

## Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

## Estrutura Curricular

ÁREA CIENTÍFICA	ECTS	
	OBRIGATÓRIOS	OPCIONAIS
Gestão	6	
Informática	12	
Marketing	90	
Matemática	6	
Psicologia	6	
Subtotal	120	
Total	120	

## Plano de Estudos

UNIDADES CURRICULARES	ANO, SEMESTRE	ÁREA CIENTÍFICA	DURAÇÃO	TEMPO DE TRABALHO (HORAS)		ECTS	OBSERVAÇÕES
				TOTAL	CONTACTO		
Comportamento do Consumidor	1ºano - 1º Semestre	Psicologia	Semestral	159	TP: 32	6	
Marketing Digital	1ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	TP: 16, PL: 16	6	
Metodologias de Investigação Aplicadas ao Marketing	1ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	TP: 16, PL: 16	6	
Pesquisa de Mercados	1ºano - 1º Semestre	Marketing	Semestral	159	TP: 32	6	
Tecnologias e Sistemas de Informação em Marketing	1ºano - 1º Semestre	Informática	Semestral	159	TP: 16, PL: 16	6	
Análise de Dados	1ºano - 2º Semestre	Matemática	Semestral	159	TP: 16, PL: 16	6	
Estudos de Mercado on-line	1ºano - 2º Semestre	Informática	Semestral	159	TP: 16, PL: 16	6	
Gestão e Avaliação de Projetos	1ºano - 2º Semestre	Gestão	Semestral	159	TP: 32	6	
Marketing Internacional	1ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	159	TP: 32	6	
Marketing Relacional e CRM	1ºano - 2º Semestre	Marketing	Semestral	159	TP: 16, PL: 16	6	

---

---

**Relatório de Curso**

---

---

**Ano Letivo:** 2018/19

**Curso:** *Marketing*

**Docente responsável:** *Suzanne Fonseca Amaro*

**Regime:** *Pós-Laboral*

**Grau:** *Mestre*

**Departamento:** *Departamento de Gestão*

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

---

---

Marketing - Unidade Orgânica	Semestre	Marketing	Unidade Orgânica	ES	OT: 78	60	
Dissertação/Projeto/Estágio	2ºano - Anual	Marketing	Anual	1590	OT: 78	60	

## Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

### Ligações externas no apoio à docência

Os alunos tiveram a oportunidade de assistirem gratuitamente ao

Marketing Marathon realizado no dia 23 de maio no auditório da nossa Escola, organizado pela Associação Portuguesa de Profissionais de Marketing.

### Locais de estágio e/ou de formação em serviço

A maioria dos alunos optou por fazer dissertação. Dos que optaram por estágio, estes foram realizados nas seguintes entidades:

- Comissão Vitivinícola Regional do Dão
- Viseu Marca
- Visabeira

### Trabalhos de investigação envolvendo os estudantes

Publicações:

Amaro, S., Duarte, P. A. D. O., & Antunes, A. (2019). Determinants of intentions to use a pilgrimage app: a cross-cultural comparison. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(ii), 19-30.

Amaro, S., Antunes, A. & Henriques, C. (2018). A closer look at Santiago de Compostela's pilgrims through the lens of motivations, *Tourism Management*, 64, 271-280.

Ferreira, B.M., & D. Marli (2018), Live music and consumers' attitudes, 21th AMS World Marketing Congress, Academy of Marketing Science, Porto, 27-29 junho.

Leitão, L., Amaro, S., Henriques, C. & Fonseca, P. (2018). Do consumers judge a book by its cover? A study of the factors that influence the purchasing of books., *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42, 88-97.

Apresentações em Conferências:

Amaro, S., Henriques, C. & Leitão, L. (2018). Fatores que motivam a escolha de um livro - análise da dicotomia: compra para oferta versus compra para si próprio apresentado nas XXV Jornadas de Classificação e Análise de Dados (JOCLAD 2018) em Almada, Portugal.

