

# ACEF/1819/0103877 — Guião para a auto-avaliação

---

## I. Evolução do ciclo de estudos desde a avaliação anterior

### 1. Decisão de acreditação na avaliação anterior.

---

#### 1.1. Referência do anterior processo de avaliação.

*ACEF/1112/03877*

#### 1.2. Decisão do Conselho de Administração.

*Acreditar*

#### 1.3. Data da decisão.

*2013-10-29*

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

---

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

[2.\\_síntese de medidas de melhoria\\_recomendações CAEcomp.pdf](#)

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

---

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

*Não*

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

*<sem resposta>*

##### 3.1.1. If the answer was yes, present an explanation and justification of those modifications.

*<no answer>*

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

*Não*

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

*<sem resposta>*

##### 3.2.1. If the answer was yes, present an explanation and justification of those modifications.

*<no answer>*

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

---

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

*Sim*

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

*Desde o anterior processo de avaliação, e em resultado do crescimento do número de alunos a frequentar os cursos da FCSH (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas), foi necessário reforçar e modernizar as infraestruturas. Essas alterações consistiram em:*

- Colocação de videoprojectores mais atuais e telas em todas as salas de aula;*
- Ligação de fibra ótica dedicada, colocada especificamente para o edifício da FCSH, que permite um aumento da velocidade da internet;*
- Gabinete de Serviços de Informática a funcionar no espaço WorkIN@FCSH, o que permitiu libertar um espaço para sala de aulas;*
- Pequena zona de lazer com bancos e relva (parte de trás da FCSH);*
- Melhoramentos ao nível do bar que passou a estar localizado à entrada do edifício e a oferecer um conjunto mais*

vasto de produtos e opções de refeição;

- *Ligação interna entre edifícios para facilitar o acesso à biblioteca;*
- *Pintura da fachada e da zona de entrada do edifício com cores vivas e representativas dos cursos melhorando a atratividade do edifício e sinalização;*
- *As salas de informática que existiam foram melhoradas, sendo que cerca de 60% dos terminais são já terminais VDI (Infraestruturas de Desktop Virtual), encontrando-se em fase de ampliação o número de terminais disponíveis, prevendo-se a sua operacionalidade para o 2º semestre do ano letivo 2018-2019. A necessidade destes terminais justifica esta mudança, uma vez que o número de alunos (nacionais e internacionais) tem vindo a aumentar;*
- *Foi criada uma sala de autoaprendizagem, onde são disponibilizados computadores e um espaço de trabalho para os estudantes;*
- *O horário do espaço de estudo do antigo bar da FCSH foi alargado, estando aberto 24h por dia, para trabalhos e estudo em grupo.*

#### 4.1.1. If the answer was yes, present a brief explanation and justification of those modifications.

*Since the last evaluation process, and as result of the growth of students attending the courses of Faculty of Social and Human Sciences, it was necessary to strengthen and modernize the infrastructures. These changes consisted:*

- *Placement of most current projectors and screens in all classrooms;*
- *Dedicated fiber optical connection, placed specifically for the FCSH building which allows increasing the speed of the internet;*
- *Office of Computer Services located in space WorkIN@FCSH, which allowed to release a classroom.*
- *Small recreational area with benches and lawn (back of FCSH );*
- *Improvements in the bar that is now located at the entrance of the building, offering a wider range of products and meal options;*
- *Internal link between buildings to allow easy access to the library;*
- *Painting of the frontage and entrance area of the building with vivid colours representative of the courses iumproving the building's attractiveness and the signaling;*
- *The three existing computer classrooms have been upgraded, being that 60% of computers already are VDI (Virtual Desktop Infrastructure) terminals, meeting on enlargement the number of available terminals, being foreseen its operationality for the 2nd semester of 2018-2019 lective year. These terminals are very needed given the increase of students (national and international);*
- *A self-learning room was created where are available computers for the students study;*
- *The schedule of the study room in the old FCSH bar was extended to 24 hours by day to group work or group study.*

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

*Sim*

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

*A instituição estabelece protocolos de intercâmbio científico, cultural e académico com várias organizações. Aos docentes é permitida a sua mobilidade out quer para lecionação, quer para investigação. Esses protocolos de mobilidade para professores e estudantes, têm sido diversificados tendo-se alargado o âmbito dos intercâmbios, para além de países habituais como Espanha e Polónia. Assim, a instituição tem protocolos que permitem mobilidade out e in para vários países: PALOPs, Espanha, Macau, Roménia, Egipto, França, EUA, Canadá, Alemanha, Suíça, Ucrânia, Suécia, Polónia, Argentina e Uruguai. Para além destes, existe uma ativa participação dos docentes do ciclo de estudos em projetos internacionais (ICT, SCIENT, ARTISAN, etc.). Participação em seminários e conferências são prática habitual para estabelecer parcerias pelos docentes do ciclo de estudos.*

##### 4.2.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.

*The institution establishes scientific, cultural and academic exchange protocols with several organizations. Teachers can participate in mobility programs for teaching and/or research. These mobility protocols, both for teachers and students, have been diversified by extending the scope of exchanges beyond Spain and Poland. The institution has protocols that allows the mobility out and in to several countries: PALOPs, Spain, Macau, Romania, Egypt, France, USA, Canada, Germany, Switzerland, Ukraine, Sweden, Poland, Argentina and Uruguay. In addition, there is an active participation of the teachers of the study cycle in international projects (ICT, SCIENT, ARTISAN, etc.). Participation in seminars and conferences is also a practice for establishing partnerships by the teacher of study cycle.*

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

*Sim*

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

*No período em consideração foram implementadas alterações nos processos participativos, envolvendo os estudantes de forma mais ativa nas decisões. Foi reforçada a sua participação formal nos órgãos da Faculdade e instituída a figura de Comissão Pedagógica, composta pelo diretor de curso, pelos professores coordenadores de ano e por um delegado dos alunos para cada ano do curso, eleito através de um processo promovido pelo Diretor de Curso. A realização de aulas abertas e todas as ações de carácter pedagógico promovidas pela faculdade e departamento, como seminários, visitas de docentes estrangeiros para divulgação das suas atividades, entre outras, permite uma maior interação com várias realidades. Foi implementada, pela FCSH, a semana de acolhimento aos alunos de 1º ano permitindo uma integração mais eficaz. O núcleo de Marketing (MKTUBI), cada vez mais dinâmico e colaborativo, tem organizado atividades de valor no apoio para o ensino e aprendizagem no Ciclo de Estudos.*

**4.3.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.**

*During the period under consideration, changes were implemented in participatory processes, involving students more actively in decisions. It was reinforced its formal participation in the Faculty bodies and instituted the figure of the Pedagogical Commission, comprised by the course director, the coordinating teachers of the year and a delegate of the students for each year elected through a process promoted by the course director. The organization of open classes and all pedagogical actions promoted by the faculty and by the department, as seminars, visits of foreign teachers to publicize their activities, and others, allows a great interaction with work realities. FCSH implemented the week of welcome to 1st year students allowing a more effective integration. The Marketing students association (MKTUBI), increasingly dynamic and collaborative, has provided valuable activities supporting teaching and learning processes.*

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

*Não*

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

*<sem resposta>*

**4.4.1. If the answer was yes, present a synthesis of those changes.**

*<no answer>*

**1. Caracterização do ciclo de estudos.****1.1 Instituição de ensino superior.**

*Universidade Da Beira Interior*

**1.1.a. Outras Instituições de ensino superior.****1.2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):**

*Faculdade de Ciências Sociais E Humanas (UBI)*

**1.2.a. Outra(s) unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):****1.3. Ciclo de estudos.**

*Marketing*

**1.3. Study programme.**

*Marketing*

**1.4. Grau.**

*Licenciado*

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

[1.5.\\_pub\\_DR 23 abr 2012.pdf](#)

**1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos.**

*Marketing*

**1.6. Main scientific area of the study programme.**

*Marketing*

**1.7.1. Classificação CNAEF – primeira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos):**

*342*

**1.7.2. Classificação CNAEF – segunda área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:**

*340*

**1.7.3. Classificação CNAEF – terceira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:**

-

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

180

**1.9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL n.º 74/2006, de 24 de março, com a redação do DL n.º 63/2016 de 13 de setembro):**

6 semestres

**1.9. Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, March 24th, as written in the DL no. 63/2016, of September 13th):**

6 semesters

**1.10. Número máximo de admissões.**

35

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

*Sugerimos o aumento do número de admissões para 45 (+/-25%), de acordo com a tendência dos últimos anos em que o número de inscritos tem vindo a aumentar. No ano letivo corrente houve 47 inscritos pelo Concurso Nacional de Acesso e 54 inscritos por todos os regimes de ingresso, excluindo 3 estudantes em Mobilidade IN. Há procura significativa de estudantes internacionais (2018/2019 - 10).*

**1.10.1. Intended maximum enrolment (if different from last year) and respective justification.**

*We suggest an increase of the number of admissions to 45 (+/- 25%), in line with the trend of the last years in which the enrollment has been increasing. In the current school year there were 47 enrolled by the National Access Contest and 54 enrolled by all entrance regimes, excluding 3 students in IN Mobility. There exist a significant demand from international students (2018/2019 - 10).*

**1.11. Condições específicas de ingresso.**

*As provas de acesso são*

*Um dos seguintes conjuntos:*

*04 Economia.*

*ou*

*16 Matemática.*

*ou*

*17 Matemática Aplicada às Ciências Sociais;*

*18 Português.*

**1.11. Specific entry requirements.**

*The entry requirements consist in the proofs of one of the following group*

*04 Economy*

*or*

*16 Maths*

*or*

*17 Maths applied to the social sciences*

*18 Portuguese*

**1.12. Regime de funcionamento.**

*Diurno*

**1.12.1. Se outro, especifique:**

*n.a.*

**1.12.1. If other, specify:**

*n.a.*

**1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:**

*O Ciclo de estudos é ministrado na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, no pólo IV da Universidade da Beira Interior (UBI).*

*The study programme is delivered at FCSH in Polo IV from UBI.*

**1.14. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República (PDF, máx. 500kB).**

[1.14.\\_Regulamento CFAEP\\_UBI.pdf](#)

**1.15. Observações.**

*n.a.*

**1.15. Observations.**

*n.a.*

## 2. Estrutura Curricular. Aprendizagem e ensino centrados no estudante.

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

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

<b>Opções/Ramos/... (se aplicável):</b>	<b>Options/Branches/... (if applicable):</b>
Não aplicável	None

