não docente que dá apoio administrativo ao desenvolvimento do ciclo de estudos reparte-se por outras funções e atribuições. Neste contexto, funciona um serviço de secretariado permanente adstrito à secretaria com duas funcionárias do quadro, uma funcionária, também do quadro, de apoio aos serviços informáticos e um funcionário que desenvolve trabalhos na área gráfica e de comunicação. O Diretor e o Conselho Técnico-Científico dispõem de uma assistente de Direção. A funcionária de apoio aos serviços informáticos – com a colaboração de um técnico externo - assegura o acompanhamento dos dispositivos informáticos e audiovisuais inerentes à lecionação. O IS CET dispõe ainda de cinco funcionários auxiliares, sendo três do quadro. Um destes funcionários dá apoio ao funcionamento da biblioteca.

4.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à lecionação do ciclo de estudos.

Em termos de pessoal não docente administrativo e de secretariado, as qualificações são as seguintes:

Licenciatura: 2

Secundário: 3

No que respeita ao pessoal auxiliar, as qualificações são do nível secundário.

5. Estudantes

5.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

5.1.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

5.1.1. Total de estudantes inscritos.

53

5.1.2. Caracterização por género

5.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	37.7
Feminino / Female	62.3

5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.

5.1.3. Número de estudantes por ano curricular (ano letivo em curso) / Number of students per curricular year (current academic year)

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
----------------------------------	-----------------

1º ano curricular	26
2º ano curricular	16
3º ano curricular	11
	53

6. Resultados

6.1. Resultados Académicos

6.1.1. Eficiência formativa.

6.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	Antepenúltimo ano / Two before the last year	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano / Last year
N.º graduados / No. of graduates	17	4	10
N.º graduados em N anos / No. of graduates in N years*	15	3	8
N.º graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	1	0	0
N.º graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	1	0	0
N.º graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	1	2

Pergunta 6.1.2. a 6.1.3.

6.1.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (exclusivamente para cursos de doutoramento).

N/A

6.1.3. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respetivas unidades curriculares.

No referente à monitorização do sucesso escolar e definição de ações de melhoria para diminuir a taxa de insucesso nas unidades curriculares em que a mesma é elevada, cada docente, de acordo com o sistema de avaliação da qualidade, produz o relatório da unidade curricular que leciona. Neste relatório reflete sobre as diversas estatísticas e outras informações disponíveis, inclusive de modo informal (mais do que simplesmente sobre a taxa de sucesso) e propondo, conseqüente e fundamentadamente, ações de melhoria que, posteriormente, são ponderadas pela coordenação do curso e, em termos mais genérico, nas reuniões do Conselho Técnico-Científico e do Conselho Pedagógico, para além do acompanhamento pela tutora dos estudantes. A introdução de inquéritos intercalares

sucintos dirigidos aos estudantes sobre o desempenho docente em cada uc constitui um mecanismo importante para os professores, em tempo, aferirem a adequação das metodologias utilizadas bem como dos recursos e conteúdos. A evolução do sistema da qualidade e de avaliação do desempenho constituem meios acrescidos de apoio indireto ao sucesso escolar dos estudantes na medida em que motivam a reflexão de cada um sobre o seu exercício profissional. De salientar que se verificam indicadores de sucesso relativamente homogêneos e elevados, constatando-se mesmo uma melhoria progressiva ao longo dos anos designadamente em áreas com índice de aproveitamento ligeiramente mais baixos, tais como em Ciências Sociais e do Comportamento, Estatística e Direito, em que se passou de percentagens de sucesso, respetivamente, de 79,47% em 2014/15 para 86,40% em 2016/2017, de 78.78% para 80.00% e de 78.95% para 80.13%. Os indicadores mais favoráveis surgem sintomaticamente na área de Marketing e Publicidade, com 90.15% em 2016/2017 depois de um ligeiro recuo em 2015/16 (com 87.76%), após 90.28% em 2014/15. Certamente que as estratégias pedagógicas prosseguidas tiveram influência decisiva nestas percentagens altamente favoráveis.

6.1.4. Empregabilidade.

6.1.4.1. Dados sobre desemprego dos graduados do ciclo de estudos (estatísticas da DGEEC ou estatísticas e estudos próprios, com indicação do ano e fonte de informação).

