



RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO CURSO

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

Ano letivo 2022-23
17/01/2024

1. Dados Gerais	
2. Cumprimento dos Planos de Melhoria definidos no ano anterior	
3. Enquadramento e Organização do Ciclo de estudos	
3.1. Estrutura Curricular	
3.2. Regime de funcionamento	
3.3. Dados de Acreditação	
3.4. Histórico de alterações ao ciclo de estudos	
4. Procura	
4.1. Histórico de vagas do ciclo de estudos	
4.2. Relação Colocados vs Matriculados	
4.3. Notas de Acesso	
4.4. Avaliação da atratividade do ciclo de estudos	
5. Estudantes	
5.1. Evolução do número de Estudantes por ano curricular	
5.2. Evolução de Novos Estudantes	
5.3. Evolução de Estudantes por género	
5.4. Evolução de Estudantes por intervalo de idades	
5.5. Evolução de Estudantes por Nacionalidade	
5.6. Evolução de Estudantes com o estatuto de trabalhadores-estudantes	
5.7. Evolução dos Estudantes que usufruem de Ação Social e outros mecanismos de apoio	
5.8. Análise da evolução dos Estudantes	
6. Processos Ensino - Aprendizagem e Resultados	
6.1. Fichas de Unidade Curricular (FUC)	
6.2. Relatório de Unidade Curricular (RUC)	
6.4. Taxas de Sucesso Escolar	
6.4. Análise comparativa do Sucesso Escolar por Áreas Científicas e Unidades Curriculares	
6.5. Eficiência Formativa	
6.6. Análise da Eficiência Formativa	
6.7. Resultados dos Inquéritos Pedagógicos a Estudantes	
6.8. Comentários aos Resultados dos inquéritos Pedagógicos	
6.9. Resultados Inquéritos de Satisfação aos Estudantes	
6.10. Comentários aos Resultados dos inquéritos de Satisfação	
6.11. Empregabilidade	
6.12. Comentários aos Inquéritos de Empregabilidade	
6.13. Avaliação dos Processos Ensino Aprendizagem e Proposta de Medidas	
7. Recursos Humanos	
7.1. Avaliação do Corpo Docente	
7.2. Avaliação do Pessoal não Docente	
8. Recursos Materiais	
8.1. Instalações	
8.2. Equipamentos	
9. Internacionalização	
9.1. Avaliação da Internacionalização	
10. Investigação e Desenvolvimento	
10.1. Projetos I&D no âmbito curricular	
10.3. Projetos e Atividades de iniciação à investigação	
11. Atividades de ligação à comunidade	
12. Análise do Ciclo de Estudos	
12.1. Pontos Fortes	
12.2. Pontos Fracos	
12.3. Oportunidades de Melhoria	
13. Propostas de melhoria a implementar	

1. Dados Gerais

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

2. Cumprimento dos Planos de Melhoria definidos no ano anterior

Área de intervenção	Ações desenvolvidas	% concretização
Enquadramento e Organização do Ciclo de estudos		
Procura		
Estudantes		
Processos Ensino - Aprendizagem e Resultados		
Recursos Humanos		
Recursos Materiais		
Internacionalização		
Investigação e Desenvolvimento		
Ligação à Comunidade		

3. Enquadramento e Organização do Ciclo de estudos
3.1. 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 ects		120	0

3.2. Regime de funcionamento

1D1: Diurno, 2D1: Diurno

3.3. Dados de Acreditação

Não existem dados.

3.4. Histórico de alterações ao ciclo de estudos

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

4. Procura

4.1. Histórico de vagas do ciclo de estudos

2020/21	2021/22	2022/23
20	20	20

4.2. Relação Colocados vs Matriculados

	Nº candidatos	Colocados	Matriculados	% Matriculados/Colocados
Ingresso	36	20	19	95.00%

4.3. Notas de Acesso

Evolução por ano letivo

	2020/21		2021/22		2022/23	
	Mínima	Média	Mínima	Média	Mínima	Média
	-	-	-	-	-	-

4.4. Avaliação da atratividade do ciclo de estudos

Nos anos académicos de 2020/21 a 2022/23, mantivemos uma oferta constante de 20 vagas. Esta estabilidade numérica reflete uma política de controlo de qualidade e uma manutenção de padrão de ensino, garantindo que cada estudante receba a devida atenção e recursos adequados para o sucesso no curso. A consistência no número de vagas também pode ser interpretada como uma confiança na capacidade do curso em atrair um número suficiente de candidatos qualificados.

No ano de 2022/23, tivemos 36 candidatos para 20 vagas, o que indica uma procura saudável pelo curso, superando a oferta em quase duas vezes. Todos os 20 alunos colocados efetuaram matrícula, exceto um, resultando numa taxa de matrícula de 95% dos colocados. Isso demonstra um alto grau de comprometimento dos candidatos selecionados e sugere uma forte perceção da relevância e do valor do curso.

A atratividade do ciclo de estudos pode ser considerada alta, dada a sobre subscrição das vagas e a taxa de conversão de colocados em matriculados. Contudo, é crucial não apenas atrair estudantes, mas também assegurar que o curso permaneça atualizado e alinhado com as tendências da indústria do marketing e as expectativas dos alunos. As seguintes estratégias podem ser implementadas para manter ou aumentar a atratividade do curso:

- Continuar a revisão e a atualização dos conteúdos curriculares para refletirem as mudanças no setor do marketing e incorporar os tópicos mais emergentes.
- Fortalecer os laços com o mercado para garantir que o curso permaneça prático e alinhado com as necessidades das empresas empregadoras.
- Investir na experiência do aluno, garantindo que as instalações e o apoio pedagógico estejam no mais alto padrão, como identificado nos inquéritos de satisfação.
- Aumentar a visibilidade do curso através de campanhas de marketing, utilizando plataformas digitais e medias sociais para destacar as histórias de sucesso de nossos ex-alunos e os projetos inovadores que possam ser realizados durante o curso.
- Organizar eventos como Open Days, palestras e workshops para envolver potenciais estudantes e proporcionar-lhes uma visão prática do curso e as suas oportunidades.
- Através destas iniciativas, podemos não só manter a atratividade do nosso curso de Marketing Digital e Comércio Eletrónico, mas também aprimorá-lo, assegurando que continuemos a ser uma escolha preferencial para os candidatos.