Antunes, A., Carla Henriques & Amaro, S. (2018). The Use of Mobile Technology by the Pilgrims of Santiago. Paper presented at the 10th Annual International Religious Tourism and Pilgrimage (IRTP) Conference, Santiago de Compostela, Spain, 27 a 30 de junho.

Imamovic, B., Amaro, S., Henriques, C. & Malva, M. (2018). Online shopping: A cross-cultural comparison, apresentado no International Conference on Economic and Social Studies Destinations, Sarajevo, Bosnia & Herzegovina.

### Corpo docente

NOME	CATEGORIA	GRAU ACADÉMICO	ÁREA CIENTÍFICA DO GRAU E DATA	ÁREA CIENTÍFICA ESPECIALISTA E DATA	REGIME	CARGA LETIVA NO CURSO
António Mário da Silva Rodrigues	Prof. Adjunto	Mestre	Ciências Empresariais em 1996		Integral	16

**Relatório de Curso**

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

Artur Jorge Afonso de Sousa	Prof. Adjunto	Doutor	Ciências da Informação em 2013		Integral	32
Bruno Emanuel Morgado Ferreira	Professor Convidado	Doutor	Ciências de Gestão (Marketing) em 2015		Integral	66.5
Carla Manuela Ribeiro Henriques	Prof. Adjunto	Doutor	Matemática Aplicada - Área Probabilidades e Estatística em 2006		Integral	24.5
Joaquim Gonçalves Antunes	Prof. Coordenador	Doutor	Gestão em 2004		Integral	34.5
José Augusto Rosa Bastos	Prof. Adjunto	Licenciado	Gestão em 1999	Marketing e Publicidade em 2015-09-30	Integral	32
José Luís Mendes Loureiro Abrantes	Prof. Coordenador	Doutor	Ciências Económicas e Empresariais em 2001		Integral	48
Maria Madalena de Freitas Malva	Prof. Adjunto	Doutor	Estatística e Investigação Operacional em 2006		Integral	32
Suzanne Fonseca Amaro	Prof. Adjunto	Doutor	Marketing em 2014		Integral	34.5

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
TOTAL	0	10	9
ETI	0	9.22	9

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	ETI	%*	ETI	%*	ETI	%*
EM TEMPO INTEGRAL	0	0	9	97.63	9	100
COM GRAU DE DOUTOR	0	0	7	75.93	7	77.78
ESPECIALISTAS NÃO DOUTORADOS, DE RECONHECIDA EXPERIÊNCIA E COMPETÊNCIA PROFISSIONAL	0	0	1	10.85	1	11.11
TEMPO INTEGRAL COM UMA LIGAÇÃO À INSTITUIÇÃO POR UM	0	0	8	86.78	9	100

## Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

PERÍODO SUPERIOR A TRÊS ANOS						
INSCRITOS EM PROGRAMAS DE DOUTORAMENTO HÁ MAIS DE UMA ANO		0		0	0	0

\* Em relação ao total de ETI

### ÍNDICE DE ENVELHECIMENTO

	2016/2017			2017/2018			2018/2019		
	NÚMERO	%*	IE*	NÚMERO	%*	IE*	NÚMERO	%*	IE*
< 30 ANOS	0	0	0	0	0	5	0	0	4
>=30 E < 40 ANOS	0	0		1	10		1	11.11	
>=40 E < 50 ANOS	0	0		4	40		4	44.44	
>=50 E < 60 ANOS	0	0		5	50		4	44.44	
>= 60 ANOS	0	0		0	0		0	0	

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

## Caracterização dos estudantes

### GÉNERO

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
FEMNINO	0	0	8	57.14	17	54.84
MASCULINOS	0	0	6	42.86	14	45.16

### IDADE

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
< 20 ANOS	0	0	0	0	0	0
>= 20 E < 24 ANOS	0	0	7	50	12	38.71
>= 24 E < 28 ANOS	0	0	5	35.71	11	35.48
>= 28 ANOS	0	0	2	14.29	8	25.81