A percentagem de diplomados empregados ao fim de 1 ano, em 2015/2016, era de 100% assim distribuídos:

- a) em menos de 3 meses: 50%*
- b) entre 3 e 6 meses: 0%*
- c) entre 6 meses e 1 ano: 50%*

Os dados referentes a 2016/2017 encontram-se ainda em fase de apuramento.

Fonte de informação: contacto anual direto com diplomados através de e-mail ou telefone

6.1.4.2. Reflexão sobre os dados de empregabilidade.

Verificam-se excelentes níveis de empregabilidade, os quais se explicam pela pertinência desta área de formação para a atividade empresarial, sobretudo no período de incremento da economia e do consumo, a par do reconhecimento da qualidade da formação oferecida pela instituição.

6.2. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas.

6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica

6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua actividade científica / Research Centre(s) in the area of the study programme, where the teachers develop their scientific activities

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados/ No. of integrated study programme's teachers	Observações / Observations
Laboratório de Inteligência Artificial e Apoio à Decisão (LIAAD) – INESC TEC	Excelente	FEUP - Universidade do Porto	1	N/A
Lab2PT - Laboratório de Paisagens, Património e Território (Landscape, Heritage and Territory)	Muito Bom	Universidade do Minho	1	N/A

Pergunta 6.2.2. a 6.2.5.

6.2.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, relevantes para o ciclo de estudos.

<http://a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/4d5549b5-717d-1929-29af-5a983444b20b>

6.2.3. Mapa-resumo de outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica:

<http://a3es.pt/si/iportal.php/cv/other-scientific-publication/formId/4d5549b5-717d-1929-29af-5a983444b20b>

6.2.4. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) científica(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos, e seu contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural, desportiva e artística.

Em termos de projetos de intervenção na comunidade, destaca-se a reativação do projeto “Cedofeita Viva” (com a colaboração da ACECE-Associação de Comerciantes de Empresários de Cedofeita), através do qual se fomenta a promoção da imagem do comércio local; a implicação num projeto interdisciplinar na área do marketing sobre o “perfil dos utentes dos espaços de consumo e lazer da baixa portuense”. Trata-se de um estudo qualitativo e quantitativo em curso sobre a atratividade e divulgação da cidade do Porto bem como análise do perfil, das motivações, perceções e comportamentos de quem a visita. Foi recolhida e analisada informação (na web: booking, trip advisor, páginas de hotéis, C. M. Porto, agências de turismo, teses de mestrado e doutoramento, livros existentes, entrevistas...) referente a:

- a) Tipologia de alojamento existente na cidade, património material e imaterial da cidade, comunicação e promoção da cidade na web (conteúdos, línguas e formatos), oferta de meios de transporte, terrestres e aéreos, para e na cidade e sua evolução, evolução dos city breaks (oferta e consumidores) na Europa, em Portugal e, em particular, no Porto.*
- b) Notoriedade da marca “Porto”: foi construído um questionário para a recolha de dados no centro da cidade, efetuando-se cerca de 300 inquéritos que permitiram identificar o perfil, as motivações, as perceções e os*

comportamentos de quem visita a cidade do Porto.

As “Olimpíadas de Marketing e Publicidade” de que já tiveram lugar três edições são especialmente destinadas a alunos do ensino secundário, implicando um trabalho sistemático prévio de organização em termos de preparação de questionários, s eu tratamento e difusão dos grandes objetivos e estratégias desta área de atividade comunicacional. Está em curso a organização de um Observatório de Marketing e Publicidade com as seguintes características: idealizar a construção de um website (estrutura, conteúdos, design, funcionalidades), necessariamente com domínio próprio; desenvolver o conceito orientado para que o website seja alimentado com conteúdos resultantes da pesquisa por docentes e estudantes (com triagem e validação supervisionadas), fazendo dessas tarefas trabalhos e atividades pedagógico-didáticas. Neste contexto, os estudantes serão desafiados a desenvolver atividades e competências valiosas: pesquisa, screening e validação de conteúdos; utilização / manutenção de um website e de conteúdos (funções); reforçarão as competências relacionais e de trabalho em equipa.

6.2.5. Integração das atividades científicas, tecnológicas e artísticas em projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais, incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido.