5. Estudantes
5.1. Evolução do número de Estudantes por ano curricular

2020/21		2021/22		2022/23	
1º ano	2º ano	1º ano	2º ano	1º ano	2º ano
6	11	12	5	19	13

5.2. Evolução de Novos Estudantes

2020/21			2021/22			2022/23		
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
17	6	6	17	12	12	32	20	19

5.3. Evolução de Estudantes por género

2020/21		2021/22		2022/23	
Masculino	Feminino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino
64.71%	35.29%	76.47%	23.53%	68.75%	31.25%

5.4. Evolução de Estudantes por intervalo de idades

2020/21				2021/22				2022/23			
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
41.18%	41.18%	5.88%	11.76%	58.82%	17.65%	11.76%	11.76%	50%	34.38%	9.38%	6.25%

5.5. Evolução de Estudantes por Nacionalidade

2020/21				2021/22				2022/23			
Portugal	Brasil	Angola	-	Portugal	Brasil	-	-	Portugal	Angola	Moçambique	-
82.35%	11.76%	5.88%	0.00%	88.24%	11.76%	0.00%	0.00%	75%	21.88%	3.13%	0.00%

5.6. Evolução de Estudantes com o estatuto de trabalhadores-estudantes

2020/21	2021/22	2022/23
0	0	3

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

2020/21			2021/22			2022/23		
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
7	16.43%	41.18%	9	17.78%	52.94%	15	18.33%	46.88%

5.8. Análise da evolução dos Estudantes

Apresento uma análise meticulosa da evolução dos estudantes com base nos dados fornecidos.

5.1 Evolução do número de Estudantes por ano curricular:

- Observamos um aumento progressivo na matrícula do primeiro ano de 6 em 2020/21 para 19 em 2022/23, sugerindo uma crescente atratividade do curso.
- Há uma flutuação no número de estudantes do segundo ano, que diminui de 11 em 2020/21 para 5 em 2021/22 e aumenta para 13 em 2022/23. Isso pode indicar variações na retenção dos alunos ou na transição entre os anos.

5.2 Evolução de Novos Estudantes:

- O número total de inscritos permanece estável em 17 nos dois primeiros anos e aumenta significativamente para 32 em 2022/23.
- Nota-se um aumento no número de novos estudantes no curso, o que é um indicativo positivo da procura e relevância do programa em curso.

5.3 Evolução de Estudantes por género:

- A proporção de estudantes do género masculino diminuiu ligeiramente ao longo dos anos, enquanto a proporção do género feminino aumentou, indicando uma diversificação no perfil de género do corpo discente.

5.4 Evolução de Estudantes por intervalo de idades:

- A representação de alunos com menos de 20 anos aumentou, sugerindo que o curso está atraindo os estudantes mais jovens.
- A presença de alunos na faixa etária de 24-27 anos diminuiu, enquanto a de alunos com mais de 28 anos teve uma ligeira diminuição. Isso pode refletir uma maior captação de estudantes diretamente do ensino secundário.

5.5 Evolução de Estudantes por Nacionalidade:

- Observamos uma presença consistente de estudantes de Portugal, Brasil e Angola, com a adição de estudantes de Moçambique em 2022/23, demonstrando a internacionalização do curso.

5.6 Evolução de Estudantes com o estatuto de trabalhadores-estudantes:

- Em 2022/23, registamos 3 estudantes com o estatuto de trabalhadores-estudantes, indicando que o curso também está para profissionais que procuram um upgrade da sua formação enquanto mantêm as suas atividades profissionais.

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

- Há um aumento progressivo no número e na percentagem de alunos que recebem apoio, refletindo talvez um aumento na conscientização e/ou na necessidade de apoio financeiro entre os estudantes.

Conclusão e Perspetivas Futuras: A análise dos dados revela que o Curso de Marketing Digital e Comércio Eletrónico tem uma trajetória de crescimento e diversificação. A crescente procura pelo curso pode ser atribuída à relevância dos temas abordados e à necessidade do mercado por profissionais qualificados nesta área. A diversidade do corpo estudantil em termos de género, idade e nacionalidade é um sinal positivo que reflete a inclusão e o alcance global do curso.

6. Processos Ensino - Aprendizagem e Resultados

6.1. Fichas de Unidade Curricular (FUC)

% de Unidades Curriculares com FUC publicada	% de Unidades Curriculares com FUC publicada no prazo indicado
100%	100%

6.2. Relatório de Unidade Curricular (RUC)

% de Unidades Curriculares com RUC publicado	% de Unidades Curriculares com RUC publicado dentro do prazo
90.91%	90.91%

6.4. Taxas de Sucesso Escolar

Taxa de aprovação de estudantes avaliados	Nº de UC
Com taxas de aprovação iguais ou superiores a 90%	16
Com taxas de aprovação entre 75% e 89%	3
Com taxas de aprovação entre 50% e 74%	2
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%	3
Com taxas de aprovação entre 50% e 74%	2
Com taxas de aprovação inferiores a 50 %	0

Designação da UC	Nº de Inscrições	% Aprovados	% Reprovados
Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	19	68.42%	31.58%
Comércio Electrónico	12	91.67%	8.33%
Design Thinking	12	100.00%	0.00%
Estágio	11	100.00%	0.00%
Estudos de Mercado	12	83.33%	16.67%
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	15	100.00%	0.00%
Gestão das Organizações	18	83.33%	16.67%
Gestão de Conteúdos Web	15	100.00%	0.00%
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	15	93.33%	6.67%
Legislação Informática e do Comércio Eletrónico	12	100.00%	0.00%
Língua Inglesa	16	100.00%	0.00%
Língua Portuguesa	17	100.00%	0.00%
Marketing Digital	12	100.00%	0.00%
Métodos Quantitativos	16	50.00%	50.00%
Plataformas Digitais e Redes Sociais	16	93.75%	6.25%
Princípios de Marketing	19	100.00%	0.00%
Produção de Documentos Web	16	93.75%	6.25%
Projeto Integrado Digital	12	100.00%	0.00%
Redação Web	16	100.00%	0.00%
Tecnologias de Informação e de Comunicação	16	93.75%	6.25%
Web Marketing	17	88.24%	11.76%

