



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO CURSO

Marketing Digital e Comércio Eletrónico (CTSP)
(ISLA-IPGT)

Ano letivo 2019-20
17/02/2021

I - Dados Gerais	
II - Cumprimento dos Planos de Melhoria definidos no ano anterior	
Análise crítica do grau cumprimento dos planos de melhoria e das principais ações desenvolvidas	
III - Enquadramento e Organização do Ciclo de estudos	
Estrutura Curricular	
Regime de funcionamento	
Dados de Acreditação	
Funcionamento dos órgãos onde se integra o ciclo de estudos	
Histórico de alterações ao ciclo de estudos	
Análise da Organização do Curso (aplicável no caso de terem ocorrido alterações desde o ano anterior)	
IV - Procura	
Histórico de vagas do ciclo de estudos	
Taxas de concretização por tipo de ingresso	
Notas de Acesso	
Nota mínima de entrada face a Instituições de referência	
Análise da Procura	
V - Estudantes	
Evolução do número de Estudantes por ano curricular	
Evolução de Novos Estudantes	
Evolução de Estudantes por género	
Evolução de Estudantes por intervalo de idades	
Evolução de Estudantes por Nacionalidade	
Evolução de Estudantes com o estatuto de trabalhadores-estudantes	
Evolução dos Estudantes que usufruem de Ação Social e outros mecanismos de apoio	

Análise Estudantes	
VI - Processos Ensino - Aprendizagem e Resultados	
Fichas de Unidade Curricular (FUC)	
Relatório de Unidade Curricular (RUC)	
Recurso a tecnologias no processo ensino-aprendizagem	
Taxas de Sucesso Escolar	
Análise comparativa do Sucesso Escolar por Áreas Científicas e Unidades Curriculares	
Eficiência Formativa	
Análise da Eficiência Formativa	
Resultados dos Inquéritos Pedagógicos a Estudantes	
Análise Resultados dos Inquéritos Pedagógicos	
Resultados Inquéritos de Satisfação aos Estudantes	
Análise resultados Inquéritos de Satisfação	
Empregabilidade	
Análise Empregabilidade	
Análise Global Processos Ensino Aprendizagem e Resultados	
VII - Recursos Humanos	
Análise do Corpo Docente	
Análise do Pessoal não Docente	
VIII- Recursos Materiais	
Instalações	
Equipamentos	
Análise Recursos Materiais	
IX - Internacionalização	
Parcerias Internacionais	

Eventos de âmbito Internacional	
Análise da Internacionalização	
X - Investigação e Desenvolvimento	
Projetos I&D: Nacionais e Internacionais	
Análise Investigação e Desenvolvimento	
XI - Ligação à Comunidade	
Análise Ligação à Comunidade	
XII - Análise SWOT	
Pontos Fortes	
Pontos Fracos	
Oportunidades	
Constrangimentos	
XIII - Propostas de melhoria a implementar	

I - Dados Gerais

Estabelecimento / <i>Faculty</i>	ISLA - Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (ISLA Gaia)
Unidade Orgânica / <i>School</i>	ISLA GAIA - Escola Superior de Tecnologia
Curso / <i>Course</i>	Marketing Digital e Comércio Eletrónico (CTSP) (ISLA-IPGT) <i>Marketing Digital e Comércio Eletrónico (CTSP) (ISLA-IPGT)</i>
Grau ou Diploma / <i>Degree</i>	CTSP <i>CTSP</i>

II - Cumprimento dos Planos de Melhoria definidos no ano anterior

Área de análise	Propostas de melhoria	Ações desenvolvidas	Nível de Desenvolvimento	Observações
Enquadramento e Organização do Ciclo de estudos			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	
Procura			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	
Estudantes			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	
Processos Ensino - Aprendizagem e Resultados			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	
Recursos Humanos			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	
Recursos Materiais			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	
Internacionalização			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	
Investigação e Desenvolvimento			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	
Ligação à Comunidade			Sem desenvolvimento / Parcial / Substancial / Executado	

Análise crítica do grau cumprimento dos planos de melhoria e das principais ações desenvolvidas

Esta análise é para ser efetuada no letivo de 2021/2022.