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

**2.2. Estrutura Curricular - n.a.**

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

*n.a.*

**2.2.1. Branches, options, profiles, major/minor, or other (if applicable)**

*n.a.*

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

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*	Observações / Observations
Ciências da comunicação/ Communication Sciences	CC / CS	6	0	
Ciências jurídicas/ Juridical sciences	CJ / JS	12	0	
Economia/ Economics	ECON / ECON	12	0	
Gestão/ Management	G / MAN	36	0	
Letras / Literature	LET / LIT	12	0	
Matemática/ Mathematics	M / M	6	0	
Marketing / Marketing	MK / MK	96	0	
<b>(7 Items)</b>		<b>180</b>	<b>0</b>	

### 2.3. Metodologias de ensino e aprendizagem centradas no estudante.

**2.3.1. Formas de garantia de que as metodologias de ensino e aprendizagem são adequadas aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, favorecendo o seu papel ativo na criação do processo de aprendizagem.**

*Os docentes têm de preencher a Label ECTS da UC (em português e inglês) indicando, obrigatoriamente, o modo como as metodologias de ensino se adequam aos objetivos de aprendizagem e que é, posteriormente, validada pelo diretor de curso. Adicionalmente, a comissão pedagógica do ciclo de estudos, que conta com a participação dos representantes dos alunos, nas reuniões periódicas, faz um acompanhamento da implementação dos métodos de*

*ensino através do feedback recolhido pelos representantes de ano. A FCSH dispõe ainda de um conselho pedagógico, que é o órgão responsável pela análise das matérias do foro pedagógico e onde, com o apoio dos representantes eleitos dos alunos, procede igualmente ao acompanhamento e análise das questões pedagógicas identificadas por alunos e professores.*

**2.3.1. Means of ensuring that the learning and teaching methodologies are coherent with the learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be achieved by students, favouring their active role in the creation of the learning process.**

*Teachers must complete the ECTS Label of the unit (both in Portuguese and English), indicating how the teaching methodologies are appropriate to the learning objectives and that it is subsequently validated by the course director. In addition, the pedagogical committee of the study cycle, which counts with the participation of the student year delegates, in the periodic meetings, monitors the implementation of teaching methods and analyses the feedback collected by the year delegates. FCSH also has a pedagogical council, which is the body responsible for analyzing the pedagogical questions and where, with the support of the delegate year students, it also monitors and analyzes the pedagogical issues identified by students and teachers.*

**2.3.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS.**

*Todas as Unidades Curriculares (UC) têm um valor em ECTS que se exprime na quantidade de trabalho em horas que cada estudante deverá cumprir para concluir a UC com êxito, contabilizadas em horas totais de contacto, de trabalho individual e de grupo, etc. Na UBI, estima-se que 1 ECTS corresponde a 28H de trabalho. O corpo docente faz uma estimativa das horas de trabalho de acordo com as atividades programadas, incluindo as avaliações, os conteúdos da UC e o material de estudo indicado aos estudantes. Os questionários pedagógicos semestrais, aplicados aos estudantes, mostram-se como um instrumento fundamental para obter informação sobre o tempo despendido por estes na aquisição das competências definidas nas UC. Neste inquérito, é perguntado aos estudantes se o tempo gasto na UC corresponde aos ECTS da UC e também se a UC exigiu mais tempo que o expectável. Adicionalmente, o delegado de ano reúne com o Diretor de Curso para exprimir as sensibilidades dos estudantes sobre esta matéria.*

**2.3.2. Means of verifying that the required average student workload corresponds to the estimated in ECTS.**

*All Curricular Units have a value expressed in ECTS, which corresponds to the total amount of hours (hours of contact time, hours of individual and/or group work, and others) that each student have to work in order to successfully complete the Curricular Unit. At UBI, one (1) ECTS corresponds to twenty-eight (28) working hours. Teaching staff estimates working hours based upon the programmed activities (assessments included), the syllabus and the student's study materials. A semi-annual pedagogical questionnaires applied to students constitute a fundamental instrument to obtain information about the working time needed to acquire the competences defined in the Curricular Unit plan. In this survey, students are asked to calculate working hours in addition to lecturing hours and to classify the correspondence between the amount of work and the number of ECTS. Furthermore, the year delegate meets with the Course Director to express students' sensitivities on this subject.*

**2.3.3. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes é feita em função dos objetivos de aprendizagem.**

*A garantia de que a avaliação é feita em função dos objetivos de aprendizagem é realizada com recurso a vários mecanismos. No início do semestre os docentes informam e discutem com os alunos os critérios de avaliação no sentido de serem atingidas as competências pretendidas pela UC. A validação e aprovação dos critérios de avaliação é realizada pelo diretor de curso com base na Label ECTS da UC onde o docente demonstra a coerência da avaliação para os objetivos da UC. O cumprimento dos métodos propostos pelo docente é acompanhado pelo diretor de curso de forma informal pela consulta aos alunos e formal via comissão de coordenação pedagógica. Assim, verifica-se o cumprimento dos métodos de avaliação e a sua adequação aos objetivos indicados na ficha da UC. A referência a UCs críticas também permite identificar possíveis discrepâncias entre as avaliações e as competências definidas no início do semestre.*

**2.3.3. Means of ensuring that the student assessment methodologies are aligned with the intended learning outcomes.**

*The assurance that the assessment is adequate regarding the learning objectives is carried out using several mechanisms. At the beginning of the semester, the teachers inform and discuss with the students the evaluation criteria in order to achieve the desired competencies with the unit. The validation and approval of the evaluation criteria is made by the course director based on the Label ECTS of the unit, where the teacher demonstrates the coherence of the evaluation for the unit objectives. The fulfillment of the methods proposed by the teacher is accompanied by the course director informally through the consultation of the students and formally through the pedagogical coordination committee. Therefore, it is verified the fulfillment of the evaluation methods and their adequacy to the objectives indicated in the Label ECTS.*

*The analysis of the critical UCs also allows identifying possible discrepancies between the assessments and the competencies defined in the beginning.*

## **2.4. Observações**

---

**2.4 Observações.**

*n.a.*

## 2.4 Observations.

*n.a.*

## 3. Pessoal Docente

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

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

*Carla Alexandra Barbosa Pereira, Doutorada em Gestão (Especialização em Marketing Relacional) em regime de exclusividade (100%)*

### 3.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

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

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Carla Alexandra Barbosa Pereira	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Mário Lino Barata Raposo	Professor Catedrático ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Arminda Maria Finisterra do Paço	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Helena Maria Baptista Alves	Professor Associado ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Ricardo José de Ascensão Gouveia Rodrigues	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Paulo Alexandre de Oliveira Duarte	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Paulo Gonçalves Pinheiro	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
João Dionísio Monteiro	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
João Carlos Correia Leitão	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Economia	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Cristina Maria Santos Estevão	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Cristina Isabel Miranda Abreu Soares Fernandes	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Rui Jorge Mendes Robalo	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Matemática Aplicada	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Susana Maria Palavra Garrido Azevedo	Professor Associado ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Marcelo Serra Santos	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor		Economia	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria do Céu Ferreira Gaspar Alves	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Luís Manuel do Carmo Farinha	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor		Gestão	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Pedro Miguel Filipe dos Santos	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor		Belas Artes	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Luís António Fonseca Mendes	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Cláudia Sofia Antunes Martins	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Direito	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Alda Maria Dias Gomes	Assistente ou equivalente	Licenciado		Direito	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Mário José Baptista Franco	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Vítor Manuel Pinto de Figueiredo	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor		Gestão	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Maria Sofia Pimentel Biscaia	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor		Literatura em Língua Inglesa	50	<a href="#">Ficha submetida</a>
Reina Marisol Troca Pereira	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor		Letras (Linguística)	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
					<b>2100</b>	

&lt;sem resposta&gt;

**3.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.****3.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)****3.4.1.1. Número total de docentes.**

24

**3.4.1.2. Número total de ETI.**

21

**3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos****3.4.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos em tempo integral / Number of teaching staff with a full time employment in the institution.\***

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº de docentes / Staff number	% em relação ao total de ETI / % relative to the total FTE
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of teaching staff with a full time link to the institution:	18	85.714285714286

**3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado****3.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor / Academically qualified teaching staff – staff holding a PhD**

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff holding a PhD (FTE):	20.5	97.619047619048

**3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado****3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialised teaching staff of the study programme**

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*	
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff holding a PhD and specialised in the fundamental areas of the study programme	23	109.52380952381	21
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists not holding a PhD, with well recognised experience and professional capacity in the fundamental areas of the study programme	0	0	21

**3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação****3.4.5. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente / Stability and development dynamics of the teaching staff**

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	Nº de docentes (ETI) / Staff number in FTE	% em relação ao total de ETI* / % relative to the total FTE*	
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Teaching staff of the study programme with a full time link to the institution for over 3 years	16	76.190476190476	21
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / FTE number of teaching staff registered in PhD programmes for over one year	0	0	21



## 4. Pessoal Não Docente

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

*A Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) em setembro de 2018 contava com o apoio de do seguinte pessoal não-docente:*

- 1 secretária da faculdade (técnica superior)*
- 1 assistente técnico de apoio à faculdade (técnico superior)*
- 1 assistente técnico de apoio a meios audiovisuais*
- 1 assistente técnico de apoio a eventos e pós-graduações (técnica superior)*
- 1 técnico de informática (técnico superior)*
- 2 assistentes técnicos operacionais*
- 2 assistentes técnicos de biblioteca*

*Os funcionários referidos trabalham em regime de tempo integral para a instituição e com dedicação exclusiva.*

### 4.1. Number and employment regime of the non-academic staff allocated to the study programme in the present year.

*The Faculty of Social Sciences and Humanities (FSSH) in September of 2018 had the support of the following level nonacademic staff:*

- 1 faculty secretary (Senior Technician);*
- 1 technical assistant to support the faculty (Senior Technician);*
- 1 technical assistant to support audiovisual facilities;*
- 1 technical assistant to support events and postgraduate studies (Senior Technician)*
- 1 informatics technician (Senior Technician)*
- 2 operating technical assistants*
- 2 library technical assistants*

*The referred non-academic staff work in full time to the institution and at exclusive dedication.*

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

*A maioria do pessoal não docente de apoio à leção possui qualificação superior:*