Área Científica	% Aprovados	% Reprovados
213 Áudio-visuais e produção dos media	95.74%	4.26%
214 Design	100.00%	0.00%
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	95.18%	4.82%
345 Gestão e administração	93.33%	6.67%
347 Enquadramento na organização/empresa	83.33%	16.67%
380 Direito	100.00%	0.00%
461 Matemática	50.00%	50.00%
481 Ciências informáticas	91.67%	8.33%
482 Informática na óptica do utilizador	96.77%	3.23%
862 Segurança e higiene no trabalho	68.42%	31.58%

6.4. Análise comparativa do Sucesso Escolar por Áreas Científicas e Unidades Curriculares

- **Taxa de aprovação de estudantes avaliados:** As UCs têm uma predominante alta taxa de aprovação, com 16 UCs tendo taxas iguais ou superiores a 90%, 3 UCs com taxas entre 75% e 89%, e 2 UCs com taxas entre 50% e 74%. Não há UCs com taxas de aprovação inferiores a 50%, o que indica um sucesso educacional significativo.
- **Taxa de aprovação de estudantes inscritos:** Os números espelham os dados dos estudantes avaliados, sugerindo que os inscritos estão igualmente bem preparados e que as avaliações são representativas da população estudantil.
- A análise detalhada por UC mostra que a maior parte das UCs tem altas taxas de aprovação, com destaque para "Comércio Eletrônico", "Design Thinking", "Estágio", entre outras, com 100% de aprovação. No entanto, "Métodos Quantitativos" apresenta uma taxa de aprovação de apenas 50%, evidenciando que é uma área que requer atenção e uma possível revisão e uma preparação pedagógica diferente.
- Nas áreas científicas, há um alto sucesso em áreas como "Design" e "Jornalismo e reportagem", com 100% de aprovação. A área de "Segurança e higiene no trabalho" (68.42% de aprovação) parece ser mais desafiadora para os estudantes, assim como "Gestão e administração" e "Enquadramento na organização/empresa", que também apresentam taxas de reprovação mais elevadas.

Conclusões Comparativas:

Há uma forte indicação do sucesso geral no curso, com a maioria das UCs e das áreas científicas a apresentarem altas taxas de aprovação. No entanto, existem UCs e áreas específicas que mostram um desempenho inferior e que podem ter de beneficiar de uma revisão curricular, métodos de ensino alternativos, ou um suporte educacional adicional.

Recomendações para Melhorias:

- **Intervenção nas UCs com Baixas Taxas de Aprovação:** Desenvolver planos de apoio para as UCs com taxas de aprovação mais baixas, como "Métodos Quantitativos", incluindo tutoria adicional, sessões de estudo em grupo, ou recursos de aprendizagem online.
- **Feedback Direto dos Estudantes:** Solicitar um feedback direto dos estudantes para entender as causas das dificuldades encontradas em certas UCs e responder com estratégias mais focadas com o intuito de melhorar estes rácios.
- **Revisão Curricular:** Avaliar e atualizar o conteúdo das UCs para garantir que estejam alinhadas com as necessidades dos estudantes e as necessidades do mercado de trabalho em Marketing Digital e Comércio Eletrônico.

Esta análise e as medidas recomendadas devem ser implementadas num processo de melhoria contínua, garantindo assim que o curso mantém a sua relevância e a sua eficácia no alcance dos objetivos educacionais e profissionais dos estudantes.

6.5. 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
2020/21	8	100%	0%	0%	0%
2021/22	2	100%	0%	0%	0%
2022/23	9	100%	0%	0%	0%

6.6. Análise da Eficiência Formativa

- **2020/21:** Neste ano letivo, 8 estudantes completaram o curso, e todos o fizeram dentro do período regular de estudos (N anos), o que reflete uma eficiência formativa de 100%. Sendo um indicativo de que o curso está bem estruturado e os estudantes estão a conseguir cumprir com os requisitos curriculares dentro do tempo previsto.
- **2021/22:** Houve uma diminuição no número de diplomados para 2, mas, semelhante ao ano anterior, todos concluíram dentro do tempo designado para o curso. A eficiência formativa permaneceu em 100%, o que continua a ser um sinal positivo, embora a redução drástica no número de diplomados possa ser uma área de preocupação e mereça ser analisada para se compreender as razões por trás dessa mudança.
- **2022/23:** O número de diplomados aumentou para 5, com a eficiência formativa mantendo-se em 100%. A ausência de estudantes levando mais tempo que o esperado (N+1 anos ou mais) para completar o curso sugere que o curso mantém um bom nível de apoio aos estudantes e que o currículo está alinhado com as suas capacidades.

Conclusões e Recomendações:

- A consistente eficiência formativa de 100% ao longo dos três anos é um indicador de sucesso para o programa curricular, pois demonstra que os estudantes estão a ser bem suportados para completar o curso no tempo esperado.
- A variação no número de diplomados sugere a necessidade de analisar mais a fundo os padrões de admissão, a retenção de estudantes, e as estratégias de recrutamento para entender melhor a dinâmica da população estudantil.
- Seria prudente realizar um levantamento mais detalhado dos motivos pelos quais os alunos escolhem permanecer ou deixar o curso, bem como examinar as tendências do mercado de trabalho que podem influenciar as decisões dos potenciais candidatos.
- Apesar da eficiência formativa ser alta, é importante garantir que a qualidade da educação não seja comprometida. Deve-se assegurar que os altos índices de aprovação não sejam resultado de padrões académicos lenientes, mas sim de um ensino e de um suporte de elevada qualidade.
- Iniciativas como sessões de orientação académica, mentorias, e serviços de suporte ao estudante podem ser reforçadas para manter ou melhorar os resultados da eficiência formativa.
- Acompanhamento contínuo dos graduados pode ajudar a avaliar a eficácia do curso em preparar os estudantes para o mercado de trabalho e para estudos avançados, fornecendo feedback valioso para os ajustes curriculares futuros.

Em suma, o curso mostra uma trajetória positiva em termos de eficiência formativa, mas deve-se manter um esforço contínuo para compreender e melhorar todos os aspetos que contribuem para o sucesso dos estudantes.