III - Enquadramento e Organização do Ciclo de estudos

Estrutura Curricular

Aviso n.º 7365/2018, de 1 de junho, Tronco comum

Área científica	Sigla CNAEF	Créditos	
		Obrigatórios	Optativos
214 Design	214	5	0
482 Informática na óptica do utilizador	482	9	0
862 Segurança e higiene no trabalho	862	3	0
345 Gestão e administração	345	3	0
347 Enquadramento na organização/empresa	347	3	0
380 Direito	380	2	0
461 Matemática	461	4	0
223 Língua e literatura materna	223	4	0
342 Marketing e publicidade	342	58	0
213 Áudio-visuais e produção dos media	213	15	0

481 Ciências informáticas	481	5	0
222 Línguas e literaturas estrangeiras	222	4	0
321 Jornalismo e reportagem	321	5	0
Total de ect's		120	0

Regime de funcionamento

1D1: Diurno, 2D1: Diurno

Dados de Acreditação

O curso ainda não foi objeto de avaliação por parte da agência de acreditação A3ES.

Funcionamento dos órgãos onde se integra o ciclo de estudos

Órgão	Datas reuniões
<i>Conselho Científico</i>	14/07/2020
<i>Conselho Pedagógico</i>	14/07/2020

Histórico de alterações ao ciclo de estudos

- 2017/18: *Aviso n.º 7365/2018, de 1 de junho, Tronco comum ;*

Análise da Organização do Curso (aplicável no caso de terem ocorrido alterações desde o ano anterior)

Não aplicável.

IV - Procura**Histórico de vagas do ciclo de estudos**

2017/18	2018/19	2019/20
0	20	20

Taxas de concretização por tipo de ingresso

Acesso				
Total candidatos	Total colocados	Total matriculados	% Matriculados / Total candidatos	% Matriculados / total colocados
0	0	0	0%	0%

Maiores 23				
Total candidatos	Total colocados	Total matriculados	% Matriculados / Total candidatos	% Matriculados / total colocados
0	0	0	0%	0%

Estudante Internacional				
Total candidatos	Total colocados	Total matriculados	% Matriculados / Total candidatos	% Matriculados / total colocados
0	0	0	0%	0%

Ingresso (outros)				
Total candidatos	Total colocados	Total matriculados	% Matriculados / Total candidatos	% Matriculados / total colocados
21	12	12	57.14%	100.00%

Notas de Acesso

Evolução por ano letivo

2017/18		2018/19		2019/20	
Mínima	Média	Mínima	Média	Mínima	Média
0	0	0	0	0	0

Nota mínima de entrada face a Instituições de referência

Não existem dados disponíveis para se fazer esta comparação.

Análise da Procura

Considerando o número de alunos matriculados (12) podemos concluir que 60% das vagas disponíveis foram preenchidas, esta percentagem fica aquém do desejável.

100% dos alunos inscritos acabaram por efetivar a sua matrícula.

Deve ser feito um esforço para que nos próximos anos letivos se situe próximo dos 100%, permitindo assim preencher a totalidade das vagas disponíveis.

V - Estudantes

Evolução do número de Estudantes por ano curricular

2017/18		2018/19		2019/20	
1º ano	2º ano	1º ano	2º ano	1º ano	2º ano
0	0	8	0	11	8

Evolução de Novos Estudantes

2018/19			2019/20		
Total de Inscritos	Novos estud. no curso	Estud. 1º ano / 1ª vez	Total de Inscritos	Novos estud. no curso	Estud. 1º ano / 1ª vez
8	8	8	19	12	11

Evolução de Estudantes por gênero

2018/19		2019/20	
Masculino	Feminino	Masculino	Feminino
4	4	10	9

Evolução de Estudantes por intervalo de idades

2018/19				2019/20			
Até 20 anos	20-23 anos	24-27 anos	Mais 28 anos	Até 20 anos	20-23 anos	24-27 anos	Mais 28 anos
4	4	0	0	13	4	1	1

Evolução de Estudantes por Nacionalidade

2017/18				2018/19				2019/20			
-	-	-	-	Portugal	-	-	-	Portugal	Angola	Brasil	-
0	0	0	0	8	0	0	0	17	1	1	0

Evolução de Estudantes com o estatuto de trabalhadores-estudantes

2018/19	2019/20
0	2

Evolução dos Estudantes que usufruem de Ação Social e outros mecanismos de apoio

2018/19			2019/20		
Núm. alunos com apoio	Percent. média de apoio	Percent. alunos com apoio	Núm. alunos com apoio	Percent. média de apoio	Percent. alunos com apoio
4	16.25%	50.00%	15	14.80%	75.00%

Análise Estudantes

Como se pode verificar pelos dados apresentados, o número de alunos inscritos no CTeSP de Marketing Digital e Comércio Eletrónico tem vindo a crescer, passando de um total de 8 estudantes no ano letivo de 2018/19 para 19 no ano letivo de 2019/20, o que significa um crescimento de 238%.