N/A

6.3. Nível de internacionalização.

6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes

7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Percentage of foreign students enrolled in the study programme	11.3
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Percentage of students in international mobility programs (in)	8.6
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Percentage of students in international mobility programs (out)	1.9
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Percentage of foreign teaching staff (in)	6.3
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Percentage of teaching staff in mobility (out)	6.3

6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

O ISCET dispõe de uma rede de parceiros no âmbito do programa de mobilidade Erasmus+, o que potencia a sua atividade científica em termos de projetos e proporciona o enriquecimento cultural e científico da sua comunidade. De registar a lecionação de módulos especializados pela Prof. Anne Roosipold da Estonian Entrepreneurship University of Applied Sciences, pela Prof. René Mueller da Universidade de Charleston (EUA) no âmbito do Marketing Internacional e pela Professora Jana Dannhoferová, da Universidade Mendel, República Checa no âmbito da Licenciatura em Marketing e Publicidade e do CTeSP em Gestão de Vendas e Marketing. O ISCET mantém ainda parcerias com o Instituto Superior Formação, Investigação e Ciência (Moçambique); com o Instituto Superior Politécnico S. Francisco Assis (Guiné-Bissau) e com a Universidade de Santiago (Cabo Verde), em termos de assistência ao desenvolvimento de formações na área. Como constrangimento, salienta-se a dificuldade na obtenção de financiamentos.

7. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

7.1 Sistema interno de garantia da qualidade

7.1. Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES (S/N)?

Se a resposta for afirmativa, a Instituição tem apenas que preencher os itens 7.1.1 e 7.1.2, ficando dispensada de preencher as secções 7.2.

Se a resposta for negativa, a Instituição tem que preencher a secção 7.2, podendo ainda, se o desejar, proceder ao preenchimento facultativo dos itens 7.1.1 e/ou 7.1.2.

Não

7.1.1. Hiperligação ao Manual da Qualidade.

http://www.iscet.pt/sites/default/files/imce/manual_qualidade_2016_dezembro.pdf

7.1.2. Anexar ficheiro PDF com o último relatório de autoavaliação do ciclo de estudos elaborado no âmbito do sistema interno de garantia da qualidade(PDF, máx. 500kB).

<sem resposta>

7.2 Garantia da Qualidade

7.2.1. Mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos e das atividades desenvolvidas pelos Serviços ou estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem, designadamente quanto aos procedimentos destinados à recolha de informação (incluindo os resultados dos inquéritos aos estudantes e os resultados da monitorização do sucesso escolar), ao acompanhamento e avaliação periódica dos ciclos de estudos, à discussão e utilização dos resultados dessas avaliações na definição de medidas de melhoria e ao acompanhamento da implementação dessas medidas.

O ISCET tem como uma das suas prioridades a promoção do sucesso escolar dos estudantes. Para o efeito, nas reuniões de coordenação dos ciclos de estudo, do Conselho Técnico-Científico e Conselho Pedagógico são sistematicamente ponderadas designadamente as metodologias de ensino-aprendizagem, a adequação dos conteúdos desenvolvidos nas diferentes unidades curriculares, os sistemas de avaliação e, no seu conjunto, as formas de motivação dos estudantes para a pesquisa e participação em trabalhos.