- 1 secretária da faculdade (técnica superior) - Mestrado em Gestão*
- 1 assistente técnico de apoio à faculdade (técnica superior) - Licenciatura em Sociologia*
- 1 assistente técnico de apoio a meios audiovisuais - Mestrado em Marketing*
- 1 assistente técnico de apoio a eventos e pós-graduações (técnica superior) - Licenciatura em Ciências da Comunicação*
- 1 técnico de informática (técnico superior) - Licenciatura em Informática*
- 2 assistentes técnicos operacionais e 2 assistentes técnicos de biblioteca - Licenciatura em Sociologia e 12º ano*

### 4.2. Qualification of the non-academic staff supporting the study programme.

*Most of the non-academic staff that support teaching activities has higher qualification:*

- 1 college secretary (Senior Technician) - Master in Management*
- 1 technical assistant to support the College (Senior Technician)- Graduate in Sociology*
- 1 technical assistant to support audiovisual - Master in Marketing*
- 1 technical assistant to support events and postgraduate (Senior Technician) - Graduate in Communication sciences*
- 1 computer technician (senior technician) - Graduate in Computer Sciences*
- 2 technical assistants operating and 2 library technical assistants - Degree in Sociology and secondary school*

## 5. Estudantes

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

---

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

##### 5.1.1. Total de estudantes inscritos.

143

#### 5.1.2. Caracterização por género

##### 5.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	53.1
Feminino / Female	46.9

**5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.****5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular / Students enrolled in each curricular year**

Ano Curricular / Curricular Year	Nº de estudantes / Number of students
1º ano curricular	79
2º ano curricular	28
3º ano curricular	36
	<b>143</b>

**5.2. Procura do ciclo de estudos.****5.2. Procura do ciclo de estudos / Study programme's demand**

	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano/ Last year	Ano corrente / Current year
N.º de vagas / No. of vacancies	33	33	35
N.º de candidatos / No. of candidates	136	178	166
N.º de colocados / No. of accepted candidates	38	43	47
N.º de inscritos 1º ano 1ª vez / No. of first time enrolled	33	33	36
Nota de candidatura do último colocado / Entrance mark of the last accepted candidate	108.4	123.3	109
Nota média de entrada / Average entrance mark	124.2	129.8	125.3

**5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes****5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes.**

N/A

**5.3. Eventual additional information characterising the students.**

N/A

**6. Resultados****6.1. Resultados Académicos****6.1.1. Eficiência formativa.****6.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency**

	Antepenúltimo ano / Two before the last year	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano / Last year
N.º graduados / No. of graduates	15	25	23
N.º graduados em N anos / No. of graduates in N years*	7	20	19
N.º graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	6	3	2
N.º graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	1	0	2
N.º graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	1	2	0

**Pergunta 6.1.2. a 6.1.3.****6.1.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (exclusivamente para cursos de doutoramento).**

N/A

**6.1.2. List of defended theses over the last three years, indicating the title, year of completion and the final result (only for**

PhD programmes).

N/A

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

*A taxa de aprovação, nestes últimos 3 anos letivos, relativamente aos alunos avaliados, tem apresentados percentagens acima dos 80%: 2015/16 - 85,84%, 2016/17 - 88,71% e 2017/18 - 84,33%. No que se refere à taxa de aprovação por áreas científicas, verificamos que os dados se encontram todos acima dos 65%, o que representa um nível de aprovação significativa, à exceção da área de Matemática. Não obstante, em relação a esta área científica, a taxa de aprovação subiu significativamente em relação a anos anteriores, atingindo uma média acima dos 50%, mais precisamente de 53,63%. Esta melhoria deveu-se essencialmente a uma estabilização do docente atribuído à UC, a uma adaptação do programa e ao esforço do docente em adoptar uma estratégia de ensino mais prática, permitindo aos alunos visualizarem a aplicabilidade da Matemática ao Marketing e a prática constante do estudo. No entanto, a percentagem referida continua a ser baixa e deve-se sobretudo às fragilidades e lacunas dos alunos que se acumulam dos ciclos de estudos anteriores. A média de aprovação por áreas científicas dos últimos 3 anos letivos foi a seguinte: Ciências da Comunicação - 99,24%; Ciências Jurídicas - 81,83%; Economia - 69,74%; Gestão - 87,61%; Letras - 94,74%; Marketing - 90,50%. A média de aprovação das UC nos últimos 3 anos letivos apresenta valores acima dos 70% com as UC de Economia da Empresa - 66,05%, Análise de Dados em Marketing - 64% e Matemática (pelos motivos já apresentados). Note-se que estas UC's são de 1º ano e que, para além da ligação a cálculos matemáticos (caso de Análise de Dados em Marketing), a UC de Economia da Empresa, infelizmente, tem sido sujeita a uma grande instabilidade de docência, o que não tem permitido desenvolver práticas de evolução positiva. Para além disso, no 1º ano, 1º semestre, o nível de concentração/dedicação dos alunos é menor, apesar da Comissão Científica ter recomendado, para o 1º ano, um elevado nível de assiduidade e a prática ter sido implementada. Assim, estas UCs tem sido alvo de atenção, mas as dificuldades de recursos humanos e e muitas vezes o "gosto" pelas áreas influenciam os resultados obtidos.*

### 6.1.3. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study programme and the respective curricular units.

*In the last three academic years, relatively to the evaluated students the percentage of students approved has been over 80%: 2015/16 - 85,84%, 2016/17 - 88,71% and 2017/18 - 84,33%. Regarding the scientific areas, all of them are above 65%, which represents a significant level of approval, with the exception of Mathematics, but which has risen significantly in relation to previous years and reaching an average of over 50%: an average of 53,63%. This improvement was mainly due to a teacher stabilization attributed to UC, an adaptation of the UC program and the effort in a more continuous teaching strategy that allows students to visualize the applicability of Mathematics to Marketing and the constant practice of study. However, the % is still considered critical apparently due to the difficulties accumulated from previous study cycles.*

*The average of approval by scientific areas of the last three academic years was as follows: Communication Sciences - 99.24%; Legal Sciences - 81,83%; Economy - 69,74%; Management - 87,61%; Letters - 94,74%; Marketing - 90,50%. The average of the approval of the UC in the last 3 academic years presents values above 70% with the UC of Business Economy - 66,05%, Analysis of Data in Marketing - 64% and Mathematics (for the reasons already presented). It should be noted that UCs are at 1st year and that, in addition to the connection to mathematical calculations (in the case of Data Analysis in Marketing), the UC of Business Economy has, unfortunately, has been subjected to a great instability of teaching that does not allows the development of positive evolution practices. In addition, in the 1st year, 1st semester the level of concentration/dedication of the students is more difficult, although the Scientific Commission recommended for the 1st year a high level of attendance, and the practice has been implemented. Thus, these UCs have been the focus of attention, but the difficulties of human resources and often the "like" for the areas influence the results obtained.*

### 6.1.4. Empregabilidade.

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

*De acordo com a informação disponível em <http://infocursos.mec.pt/dges.asp?code=0400code=9205> e obtidas a partir do Gabinete de Qualidade da UBI a taxa de empregabilidade de 87,7% em 2015, 90,9% em 2016 e 91,8% em 2017, traduz-se numa taxa de desemprego de 12,3% em 2015, 9,1% em 2016 e 8,2% em 2017, dados que correspondem aos disponibilizados no site da DGES.*

#### 6.1.4.1. Data on the unemployment of study programme graduates (statistics from the Ministry or own statistics and studies, indicating the year and the data source).

*Take the information in the <http://infocursos.mec.pt/dges.asp?code=0400code=9205> and obtained of the Quality Office from UBI the employability rate of 87,7% in 2015, 90,9% in 2016 and 91,8% in 2017, show an unemployment rate of 12,3% in 2015, 9,1% in 2016 and 8,2% in 2017, data that corresponding to the available in the DGES site.*

#### 6.1.4.2. Reflexão sobre os dados de empregabilidade.

*Os dados apresentados, em comparação com os dados para outras instituições, sugerem estarem dentro do normal. Segundo a mesma fonte, [infocursos.mec.pt](http://infocursos.mec.pt) apresenta, para cursos congéneres, no Minho, Aveiro, Algarve ou ISCTE, valores semelhantes aos da UBI. Os que registaram taxa inferior apresentam um número de diplomados muito inferior ou encontram-se nas zonas litoral ou nos grandes centros urbanos, possibilitando maior absorção dos diplomados. De ressaltar a tendência decrescente da taxa de desemprego da UBI, que poderá ser fruto das várias ações desenvolvidas de aproximação dos estudantes ao meio empresarial através de, participação em feiras de emprego e*

*organização de seminários com empresas que oferecem possibilidade de estágios na área. Ainda assim, parte dos diplomados poderão estar pouco competitivos para facilitar o acesso ao mercado de trabalho, apresentando um portfolio de competências diminuído ao nível do inglês e experiências e muito valorizado pelos empregadores.*

#### 6.1.4.2. Reflection on the employability data.

*The data presented, compared with the data for other institutions, suggests they are within the normal range. The same source, infocursos.mec.pt presents for similar courses, in Minho, Aveiro, Algarve or ISCTE, values similar to those of UBI.*

*Those who registered lower rate have a much lower number of graduates or are in coastal areas or in large urban centers, which enables a greater absorption of graduates. To point out is the downward trend of UBI's unemployment rate, which may be the result of various actions taken to bring students closer to the business community through participation in job fairs and organization of seminars with companies that offer opportunities for stages in the area. Even so, some graduates may be uncompetitive in the access to the labor market, with a portfolio of skills reduced to the level of English and experiences highly valued by employers.*

## 6.2. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas.

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

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

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados/ No. of integrated study programme's teachers	Observações / Observations
NECE - Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais	Good	UBI	12	n.a.
CEFAGE - Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia	Very Good	UÉ-UBI	4	n.a.
Centro de Matemática e Aplicações	Good	UBI	1	n.a.
CEG-IST- Centro de Estudos de Gestão do IST	Very Good	UL	1	n.a.
Centro de Estudos Clássicos e Humanísticos	Excellent	UC	1	n.a.
Centro de Línguas, Literaturas e Culturas	Fair	UA	1	n.a.
LabCom - Comunicação, Filosofia e Humanidades	Very Good	UBI	1	n.a.