Em termos de género, o número de estudantes inscritos no CTeSP de Marketing Digital e Comércio Eletrónico encontra-se igualmente repartido entre estudantes do género masculino e feminino (10 masculinos e 9 femininos).

No ano de 2018/19 existiu uma igualdade de géneros (ver Tabela "Evolução de Estudantes por Género").

Em termos de faixas etárias (ver Tabela "Evolução de Estudantes por Intervalos de Idade") constata-se que o CTeSP atrai sobretudo alunos jovens. Efetivamente, no ano letivo de 2019/20, cerca de 89% dos estudantes inscritos no curso tinha menos de 23 anos. A percentagem no ano letivo anterior era de 100%.

No domínio da internacionalização do curso podemos concluir que o resultado no ano letivo 2018/19 é nulo, e no ano 2019/20 o número de alunos internacionais aumentou, correspondendo a 11% (ver Tabela "Evolução de Estudantes por Nacionalidade").

Ao nível do número de estudantes que requereram o estatuto de trabalhador-estudante, depois de no ano letivo de 2018/19 ser de 0 alunos, assiste-se a um acréscimo, já que no ano letivo de 2019/2020 esse número foi 2 (ver Tabela "Evolução de Estudantes com Estatuto Trabalhador-Estudante").

Por último, em termos de ação social, verifica-se que a percentagem de estudantes que receberam apoio tem oscilado entre os 50% e 75% nos 2 últimos anos letivos. Quanto à % percentagem média do apoio esta tem-se mantido estável no intervalo dos 14,80% a 16,25% (ver Tabela "Evolução de Estudantes que Usufruem de Ação Social ou Outros Mecanismos de Apoio").

VI - Processos Ensino - Aprendizagem e Resultados

Fichas de Unidade Curricular (FUC)

% de Unidades Curriculares com FUC publicada	% de Unidades Curriculares com FUC publicada no prazo indicado
95%	95%

Relatório de Unidade Curricular (RUC)

% de Unidades Curriculares com RUC publicado	% de Unidades Curriculares com RUC publicado dentro do prazo
50%	50%

Recurso a tecnologias no processo ensino-aprendizagem

No ano letivo de 2019/20 as plataformas tecnológicas utilizadas no processo de aprendizagem foram o Moodle e o Zoom.

O Moodle é utilizado essencialmente para disponibilizar elementos de estudo e de trabalho em sala de aula aos alunos, já a plataforma Zoom é utilizada na ministração de aulas à distância, por força do confinamento imposto de DGS em virtude da pandemia COVID-19.

O moodle já vem sendo utilizado de há uns anos a esta parte e é uma ferramenta fundamental no processo de aprendizagem dos conteúdos lecionados durante as aulas.

Já a plataforma Zoom foi introduzida este ano e cabe dizer que o processo de adaptação dos alunos à mesma, enquanto ferramenta para ministrar aulas à distância, foi muito bem sucedida e apreciada pelos discentes.

Taxas de Sucesso Escolar

Taxa de aprovação de estudantes avaliados	Nº de UC
Com taxas de aprovação iguais ou superiores a 90%	19
Com taxas de aprovação entre 75% e 89%	1
Com taxas de aprovação entre 50% e 74%	1
Com taxas de aprovação inferiores a 50 %	0

Taxa de aprovação de estudantes inscritos	Nº de UC
Com taxas de aprovação iguais ou superiores a 90%	16
Com taxas de aprovação entre 75% e 89%	4
Com taxas de aprovação entre 50% e 74%	1
Com taxas de aprovação inferiores a 50 %	0

Designação da UC	Nº de Inscrições	% Aprovados	% Reprovados	% SI/ Elementos	% Anulados
Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	8	100.00%	0.00%	0.00%	12.50%
Comércio Electrónico	8	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Design Thinking	9	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Estágio	4	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Estudos de Mercado	9	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	8	100.00%	0.00%	0.00%	12.50%
Gestão das Organizações	11	81.82%	9.09%	0.00%	0.00%
Gestão de Conteúdos Web	11	81.82%	9.09%	0.00%	0.00%

Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	10	90.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Legislação Informática e do Comércio Eletrónico	8	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Língua Inglesa	8	87.50%	12.50%	0.00%	12.50%
Língua Portuguesa	11	90.91%	0.00%	0.00%	0.00%
Marketing Digital	9	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Métodos Quantitativos	10	50.00%	50.00%	0.00%	10.00%
Plataformas Digitais e Redes Sociais	11	90.91%	0.00%	0.00%	0.00%
Princípios de Marketing	11	81.82%	9.09%	0.00%	0.00%
Produção de Documentos Web	10	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Projeto Integrado Digital	8	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Redação Web	8	100.00%	0.00%	0.00%	12.50%
Tecnologias de Informação e de Comunicação	9	100.00%	0.00%	0.00%	11.11%
Web Marketing	10	90.00%	10.00%	0.00%	10.00%

Área Científica	% Aprovados	% Reprovados	% SI/ Elementos	% Anulados
213 Áudio-visuais e produção dos media	90.63%	3.13%	0.00%	0.00%
214 Design	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
222 Línguas e literaturas estrangeiras	87.50%	12.50%	0.00%	12.50%
223 Língua e literatura materna	90.91%	0.00%	0.00%	0.00%
321 Jornalismo e reportagem	100.00%	0.00%	0.00%	12.50%
342 Marketing e publicidade	94.12%	3.92%	0.00%	1.96%
345 Gestão e administração	90.00%	0.00%	0.00%	0.00%
347 Enquadramento na organização/empresa	81.82%	9.09%	0.00%	0.00%
380 Direito	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
461 Matemática	50.00%	50.00%	0.00%	10.00%
481 Ciências informáticas	100.00%	0.00%	0.00%	0.00%
482 Informática na óptica do utilizador	100.00%	0.00%	0.00%	11.76%
862 Segurança e higiene no trabalho	100.00%	0.00%	0.00%	12.50%

Análise comparativa do Sucesso Escolar por Áreas Científicas e Unidades Curriculares

Como se pode verificar pela Tabela "Taxas de Sucesso Escolar" apenas 76% das UC's da estrutura curricular do curso apresentam taxas de aprovação superiores a 90%, 24% têm uma taxa de aprovação entre os 75% e os 89%, 4% têm uma taxa de aprovação entre os 50 e os 74%.

As UC's das áreas científicas de "Matemática", "Línguas e Literaturas Estrangeiras" e "Enquadramento na Organização/Empresa" são aquelas que apresentam índices de reprovação mais elevados, 50%, 12,5% e 9% respetivamente.

Com uma taxa de aprovação de 100% temos 12 Unidades Curriculares, de várias áreas científicas (Tabela de Taxas de Sucesso Escolar).

As UC's com maior taxa de reprovação são Métodos Quantitativos (50%), Língua Inglesa (12,5%), Web Marketing (10%), Gestão das Organizações (9%), Gestão de Conteúdos Web (9%) e Princípios de Marketing (9%).

Eficiência Formativa

Ano Letivo	N.º de diplomados	% Diplomados em N anos	% Diplomados em N+1 anos	% Diplomados em N+2 anos	% Diplomados em mais de N+2 anos
2017/18	0	0%	0%	0%	0%
2018/19	0	0%	0%	0%	0%
2019/20	4	100%	0%	0%	0%

Análise da Eficiência Formativa

Em termos de eficiência formativa, no ano letivo de 2019/2020, concluímos que a mesma foi de 100%.

Todos os alunos terminaram o CTeSP em 2 anos (ver Tabela "Eficiência Formativa").

Resultados dos Inquéritos Pedagógicos a Estudantes

Não existem resultados para curso.

Análise Resultados dos Inquéritos Pedagógicos

N/A

Resultados Inquéritos de Satisfação aos Estudantes

Não existem resultados para curso.

Análise resultados Inquéritos de Satisfação

N/A

Empregabilidade

Não existem resultados para o curso.

Análise Empregabilidade

De acordo com os inquéritos realizados internamente, cerca de 100% dos alunos após a conclusão do curso já estão empregados.

Relativamente à taxa de desemprego nada se pode dizer pois no site <http://infocursos.mec.pt/> apenas existe informação sistematizada para Licenciaturas e Mestrados.

Análise Global Processos Ensino Aprendizagem e Resultados

De forma geral os processos de aprendizagem e ensino que têm sido utilizados são satisfatórios, sendo este fato refletido nas boas taxas de aprovação da generalidade das UC's.

Apenas as situações identificadas merecem alguma atenção, devendo ser tomadas medidas no sentido de inverter esta situação nos próximos anos letivos.