Constituem instrumentos objetivos para recolha de informação acerca do processo de ensino/aprendizagem os inquéritos aos estudantes aplicados na sua integralidade no final de cada semestre e inquéritos parciais, no meio de cada semestre, dirigidos especificamente ao desempenho dos docentes e perceção da pertinência e acessibilidade dos conteúdos. Os resultados dos inquéritos semestrais permitem um estudo global acerca das representações e opiniões dos estudantes sobre o desenvolvimento dos programas de cada uc, a perceção sobre o sentido das aprendizagens em função dos objetivos do ciclo de estudos, a opinião acerca das metodologias e recursos utilizados bem como acerca do ambiente proporcionado pela instituição em termos globais suscetível de favorecer o bem-estar dos estudantes. Os inquéritos intermédios constituem instrumentos imediatos, ainda que sucintos, para os docentes e respetivo coordenador aferirem do efetivo acompanhamento e valorização que os estudantes fazem acerca do processo de ensino-aprendizagem e, assim, otimizarem os correspondentes procedimentos de forma a assegurar-se o cumprimento dos objetivos enunciados nas fichas curriculares e de ciclo de estudos. Acresce, com uma importância a que o ISCET atribui especial valor, no contexto da sua cultura institucional, a recolha direta, por diálogo mais ou menos formal, das posições e opiniões dos estudantes sobre os mais diversos aspetos da vida na instituição em geral e do desenvolvimento das aulas e outras atividades para-letivas em particular. Ressaltam-se aqui os contactos sistemáticos e espontâneos dos delegados de turma com os coordenadores em reuniões e/ou em encontros quotidianos a ocorrer em qualquer momento. Os delegados de turma – eleitos pelos estudantes de cada turma – são igualmente inquiridos por escrito pelos órgãos da instituição para se pronunciarem sobre assuntos relativos ao funcionamento corrente da componente letiva e não letiva da sua atividade. Complementarmente, efetuam-se reuniões presenciais e conjuntas dos delegados de turma com o diretor, a administração, o provedor do estudante, a presidente do Conselho Pedagógico e o respetivo coordenador. Assinala-se que muito particularmente no Conselho Pedagógico, onde estão presentes representantes de docentes e discentes, é apreciada toda a informação de cariz pedagógico disponível pelos meios referidos e também aquela trazida a este Conselho pelos seus membros. O Conselho Técnico-Científico, no âmbito das suas atribuições, pondera igualmente a informação disponibilizada acerca do funcionamento científico e pedagógico da instituição. As reuniões de coordenação, pela sua própria natureza, asseguram a operacionalização, em termos de melhorias de processos e da sua consolidação, conforme os casos, do desempenho disciplinar e interdisciplinar dos docentes em conexão com o perfil do ciclo de estudos, a atualização de conteúdos e metodologias, o desenvolvimento de atividades formativas tais como visitas de estudo bem como o apuramento dos processos de avaliação, dimensões que, sue conjunto, asseguram a adequada monitorização e dinâmica da ação formativa. A elaboração de fichas de uc permite a planificação das atividades docentes, as quais são no final ponderadas em termos da sua execução e adequação com vista à elaboração dos relatórios de uc e de ciclo de estudos.

Na decorrência dos referenciais de garantia da qualidade dimanados da A3ES foram considerados os seguintes tópicos para uma efetiva dinamização pedagógica do ISCET:

- Papel ativo dos estudantes na criação dos processos de aprendizagem e avaliação;
- Valorização da diversidade dos estudantes e dos seus percursos de aprendizagem;
- Variabilidade dos métodos de ensino-aprendizagem;
- Promoção do respeito mútuo na relação estudante-professor;
- Domínio pelos docentes das várias opções pedagogicamente testadas no que se refere aos métodos e processos de avaliação e às metodologias de trabalho com os estudantes considerando que estes estão no efetivo centro dos processos de aprendizagem, sendo os seus reais sujeitos;
- Reconhecimento efetivo da importância dos estudantes em obterem feedback sobre o seu desempenho e consequente aconselhamento;
- Consideração na avaliação da equilibrada correlação entre os resultados atingidos e os objetivos de aprendizagem fixados;
- Garantia de que os conteúdos dos programas respeitam os resultados da investigação mais recente nos respetivos domínios disciplinares, bem como de que correspondem às necessidades da sociedade em termos do desenvolvimento local, regional e nacional e às expectativas e necessidades dos estudantes em relação ao curso;
- Efetivo contributo de peritos, referenciais externos e dos estudantes na conceção dos cursos e respetivos programas;
- Necessidade de uma adequada ponderação da carga de trabalho dos estudantes na correlação com a sua progressão académica;
- Mecanismos de articulação entre o ensino e as atividades de investigação em prol da inovação;
- Participação em atividades e projetos internacionais de educação, formação e investigação.

No referente à monitorização do sucesso escolar e definição de ações de melhoria para diminuir a taxa de insucesso nas unidades curriculares em que a mesma é elevada, cada docente, de acordo com o sistema de avaliação da qualidade, produz o relatório da unidade curricular que leciona, refletindo sobre as diversas estatísticas e outras informações disponíveis, inclusive de modo informal (mais do que simplesmente sobre a taxa de sucesso) e propondo, consequente e fundamentadamente, ações de melhoria que, posteriormente, são ponderadas pela coordenação do curso e, em termos mais genérico, nas reuniões do Conselho Técnico-Científico e do Conselho Pedagógico, para além do acompanhamento pela tutora dos estudantes. Este mecanismo foi consolidado com a evolução do próprio sistema da qualidade.

7.2.2. Indicação da(s) estrutura(s) e do cargo da(s) pessoa(s) responsável(eis) pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos.