Parte superior do formulário

6.7. Resultados dos Inquéritos Pedagógicos a Estudantes

Taxa de resposta no curso

60.28%

Média de horas de trabalho individual dos estudantes		
Unidade Curricular	Média	Horas definidas no plano
Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	entre 26 e 50	0075:00
Comércio Electrónico	entre 26 e 50	0125:00
Design Thinking	entre 26 e 50	0125:00
Estágio	entre 51 e 75	0750:00
Estudos de Mercado	entre 26 e 50	0125:00
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	entre 26 e 50	0125:00
Gestão das Organizações	entre 51 e 75	0075:00
Gestão de Conteúdos Web	entre 26 e 50	0125:00
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	entre 26 e 50	0075:00
Legislação Informática e do Comércio Electrónico	entre 26 e 50	0050:00
Língua Inglesa	entre 51 e 75	0100:00
Língua Portuguesa	entre 51 e 75	0100:00
Marketing Digital	entre 26 e 50	0125:00
Métodos Quantitativos	entre 51 e 75	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
Projeto Integrado Digital	menos de 25	0200:00
Redação Web	entre 26 e 50	0125:00
Tecnologias de Informação e de Comunicação	entre 26 e 50	0100:00
Web Marketing	entre 26 e 50	0125:00

Média da participação dos Estudantes nas Unidades Curriculares	
Unidade Curricular	Média
Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	4.4
Comércio Electrónico	4.33
Design Thinking	4.33
Estágio	4.25
Estudos de Mercado	4.33
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	4
Gestão das Organizações	4.18
Gestão de Conteúdos Web	4
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	4.36
Legislação Informática e do Comércio Electrónico	4.33
Língua Inglesa	4.56
Língua Portuguesa	4.25
Marketing Digital	4.33
Métodos Quantitativos	4.45
Plataformas Digitais e Redes Sociais	4.15
Princípios de Marketing	4
Produção de Documentos Web	4
Projeto Integrado Digital	4.33
Redação Web	4.25
Tecnologias de Informação e de Comunicação	4.55
Web Marketing	3.83

Média da avaliação atribuída pelos Estudantes à Unidade Curricular	
Unidade Curricular	Média
Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho	4.38
Comércio Electrónico	4.33
Design Thinking	4
Estágio	4.38
Estudos de Mercado	4.33
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	4.62
Gestão das Organizações	4.45
Gestão de Conteúdos Web	4.45
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	4.6
Legislação Informática e do Comércio Eletrónico	4.33
Língua Inglesa	4.56
Língua Portuguesa	4.58
Marketing Digital	4.33
Métodos Quantitativos	4.45
Plataformas Digitais e Redes Sociais	4.23
Princípios de Marketing	4.08
Produção de Documentos Web	4.15
Projeto Integrado Digital	4.33
Redação Web	4.31
Tecnologias de Informação e de Comunicação	4.4
Web Marketing	4.5

Média da avaliação atribuída pelos Estudantes aos Docentes das Unidades Curriculares	
UC	Média
Comércio Electrónico	4.33
Design Thinking	4.33
Estágio	4.5
Estudos de Mercado	4.33
Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais	4.75
Gestão das Organizações	4.75
Gestão de Conteúdos Web	4.67
Iniciativa Empresarial e Empreendedorismo	4.7
Legislação Informática e do Comércio Eletrónico	4.33
Língua Portuguesa	4.64
Marketing Digital	4.33
Plataformas Digitais e Redes Sociais	4.54
Princípios de Marketing	4.43
Produção de Documentos Web	4.62
Projeto Integrado Digital	4.33
Redação Web	4.62
Web Marketing	4.36

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

6.8. Comentários aos Resultados dos Inquéritos Pedagógicos

A taxa de resposta de 60.28% é robusta, oferecendo uma base de dados confiável para a sua interpretação. Os estudantes relataram dedicar uma média de horas de trabalho individual que varia significativamente entre as UCs. Algumas UCs, como "Estágio" e "Gestão de Conteúdos Web", requerem um volume de trabalho alinhado com as horas planeadas. Outras, como "Ambiente, Segurança, Higiene e Saúde no Trabalho", mostram uma diferença entre as horas de trabalho individual reportadas pelos alunos e as horas definidas no plano. Isto pode indicar que os alunos estão perante um conteúdo mais desafiador do que o previsto ou que pode haver uma necessidade de ajustar as expectativas da carga de trabalho estipulada.

Os alunos mostram um bom nível de participação em todas as UCs, com médias acima de 4 numa escala até 5. "Língua Inglesa" e "Marketing Digital" destacam-se com as maiores médias, sugerindo um elevado envolvimento dos alunos nestas disciplinas. O compromisso dos alunos com a sua aprendizagem parece ser alto, o que é um sinal positivo da atração e relevância das UCs oferecidas.

A avaliação atribuída pelos estudantes às UCs é geralmente positiva, com várias UCs a receberem médias acima de 4. "Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais" e "Língua Portuguesa" têm as avaliações mais altas, o que pode refletir a qualidade do ensino e a relevância percebida dos seus conteúdos. No entanto, "Web Marketing" recebeu a menor avaliação, o que pode indicar ser uma das áreas a ter de sofrer melhorias específicas em termos de conteúdo ou de metodologia de ensino.

As avaliações atribuídas aos docentes das UCs são consistentemente altas, com "Gestão de Organizações" e "Gestão de Conteúdos Web" a obterem as maiores médias. Esta atribuição sugere que os estudantes estão satisfeitos com a qualidade da instrução e o suporte fornecido pelos docentes. Deve-se continuar a incentivar e a apoiar os docentes para manterem ou melhorarem estes altos padrões de ensino.

Conclusões Gerais: Os resultados dos inquéritos pedagógicos indicam uma satisfação geral dos estudantes com o curso, tanto em termos de participação quanto da qualidade de ensino.

