



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO CURSO

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

Ano letivo 2020-21
23/12/2021

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

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
213 Áudio-visuais e produção dos media	213	15	0
214 Design	214	5	0
222 Línguas e literaturas estrangeiras	222	4	0
223 Língua e literatura materna	223	4	0
321 Jornalismo e reportagem	321	5	0
342 Marketing e publicidade	342	58	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

481 Ciências informáticas	481	5	0
482 Informática na óptica do utilizador	482	9	0
862 Segurança e higiene no trabalho	862	3	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>	25/06/2021
<i>Conselho Pedagógico</i>	02/07/2021

Histórico de alterações ao ciclo de estudos

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

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

2018/19	2019/20	2020/21
20	20	20

Taxas de concretização por tipo de ingresso

Ingresso				
Total candidatos	Total colocados 1ª opção	Total matriculados	% Matriculados / Total candidatos	% Matriculados / total colocados
9	9	6	66.67%	66.67%

Notas de Acesso

Evolução por ano letivo

2018/19		2019/20		2020/21	
Mínima	Média	Mínima	Média	Mínima	Média
-	-	-	-	-	-

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 (09) 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

2018/19		2019/20		2020/21	
1º ano	2º ano	1º ano	2º ano	1º ano	2º ano
8	0	11	8	6	11

Evolução de Novos Estudantes

2018/19			2019/20			2020/21		
Total de Inscritos	Novos estud. no curso	Estud. 1º ano / 1ª vez	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	17	6	6

Evolução de Estudantes por género

2018/19		2019/20		2020/21	
Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino
50%	50%	52.63%	47.37%	64.71%	35.29%

Evolução de Estudantes por intervalo de idades

2018/19				2019/20				2020/21			
Até 20 anos	20-23 anos	24-27 anos	Mais 28 anos	Até 20 anos	20-23 anos	24-27 anos	Mais 28 anos	Até 20 anos	20-23 anos	24-27 anos	Mais 28 anos
50%	50%	0.00%	0.00%	68.42%	21.05%	5.26%	5.26%	41.18%	41.18%	5.88%	11.76%

Evolução de Estudantes por Nacionalidade

2018/19				2019/20				2020/21			
Portugal	-	-	-	Portugal	Angola	Brasil	-	Portugal	Brasil	Angola	-
100%	0.00%	0.00%	0.00%	89.47%	5.26%	5.26%	0.00%	82.35%	11.76%	5.88%	0.00%

Evolução de Estudantes com o estatuto de trabalhadores-estudantes

2018/19	2019/20	2020/21
0	2	0

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

2018/19			2019/20			2020/21		
Núm. alunos com apoio	Percent. média de apoio	Percent. alunos com apoio	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%	14	15.14%	73.68%	7	16.43%	41.18%

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%, no ano 2020/21 o número de inscritos foi de 17, o que significa que teve um decréscimo de cerca de 10%.

Em termos de género, o número de estudantes inscritos no CTeSP de Marketing Digital e Comércio Eletrónico encontra-se uma desigualdade entre estudantes do género masculino e feminino (11 masculinos e 6 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%. Em 20/21 com mais de 23 anos temos 3 alunos, os restantes têm menos de 23 anos.

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%, este ano aumentou cerca de 50% em relação ao ano anterior (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, sendo o número deste ano de 0 (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, valor esse que neste ano foi de 44,44%.

Quanto à % percentagem média do apoio esta tem-se mantido estável no intervalo dos 14,80% a 16,25%, e este ano de 17,50% (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
100%	100%

Relatório de Unidade Curricular (RUC)

% de Unidades Curriculares com RUC publicado	% de Unidades Curriculares com RUC publicado dentro do prazo
80%	80%

Recurso a tecnologias no processo ensino-aprendizagem

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%, no ano 2020/21 o número de inscritos foi de 17, o que significa que teve um decréscimo de cerca de 10%.

Em termos de género, o número de estudantes inscritos no CTeSP de Marketing Digital e Comércio Eletrónico encontra-se uma desigualdade entre estudantes do género masculino e feminino (11 masculinos e 6 femininos).

No ano letivo de 2020/21 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%	2
Com taxas de aprovação entre 50% e 74%	0
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%	19
Com taxas de aprovação entre 75% e 89%	2
Com taxas de aprovação entre 50% e 74%	0
Com taxas de aprovação inferiores a 50 %	0

Designação da UC	Nº de Inscrições	% Aprovados	% Reprovados
Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	4	100.00%	0.00%
Comércio Electrónico	8	100.00%	0.00%
Design Thinking	8	87.50%	12.50%
Estágio	8	100.00%	0.00%
Estudos de Mercado	7	100.00%	0.00%
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	4	100.00%	0.00%
Gestão das Organizações	5	100.00%	0.00%
Gestão de Conteúdos Web	4	100.00%	0.00%
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	6	100.00%	0.00%