### INSCRITOS

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
1º ANO CURRICULAR	0	0	14	100	22	70.97
2º ANO CURRICULAR	0	0	0	0	9	29.03

**Relatório de Curso**

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
TOTAL	0	14	31

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
VAGAS	0	25	25
CANDIDATOS EM 1ª OPÇÃO		15	26
COLOCADOS EM 1ª OPÇÃO		15	26
INSCRITOS NO 1º ANO PELA 1ª VEZ		14	22

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

Não existem diferentes ramos no Mestrado em Marketing.

**Sucesso Académico**

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
DIPLOMADOS	0	0	1
DIPLOMADOS EM N ANOS	0	0	1
DIPLOMADOS EM N+1 ANOS	0	0	0
DIPLOMADOS EM N+2 ANOS	0	0	0
DIPLOMADOS EM MAIS DE N+2 ANOS	0	0	0

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	/*	/**	/*	/**	/*	/**
TAXA MÉDIA DE APROVAÇÃO ÀS UNIDADES CURRICULARES	0	0	85.38	92.5	69.78	83.96

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

	2016/2017			2017/2018			2018/2019		
	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO	Nº DE AVALIADOS	Nº DE NÃO AVALIADOS	RAZÃO
RAZÃO ENTRE ESTUDANTE AVALIADOS E ESTUDANTES		0		120	10	12	187	38	4.92

## Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

NÃO AVALIADOS	2016/2017	2017/2018	2018/2019
UNIDADES CURRICULARES COM MENOR TAXA DE APROVAÇÃO*		Gestão e Avaliação de Projetos com 100 (Nº alunos aprovados: 12; Nº alunos avaliados: 12)	Metodologias de Investigação Aplicadas ao Marketing com 92,86 (Nº alunos aprovados: 13; Nº alunos avaliados: 14)

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

### Estratégias adotadas para combate ao insucesso

Em primeiro lugar é de referir que ainda não aparecem diplomados em 2017/2018, uma vez este Mestrado entrou em vigor nesse ano (até esse ano letivo existia o Mestrado em Marketing Research). Apenas uma aluna entregou o trabalho final de mestrado no final do 2.º ano, ficando diplomada nesse ano letivo. No entanto, 4 alunos pediram adiamento do prazo, nomeadamente por motivos profissionais.

O sucesso escolar é bastante elevado e isso acontece em qualquer área científica. De facto, nota-se claramente neste ciclo de estudos que a motivação e o empenhamento dos alunos são elevados.

As estratégias de combate ao insucesso consistem no acompanhamento dos alunos, por parte dos professores e nas práticas pedagógicas utilizadas.

### Empregabilidade

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
% RECEM DIPLOMADOS DO CURSO REGISTRADOS NO IEFP COM DESEMPREGADOS*		0	8,3

\* Dados IEFP

	2016/2017		2017/2018		2018/2019	
	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
DIPLOMADOS A EXERCER ATIVIDADE PROFISSIONAL*					0	0
DIPLOMADOS A EXERCER ATIVIDADE PROFISSIONALEM SETOR DE ATIVIDADE RELACIONADO COM O CILO DE ESTUDOS*					0	0

\* Dados questionário IPV

2016/2017	2017/2018	2018/2019
-----------	-----------	-----------

## Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS DIPLOMADOS	NÚMERO DE RESPOSTAS					0	
	DIPLOMADOS A QUEM FOI SOLICITADA RESPOSTA					2	0

### Estratégias adotadas para melhoria das condições de empregabilidade do curso

Em relação a 2018/19 não existem respostas para que possamos auferir a empregabilidade dos diplomados no Mestrado em Marketing. em anos anteriores, tem-se verificado uma elevada taxa de empregabilidade.