Maria Isabel Rodrigues Pereira - Administradora
Adalberto Artur Vieira Dias de Carvalh - Diretor
Maria Carlota Sottomayor - Gestora de Qualidade

7.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

Encontra-se em vigor o sistema de avaliação do desempenho docente de acordo com o respetivo regulamento de avaliação. É um instrumento de gestão que, em articulação com as opções estratégicas da instituição, pretende promover a melhoria da qualidade de ensino, investigação e compromisso organizacional dos seus docentes, traçando um quadro de referência para a implementação e valorização das suas atividades. São princípios inerentes à avaliação:

- a) As componentes, os parâmetros e os critérios de avaliação da atividade dos docentes;*
- b) As regras para a fixação de referenciais de desempenho em cada um dos critérios de avaliação;*
- c) Os coeficientes de ponderação inerentes aos critérios de avaliação e o peso relativo de cada componente;*
- d) A metodologia para apuramento das classificações finais e menções qualitativas;*
- e) As diferentes fases do processo de avaliação.*

Como componente da avaliação do desempenho docente intervêm também os inquéritos semestrais dirigidos aos estudantes.

7.2.3.1. Hiperligação facultativa ao Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente.

https://drive.google.com/a/iscet.pt/uc?authuser=0&id=1WCQbmMn7fhwqmDffx_rcmwverwcSTtUA&export=download

7.2.4. Procedimentos de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

O pessoal não docente é avaliado pela Administração com apoio nas informações fornecidas pela Direção e inquéritos aos estudantes e docentes, quando aplicável.
Inquérito aos colaboradores.

7.2.5. Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.

- Inquéritos de avaliação institucional;*
- Inquérito de avaliação final da unidade curricular;*
 - Inquéritos de ingresso;*
 - Inquéritos aos estudantes;*
 - Inquéritos aos delegados de turma;*
 - Inquéritos aos docentes;*
 - Inquéritos do GESP;*
 - Inquéritos de empregabilidade;*
 - Inquéritos às entidades cooperantes com o ISCET;*
 - Inquéritos de avaliação do GESP: alunos e coordenadores / empresas e centros de estágio;*
 - Inquéritos alunos Erasmus+;*
 - Apresentação de sugestões de melhoria;*
 - Reunião anual do SIGQ.*

8. Análise SWOT do ciclo de estudos e proposta de ações de melhoria

8.1 Análise SWOT global do ciclo de estudos

8.1.1. Pontos fortes

- Bom ambiente de ensino/aprendizagem, associado a uma cultura institucional que se vem consolidando e propagado ao longo dos anos.*
- Ambiente colaborativo;*
- Objetivos ambiciosos e desafiantes, adequados à realidade contextual da atualidade, com vista a proporcionar uma formação sólida e a promover a aprendizagem e aquisição de competências que conduzam os diplomados a uma integração num mercado de emprego competitivo;*
- Disponibilização de acervo bibliográfico adequado, em atualização permanente, e meios audiovisuais (nomeadamente o laboratório de aprendizagem que proporciona meios informáticos e software de produtividade e especializado). É utilizada uma plataforma moodle, meio preferencial de disponibilização de materiais pedagógicos e de desenvolvimento de atividades a distância e simuladores on line. O ISCET disponibiliza ainda casos de estudo, adquiridos, nomeadamente, à ECCH (clearing house case studies), de que é associado. O equipamento de alguns recursos disponibilizados resulta de parcerias com outras organizações/empresas;*
- A registar, também, parcerias no âmbito do programa Erasmus+, que estimula a mobilidade de docentes (pelo menos um por ano) e estudantes, bem como a participação do ISCET em redes internacionais (Rede SPACE, por exemplo);*
- Experiência acumulada de formação ao nível de licenciatura, na área do Marketing e da Publicidade;*
- Crescente nível de qualificação. Experiência empresarial de diversos docentes, nomeadamente na área do marketing, publicidade, design e comunicação, o que permite aportar maior valor ao processo de ensino/aprendizagem e ligações privilegiadas ao meio empresarial;*

- *Colaboração de especialistas de outras universidades e empresas com experiências e percursos profissionais diversos;*
- *Processo pedagógicos estáveis, consolidando abordagens inovadoras introduzidas nos últimos anos;*
- *Envolvimento de estudantes em atividades de natureza investigativa e dinâmica de projetos de investigação, intervenção comunitária e criação de projetos empresariais relacionados com o ciclo de estudos.*