#### Pergunta 6.2.2. a 6.2.5.

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

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/4917c813-aab7-63a9-e2ab-5bcca6bef82c>

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

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/other-scientific-publication/formId/4917c813-aab7-63a9-e2ab-5bcca6bef82c>

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

*Vários docentes têm estado envolvidos em projetos que envolvem prestação de serviços e formação avançada. Vários são membros da equipa do projeto ARTISAN “AspiRing enTreprenurial families to perpetuate cultural business Across geNerations” que desenvolve as competências empreendedoras e o potencial dos membros das famílias ligadas a negócios relacionados com o artesanato e agro-turismo. Alguns docentes são membros da equipa do projeto ICT Entrepreneur “A European University-Business Alliance aiming to foster the Entrepreneurial spirit of ICT students” que desenvolve programas de empreendedorismo direcionados a jovens com formação em tecnologias da comunicação e informação. Outros estiveram recentemente envolvidos no projeto SCIENT – “A European University-Business Alliance aiming to foster young SCIENTists’ ENTreprenurial spirit” com o objetivo desenvolver um programa de empreendedorismo para doutorados/doutorandos. Alguns docentes encontram-se a colaborar com o projeto TWINE que visa estudar a cocriação de experiências turísticas em destinos enoturísticos rurais, centrando-se nas rotas da Bairrada do Dão e da Beira Interior.*

*De entre o corpo docente contam-se vários que são docentes no MBA (Master of Business Administration) da UBI, formadores na Ordem dos Contabilistas Certificados, docentes que participam em Mestrados em outras universidades, coordenadores e responsáveis na área da gestão do voluntariado, formadores e consultores nas áreas de marketing e criação de marcas coletivas. Todas estas atividades têm forte impacto na comunidade contribuindo para o desenvolvimento de melhor qualidade de vida e desempenho empresarial.*

*Muitos docentes são revisores e membros dos corpos editoriais de revistas científicas.*

#### 6.2.4. Technological and artistic development activities, services to the community and advanced training in the

**fundamental scientific area(s) of the study programme, and their real contribution to the national, regional or local development, the scientific culture and the cultural, sports or artistic activity.**

*Several teachers have been involved in projects involving consultancy and training. Several are members of the project team ARTISAN "AspiRing enTrepeneurl families to perpetuate cultural business Across geNerations" that develops entrepreneurial skills and the potential of members of families linked to handicraft and agro-tourism businesses. Some are team members of the project ICT Entrepreneur "European University-Business Alliance aiming to foster the Entrepreneurial spirit of ICT students" developing entrepreneurship programs targeted at young people with backgrounds in technologies communication and information. Others were recently involved in the project SCIENT – "the European University-Business Alliance aiming to foster young SCIENTists ' ENTrepeneurl spirit" with the objective to develop an entrepreneurship program for PhD's. Some teachers are to collaborate with the TWINE project that aims to study the co-criation of tourist experiences in rural wine tourism destinations, centering in the Bairrada, Dão and Beira Interior routes.*

*Among the docente body there are teachers at the UBI-MBA (Master of Business Administration), trainers in the Order of Certified Accountants, teachers who participate in master degrees at other universities, trainers and coordinators in the area of voluntary service, trainers and consultants in marketing and creation of colective brands. All these activities have a strong impact in the community with its contribution to the quality of life and a better business performance. Many teachers are reviewers and members of editorial boards of scientific journals.*

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

*Algumas das atividades científicas integram projetos transnacionais de investigação científica sendo os mais relevantes são os seguintes:*

- Project SCIENT - A E uropean University-Business Alliance aiming to foster young SCIENTists' ENTrepeneurl spirit - No. 554336-EPP-1-2014-1-CY-EPPKA2-KA (991.778 € max EU)
- Project ICT ENTREPRENEUR – A European University-Busin ess Alliance aiming to foster the entrepreneurial spirit of ICT students - No. 2014-1-CY1-KA203-000299 (253.289 € ERASMUS+)
- Projeto ARTISAN - AspiRing enTrepeneurl families to perpetuate cultural buSiness Across geNerations Agreement number: 2016-1-CY01-KA204-017335 (282.147€ Erasmus +)
- Projeto RENEWALK - Real Estate NEWAlternative Skills, European Pilot VET - No. 591861-EPP-1-2017-1-IT-EPPKA2-SSA (UBI Medical - UBI 54.886€ Erasmus+)
- Projeto TWINE - No. 0328259 da operação POCI-01-0145-FEDER-032259 (203.824,78€ FEDER).

**6.2.5. Integration of scientific, technologic and artistic activities in projects and/or partnerships, national or international, including, when applicable, the main projects with external funding and the corresponding funding values.**

*Some of the scientific activities are integrated in funded transnational scientific research projects. The most relevant are:*

- Project SCIENT - A E uropean University-Business Alliance aiming to foster young SCIENTists' ENTrepeneurl spirit - No. 554336-EPP-1-2014-1-CY-EPPKA2-KA (991.778 € max EU)
- Project ICT ENTREPRENEUR – A European University-Busin ess Alliance aiming to foster the entrepreneurial spirit of ICT students - No. 2014-1-CY1-KA203-000299 (253.289 € ERASMUS+)
- Project ARTISAN - AspiRing enTrepeneurl families to perpetuate cultural buSiness Across geNerations Agreement number: 2016-1-CY01-KA204-017335 (282.147€ Erasmus +)
- Project RENEWALK - Real Estate NEWAlternative Skills, European Pilot VET - No. 591861-EPP-1-2017-1-IT-EPPKA2-SA (UBI Medical - UBI 54.886€ Erasmus+)
- Project TWINE - No. 0328259 from operation POCI-01-0145-FEDER-032259 (203.824,78€ FEDER).

## **6.3. Nível de internacionalização.**

### **6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes**

#### **6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes / Mobility of students and teaching staff**

	%
Alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Foreign students enrolled in the study programme	7.9
Alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Students in international mobility programmes (in)	4.6
Alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Students in international mobility programmes (out)	0
Docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Foreign teaching staff, including those in mobility (in)	0
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Teaching staff mobility in the scientific area of the study (out).	7.6

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

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

*O esforço de internacionalização do curso ao nível do Ensino tem assentado em programas de mobilidade internacionais como o Programa Erasmus+, Bolsas Luso-Brasileiras Santander Universidades, Bolsas Iberoamericanas de Licenciatura e Mestrado Santander Universidades, o Programa Fulbright e Programas de mobilidade resultantes de acordos institucionais bilaterais (Brasil, Cabo verde, Polónia) e Estágios (e.g. Programa*

*Erasmus +, Programa inov contacto, Programa Vulcanus, Estágios AIESEC). Ao nível dos alunos a mobilidade IN é mais significativa do que a OUT. A mobilidade de docentes (In e Out) ao nível do ensino é baixa mas a título individual vários docentes estão envolvidos em redes e projetos internacionais (ex., ActiveGames4Learning, SCIENT, ICT ENTREPRENEUR, ARTISAN, INESPO, TEIPL-Technology, Entrepreneurship and Innovation Policy Lab, ISCH COST Action) e deslocam-se a universidades estrangeiras como docentes convidados para lecionar.*

### 6.3.2. Participation in international networks relevant for the study programme (excellence networks, Erasmus networks, etc.).

*The internationalization effort of the course at the teaching/learning level has used international mobility programmes like Erasmus +, Brazilian-Portuguese Scholarships Santander Universities, Ibero-American grants for first and master degrees Santander Universities, the Fulbright and mobility programmes resulting from bilateral institutional arrangements (Brazil, Cape Verde, Poland) and Internships (e.g. Erasmus +, inov contacto Programme, Vulcanus Program, AIESEC Internships). At the student level mobility IN is more significant than OUT. The mobility of professors (In and Out) at the teaching/learning is low but individually several faculty members are involved in international projects and networks (e.g., ActiveGames4Learning, SCIENT, ICT ENTREPRENEUR, ARTISAN, INESPO, Technology, Entrepreneurship and Innovation Policy Lab, ISCH COST Action) and go to foreign universities as invited teachers to teach.*

## 6.4. Eventual informação adicional sobre resultados.

---

### 6.4. Eventual informação adicional sobre resultados.

*n.a.*

### 6.4. Eventual additional information on results.

*n.a.*

## 7. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

### 7.1 Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES

---

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

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

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

*Não*

#### 7.1.1. Hiperligação ao Manual da Qualidade.

<http://www.ubi.pt/Ficheiros/Entidades/50821/GABQ/MQ%20UBI.pdf>

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

*<sem resposta>*

### 7.2 Garantia da Qualidade

---

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

*Para promover uma cultura da qualidade para a UBI, definiram-se como desígnios da Política da Qualidade (Referencial 1):*

- *Garantir a qualidade do ensino, da investigação, da internacionalização e da interação com a sociedade, de acordo com os preceitos legais, as normas internas e os padrões de exigência externa, nacionais e internacionais aplicáveis;*
  - *Promover um modelo de organização, funcionamento, gestão e governo da Universidade centrado na eficiência, na qualidade, na transparência e na responsabilidade;*
  - *Implementar um Sistema Interno de Garantia da Qualidade adequado, simples, desburocratizado e eficaz, de forma a garantir a prossecução da missão da universidade, sedimentado numa estratégia de avaliação, monitorização do desempenho, prospeção e dinâmica de melhoria contínua;*
  - *Fomentar uma cultura de envolvimento de toda a comunidade académica e da sociedade de modo a assegurar a eficácia dos processos e atividades do Sistema Interno de Garantia da Qualidade.*
- A política para a qualidade privilegia a cooperação com a sociedade e a participação dos parceiros internos e externos mais relevantes nos processos de planeamento estratégico, sendo de destacar a participação na composição de*

órgãos de governo e órgãos consultivos da UBI e a auscultação regular através de variados mecanismos. Em 2009, a Instituição solidificou a Política de Garantia da Qualidade com a criação de uma Pró-Reitoria para a Qualidade e do Gabinete da Qualidade, em alinhamento com o planeamento estratégico da Universidade da Beira Interior (UBI). O Gabinete da Qualidade, como órgão supervisor da gestão e governança da Qualidade, criou, em cada uma das Faculdades existentes, a Comissão de Qualidade da Faculdade – em reestruturação –, composta pela presidência, docentes, estudantes e não docentes, a quem cabe a responsabilidade de implementar a política e os procedimentos da qualidade nas faculdades, conjuntamente com as Comissões de Curso.

De referir que a certificação do Sistema Interno de Garantia da Qualidade integra os objetivos estratégicos da UBI no médio prazo, estando, para tal, a serem implementadas medidas de melhoria do sistema, com base no levantamento de necessidades/fragilidades.