Uma das estratégias que se tem adoptado é sugerir estágio para os alunos que não se encontram ainda a trabalhar, de forma a fazerem a sua integração no mercado de trabalho e na área do Marketing. Neste ano letivo, sabe-se que 2 das alunas que realizaram estágio, na Visabeira e na Viseu Marca, irão ficar a realizar estágio profissional nestas entidades.

### Abandono Escolar\*

	2016/2017						2017/2018						2018/2019					
	INSCRITOS		ABANDONOS		%		INSCRITOS		ABANDONOS		%		INSCRITOS		ABANDONOS		%	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
TOTAL	0	0	0	0	0	0	6	8	3	2	50	25	14	17	7	7	50	41.18
1º ANO	0	0	0	0	0	0	6	8	3	2	50	25	11	11	5	3	45.45	27.27
2º ANO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	6	2	4	66.67	66.67

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

NI - Nº de estudantes inscritos em determinado ano letivo

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

ND - Nº de diplomados

### Estratégias adotadas para combate ao abandono

As taxas de abandono têm de ser analisadas com algum cuidado, pois existe um número considerável de alunos que fazem apenas a parte curricular do Mestrado, não seguindo para Dissertação/Projeto/Estágio para concluir o Mestrado, por não procurarem propriamente a obtenção do grau de Mestre, mas sim, a obtenção de competências na área do Marketing. Ainda assim, os alunos são fortemente incentivadas a prosseguirem para o 2.º ano, com um acompanhamento por parte dos docentes.

### Internacionalização

2016/2017	2017/2018	2018/2019
-----------	-----------	-----------

**Relatório de Curso**

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

	NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
ESTUDANTES ESTRANGEIROS MATRICULADOS	0	0	1	7.14	6	19.35
ESTUDANTES EM PROGRAMAS INTERNACIONAIS DE MOBILIDADE (RECEBIDOS)	0	0	1	7.14	1	3.23
ESTUDANTES EM PROGRAMAS INTERNACIONAIS DE MOBILIDADE (ENMADOS)	0	0	0	0	0	0
DOCENTES ESTRANGEIROS, INCLUINDO EM MOBILIDADE (RECEBIDOS)	0	0	1	7.14	0	0
DOCENTES (ENMADOS)	0	0	1	7.14	0	0

**Satisfação**

COM AS UNIDADES CURRICULARES

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
NATUREZA DA UNIDADE CURRICULAR*			3.47
IMPLEMENTAÇÃO**			3.95
AUTOAVALIAÇÃO***			3.63

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

COM O TRABALHO FINAL DE CURSO/ESTÁGIO

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
NATUREZA DO ESTÁGIO*			0
ASPETOS CIENTÍFICO-PEDAGÓGICOS E ORGANIZACIONAIS**			0
AVALIAÇÃO E PROMOÇÃO DO SUCESSO***			0
AUTOAVALIAÇÃO DO ESTUDANTE RELATIVAMENTE AO ESTÁGIO/PROJETO****			0
RELAÇÕES INTERPESSOAIS*****			0

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

COM O CURSO

## Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

	2016/2017	2017/2018	2018/2019
CURSO - PERCEÇÃO GLOBAL*			2
AMBIENTE**			2.67

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

		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM A UNIDADE CURRICULAR	NÚMERO DE RESPOSTAS			138		9	
	ESTUDANTES INSCRITOS			1738	7.94	204	4.41
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O ESTÁGIO, DISSERTAÇÃO OU PROJETO	NÚMERO DE RESPOSTAS			0		0	
	ESTUDANTES INSCRITOS			1	0	0	0
TAXA DE RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO À SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES COM O CURSO E A COM A ESCOLA	NÚMERO DE RESPOSTAS			4		1	
	ESTUDANTES INSCRITOS			161	2.48	30	3.33

### Apreciação global dos resultados da satisfação

Não é possível tecer comentários sobre estes resultados, pois apenas um aluno respondeu ao inquérito em 2018/2019, pelo que não consideramos que a opinião de um aluno seja representativo de todos os alunos.