Legislação Informática e do Comércio Eletrónico	7	100.00%	0.00%
Língua Inglesa	5	100.00%	0.00%
Língua Portuguesa	6	100.00%	0.00%
Marketing Digital	7	100.00%	0.00%
Métodos Quantitativos	7	85.71%	14.29%
Plataformas Digitais e Redes Sociais	4	100.00%	0.00%
Princípios de Marketing	5	100.00%	0.00%
Produção de Documentos Web	5	100.00%	0.00%
Projeto Integrado Digital	7	100.00%	0.00%
Redação Web	4	100.00%	0.00%
Tecnologias de Informação e de Comunicação	4	100.00%	0.00%
Web Marketing	4	100.00%	0.00%

Área Científica	% Aprovados	% Reprovados
213 Áudio-visuais e produção dos media	100.00%	0.00%
214 Design	87.50%	12.50%
222 Línguas e literaturas estrangeiras	100.00%	0.00%
223 Língua e literatura materna	100.00%	0.00%
321 Jornalismo e reportagem	100.00%	0.00%
342 Marketing e publicidade	100.00%	0.00%
345 Gestão e administração	100.00%	0.00%
347 Enquadramento na organização/empresa	100.00%	0.00%
380 Direito	100.00%	0.00%
461 Matemática	85.71%	14.29%
481 Ciências informáticas	100.00%	0.00%
482 Informática na óptica do utilizador	100.00%	0.00%
862 Segurança e higiene no trabalho	100.00%	0.00%

Análise comparativa do Sucesso Escolar por Áreas Científicas e Unidades Curriculares

Como se pode verificar pela Tabela "Taxas de Sucesso Escolar" 19 das UC's da estrutura curricular do curso apresentam taxas de aprovação superiores a 90%, 2 têm uma taxa de aprovação entre os 75% e os 89%, 0 têm uma taxa de aprovação entre os 50 e os 74%, e 0 têm uma taxa de aprovação abaixo dos 50%.

Com uma taxa de aprovação de 100% temos 08 Unidades Curriculares, de várias áreas científicas (Tabela de Taxas de Sucesso Escolar).

As UC's com maior taxa de reprovação são Métodos Quantitativos e Design Thinking com (12,5%).

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
2018/19	0	0%	0%	0%	0%
2019/20	5	100%	0%	0%	0%
2020/21	6	100%	0%	0%	0%

Análise da Eficiência Formativa

Em termos de eficiência formativa, no ano letivo de 2020/2021, 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

Taxa de resposta no curso
18.62%

Média de horas de trabalho individual dos estudantes		
Unidade Curricular	Média	Horas definidas no plano
Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	menos de 25	0075:00
Estágio	menos de 25	0750:00
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	entre 26 e 50	0125:00
Gestão das Organizações	menos de 25	0075:00
Gestão de Conteúdos Web	menos de 25	0125:00
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	entre 51 e 75	0075:00
Língua Inglesa	menos de 25	0100:00
Língua Portuguesa	entre 51 e 75	0100:00
Métodos Quantitativos	menos de 25	0100:00
Plataformas Digitais e Redes Sociais	entre 26 e 50	0125:00
Princípios de Marketing	entre 26 e 50	0125:00
Produção de Documentos Web	entre 26 e 50	0125:00
Redação Web	menos de 25	0125:00

Tecnologias de Informação e de Comunicação	menos de 25	0100:00
Web Marketing	entre 26 e 50	0125:00

Média da participação dos Estudantes nas Unidades Curriculares	
Unidade Curricular	Média
Estágio	3
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	4.67
Gestão das Organizações	4
Gestão de Conteúdos Web	4
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	3
Língua Portuguesa	3
Plataformas Digitais e Redes Sociais	4.67
Princípios de Marketing	4.33
Produção de Documentos Web	4.33
Redação Web	4.67
Web Marketing	4.33

Média da avaliação atribuída pelos Estudantes à Unidade Curricular	
Unidade Curricular	Média
Estágio	5
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	4.33
Gestão das Organizações	5
Gestão de Conteúdos Web	4
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	4
Língua Portuguesa	4
Plataformas Digitais e Redes Sociais	5
Princípios de Marketing	5
Produção de Documentos Web	4.33
Redação Web	5
Web Marketing	5

Média da avaliação atribuída pelos Estudantes aos Docentes das Unidades Curriculares	
UC	Média
Estágio	5
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	4.67
Gestão das Organizações	5
Gestão de Conteúdos Web	5
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	5
Língua Portuguesa	5
Plataformas Digitais e Redes Sociais	5
Princípios de Marketing	5
Produção de Documentos Web	4.67
Redação Web	5
Web Marketing	4.33

Nota: Classificações efetuadas entre 1-Mau e 5-Muito Bom

Análise Resultados dos Inquéritos Pedagógicos

Dos resultados dos inquéritos pedagógicos, com uma taxa que pode considerar-se de excelência 4,87 em 5, salienta-se o reconhecimento da excelente qualidade do corpo docente, cuja média de avaliação é extremamente positiva.

A média de horas de trabalho individual autónomo constitui uma preocupação.