8.1.2. Pontos fracos

- *Necessidade reforço do acervo bibliográfico e de assinatura de maior número de revistas científicas.*
- *Maior mobilidade e necessidade de intensificar a participação em eventos científicos de pessoal docente.*
- *Estrutura curricular e plano de estudos com algumas deficiências em termos de precedências curriculares e falta de módulos de reforço da área de Gestão e Administração.*
- *Necessidade de novos doutores nas áreas dominantes do ciclo de estudos.*

8.1.3. Oportunidades

- *Eventual reforço do enfoque de comunicação associada a novas tendências do marketing, designadamente o marketing digital.*
- *Uma maior e melhor exploração por parte dos docentes e estudantes das redes e parcerias bem como das organizações a que o IS CET pertence ou se encontra associado através da participação em projetos.*
- *Reforço dos serviços integrados on line, locais e através de VPN para docentes e estudantes, como forma de melhoria da eficiência dos processos pedagógicos e administrativos.*
- *Tirar um maior partido da localização da instituição, no centro do Porto, e explorá-la como um laboratório experimental para as diferentes unidades curriculares, bem como para a identificação de projetos de pesquisa aplicada com forte impacto na comunidade local.*
- *Maior automatização/informatização de processos administrativos com a instalação do sistema SOPHIA e potencial de aumento de eficácia de coordenação com base em indicadores de desempenho académico.*
- *Potencial crescimento da influência e notoriedade local da instituição e do ciclo de estudos através de parcerias com empresas e instituições públicas e outras organizações da área do marketing e publicidade.*

8.1.4. Constrangimentos

- *Dificuldade em assegurar a participação dos estudantes em estágios internacionais por se verificar dificuldades financeiras generalizadas dos mesmos face às condições propiciadas, o que limita os objetivos de abertura à inovação.*
- *Desigualdade da situação dos estudantes relativamente ao setor estatal com propinas subsidiadas pelo Estado.*
- *Transferência de empresas importantes no setor do Marketing e Publicidade para Lisboa.*
- *Escassez de doutorados disponíveis nas áreas predominantes do ciclo de estudos.*

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2.1. Ação de melhoria

- *Solicitação aos docentes para apresentação de sugestões com vista à aquisição de novas publicações.*
- *Reforço dos meios de comunicação e divulgação de informação; alargamento progressivo do espectro de avaliação de atividades e estruturas organizativas.*
- *Aprofundamento das relações com instituições parceiras e divulgação de eventos. Incremento de novos projetos de investigação e aprofundamento dos existentes com a colaboração das entidades parceiras. Dinamização, de modo crescente, dos intercâmbios de documentação, docentes e estudantes. Desenvolvimento de novas parcerias, nacionais e internacionais, com instituições congéneres, empresas e redes, a fim de reforçar, nomeadamente, as atividades de investigação e garantir uma geração mais eficaz com oportunidades de novos projetos.*
- *Processos de avaliação da organização do plano de estudos e recolha de informação pertinente para a sua melhoria.*
- *Apoio ao desenvolvimento de projetos de doutoramento e eventual contratação de novos doutores.*

8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

Prioridade: média

Tempo de implementação da medida: 2018-2020

9.1.3. Indicadores de implementação

- *Disponibilização de verbas para aquisições bibliográficas. Assinatura de novas publicações on line.*
- *Sistematização das reuniões com delegados de turma; incremento das informações a divulgar online e em placards; desenvolvimento do processo de avaliação do desempenho docente.*
- *Disponibilização de verbas para a participação em eventos científicos.*
- *Reestruturação do plano de estudos em aspetos considerados relevantes, designadamente no que respeita à sequência de uc e introdução de módulos importantes para a adaptação da formação às solicitações do mercado de trabalho.*
- *Incentivo à retoma de processos de doutoramento em curso.*

9. Proposta de reestruturação curricular (facultativo)

9.1. Alterações à estrutura curricular

9.1. Síntese das alterações pretendidas e respectiva fundamentação

Alteração da estrutura curricular e do plano de estudos com a permuta de algumas uc de forma a garantir a sua adequada sequência e introdução de uma nova uc da área de Gestão e Administração em substituição da unidade curricular de Introdução ao Direito por se considerar a sua relevância no contexto do curso pouco pertinente.