### Relatórios de Unidade Curricular

		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE CUMPRIMENTO DO PRAZO PARA ELABORAÇÃO DOS RELATÓRIOS DE UNIDADE CURRICULAR	RELATÓRIOS ELABORADOS DENTRO DO PRAZO		0	9	90	10	100
	NÚMERO DE UNIDADES CURRICULARES			10		10	
TAXA DE CUMPRIMENTO DO PRAZO PARA	RELATÓRIOS VALIDADOS DENTRO DO PRAZO					10	

## Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

VALIDAÇÃO DOS RELATÓRIOS DE UNIDADE CURRICULAR	RELATÓRIOS ELABORADOS	0	0	10	100
--	-----------------------	---	---	----	-----

### Análise crítica do funcionamento do curso

Continuou a registar-se um acréscimo considerável na procura do curso, o que se traduziu num aumento muito significativo do número de alunos inscritos.

Verificou-se um aumento da opção estágio para a obtenção do grau de Mestre. Duas das alunas que optarem por estágio irão ficar a realizar estágios profissionais nessas entidades, o que demonstra o bom desempenho das alunas do Mestrado em Marketing.

Um aspecto muito positivo a salientar neste ano letivo foi que alguns dos trabalhos de investigação dos alunos resultaram em publicações e em apresentações em conferências.

Em conclusão, o curso decorreu dentro da normalidade, existindo um bom relacionamento entre docentes e discentes.

### Melhorias identificadas em anos anteriores - Monitorização

#### Descrição das ações de melhoria definidas no ano letivo anterior

1 Promover mais ações de incentivo para que os alunos se motivem pela realização da parte final do mestrado Dissertação/Projeto/Estágio. Exemplos: Trazer mestres em Marketing, para falarem da sua experiência. Arranjar parcerias com empresas que possam propor-lhes trabalhos que os motivem.

2 IPV tornar-se membro federado do serviço RCTaai da RCTS/FCCN

O acesso à informação científica nacional e internacional e a outras publicações subscritas pelo IPV, por parte da comunidade académica, é realizado através da b-on- Biblioteca do conhecimento online. Para as publicações subscritas pelo IPV, o acesso é controlado, ainda, através do IP da instituição, o que restringe este acesso a sistemas ligados à rede local do IPV, ou através de uma VPN. No entanto, o IPV está a muito curto prazo, de se tornar membro federado do serviço RCTSaai da RCTS/FCCN, o que permitirá, de futuro, que a autenticação/autorização no acesso às publicações subscritas pelo IPV seja baseado neste serviço. Deste modo, toda a comunidade académica do IPV poderá aceder à b-on na sua plenitude, a partir de qualquer dispositivo ligado à Internet (sem necessidade de VPN).

3- Aumentar a ligação com as empresas e instituições, procurando realizar projetos de investigação conjunta/realização de trabalhos aplicados.

4- Melhoria da rede Internet wireless e de computadores nas salas de aula.

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

5 Dinamizar as iniciativas que favoreçam a aprendizagem da língua inglesa. Isto poderá acontecer de diversas formas. Por exemplo, para além das competências específicas, os docentes são incentivados a favorecer um conjunto de competências transversais: disponibilizar Bibliografia em Inglês, favorecer artigos em Inglês, utilização de software em Inglês, etc.. Existe também uma parceira com O International House de Viseu com condições especiais para alunos e funcionários da Escola (que poderá ser mais divulgada)

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

Ação 1: Prioridade: Média

---

---

## Relatório de Curso

---

---

Ano Letivo: 2018/19

**Curso:** *Marketing*

**Docente responsável:** *Suzanne Fonseca Amaro*

**Regime:** *Pós-Laboral*

**Grau:** *Mestre*

**Departamento:** *Departamento de Gestão*

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

---

---

Ação 2: Prioridade: Alta

Ação 3: Prioridade: Média

Ação 4: Prioridade: Alta

Ação 5: Prioridade: Alta

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

Ação 1: Prioridade: Alta porque foi implementada

Ação 2: Prioridade: Baixa porque não foi implementada

Ação 3: Prioridade: Alta porque foi implementada

Ação 4: Prioridade: Baixa porque não foi implementada

Ação 5: Prioridade: Alta porque foi implementada

### **Tempo previsto para a implementação das ações do ano letivo anterior**

Ação 1:

Tempo de implementação: todos os anos

Ação 2:

Tempo de implementação: Até dezembro de 2018

Ação 3:

Tempo de implementação: Até dezembro de 2019

Ação 4:

Tempo de implementação: até dezembro de 2018

Ação 5:

Tempo de implementação: a partir de setembro de 2018

### **Tempo usado na implementação das ações do ano letivo anterior**

Ação 1:

Tempo de implementação: Um semestre

Ação 2:

Não foi implementada

## Relatório de Curso

Ano Letivo: 2018/19

Curso: *Marketing*

Docente responsável: *Suzanne Fonseca Amaro*

Regime: *Pós-Laboral*

Grau: *Mestre*

Departamento: *Departamento de Gestão*

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

Ação 3:

Um ano

Ação 4:

Não foi implementada

Ação 5:

Um semestre

### Descrição dos Indicadores de implementação das ações do ano letivo anterior

Ação 1: Indicadores de implementação: Uma ação por semestre

Ação 2: Indicadores de implementação: Esta medida já se encontra aprovada e deverá estar em funcionamento brevemente

Ação 3: Indicadores de implementação: Estabelecer pelo menos 2 parcerias com instituições e empresas.

Ação 4: Indicadores de implementação: Até dezembro de 2018.

Ação 5: Indicadores de implementação: a partir de setembro de 2018.

### Indicador (número) / Resultado (texto)

Ação 1: Foi realizada uma sessão com uma ex-aluna do Mestrado em Marketing

Ação 2: Ainda não foi possível concretizar esta medida

Ação 3: Já foi estabelecida uma parceria com o Grupo Auchan e a Viseu Marca

Ação 4: Ainda não foi possível realizar o investimento necessário para concretizar esta medida.

Ação 5: Disponibilização de cursos em Inglês, promovidos pelo próprio IPV.

### Melhorias identificadas em anos anteriores - Eficácia

		2016/2017		2017/2018		2018/2019	
		NÚMERO	%	NÚMERO	%	NÚMERO	%
TAXA DE EFICÁCIA	MELHORIAS IMPLEMENTADAS COM EFICÁCIA		0		0	3	60
	MELHORIAS IDENTIFICADAS					5	

### Melhorias Propostas

---

---

## Relatório de Curso

---

---

Ano Letivo: 2018/19

**Curso:** *Marketing*

**Docente responsável:** *Suzanne Fonseca Amaro*

**Regime:** *Pós-Laboral*

**Grau:** *Mestre*

**Departamento:** *Departamento de Gestão*

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

---

---

### Descrição das ações de melhoria

A nível global, pretende-se aumentar a ligação com as empresas e instituições, procurando realizar projetos de investigação conjunta/realização de trabalhos aplicados.

Outra ação de melhoria é incentivar os alunos a preencherem os inquéritos.

Em termos mais específicos, ou seja, a nível de cada unidade curricular, dado o bom funcionamento das unidades curriculares e os bons resultados obtidos, os docentes não consideram ser necessário propor uma ações de melhoria novas/diferentes das ações que já desenvolvem nesse sentido.

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

Ambas as medidas têm uma prioridade média.

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

O aumento da ligação com as empresas será até dezembro de 2020. Incentivar os alunos a preencherem os inquéritos será no próximo ano letivo 2019/2020 e anos seguintes.

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

O Indicador de implementação será o estabelecimento de pelo menos 2 parcerias com instituições e empresas.

No caso dos inquéritos: Número de inquéritos preenchidos (e sua comparação com anos anteriores)

### Observações

Nada a comentar.