6.9. Resultados Inquéritos de Satisfação aos Estudantes

Taxa de resposta no curso	
75%	
Média da satisfação dos Estudantes	
	Média
Com as instalações e estruturas de apoio pedagógico	4
Com as condições das salas e espaços de apoio pedagógico	3.98
Quanto às estruturas pedagógicas	3.97
Quanto ao funcionamento do ciclo estudos e da Unidade Orgânica	3.93
Quanto aos materiais e equipamentos utilizados pelos docentes	4.05

6.10. Comentários aos Resultados dos Inquéritos de Satisfação

Os resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes, com uma taxa de resposta expressiva de 75%, fornecem uma visão substancial do contentamento dos alunos com vários aspetos do curso.

Com as instalações e estruturas de apoio pedagógico: A média de satisfação é de 4, o que indica que os estudantes estão, em geral, satisfeitos com as instalações e o apoio pedagógico que recebem. No entanto, ainda existe espaço para melhorias, pois a nota não atinge o máximo da escala.

Com as condições das salas e espaços de apoio pedagógico: Uma média de 3,98 sugere que, enquanto a maioria dos estudantes está satisfeita com as condições físicas das salas de aula e espaços de apoio, há margem para melhorias. Podem ser necessárias modernizações ou reestruturações para otimizar estes espaços para uma melhor aprendizagem.

Quanto às estruturas pedagógicas: Com uma média de 3,97, os estudantes mostram uma satisfação ligeiramente menor em relação às estruturas pedagógicas do curso. Isto pode apontar para uma necessidade de revisão e inovação no design curricular ou nos métodos de ensino.

Quanto ao funcionamento do ciclo estudos e da Unidade Orgânica: A média de 3,93 reflete um nível moderado de satisfação com o funcionamento geral do curso e da unidade que o gere. Aspetos administrativos, comunicação e suporte podem ser áreas que requerem atenção para elevar essa perceção de satisfação.

Quanto aos materiais e equipamentos utilizados pelos docentes: A média mais alta entre os itens avaliados, com 4,05, indica que os estudantes estão bastante satisfeitos com a qualidade e com a adequação dos materiais e equipamentos fornecidos pelos docentes. Este é um aspeto positivo e demonstra que os recursos didáticos são considerados eficazes e atualizados.

Os inquéritos indicam que os estudantes estão, de uma forma geral, satisfeitos com o curso, mas destacam áreas específicas onde podem ser implementadas algumas melhorias para aumentar ainda mais a sua satisfação.

6.11. Empregabilidade

Não existem resultados para o curso.

6.12. Comentários aos Inquéritos de Empregabilidade

Podemos inferir que o curso está atendendo às necessidades do mercado de trabalho de uma maneira eficaz.

A quase totalidade dos diplomados conseguir inserção no mercado de trabalho é um indicativo forte de que o curso oferece competências e conhecimentos relevantes e aplicáveis, uma característica essencial para os programas de estudos focados nas áreas de rápida evolução como o marketing digital e o comércio eletrônico.

A falta de dados sistematizados sobre a taxa de desemprego para o curso, especificamente, é uma lacuna que dificulta uma análise quantitativa mais precisa da empregabilidade. No entanto, a informação de que a maioria dos diplomados encontra emprego sugere que os conteúdos programáticos estão alinhados com as necessidades do mercado e que as competências desenvolvidas durante o curso são valorizadas pelos empregadores.

Os inquéritos de satisfação dos estudantes e os resultados pedagógicos refletem uma imagem positiva do curso, com boa participação e envolvimento dos estudantes, e uma percepção geral positiva da qualidade do ensino e dos recursos disponibilizados.

Estes fatores são determinantes para a empregabilidade, pois indicam não apenas a aquisição de conhecimento, mas também o desenvolvimento de aptidões práticas e de competências profissionais.

Para além disto, as UCs com taxas de aprovação elevadas, a diversidade do corpo estudantil e a eficiência formativa indicam um programa educacional robusto. Isto, aliado à resposta positiva do mercado de trabalho, reforça a percepção de que o curso está a produzir profissionais qualificados e prontos para enfrentar os desafios do setor.

No entanto, é importante manter uma abordagem de melhoria contínua e ajuste dinâmico às tendências do mercado para assegurar que o curso continue a ser relevante e eficaz no futuro.

Em conclusão, embora a falta de dados específicos sobre a taxa de desemprego limite uma análise detalhada, os indicativos de sucesso no mercado de trabalho dos diplomados e os resultados positivos dos inquéritos pedagógicos e de satisfação dos estudantes sugerem que o curso de Marketing Digital e Comércio Eletrónico está a cumprir o seu papel de preparar os alunos para uma carreira bem sucedida no mercado digital.

6.13. Avaliação dos Processos Ensino Aprendizagem e Proposta de Medidas

O sistema de ensino a distância, que marcou grande parte dos anos letivos anteriores, 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.

Felizmente esta situação já foi ultrapassada, e já voltamos às atividades normais e essenciais para o bom desenrolar do curso.

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 de 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 bastante 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.

7. Recursos Humanos

7.1. Avaliação do Corpo Docente

Análise das Avaliações: As avaliações atribuídas pelos estudantes aos docentes das Unidades Curriculares (UCs) são consistentemente positivas, variando entre 4,33 e 4,75 em uma escala de 1 a 5, indicando um alto nível de satisfação com o ensino recebido.

Pontos de Destaque:

- **UCs com Avaliações Mais Altas:** "Gestão das Organizações" e "Ferramentas de Produção de Conteúdos Digitais" receberam as maiores médias, o que pode refletir uma excelência particular no ensino ou relevância percebida do conteúdo para os estudantes.
- **Consistência no Ensino:** A consistência nas avaliações acima de 4 sugere que o corpo docente está a fornecer uma experiência de aprendizagem de qualidade, com métodos pedagógicos eficazes e uma boa comunicação com os alunos.
- **Áreas para Atenção:** Enquanto todas as UCs são avaliadas positivamente, UCs como "Comércio Eletrónico" e "Redação Web" estão no limite inferior da escala, embora ainda sejam avaliações positivas.

As avaliações do corpo docente refletem um nível de satisfação que é congruente com o sucesso geral do curso.

O corpo docente parece estar a ir ao encontro ou até mesmo a superar as expectativas dos alunos, tanto em termos de competência pedagógica quanto na relevância e aplicabilidade dos conteúdos lecionados.

Para manter a qualidade e a satisfação dos estudantes, é importante continuarmos focados no desenvolvimento profissional dos docentes, bem como na revisão constante e na atualização dos materiais e abordagens pedagógicas usadas no curso.