Em síntese:

- *extinção da unidade curricular de Introdução ao Direito; em seu lugar entrou a unidade curricular de Direito da Publicidade que passou do 4º semestre para o 1º semestre;*
- *permuta da unidade curricular de Gestão de Contas e Orçamentação com a unidade curricular de Marketing de Serviços;*
- *inclusão de uma nova unidade curricular (Princing e Gestão de Receitas) no anterior lugar da unidade curricular de Direito da Publicidade.*
- *Redenominação da uc Seminário que passa a designar-se Seminário Interdisciplinar. Esta redenominação justifica-se por traduzir mais adequadamente as práticas pedagógicas e científicas deste seminário, as quais se traduzem em abordagens multidisciplinares, frequentemente, inclusive, com a colaboração de especialistas externos, sobre aspetos decorrentes das perspetivas transdisciplinares internas à investigação em marketing e publicidade e das pesquisas ou práticas próprias de diversas ciências contributivas. Trata-se efetivamente de uma uc que culmina o tratamento interdisciplinar necessário a uma formação que responda à complexidade multidimensional do marketing e publicidade.*

Alteração da estrutura curricular:

- *aumento do número de créditos da área de Gestão e Administração, que passa de 40,5 créditos para 45 créditos, pela inclusão da unidade curricular de Princing e Gestão de Receitas e inerente diminuição do peso da área de Direito, pela exclusão de unidade curricular de Introdução ao Direito, a qual passa de 9 para 4,5 créditos.*

9.2. Nova estrutura curricular pretendida (apenas os percursos em que são propostas alterações)

9.2. N/A

9.2.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

N/A

9.2.2. Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
Marketing e Publicidade	MP	82.5	0
Gestão e Administração	GA	45	0
Ciências Sociais e do Comportamento	CSC	9	0
Línguas e Literaturas Estrangeiras	LLE	9	0
Direito	DIR	4.5	0
Design	DSG	6	0
Estatística	EST	6	0
Informática na Ótica do Utilizador	IOU	4.5	0
Áreas por indicação anual do Conselho Técnico-Científico	N/A	0	13.5
(9 Items)		166.5	13.5

9.3. Novo plano de estudos

9.3. Novo Plano de estudos - N/A - 6 Semestres / 3 anos

9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

N/A

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

6 Semestres / 3 anos

9.3.3 Novo plano de estudos / New study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Observações / Observations
--	---------------------------------------	------------------------	------------------------------------	------------------------------------	---------------------------------

(5)

Aplicações Computacionais para Marketing e Publicidade	IOU	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Economia	GA	semestral	162	TP:36 OT:9	6	N/A
Inglês I	LLE	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Direito da Publicidade	DIR	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Marketing I	MP	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Métodos Quantitativos	EST	semestral	162	TP:36 OT:9	6	N/A
Comportamento Organizacional	CSC	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Comunicação e Redação Publicitária	MP	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Inglês II	LLE	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Introdução à Gestão	GA	semestral	162	TP:36 OT:9	6	N/A
Laboratório de Design	DSG	semestral	162	TP:36 OT:9	6	N/A
Marketing II	MP	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Comportamento do Consumidor	CSC	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Distribuição e Merchandising	GA	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Estratégia e Planeamento Publicitário	MP	semestral	162	TP:36 OT:9	6	N/A
Gestão de Contas e Orçamentação	GA	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Marketing Digital	MP	semestral	162	TP:36 OT:9	6	N/A
Opção I	N/A	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Pricing e Gestão de Receitas	GA	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Estudos de Mercado	MP	semestral	162	TP:48 OT:12	6	N/A
Gestão de Vendas e Negociação	GA	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Laboratório de Comunicação Gráfica e Audiovisual I	MP	semestral	162	TP:36 OT:9	6	N/A
Marketing de Serviços	MP	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Opção II	N/A	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Empreendedorismo	GA	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Gestão da Inovação e Projetos	GA	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Laboratório de Comunicação Gráfica e Audiovisual II	MP	semestral	162	TP:48 OT:12	6	N/A
Marketing Internacional	MP	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Tópicos Avançados de Gestão	GA	semestral	162	TP:36 OT:9	6	N/A
Opção III	N/A	semestral	121.5	TP:36 OT:9	4.5	N/A
Estágio	MP	semestral	567	OT:15	21	N/A
Projeto	MP	semestral	202.5	TP:15 OT:45	7.5	N/A
Seminário Interdisciplinar	MP	semestral	40.5	S:30	1.5	N/A