Em matéria de admissão, progressão, reconhecimento e certificação (Referencial 4), refira-se que estão disponíveis, na página online da UBI, as condições de admissão a cada um dos cursos (em forma de provas de ingresso para os ciclos de formação inicial ou requisitos de admissão para os 2.º e 3.º Ciclos) e a respetiva regulamentação, bem como outros elementos que poderão ser do interesse dos candidatos, designadamente, a certificação dos cursos através da Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior. A divulgação e regulamentação relativas aos Concursos Especiais de Acesso são também feitas através da página própria dos Serviços Académicos da UBI. Na página web, é também disponibilizada a funcionalidade para candidaturas online para os 2.º e 3.º Ciclos e Concursos Especiais de Acesso. A UBI instituiu, através do Despacho Reitoral N.º 17/2004, a emissão automática e gratuita do Suplemento ao Diploma em Português e Inglês para todos os diplomados que concluíam os cursos conducentes aos graus de Licenciado, Mestre e Doutor, conjuntamente com os respetivos Diplomas – carta de Curso/Magistral e Doutoral devidamente regulamentada.

Através da página da UBI, é feita a divulgação das condições de apoio para que o estudante prossiga o seu percurso académico, com evidências para o apoio social através dos Serviços de Ação Social da UBI (SASUBI), em termos de bolsas, alojamentos, prática desportiva, apoio médico e respetivas cantinas para alimentação. A proximidade com a comunidade estudantil é reforçada pelo Provedor do Estudante, legalmente previsto, responsável pela promoção dos direitos legítimos dos estudantes, exercendo este a sua ação com autonomia e imparcialidade face aos órgãos e serviços da UBI. Em termos de mecanismos de apoio, deverão ainda ser considerado os Serviços de Informática, que criam e permitem acesso aos estudantes a email próprio e plataformas digitais de conteúdos de interesse como o Moodle, Balcão Virtual, Bibliotecas Digitais, Mobilidade Internacional, etc.

Os mecanismos de garantia da qualidade do ciclo de estudos, de monitorização contínua e revisão periódica (Referencial 5) são essencialmente assegurados pelas Direção e Comissão de Curso, a quem compete zelar pelo seu bom funcionamento nos aspetos científicos, pedagógicos e organizativos. Em reuniões periódicas, a Comissão de Curso analisa o contexto, identifica os aspetos positivos e os constrangimentos associados ao ciclo de estudos, delinea estratégias de atuação futura, propõe alterações, implementa medidas corretivas e, anualmente, elabora um relatório de autoavaliação que permite uma visão holística sobre o funcionamento do ciclo de estudos. Os resultados das avaliações externas, que servem de complemento a este documento, são analisados e discutidos primeiramente pela comissão de curso, que propõe formas efetivas de melhoramento. Têm também parte ativa na criação, alteração e melhoria contínua do funcionamento dos cursos o Conselho Científico da Faculdade e o Conselho Pedagógico da Faculdade, que ratifica e aprova todas modificações e criações dos cursos, constituindo-se como os órgãos estatutariamente legais na sua aprovação. Também o Delegado de Ano – estudante eleito pelos seus pares – desempenha um papel importante, enquanto elo entre os estudantes, o Diretor de Curso e a Comissão da Qualidade da Faculdade, promovendo o envolvimento e reflexão sobre o curso na sua plenitude.

A Instituição está dotada de mecanismos que possibilitam o planeamento, a gestão e a subsequente tomada de decisões de melhoria dos seus serviços e recursos materiais (Referencial 10), de forma a permitir aos estudantes desenvolver um percurso de aprendizagem adequado. Em termos de recursos de apoio às aprendizagens, dispõe de laboratórios onde se simulam e estudam processos adaptados à realidade industrial, instalações com bons índices de luminosidade, conforto climático e sonoro, salas dotadas de ligação à rede wireless, salas de informática, salas de estudo e de trabalhos em grupo, biblioteca com acesso durante 24H durante todo o ano. No que às Necessidades Educativas Especiais diz respeito, tem sido envidado um esforço, no sentido de apoiar os estudantes para que possam alcançar os seus objetivos académicos. A estratégia de apoio é traçada caso-a-caso, consoante as necessidades individuais, e reajustada sempre que necessário. É antecipado o contacto com as escolas da região, no sentido de auscultar as características dos prováveis candidatos à UBI com NEE, para que seja preparada a sua receção. No caso dos estudantes internacionais, a UBI disponibiliza um acompanhamento próximo, através do seu Gabinete de Internacionalização, responsável, entre outros, pelo processo de acolhimento, integração e acompanhamento de estudantes internacionais.

Em termos de gestão da informação (Referencial 11), a principal fonte de informação é constituída pelo Sistema de Informação Académica (Balcão Virtual), com outra obtida a partir de plataformas digitais associadas ao ciclo de estudos, ou facultada pelo GQ, pela presidência da Faculdade ou por outros serviços de apoio institucional. Pode ainda ser considerada toda a informação que resulte de inquéritos ou reuniões com a comunidade do ciclo de estudos (docentes e discentes) e com outras entidades externas à universidade, sempre que necessário. O GQ, em articulação com os Serviços de Informática, coopera com as estruturas locais, providenciando indicadores e informação que facilitem a monitorização, a reflexão, a autoavaliação e a adoção de medidas oportunas. Esta recolha de informação permite a tomada de decisões de gestão dos ciclos de estudos e/ou atividades que permitam incrementar melhorias na vida académica.

### **7.2.1. Mechanisms for quality assurance of the study programmes and the activities promoted by the services or structures supporting the teaching and learning processes, namely regarding the procedures for information collection (including the results of student surveys and the results of academic success monitoring), the monitoring and periodic assessment of the study programmes, the discussion and use of the results of these assessments to define improvement measures, and the monitoring of their implementation.**

*In order to promote a culture of quality for UBI, purposes of the Quality Policy (Reference 1) were defined as follows:*

- *To guarantee the quality of teaching, of research, of internationalization and interaction with society, in accordance with applicable legal norms, internal norms and external, national and international standards of exigency;*
- *To promote a model of organization, operation, management and governance of the University centred on efficiency,*



*quality, transparency and responsibility;*

*- To implement an adequate IQAS, simple, non-bureaucratic and effective, in order to guarantee the pursuit of the mission of the university, based on a strategy of evaluation, performance monitoring, prospect and continuous improvement dynamics;*

*- To promote a culture of involvement of the entire academic community and society in order to ensure the effectiveness of the processes and activities of the IQAS.*

*The quality policy favours cooperation with society and the participation of the most relevant internal and external partners in strategic planning processes, with particular emphasis on participation in the composition of governing agencies and advisory bodies of the UBI and regular evaluation through a variety of mechanisms.*

*In 2009, the Institution consolidated the Quality Assurance Policy with the creation of the Pro-Rector for Quality along with the Quality Office, in alignment with the strategic planning of the UBI. The Quality Office, as a supervisory body for quality management and governance, has created, in each of the existing Faculties, the Quality Committee of the Faculty (which is being restructured) and is constituted by the President, teachers, students and non-teachers. This entity is responsible for implementing quality policy and procedures in faculties, in association with Course Committees.*

*It should be taken into account that the certification of the IQAS integrates UBI's strategic objectives in the medium-term. To that end, measures to improve the system are being implemented, based on a needs / weaknesses assessment.*

*In terms of admission, progression, recognition and certification (Reference 4), it is noted that the conditions of admission to each of the courses are available on the institutional webpage (in the form of admission exams for the initial training courses or admission requirements for the 2nd and 3rd cycles of studies), as well as the respective regulations and other elements that may be of applicants interest, namely the certification of courses through the Agency of Evaluation and Accreditation of Higher Education. The disclosure and regulation regarding the Special Contests for Admissions are also made through the UBI Academic Services own website. On the webpage, the functionality for online applications for the 2nd and 3rd cycles and Special Contests for Admissions is also available. UBI instituted, through the Rectoral Dispatch No. 17/2004, the automatically and free of charge issue of the Diploma Supplement in Portuguese and English languages for all graduates who complete the courses leading to Bachelor, Master and Ph.D. degrees, together with the corresponding formal certificates, duly regulated.*

*Through the UBI website, the conditions of support for the student to continue his academic career are published, with evidence for social support through the UBI Social Services (SASUBI), in terms of scholarships, accommodation services, sports, medical support and refectories and meals services.*

*Proximity to the student community is reinforced by the legally established Student Ombudsman, whose purpose is to defend and promote the legitimate rights and interests of students, exercising his or her action with autonomy and impartiality regarding UBI's bodies and services. In terms of support mechanisms, it should also be considered the IT Services, which create and allow students access to their own email and digital platforms such as Moodle, Online Services, Digital Libraries, International Mobility, and so on.*

*The quality assurance, continuous monitoring and periodic review mechanisms of the study cycle (Reference 5) are essentially guaranteed by the Management and Course Committee, who are responsible for ensuring their proper functioning in scientific, pedagogical and organizational aspects. At regular meetings, the Course Committee analyses the context, identifies positive aspects and constraints associated with the study cycle, outlines strategies for future action, proposes changes, implements corrective measures and annually prepares a self-assessment report that provide a holistic view of the functioning of the study cycle. The results of the external evaluations, which complement this document, are analysed and discussed first by the Course Committee, which proposes effective ways of improving. The Scientific and Pedagogical Councils of the Faculty also have an active part in the creation, alteration and continuous improvement of the working state of the courses, since both ratifies and approves all changes and creations of the courses, constituting themselves as statutory bodies in their approval. The Delegate of each year – a student elected by his peers – also plays an important role as a link between the students, the Course Director and the Quality Committee of the Faculty, promoting the involvement and reflection on the course in its fullness.*

*The Institution is equipped with mechanisms that allow the planning, management and subsequent decision making to improve its services and material resources (Reference 10), in order to allow students to develop an adequate learning path. In terms of resources to support learning, UBI has laboratories where processes adapted to the industrial reality are simulated and studied, facilities with proper light levels, climatic and sound comfort, rooms equipped with wireless network connection, computer rooms, study and group work rooms, a library with 24-hour access throughout the year. With regard to Special Educational Needs, an effort has been made to support students so that they can achieve their academic goals. The support strategy is drawn on a case-by-case basis, depending on individual needs, and adjusted whenever necessary. It is anticipated the contact with the schools of the region, in order to ascertain the characteristics of the probable applicants with Special Educational Needs, so that its reception is prepared. Concerning the international students, UBI provides close follow-up, through its Office of Internationalization and Professional Exits, responsible, among others, for the process of welcoming, integrating and accompanying international students.*

*In terms of information management (Reference 11), the main source of information is the Academic Information System (Online Services), among other information obtained from digital platforms associated with the study cycle, or provided by Quality Office, by the Faculty President or other institutional support services. Any information resulting from surveys or meetings with the study cycle community (teachers and students) and other entities outside the university are necessary considered. The Quality Office, in liaison with the IT Services, cooperates with local structures, providing indicators and information that facilitate monitoring, reflection, self-assessment and timely action. This collection of information allows the decision-making of the management of the study cycles and / or activities that allow improvements in the academic life.*

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

*Professora Doutora Ana Catarina Carapito; Pró-reitora para a Qualidade; Responsável pelo Gabinete de Qualidade*



### 7.2.2. Structure(s) and job role of person(s) responsible for implementing the quality assurance mechanisms of the study programmes.