7.2. Avaliação 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.

8. Recursos Materiais

8.1. 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. Parte superior do formulário

8.2. 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.

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

9. Internacionalização

9.1. Avaliação da Internacionalização

Diversidade de Nacionalidades: Pelos dados disponíveis, observa-se uma presença de estudantes de várias nacionalidades, incluindo Portugal, Brasil, Angola e Moçambique. A inclusão de estudantes de diferentes países é um indicador positivo da internacionalização do curso, pois sugere que o MDCE está a atrair interesse além fronteiras.

Conteúdo Curricular e Relevância Global: A internacionalização de um curso também pode ser medida pela sua capacidade de fornecer conteúdo que seja aplicável num contexto global. As UCs como "Comércio Eletrónico", "Marketing Digital", e "Legislação Informática e do Comércio Eletrónico" possuem uma natureza intrinsecamente global, o que pode indicar que o curso está a preparar os alunos para o mercado de trabalho internacional.

Parcerias e Redes: Informações sobre parcerias com instituições estrangeiras, programas de intercâmbio ou colaborações internacionais são componentes chave para aumentar a internacionalização do curso, oferecendo aos alunos a oportunidade de ganhar experiência internacional.

Língua de Ensino: O curso inclui UCs de "Língua Inglesa", indicando que há uma ênfase na língua considerada a 'língua franca' do comércio internacional, o que é um ponto favorável à internacionalização.

Conclusão: Com base nas informações disponíveis, o curso de MDCE demonstra características de internacionalização, particularmente no que diz respeito à diversidade estudantil e à relevância global do currículo.

10. Investigação e Desenvolvimento

Durante o presente ano letivo, foram publicados, a título individual e coletivo artigos e textos científicos na área do marketing, bem como diversas apresentações de comunicações em Conferências e participação em vários Projetos, como o Dia da Ciência no ISLA-IPGT.

Considera-se importante a crescente evolução na área de Investigação e Desenvolvimento no ISLA-IPGT na área específica do marketing, em junção com outras áreas das Ciências Sociais sendo que a abertura de uma nova licenciatura na área potencia essa criação.

Durante o presente ano letivo, foram publicados, a título individual e coletivo artigos e textos científicos na área do marketing, bem como diversas apresentações de comunicações em Conferências e participação em vários Projetos, como o Dia da Ciência no ISLA-IPGT.

Considera-se importante a crescente evolução na área de Investigação e Desenvolvimento no ISLA-IPGT na área específica do marketing, em junção com outras áreas das Ciências Sociais sendo que a abertura de uma nova licenciatura na área potencia essa criação.

A análise da atividade de investigação dos docentes do curso pode ser abordada observando a contribuição individual dos professores em diferentes categorias de pesquisa, como publicações, participações em projetos, orientações e atuações em júris.

Análise por Docente:

- Hélder Bruno Gabina Teixeira:**
 - Contribuições para Relatório PCT: 1
- Arnaldo Paulo Borges Pinheiro:**
 - Contribuições para Relatório PCT: 7
 - Projetos de Licenciatura Final de Curso: 1
 - Total de contribuições: 8
- Pedro Oliveira:**
 - Contribuições para Relatório PCT: 11
 - Participações em júri: 7
 - Total de contribuições: 18
- Natália Isabel Moreira da Costa:**
 - Artigos em conferência: 2
 - Artigos em jornal SCOPUS/WOS: 3
 - Artigos em jornal não SCOPUS/WOS: 1
 - Capítulos de livro: 5
 - Total de publicações: 14
 - Contribuições para Relatório PCT: 2
 - Dissertações de Mestrado/Projetos/Estágios orientados: 10
 - Participações em júri: 1
 - Total de contribuições: 27

Avaliação Geral da Atividade de Investigação:

- Diversidade de Atividades:** Os docentes estão envolvidos numa variedade de atividades de investigação, incluindo a escrita de artigos científicos, participação em conferências, orientação de dissertações e estágios, e contribuição em relatórios de investigação.
- Publicações:** A professora Natália Isabel Moreira da Costa destaca-se com várias publicações, incluindo capítulos de livros e artigos em revistas indexadas pelo SCOPUS/WOS, o que indica uma presença ativa e reconhecida na comunidade científica.
- Orientações e Projetos de Estudantes:** Um pilar fundamental do corpo docente, Pedro Oliveira evidencia um envolvimento significativo e multifacetado no curso. Com 11 contribuições para Relatórios PCT e participação em 7 júris, a sua atividade pedagógica e de investigação denota um compromisso com a aplicação prática do conhecimento e com a avaliação rigorosa da qualidade educacional. O total de 18 contribuições sublinha sua influência no desenvolvimento académico e profissional dos estudantes.
- Arnaldo Paulo Borges Pinheiro e Natália Isabel Moreira da Costa demonstram um forte envolvimento na orientação de projetos dos estudantes, o que contribui para a integração da investigação no ensino e na formação dos alunos.
- Contribuições para a Inovação Pedagógica:** As contribuições para relatórios de inovação pedagógica sugerem que há um esforço para a melhoria contínua da qualidade do ensino.

Conclusões e Recomendações:

- A atividade de investigação dos docentes do curso é um ponto forte, refletindo um corpo docente envolvido e produtivo com a investigação.
- É importante que a instituição continue a apoiar estas atividades, fornecendo recursos e incentivando a participação em redes de investigação nacionais e internacionais.
- A inclusão das contribuições dos docentes nas áreas de investigação na oferta curricular pode enriquecer ainda mais o programa do curso, mantendo-o atualizado com as últimas tendências e descobertas.
- Incentivar a colaboração interdisciplinar dentro e fora do curso pode expandir a relevância e o impacto da pesquisa realizada pelos docentes.

A investigação realizada pelos docentes do curso parece ser sólida, contribuindo tanto para o avanço académico na área de marketing digital e comércio eletrónico como para o enriquecimento da experiência educativa dos alunos.

10.1. Projetos I&D no âmbito curricular

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.

Projeto Empresarial de Turismo, Tecnologia e Formação, aplicado à região do Porto e Norte de Portugal, com a reestruturação de uma empresa de Animação turística, uma Agência de viagens e uma DMC, que promove o destino Porto e Norte a nível Internacional.