(33 Items)

9.4. Fichas de Unidade Curricular

Anexo II - Pricing e Gestão de Receitas / Pricing and Revenue Management

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Pricing e Gestão de Receitas / Pricing and Revenue Management

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Luís Augusto Bastos Durães Ferreira

Carga letiva: 45 Horas

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

N/A

9.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- *Compreender os fatores internos e externos influenciadores do preço*
- *Explicar o impacto do custo na formação do preço*
- *Descrever as abordagens tradicionais do estabelecimento do preço e as estratégias de preço para novos produtos e para o mix de produtos*
- *Descrever estratégias de ajustamento de preço para situações diferenciadas*
- *Compreender o conceito de gestão de receitas e como esta impacta na rentabilidade*
- *Conhecer os principais modelos de fixação e otimização de preço com base na quantidade (capacidade), preço, rede e escolhas da empresa.*

Aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes

- Saber relacionar e aplicar os conceitos fundamentais de pricing
- Saber relacionar e aplicar os conceitos fundamentais de gestão de receitas
- Ser capaz de analisar a evolução dinâmica do preço
- Ser capaz de determinar a eficácia das políticas de pricing e de gestão de receitas e de estimar o impacto na rentabilidade

9.4.5. Conteúdos programáticos:

- CP1. Considerações gerais sobre o estabelecimento do preço
- CP2. Estratégias tradicionais de pricing
- CP3. Gestão de receitas: âmbito e conceitos
- CP4. Gestão de receitas com base na quantidade
- Afetação de capacidade
- Overbooking
- CP5. Gestão de receitas com base no preço
- Aspetos básicos de teoria do preço
- Pricing dinâmico
- CP6. Gestão de receitas em rede
- CP7. Otimização de preço e receitas e comportamento do consumidor
- CP8. RMP em diferentes setores de atividade económica

9.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

A u.c. apresenta os conceitos básicos e os principais modelos e estratégias de pricing e de revenue management. Os conteúdos programados (CP) estão organizados e incluem os tópicos cobertos pela bibliografia principal, ela própria de referência no domínio, e são coerentes com os objetivos da u.c., e estabelecidos de acordo com estes, conforme se indica:

- CP1 – C1, C2, C7
- CP2 – C3, C4
- CP3 – C5, C8
- CP4 – C5, C6, C8
- CP5 – C5, C6, C8, C9
- CP6 – C5, C6, C8
- CP7 – C6, C10
- CP8 – C6, C9, C10

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

- Exposição de matérias programadas
- Pesquisa bibliográfica e em bases de dados
- Exercícios, casos práticos e prova de avaliação
- Utilização de meios computacionais de cálculo

A avaliação atribui as seguintes ponderações e créditos:
 Trabalhos práticos (trabalhos de grupo e individuais) 40%
 Teste escrito 50%
 Participação 10%

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

O teste de avaliação individual implica a preparação prévia com base em aulas teórico-práticas e em trabalho de estudo autónomo dos estudantes, permitindo aferir e avaliar os conhecimentos adquiridos. A componente prática potencia a formação e treino dos alunos e permite a aplicação de conhecimentos e competências em problemas propostos e situações reais, no domínio da concepção e análise de uma estratégia de pricing e de gestão de capacidade e recursos para a fixação de preço, procurando maximizar a rentabilidade. Esta componente inclui a utilização de meios computacionais e de folhas de cálculo, com fins de modelização de problemas de afetação e de otimização de recursos, que nomeadamente permitem relacionar os conceitos com a aplicação real, e simular os impactos do estabelecimento do preço. Estas metodologias são, assim, coerentes com os objetivos de aprendizagem, na medida em que são observados os resultados de aprendizagem da u.c., ao nível de conhecimentos e competências.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:**Bibliografia principal**

Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, Lloyd C.; Piercel, N. (2016). *Principles of Marketing – European Edition*, 7.ª edição.
 Talluri, Kalyan T.; Ryzin, Garrett J. van (2005). *The Theory and Practice of Revenue Management*, Kluwer Academic Publishers

Bibliografia complementar

Phillips, Robert L. (2005). *Pricing and Revenue Optimization*, Stanford University Press.

9.5. Fichas curriculares de docente

Anexo III

9.5.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

<sem resposta>

9.5.2. Ficha curricular de docente:

<sem resposta>