*Professor Ana Catarina Carapito, Pro-rector for Quality; Responsible for the Quality Assurance Office of the UBI*

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

*Os docentes são avaliados com base no Regulamento de Avaliação do Desempenho dos Docentes (RAD) que incide nas vertentes de: Investigação (investigação científica, criação cultural ou desenvolvimento tecnológico); Ensino (desempenho pedagógico, ajustado ao resultado dos inquéritos de avaliação do desempenho preenchidos pelos estudantes, acompanhamento e orientação de estudantes); Transferência de Conhecimento e Tecnologia (extensão universitária, divulgação científica e valorização económica e social do conhecimento); e Gestão Universitária (participação na gestão da instituição e em tarefas relevantes atribuídas pelos órgãos competentes, no âmbito da atividade de docente universitário). Para a permanente atualização dos docentes contribui a implementação de uma política de estímulo à investigação de qualidade, realizada pelo Instituto Coordenador da Investigação, com o objetivo de incentivar projetos de investigação e reconhecer o mérito dos investigadores mais destacados.*

### 7.2.3. Procedures for the assessment of teaching staff performance and measures for their continuous updating and professional development.

*Academic staff evaluation is based on the Regulation of Performance Evaluation of Teachers (RAD) which focuses on: Research (scientific research, cultural creation or technological development); Teaching (teaching performance, adjusted to the feedback from the students' questionnaire for assessing teacher performance; student guidance and supervision); Transfer of Knowledge and Technology (university extension, dissemination of science and economic and social enhancement of knowledge); University Management (participation in the management of the institution and other relevant tasks assigned by the competent bodies, falling under the activity of a faculty member). Amongst the measures that contribute to the permanent updating, there is the implementation of a policy in favour of the quality of research, conducted by the Coordinator Institute of Research, with the aim of both encouraging research projects and distinguishing the merit of the most prominent researchers.*

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

<https://dre.pt/application/file/55135285>

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

*O pessoal não-docente é avaliado segundo o SIADAP. Periodicamente, são determinados por Despacho Reitoral: fixação de objetivos em função do Plano de Atividades; transcrição dos objetivos e competências para a plataforma informática; ponderação dos parâmetros da classificação final; composição do Conselho de Coordenação da Avaliação (CCA); constituição da equipa de trabalho para acompanhamento; calendarização; realização de eleições para os vogais representantes dos funcionários na Comissão Paritária (CP) e nomeação dos representantes da Administração na CP. O processo de avaliação compreende: definição de objetivos e competências; monitorização dos objetivos e competências; autoavaliação; avaliação; a harmonização das avaliações e homologação das classificações. Através do CFIUTE, são disponibilizados cursos de formação inicial e contínua, promovidos pela UBI, por instituições externas ou em parceria, e financiados por programas ou pela UBI.*

### 7.2.4. Procedures for the assessment of non-academic staff performance and measures for their continuous updating and professional development.

*Non-Academic Staff is evaluated in accordance with the Performance Evaluation System, the (so-called) SIADAP. A Rector's Order often determines: objectives established according to UBI's Operational Plan; upload of the information (objectives/competencies) to the system; weighting of the evaluation parameters; composition of the Evaluation Coordination Council; constitution of the monitoring team; timescale; elections for non-teaching staff representatives to the Joint Committee (JC) and the appointment of the Administration representatives to the JC. Evaluation process comprehends: the definition of objectives/competencies; monitoring of objectives/competencies; self-evaluation; evaluation; harmonisation of the evaluations and homologation of the results. CFIUTE, the Centre for Training and Interaction of the University with the Business Sector, provides Initial and Continuous Training, promoted by UBI And / Or external institutions and financed by UBI itself or through programmes.*

### 7.2.5. Forma de prestação de informação pública sobre o ciclo de estudos.

*A oferta formativa encontra-se devidamente publicitada no site ligado à plataforma dos Serviços Académicos. Toda a informação, sobre todos os cursos é escrutinada pelo Gabinete de Qualidade. Os dados estatísticos são da responsabilidade da DGES. Todos os elementos são atualizados no site, em tempo real.*

*A divulgação é feita pelo Gabinete de Relações Públicas, através de notícias para o site e órgãos de comunicação, regionais e nacionais, elaboração de conteúdos para as redes sociais e outros suportes de nicho especialmente dirigidos à faixa etária do público-alvo, bem como brochuras, folhetos, cartazes e publicidade em guias de ensino superior. Estes materiais distribuem-se em visitas organizadas à UBI, em certames nacionais e internacionais de orientação escolar e de outros âmbitos, e em locais públicos de grande afluência de jovens (festivais, piscinas, praias, etc.). Atividades como a Universidade de Verão e a Academia Júnior de Ciência servem, também, para promover os cursos.*

### 7.2.5. Means of providing public information on the study programme.

*The courses are duly advertised on the website linked to the Academic Services platform. All information about all courses is validated and scrutinized by the Office of Quality. The DGES is responsible for statistical data. All elements*

are updated on the UBI website in real time.

Active publicity of the courses is supported by the Office of Public Relations, through news for the site and regional and national media, elaboration of contents for social networks and other niche supports especially directed to the age range of the target audience, as well as brochures, leaflets, posters and advertising in higher education guides. These materials are distributed in organized visits to the UBI, in national and international exhibitions of educational guidance and of other scopes, and in public places of great affluence of young people (festivals, swimming pools, beaches, etc.). Activities such as the Winter/Summer University and the Junior Science Academy also serve to promote the courses.

#### 7.2.6. Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.

*n.a.*

#### 7.2.6. Other assessment/accreditation activities over the last 5 years.

*n.a.*

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

### 8.1 Análise SWOT global do ciclo de estudos

---

#### 8.1.1. Pontos fortes

*Relação de proximidade entre docentes e alunos;*

*Plano de estudos adequado à realidade empresarial e diversificado, o que promove o desenvolvimento de competências específicas às funções de marketing;*

*Objetivos do ciclo de estudos definidos de forma coerente com a formação adequada às funções de marketing nas suas múltiplas funções;*

*Plano de estudos composto por UCs que funcionam com metodologias altamente voltadas para a aprendizagem ativa que permite maior autonomia aos alunos;*

*Existência de UCs com forte aproximação ao mercado de trabalho e forte componente prática (por exemplo: Estudos de Mercado, Direção Comercial e Projeto);*

*Maior envolvimento dos alunos e da instituição na realização de palestras, seminários e workshops de aproximação ao mundo empresarial;*

*Divulgação dos aspetos relacionados com o Ciclo de Estudos através do recurso aos meios de comunicação online (site da Instituição, Facebook com a página de Marketing na UBI e com o grupo BiMarketing);*

*Atualização dos serviços de Internet e de parte do conjunto de equipamentos informático;*

*Bons resultados em termos de taxas de aprovação ao longo dos anos letivos e com a maioria dos graduados a concluírem o ciclo de estudos dentro do número de anos previsto;*

*Bons níveis de empregabilidade;*

*Ampliação e diversificação de protocolos e parcerias com universidades estrangeiras;*

*Disponibilidade de locais para estudo abertos 24h por dia;*

*Existência de órgãos, como a Comissão Pedagógica do ciclo de estudos, que permitem obter feedback sobre o funcionamento das UC's e desempenho dos docentes;*

*Corpo docente altamente qualificado (maioritariamente constituído por docentes doutorados), com publicações na área e em revistas de referência internacional, experiência no ensino, grande participação em projetos internacionais e altamente envolvidos em atividades de investigação através das suas unidades de investigação;*

*Maior abertura do corpo docente a intercâmbios internacionais e participação em projetos de âmbito internacional;*

*Maior envolvimento do corpo docente com a comunidade através dos projetos em que se encontram envolvidos;*

*Qualidade das infraestruturas físicas e de apoio ao funcionamento do ciclo de estudos;*

*Apoio da hierarquia à implementação das decisões relativas ao desenvolvimento do ciclo de estudos;*

*Existência de mecanismos de apoio no processo de acesso ao mercado de trabalho através do Gabinete de Saídas Profissionais;*

*Atividades de acolhimento aos alunos promovidas pela Faculdade;*

*Única instituição a oferecer o curso de Marketing nas áreas circundantes (Guarda, Castelo Branco e outras da região).*

#### 8.1.1. Strengths

*Relationship of proximity between teachers and students;*

*Study programme adapted to the business reality and diversified which promotes the development of specific competences for marketing functions;*

*Objectives of the study programme defined in a consistent way with the training, adequate to the functions of marketing in its multiple functions;*

*Study Programme composed of CUs working with methodologies highly focused on active learning that allows students greater autonomy for participation and learning;*

*Existence of UCs with strong approximation to the job market and strong practical component (for example: Market Studies, Commercial Direction and Project);*  
*Greater involvement of the students and the institution in organization of lectures, seminars and workshops to approach the business world;*  
*Dissemination of aspects related to the Cycle of Studies through the use of online social media: Institution website, Facebook with the Marketing at UBI page and with the BiMarketing group);*  
*Update of Internet services and part of the computer equipment;*  
*Good results in terms of approval rates over the school year and with most graduates completing the study programme within the expected number of years;*  
*Good level of employability;*  
*Extension and diversification of protocols and partnerships with foreign universities;*  
*Availability of open places to study 24 hours a day;*  
*Existence of bodies such as the Pedagogical Commission of the cycle of studies that allow to obtain feedback about the performance of the UC's and the teachers;*  
*Highly qualified teaching staff (fully staffed by doctoral teachers), with publications in the area and in international reference journals, teaching experience, great participation in international projects and highly involved in research activities in their research units;*  
*Greater openness of teaching staff to international exchanges and participation in international projects;*  
*Greater involvement of the teaching staff with the community through the projects in which they are involved;*  
*Quality of physical and support infrastructure for the functioning of the study cycle;*  
*Hierarchy support to the implementation of decisions related to the development of the study cycle;*  
*Existence of support mechanisms in the process of access to the work market through the Office of Professional Internships;*  
*Reception activities for students promoted by the Faculty.*  
*The unique institution to offer the course of Marketing in the surrounding areas (Guarda, Castelo Branco and others in the region).*