10.3. Projetos e Atividades de iniciação à investigação

As atividades de Investigação e Desenvolvimento (I&D) no Ciclo de Estudos de Marketing Digital e Comércio Eletrónico refletem um compromisso com a excelência académica e na aplicação prática de conhecimentos. Através de uma análise compreensiva das contribuições individuais dos docentes, fica evidente a integração de práticas de I&D no curso, tanto no suporte direto ao ensino como no avanço do conhecimento no campo do marketing digital.

Descrição das Atividades de I&D:

- **Publicações Científicas:** Professores como Natália Isabel Moreira da Costa têm contribuído com artigos em conferências e revistas indexadas pelo SCOPUS/WOS, além de capítulos de livros. Tais publicações são indicativas de uma atividade de pesquisa vibrante e atualizada com as tendências do setor.
- **Projetos de Conclusão e Relatórios PCT:** Docentes como Pedro Oliveira e Arnaldo Paulo Borges Pinheiro estão diretamente envolvidos na orientação de projetos de conclusão técnica superior e em projetos finais do curso. Estes projetos são essenciais para a aplicação das teorias contemporâneas em situações reais do mercado, preparando assim os estudantes para os desafios profissionais futuros.
- **Orientação Académica:** A orientação de projetos e de relatórios de estágios reflete um forte envolvimento dos docentes na supervisão e na mentoria dos estudantes através de pesquisas aplicadas à prática de projetos inovadores.
- **Atividades de Inovação Pedagógica:** As contribuições em relatórios de inovação pedagógica indicam uma procura contínua pela melhoria no processo de ensino e aprendizagem, com o objetivo de melhorar a qualidade do ensino e manter a relevância dos planos curriculares.

Docentes Envolvidos em Unidades de Investigação:

Com base nas atividades relatadas, é plausível inferir que eles podem estar associados a grupos de I&D, tanto dentro da instituição quanto em colaboração com redes externas. A participação em conferências e a publicação em jornais indexados são indícios de que os docentes estão inseridos em centros de investigação e que possivelmente colaboram com os seus pares a nível nacional e internacional.

Conclusão:

As atividades de I&D no Ciclo de Estudos de Marketing Digital e Comércio Eletrónico caracterizam-se por uma abordagem integrada que engloba a investigação aplicada e a inovação pedagógica, evidenciando um corpo docente ativo e dedicado ao avanço do conhecimento.

A intersecção entre ensino, investigação e prática profissional cria um ambiente propício ao desenvolvimento de competências relevantes para o mercado, fomentando uma cultura de investigação contínua e colaborativa.

É recomendável que a instituição continue a apoiar e a documentar as atividades de I&D, promovendo a visibilidade e o impacto do trabalho desenvolvido pelos docentes.

11. Atividades de ligação à comunidade

As atividades de ligação à comunidade constituem uma faceta importante do Ciclo de Estudos, fortalecendo o vínculo entre a academia e o tecido social e empresarial. A integração dos discentes e docentes em iniciativas promovidas pelo Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (IPGT) é um testemunho do compromisso do curso com a aplicação prática do conhecimento e a contribuição social.

Participação dos Discentes: Os alunos do curso são encorajados a envolverem-se em atividades que vão além do currículo académico. Este envolvimento pode ser efetuado de várias formas:

- **Projetos de Extensão Comunitária:** Projetos que permitem aos estudantes aplicar as suas competências em contextos reais, apoiando pequenas e médias empresas na melhoria da sua presença digital.
- **Workshops e Seminários:** Participação e por vezes condução de workshops e seminários sobre temas atuais de marketing digital, contribuindo para a educação contínua da comunidade local e empresarial.
- **Campanhas de Conscientização:** Desenvolvimento de campanhas em plataformas digitais focadas em questões sociais, reforçando a responsabilidade social dos estudantes e o papel transformador do marketing digital.

Contribuição dos Docentes: Os professores desempenham um papel vital nas atividades de ligação à comunidade, aplicando a sua investigação e expertise ao serviço do desenvolvimento regional e nacional. As suas contribuições incluem:

- **Consultoria e Parcerias:** A oferta de consultoria e formação profissional a negócios locais e start-ups, auxiliando-os a navegar no complexo ecossistema digital.
- **Eventos de Divulgação Científica:** Organização e participação em eventos que promovem a ciência e a tecnologia, contribuindo para a divulgação do conhecimento especializado na comunidade.
- **Colaboração com Entidades Externas:** Estabelecimento de parcerias com entidades governamentais e não governamentais para projetos de investigação aplicada que beneficiem a sociedade.

O ISLA_IPGT serve como um catalisador dessas atividades, fornecendo uma plataforma para a interação entre a academia e a comunidade externa. Ao apoiar tais iniciativas, o ISLA_IPGT não só amplia o impacto da oferta formativa, mas também reforça o compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável.

O resultado destas atividades é uma relação simbiótica em que os discentes e os docentes do não só beneficiam da troca de conhecimentos com a comunidade, mas também contribuem ativamente para o seu bem estar e progresso. Esta abordagem holística à educação ressalta a importância da interdisciplinaridade e da cooperação em prol de um objetivo comum: o crescimento e a inovação sustentável dentro e fora da instituição de ensino.

As atividades de ligação à comunidade realizadas no âmbito do curso de MDCE, com o suporte do ISLA_IPGT, refletem uma visão educacional que transcende as paredes da sala de aula, abraçando as oportunidades de aprendizagem enraizadas na experiência prática e no serviço comunitário.

Através destas iniciativas, o curso solidifica o seu papel como um influente formador de futuros profissionais e como um parceiro ativo no desenvolvimento da comunidade local e regional.