Com efeito em todas as uc's o valor deste indicador está francamente abaixo do definido e do desejável, requerendo novas abordagens no que diz respeito à sensibilização dos estudantes para a sua importância, com exceção de IEE e Língua Portuguesa.

Resultados Inquéritos de Satisfação aos Estudantes

Não existem resultados para curso.

Análise resultados Inquéritos de Satisfação

Não existem resultados para curso.

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

O sistema de ensino a distância, que marcou grande parte do ano letivo, não é o mais adequado para este ciclo de estudos, comprometendo não só a interação social e a componente comunicacional, essenciais neste curso, como limitando o contacto com realidades empresariais e experts que visitas de estudo e seminários proporcionam, impactando na componente motivacional e numa boa aprendizagem e aquisição de competências, sobretudo na componente prática de algumas unidades curriculares.

Os resultados positivos das avaliações dos estudantes quanto ao plano de estudos e corpo docente, bem como os dados relativos à eficiência formativa e à empregabilidade em anos anteriores permitem concluir que o plano de estudos é adequado às exigências do mercado e que as metodologias utilizadas se revelam adequadas.

O reconhecimento por parte dos estudantes que é necessário um maior investimento no trabalho individual autónomo indica que deverão ser aplicados mecanismos específicos, por parte dos docentes e dos estudantes para que esse investimento seja efetuado.

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

Os resultados extremamente positivos das avaliações dos estudantes quanto ao corpo docente permitem concluir que os docentes são os adequados às exigências deste curso.

Dos resultados dos inquéritos pedagógicos, com uma taxa que pode considerar-se de excelência 4,87 em 5, salienta-se o reconhecimento da excelente qualidade do corpo docente, cuja média de avaliação é extremamente positiva.

Análise do Pessoal não Docente

Todo o pessoal não docente contribui de forma muito relevante para o sucesso do curso e para o bom funcionamento da Instituição, prestando um eficaz e eficiente apoio direto e indireto a docentes e estudantes, constituindo assim uma mais valia para o curso, para os docentes e para os discentes.

VIII- Recursos Materiais

Instalações

As novas instalações do ISLA IPGT prestigiam a Instituição, porquanto se trata de instalações modernas e bem equipadas, com todas as condições de aprendizagem e de lazer.

As novas instalações são de fato uma grande mais valia para toda a comunidade.

Equipamentos

Todas as salas estão perfeitamente equipadas com o material necessário e adequado às exigências das diferentes unidades curriculares, permitindo também aos alunos o acesso a esse equipamento para estudo autónomo.

O novo espaço da biblioteca, a disponibilidade e proatividade da sua responsável, motiva também a utilização de bibliografia e hábitos de pesquisa bibliográfica.

Análise Recursos Materiais

Estão disponíveis todos os recursos materiais necessários ao bom funcionamento do Curso.

IX - Internacionalização

Parcerias Internacionais

Não foram efetuadas parcerias devido à COVID19.

Eventos de âmbito Internacional

Não foram efetuadas eventos devido à COVID19.

Análise da Internacionalização

No domínio da internacionalização do curso podemos concluir que o desempenho é baixo já que no ano letivo 2020/21 registamos 3 alunos de nacionalidade estrangeira, mais 1 que no ano anterior, nos estudantes inscritos no CTeSP de Marketing Digital e Comércio Eletrónico.

X - Investigação e Desenvolvimento

Estão a ser preparados 3 papers para serem propostos numa revista Scopus.

Projetos I&D: Nacionais e Internacionais

Projetos em curso pelo docente Pedro Oliveira

Projeto Empresarial de Turismo, Tecnologia e Formação, aplicado à região do Porto e Douro.

Projeto de desenvolvimento de um empreendimento de Enoturismo na região do Douro (Barqueiros, Mesão Frio, Vila Real).

Projeto de posicionamento, construção e exploração de um hotel em Caldas de Aregos. Candidatura ao Portugal 2020.

Projeto de posicionamento, construção e exploração de um empreendimento turístico em Penafiel. Candidatura ao IFFRU 2020.

Análise Investigação e Desenvolvimento

Descrição das atividades de I&D no Ciclo de Estudo e referência aos docentes envolvidos em unidades de investigação

XI - Ligação à Comunidade

Análise Ligação à Comunidade

No presente ano e decorrente dos períodos de confinamento, não foi possível, como ocorreu em anos anteriores, a realização de eventos organizados no âmbito do Curso abertos à comunidade, demonstrando e divulgando as aprendizagens dos estudantes, promovendo ações de solidariedade social e contribuindo para a promoção da imagem do Curso e da Instituição.

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		
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, o que já está a ser feito.	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, trabalho este que já está a ser feito.	X			Percentagem dos docentes com o título de especialista nas áreas do curso.	1 Ano
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	Criar um centro de investigação nesta área.	Ver internamente se podemos integrar algum dos centros já existentes.		X		Número de artigos publicados.	2 Anos
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.	1 Ano