### **8.1.2. Pontos fracos**

*Média de entrada, ainda baixa, quando comparada com outros cursos da área;*  
*Equipamentos informáticos em número inferior ao necessário;*  
*Baixo nível de preparação dos graduados em conhecimentos ao nível do Marketing B2B (mercado potencial de empregabilidade);*  
*Pouca relação das atividades de ensino com a investigação;*  
*Baixa taxa de aprovação, no 1º ano do ciclo de estudos, em algumas UCs;*  
*Reduzida adesão dos alunos em eventos e atividades organizados pela instituição e Núcleos de Estudantes no sentido de promoverem a obtenção de competências transversais;*  
*Baixa mobilidade out de docentes;*  
*Ausência de UCs opcionais.*

### **8.1.2. Weaknesses**

*Low average of entrance, when compared with other courses in the area;*  
*Existing computer equipment under than necessary;*  
*Low level of preparation of graduates in B2B Marketing knowledge (potential employability market);*  
*Little relation of teaching activities with research;*  
*Low approval rate, in the 1st year of the study cycle, in some CUs;*  
*Reduced adherence of students to events and activities organized by the institution and Student Groups in order to promote the achievement of transversal competences;*  
*Low mobility out of teachers;*  
*Absence of optional CUs.*

### **8.1.3. Oportunidades**

*Maior número de vagas para as universidades do interior;*  
*Potenciais mercados para atração de novos alunos através da realização de novas parcerias e protocolos;*  
*Crescente interesse de universidades internacionais para parcerias devido à classificação da Universidade da Beira Interior no ranking mundial;*  
*Parcerias com empresas e outras entidades que contemplam estágios não curriculares e realização de projetos de marketing;*  
*Ausência de ofertas de outros cursos de Marketing que permite a captação de alunos das áreas circundantes;*  
*Maior valorização, por parte das empresas, das competências transversais no acesso ao mercado de trabalho;*

*Maior procura dos serviços de transferência de conhecimento por empresas/outras entidades para desenvolvimento de estudos de mercado, planos de marketing, etc.  
Potencial para atrair novos públicos (ex. maiores de 23) devido à crescente procura por parte de pessoas com vontade de obter formação superior após alguns anos de experiência.*

### 8.1.3. Opportunities

*Number of vacancies increased for interior universities;  
Potential markets for attracting new students through the development of new partnerships and protocols;  
Growing interest of international universities for partnerships due to the classification of the University of Beira Interior in the world ranking;  
Partnerships with companies and other entities that include non-curricular stages and marketing projects;  
Absence of offers of other Marketing courses that allows the capture of students from the surrounding areas;  
Greater appreciation by companies for transversal competences in accessing the work market;  
Increased demand for knowledge transfer services by companies/other entities to develop market studies, marketing plans, etc.  
Potential for new audiences due to growing demand from people with a desire for higher education after a few years of experience.*

### 8.1.4. Constrangimentos

*Interioridade e todos os constrangimentos que daí advém;  
Proveniência dos estudantes, maioritariamente da região;  
Diminuição dos índices demográficos e suas consequências no número de candidatos ao ensino superior;  
Constrangimentos orçamentais que impedem mudanças de melhoria quer ao nível do plano de estudos, infraestruturas e de apoio social;  
Alto peso atribuído à parte científica na avaliação dos docentes, que pode originar um maior enfoque na nessa vertente, em detrimento das aulas e do apoio aos alunos.*

### 8.1.4. Threats

*Interiority and all the constraints that come from it;  
Origin of students, mostly from the region;  
Decrease in demographic indices and their consequences in the number of candidates for higher education;  
Budgetary constraints which block the changes in improvement at the level of the study programme, infrastructures and social support;  
High weight attributed to the scientific component in the evaluation of teachers, which may lead to a greater focus on this aspect to the detriment of classes and support to students.*

## 8.2. Proposta de ações de melhoria

---

### 8.2. Proposta de ações de melhoria

#### 8.2.1. Ação de melhoria

- 1) *Aquisição de novos equipamentos informáticos para ampliação da sala de informática disponível.*
- 2) *Maior esforço de divulgação para captar alunos de outras regiões através da realização do acolhimento de alunos a pedido de escolas, da Universidade de Verão e das redes sociais.*
- 3) *Continuar a implementar diferentes metodologias de ensino e métodos de avaliação que permitam maior participação e esforço dos alunos, aumentando o seu compromisso no processo.*
- 4) *Incentivar a participação ativa e adesão a eventos pelos alunos no sentido de desenvolvimento de competências centrais.*
- 5) *Potenciar conhecimento sobre o marketing nos mercados industriais.*
- 6) *Encorajar a mobilidade out de docentes através de estadias para ensino/investigação noutros países via ampliação programas específicos (Erasmus +, protocolos, parcerias, etc.) ou via convite.*

#### 8.2.1. Improvement measure

- 1) *Acquisition of new computer equipment for expansion of the available computer classroom.*
- 2) *Increased the dissemination effort to attract students from other regions through the hosting of students at the request of schools, the Summer University and the social networks.*
- 3) *Continue to implement different teaching methodologies and evaluation methods that allow greater participation and effort of the students, increasing their commitment in the process.*
- 4) *Encourage the active participation and adherence to events by students for develop transversal competences.*
- 5) *Promote marketing knowledge in industrial markets.*
- 6) *Encourage the mobility of teachers through stays for teaching/research in other countries through the extension of specific programs (Erasmus +, protocols, partnerships, etc.) or by invitation..*

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

- 1) *Alta*
- 2) *Média*

- 3) *Alta*
- 4) *Alta*
- 5) *Alta*
- 6) *Média*

### 8.2.2. Priority (high, medium, low) and implementation time.

- 1) *High*
- 2) *Medium*
- 3) *High*
- 4) *High*
- 5) *High*
- 6) *Medium*

### 8.1.3. Indicadores de implementação

- 1) *Número de novos equipamentos*
- 2) *Número de alunos matriculados fora da região*
- 3) *Taxa de aprovação das UCs críticas*
- 4) *Organização de workshops para desenvolvimento de competências transversais*
- 5) *Entrada em funcionamento da UC Marketing B2B*
- 6) *Número de estadias realizadas*

### 8.1.3. Implementation indicator(s)

- 1) *Number of new equipment*
- 2) *Number of students enrolled outside the region*
- 3) *Approval rate of critical CUs*
- 4) *Workshops for develop transversal competences organization*
- 5) *CU B2B Marketing entry in operation*
- 6) *Number of stays*

## 9. Proposta de reestruturação curricular (facultativo)

### 9.1. Alterações à estrutura curricular

---

#### 9.1. Síntese das alterações pretendidas e respectiva fundamentação

*As alterações apresentadas prendem-se com a necessidade de uma maior adequação do curso às necessidades do mercado de trabalho, na área de Marketing, principalmente ao nível dos sistemas de informação de apoio à tomada de decisão, amplamente usados e sobre os quais os alunos não tinham nenhuma unidade curricular que os abordasse de uma forma adequada e integradora. Para além disso, foram ainda tidas em atenção, as sugestões apresentadas pelos alunos, quer por via dos seus delegados de turma em reuniões com a Diretora de Curso, quer via Núcleo de Estudantes de Marketing, em reuniões com as Presidentes de Departamento e de Faculdade, ou ainda resultantes do feedback de graduados em exercício de funções e das recomendações da CAE no anterior processo de avaliação. Assim, procurou-se colmatar algumas lacunas de competências dos alunos ao nível de Excel, Word, ferramentas de comunicação colaborativas e outras ferramentas, que o futuro graduado em Marketing necessitará para o desempenho das suas funções, bem como possíveis lacunas ao nível de compreensão do marketing no mercado industrial. Note-se que a maioria do plano curricular atual se encontra direcionado sobretudo para o mercado consumidor; no entanto, alguns graduados estão ou poderão estar interessados em trabalhar em empresas a operar nesse mercado. Quanto às demais sugestões da CAE, na avaliação anterior do curso, designadamente quanto à inclusão de UCs optativas e criação de novas UCs, como a de Comércio Internacional ou de Gestão de Recursos Humanos, as mesmas foram tidas em consideração e análise, todavia são vários os fatores que impossibilitam a sua implementação para já. O número de alunos no curso não justifica a sua repartição por UCs optativas, nem a sua agregação a UCs de outros cursos, o que implicaria a criação de novos turnos, o que em qualquer dos casos, implicaria mais recursos humanos. Para além disso existem vários tópicos de recursos humanos que são abordados noutras UC (ex. Direção Comercial). Por sua vez, a temática do comércio internacional é abordada no 2º ciclo de estudos. Por outro lado, considerou-se ainda inviável, no momento, a criação de uma UC em Comércio Internacional por falta de competências diferenciadoras nessa área. Quanto à sugestão de oferecer UCs em Inglês, a mesma também não foi acolhida no plano de estudos. Todavia existem UCs lecionadas em Inglês no departamento de acesso a alunos em mobilidade in e para os alunos da Instituição que queiram frequentar.*

#### 9.1. Synthesis of the proposed changes and justification.

*The proposal of changes tries to better adapt/prepare the students to the needs of the labor market in the area of Marketing, especially at the level of information systems in support of decision-making, and on which the students do not have any curricular unit that approached them in an appropriate and integrative way. In addition, some of the suggestions are also related to the weaknesses presented by the students, either via their class delegates in meetings with the Course Director or via the Marketing Students' Association in meetings with the Presidents of Department and Faculty, or with origin in the feedback of graduates in the exercise of their functions, and by the recommendations of panel of evaluators in the last process of evaluation. Thus, some skills gaps at the level of Excel, Word, collaborative communication tools and other tools, that the future graduate in Marketing will have to use in the performance of their*

*functions is an aspect addressed in the changes, as well as the gaps in the level of understanding of marketing in the industrial market. It should be noted that most of the actual syllabus is more focused on the consumer market, however, some graduates are or will be working for companies operating in this market.*