VII - Recursos Humanos

Análise do Corpo Docente

N/A

Análise do Pessoal não Docente

N/A

VIII- Recursos Materiais

Instalações

N/A

Equipamentos

N/A

Análise Recursos Materiais

N/A

IX - Internacionalização

Parcerias Internacionais

Instituição Parceira	Localidade / País	Objeto do protocolo da parceria	Duração

Eventos de âmbito Internacional

Designação do evento	Nome do Docente	Qualidade em que participa	Localidade / País	Temática	Duração

Análise da Internacionalização

No domínio da internacionalização do curso podemos concluir que o desempenho é baixo já que no ano letivo 2019/20 registamos 2 alunos (11%) de nacionalidade estrangeira nos estudantes inscritos no CTeSP de Marketing Digital e Comércio Eletrónico.

X - Investigação e Desenvolvimento

N/A

Projetos I&D: Nacionais e Internacionais

	Projeto/atividade	Data/Período	Participantes
Projetos finalizados			

Projetos em curso			
Projetos a iniciar			

Projetos a propor			
Outras atividades de Investigação			

Análise Investigação e Desenvolvimento

N/A

XI - Ligação à Comunidade

Análise Ligação à Comunidade

N/A

XII - Análise SWOT

Pontos Fortes

Elevada motivação e participação dos alunos e docentes.

Metodologias de ensino: forte componente teórico-prática, abordagens multidisciplinares, visitas de estudo.

Bom relacionamento entre estudantes e entre estudantes e docentes.

Aproveitamento para a atividade profissional.

Abrangência e aplicabilidade dos conteúdos.

Conclusão do curso com estágio curricular, que favorece a empregabilidade dos estudantes.

Forte ligação às entidades empregadoras, com um leque alargado de protocolos que permitem o acesso dos estudantes a contextos organizacionais concretos.

Proximidade na relação docente/estudante, reforçada pelo envolvimento dos docentes no "Sistema de Tutoria" como apoio à Provedora do Estudante.

Experiência académica, profissional e técnica dos docentes.

Reduzida dimensão da escola e das turmas que potencia maior flexibilidade e implementação de um modelo de governação.

Pontos Fracos

Insuficiências notórias da maioria dos estudantes no domínio da expressão escrita.

Ausência de práticas de pesquisa.

Grande heterogeneidade de estudantes no que se refere a competências transversais.

Deficiente preparação cultural.

Baixo número de estudantes limitando assim a partilha de saberes e as atividades de grupo desenvolvidas.

Oportunidades

Crescimento do Marketing Digital e do Comércio Eletrónico enquanto atividades económicas.

Aproveitamento para a atividade profissional.

Aquisição de conhecimentos numa área muito promissora.

Procura crescente de profissionais com elevadas competências nesta área.

Aposta do governo no incremento generalizado do nível de qualificação da população portuguesa.

Desenvolvimentos de conteúdos e de formação em B-learning.

Constrangimentos

Efeito da pandemia no poder de compra das famílias com consequências ao nível da procura do curso.

Alterações potenciais ao posicionamento das instituições que regulam o setor do ensino superior.

Posicionamento competitivo dos agentes é muito díspar e por vezes sujeito a movimentos colusivos.

Dificuldades na criação de uma Unidade de Investigação própria da instituição e certificada pela FCT - perda de competitividade.

Influência negativa da cultura televisiva.

XIII - Propostas de melhoria a implementar

Área de Análise	Meta	Ação de Melhoria	Prioridade			Indicador de Implementação	Tempo de implementação
			Alta	Média	Baixa		
Enquadramento e Organização do Ciclo de estudos							
Procura	Atingir uma procura que permita o preenchimento global das vagas disponíveis no curso.	Reforço da divulgação do curso junto da comunidade escolar, e com maior foco na forma de comunicar com o exterior.	X			Número de alunos inscritos	1 Ano

Estudantes							
Processos Ensino - Aprendizagem e Resultados							
Recursos Humanos	Aumentar o número de docentes especialistas para dar cumprimento aos rácios legais	Aumentar os incentivos para que o corpo docente possa obter o título de especialista		X		Percentagem dos docentes com o título de especialista nas áreas do curso	2 Anos
Recursos Materiais							
Internacionalização	Colocar 1 docente em mobilidade internacional por ano letivo	Estabelecimento de protocolos de cooperação com Universidades no estrangeiro para receber os nossos docentes		X		Número de docentes em mobilidade internacional	2 anos
Investigação e Desenvolvimento							
Ligação à Comunidade	Organização de 1 a 2 eventos na área do MDCE	Manter a boa cooperação institucional com as empresas do setor		X		número de eventos realizados por ano	2 Anos