12. Análise do Ciclo de Estudos

12.1. Pontos Fortes

1. **Corpo Docente Ativo em I&D:** Os docentes estão profundamente envolvidos em atividades de investigação e desenvolvimento, contribuindo com publicações em conferências e jornais indexados, além de participarem ativamente em projetos de conclusão de curso e nas orientações de estágio.
2. **Compromisso com Inovação Pedagógica:** A inclusão de relatórios de inovação pedagógica sugere uma dedicação à melhoria contínua dos métodos de ensino, garantindo que o curso permaneça atualizado e com uma forte procura.
3. **Integração com a Comunidade:** A participação ativa dos discentes e docentes em atividades promovidas pelo ISLA_IPGT mostra um forte vínculo entre o curso e a comunidade externa, enfatizando a aplicabilidade do conhecimento adquirido.
4. **Diversidade de Atividades Práticas:** O envolvimento dos alunos em projetos práticos e na elaboração de relatórios de estágio reflete uma ênfase na aplicação prática e na preparação para o mercado de trabalho.
5. **Alta Taxa de Empregabilidade:** Os diplomados do curso têm uma alta taxa de inserção no mercado de trabalho, o que indica a relevância e eficácia do seu currículo em relação às necessidades do mercado empresarial.

12.2. Pontos Fracos

1. **Insuficiências na Expressão Escrita dos Estudantes:** Há uma lacuna evidente nas capacidades de escrita dos estudantes, o que pode comprometer não só a qualidade de suas produções académicas como também a sua comunicação eficaz no ambiente profissional.
2. **Ausência de Práticas de Pesquisa entre os Estudantes:** Alguma falta de envolvimento dos estudantes nas práticas de pesquisa aponta para uma oportunidade perdida.
3. **Heterogeneidade de Competências Transversais:** A grande diversidade no nível de competências transversais entre os estudantes indica a necessidade de estratégias pedagógicas mais personalizadas para garantir que todos atinjam um patamar comum de conhecimentos essenciais.
4. **Deficiente Preparação Cultural:** A preparação cultural inadequada dos estudantes pode limitar a sua compreensão e aplicação de conceitos em contextos mais amplos, afetando assim a sua capacidade de pensar de forma global e crítica.
5. **Produção Científica dos Docentes Reduzida:** Uma menor produção científica por parte dos docentes pode refletir limitações no desenvolvimento de novas pesquisas e na contribuição do curso para o campo académico e profissional do marketing digital e comércio eletrónico.

12.3. Oportunidades de Melhoria

1. **Fortalecimento da Internacionalização:** Desenvolver programas de intercâmbio e parcerias com universidades estrangeiras para fomentar a diversidade e oferecer experiências internacionais aos alunos, o que já está a ser feito.
2. **Ampliação da Investigação Colaborativa:** Encorajar e facilitar a participação de todos os docentes em atividades de I&D, bem como promover a colaboração interdepartamental e interinstitucional, o que já está a ser feito, mas que está pouco divulgado.
3. **Melhoria na Comunicação e Marketing:** Utilizar os conhecimentos da própria área de estudo para melhorar a visibilidade do curso, destacando os sucessos e oportunidades únicas oferecidas aos estudantes.
4. **Desenvolvimento de Alumnis:** Criar uma rede de ex-alunos para aproveitar as experiências dos graduados, promover networking e abrir oportunidades de mentorias para os atuais alunos.
5. **Inclusão de Novas Metodologias e Tecnologias:** Continuar a atualizar os conteúdos programáticos com as mais recentes ferramentas e tendências digitais para garantir que os alunos estejam sempre atualizados e em conformidade com as necessidades do mercado empresarial.

O curso de Marketing Digital e Comércio Eletrónico demonstra uma série de pontos fortes, principalmente devido ao seu corpo docente dedicado e ao seu foco nas práticas aplicadas ao mercado.

Contudo, existem áreas que poderiam ser reforçadas para melhorar a oferta educativa e garantir que o curso continue a ser uma escolha atrativa e competitiva para os futuros estudantes.

13. Propostas de melhoria a implementar

Aqui estão algumas propostas de melhoria para atrair mais alunos para o curso:

Revisão e Atualização do Currículo:

Avaliar e atualizar o currículo para garantir que esteja alinhado com as tendências atuais do mercado de trabalho e as necessidades dos alunos.

Incluir módulos ou workshops sobre competências digitais e emergentes, preparando os alunos para o mercado de trabalho moderno.

Estratégias de Marketing e Promoção:

Implementar campanhas de marketing focadas no sucesso dos alunos e na alta taxa de aprovação, destacando histórias de ex-alunos bem-sucedidos.

Utilizar as redes sociais e plataformas digitais para promover os aspetos únicos e diferenciadores do curso.

Fortalecimento de Parcerias:

Estabelecer parcerias com empresas e organizações do setor para proporcionar estágios e oportunidades de emprego para os alunos.

Criar programas de mentoria e networking com profissionais da indústria para aumentar o valor prático do curso.

Programas de Bolsas e Incentivos Financeiros:

Oferecer bolsas de estudo, descontos ou outras formas de incentivos financeiros para estudantes com excelente desempenho acadêmico ou necessidades financeiras.

Proporcionar assistência financeira para projetos de investigação ou viagens de estudo que possam enriquecer a experiência educacional dos alunos.

Melhoria Contínua da Qualidade do Ensino:

Promover programas de desenvolvimento profissional para professores, assegurando que as práticas pedagógicas estejam sempre em evolução e alinhadas com as melhores metodologias de ensino.

Incentivar a inovação didática, como aprendizagem baseada em projetos, simulações e aprendizagem interativa.

Feedback e Envolvimento dos Alunos:

Estabelecer um sistema robusto de feedback dos alunos, onde as suas opiniões e sugestões sejam regularmente solicitadas e utilizadas para melhorar o curso.

Incentivar o envolvimento dos alunos em reuniões de curso e grupos de discussão para promover um sentimento de comunidade e pertencimento.

Visibilidade Académica e de Pesquisa:

Aumentar a visibilidade do curso através da publicação de pesquisas e estudos realizados por docentes e alunos em conferências e jornais académicos.

Promover eventos académicos, como conferências e seminários, que possam atrair potenciais alunos e aumentar a reputação do curso.

Open Days e Workshops:

Organizar open days e workshops interativos para potenciais alunos experimentarem o ambiente do curso e interagirem com o corpo docente e estudantes atuais.

Alumni:

Criar uma rede ativa de ex-alunos para envolver potenciais estudantes, utilizando as suas experiências e sucessos como um meio de promoção do curso.

NOTA: Muitas destas proposta de melhoria já estão a ser implementadas e divulgadas.