*The A3E's suggestions in the previous evaluation were analyzed such as the inclusion of optional CUs and creation of new CU's such as International Trade or Human Resources Management, because they are relevant. However, at the moment that inclusion is not possible. The number of students in the course is not enough to justify the division of students by optional CUs and the addition of these students to other courses would force the creation of new shifts, for which don't exist enough human resources to ensure. In addition, for example, the creation of an CU in International Trade does not seem feasible at this time, because these course is offered in the 2nd cycle of studies. The suggestion to offer CUs in English, was not included in the study programme, but there is an offer of CUs, taught in English that can be attended by students in mobility in and are also available to students of the Institution who want to attend.*

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

### 9.2. n.a.

#### 9.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor ou outra (se aplicável):

*n.a.*

#### 9.2.1. Branch, option, profile, major/minor or other (if applicable).

*n.a.*

#### 9.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and number of credits to award the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*	Observações / Observations
Marketing	MK	96	0	n.a.
Gestão	G	36	0	n.a.
Ciências da Comunicação	CC	6	0	n.a.
Ciências Jurídicas	CJ	12	0	n.a.
Economia	ECON	12	0	n.a.
Letras	LET	12	0	n.a.
Matemática	M	6	0	n.a.
<b>(7 Items)</b>		<b>180</b>	<b>0</b>	

## 9.3. Plano de estudos

### 9.3. Plano de estudos - n.a. - 1º Ano/1º Semestre

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

*n.a.*

#### 9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

*n.a.*

#### 9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

*1º Ano/1º Semestre*

#### 9.3.2. Curricular year/semester/trimester:

*1st Year/1st Semester*

#### 9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS / Observations (5)
Fundamentos de Marketing/ Fundamentals of Marketing	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6
Matemática/Mathematics	M	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6

Organização de Empresas/Business Organization	G	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6
Princípios de Macroeconomia/ Principles of Macroeconomics	ECON	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6
Técnicas de Expressão/Expression Techniques	LET	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6

**(5 Items)**

### 9.3. Plano de estudos - n.a. - 1º ano/2º semestre

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

**9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**  
*n.a.*

**9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:**  
*1º ano/2º semestre*

**9.3.2. Curricular year/semester/trimester:**  
*1st year/2nd semester*

#### 9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Análise de Dados em Marketing/Data Analysis for Marketing	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Comportamento do Consumidor/Customer Behaviour	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Direito Comercial/Commercial Law	CJ	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Economia da Empresa/Business Economy	ECON	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Inglês/English	LET	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	

**(5 Items)**

### 9.3. Plano de estudos - n.a. - 2º Ano/1º Semestre

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

**9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**  
*n.a.*

**9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:**  
*2º Ano/1º Semestre*

**9.3.2. Curricular year/semester/trimester:**  
*2nd Year/2nd Semester*

#### 9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Contabilidade Financeira/Financial Accounting	G	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	

Estudo do Mercado I/Market Research I	MK	Semestral/Semiannual 168	TP - 60	6
Gestão de Produtos e Marcas/Product and Brand Management	MK	Semestral/Semiannual 168	TP - 60	6
Marketing de Serviços/Services Marketing	MK	Semestral/Semiannual 168	TP - 60	6
Negociação/Negotiation	MK	Semestral/Semiannual 168	TP - 60	6

(5 Items)

### 9.3. Plano de estudos - n.a. - 2º Ano/2º Semestre

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

9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):  
*n.a.*

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:  
*2º Ano/2º Semestre*

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:  
*2nd Year/2nd Semester*

#### 9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Comunicação Multimédia/Multimedia Communication	CC	Semestral/Semiannual	150	TP - 60	6	
Contabilidade de Gestão/Management Accounting	G	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Distribuição e Merchandising/Distribution and Merchandising	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Estudo do Mercado II/Market Research II	MK	Semestral/Semiannual	168	PL - 60	6	
Promoção de Vendas e Publicidade/sales Promotion and Advertisement	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	

(5 Items)

### 9.3. Plano de estudos - n.a. - 3º Ano/1º Semestre

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

9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):  
*n.a.*

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:  
*3º Ano/1º Semestre*

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:  
*3th Year/1st Semester*

#### 9.3.3 Plano de estudos / Study plan

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



					Observations (5)
Direção Comercial/Sales Management	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6
Empreendedorismo e Inovação/Entrepreneurship and Innovation	G	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6
Gestão Financeira/Financial Management	G	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6
Logística/Logistics	G	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6
Marketing Estratégico/Strategic Marketing	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6
<b>(5 Items)</b>					

### 9.3. Plano de estudos - n.a. - 3º Ano/2º Semestre

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

*n.a.*

#### 9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

*n.a.*

#### 9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

*3º Ano/2º Semestre*

#### 9.3.2. Curricular year/semester/trimester:

*3th Year/2nd Semester*

### 9.3.3 Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS (5)	Observações / Observations (5)
Marketing Digital/Digital Marketing	MK	Semestral/Semiannual	168	PL - 60	6	
Direito de Marketing/Marketing Law	CJ	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Marketing B2B/Marketing B2B	MK	Semestral/Semiannual	84	TP - 30	3	
Marketing Relacional	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Projeto em Marketing Empresarial/Business Marketing Project	MK	Semestral/Semiannual	168	TP - 60	6	
Marketing Toolbox	MK	Semestral/Semiannual	84	TP-30	3	
<b>(6 Items)</b>						

### 9.4. Fichas de Unidade Curricular

#### Anexo II - Marketing Toolbox

##### 9.4.1.1. Designação da unidade curricular:

*Marketing Toolbox*

##### 9.4.1.1. Title of curricular unit:

*Marketing Toolbox*

##### 9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

*MK*

##### 9.4.1.3. Duração:

*Semestral*

##### 9.4.1.4. Horas de trabalho:

*168*

**9.4.1.5. Horas de contacto:**

60 PL

**9.4.1.6. ECTS:**

6

**9.4.1.7. Observações:**

<sem resposta>

**9.4.1.7. Observations:**

<no answer>

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

*Pedro Miguel Ramos Marques da Silva*

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

<sem resposta>

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

*Dominar a um nível avançado as ferramentas informáticas mais utilizadas ao nível do escritório. Isso inclui dotar os alunos com competências de utilização das ferramentas mais avançadas dos processadores de texto e de software de colaboração com utilidade do ponto de vista empresarial. Contudo, grande parte da unidade curricular visa preparar os alunos para serem utilizadores avançados e sofisticados de folhas de cálculo capazes de utilizar eficientemente este tipo de software com o objetivo de efetuar cálculos de qualquer género, analisar grandes quantidades de dados, simular, modelizar e otimizar para, em geral, utilizar a folha de cálculo com uma ferramenta de apoio à decisão de Marketing.*

**9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Master the industry-standard office productivity software. This includes providing students with advanced skills in word processing and collaboration software useful from a business point of view. However, a large part of the curricular unit aims to prepare students for advanced and sophisticated use of spreadsheets in order to perform calculations of any kind, analyze large amounts of data, simulate, model and optimize problems emphasizing the use of spreadsheets as decision support tools.*

**9.4.5. Conteúdos programáticos:**

- 1. As principais ferramentas de produtividade pessoal, colaborativa e no escritório.*
- 2. Utilização avançada de ferramentas de processamento de texto.*
- 3. Utilização avançada de software de apresentações.*
- 4. Folhas de cálculo: utilização básica; introdução de dados, validação e proteção; fórmulas e funções, funcionalidades avançadas, ferramentas gráficas.*
- 5. Modelização de problemas, otimização e simulação em folha de cálculo.*
- 6. Introdução às macros e ao VBA.*
- 7. Domínio de ferramentas informáticas para colaboração e gestão de projetos em equipa.*

**9.4.5. Syllabus:**

- 1. The most common personal, collaborative and office productivity tools.*
- 2. Advanced use of word-processing tools.*
- 3. Advanced use of presentation software.*
- 4. Spreadsheets: introductory; data entry, validation and protection; formulas and functions, advanced features, graphical tools.*
- 5. Modelling, simulation and optimization problems using worksheets.*
- 6. Introduction to macros and VBA.*
- 7. Mastering collaboration, team and project management software.*

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

*Sendo o objetivo transformar os alunos em utilizadores avançados das principais soluções informáticas utilizadas nas empresas e tendo em conta o domínio razoável que já possuem no início do curso de ferramentas de apresentações e processamento de texto, a unidade curricular concentra-se nestes tópicos apenas nas questões relativas à utilização avançada. Relativamente a folhas de cálculo, para atingir os objetivos, torna-se necessário treinar todas as competências desde o nível introdutório até ao sofisticado.*

**9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.**

*Once the goal is to make students advanced users of the main office solutions and taking into account the reasonable skills they already have at the beginning of the course using presentation tools and word processing, the curricular*

*unit will only focus, in this regard, on the advanced skills. On the contrary, regarding spreadsheets, skills will be developed from the introductory to the advanced level.*

**9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*As técnicas, ferramentas e funcionalidades estudadas são introduzidas e imediatamente demonstradas através de exemplos práticos. As competências são depois trabalhadas com novas aplicações propostas aos estudantes. A avaliação consiste em dois testes realizados em laboratório mais uma aplicação a realizar em casa.*

**9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*The techniques and tools studied are introduced and immediately demonstrated through realistic examples. Skills are developed with new proposed exercises. The assessment consists of two tests performed in the laboratory and a project performed at home.*

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

*Todas as sessões são realizadas em laboratório facilitando a aquisição imediata de competências. A aplicação a novas situações facilita a sua consolidação e as competências são avaliadas em testes também em laboratório. Uma projeto global permite desenvolver soluções criativas e desenvolver as competências de investigação autónoma expandindo o conhecimento dos alunos.*

**9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*All sessions are held in the laboratory which facilitates the acquisition of the skills. The application to new situations facilitates the consolidation of skills which are evaluated in tests performed in the laboratory, as well. A global project allows the student to develop creative solutions and independent research skills expanding their knowledge.*

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

*Building Complex Documents: Using Microsoft Word 2007, 2010, and 2013, Mark Schiavone, 2014, Sycamore Technical Press  
Excel 2013 - Macros e Aplicações (2.ª Edição), Paula Peres, 2013, Edições Sílabo  
Excel 2013 - Macros e VBA, Henrique Loureiro, 2014, FCA – Editora  
Excel Dashboards & Reports (2nd Edition), Michael Alexander, John Walkenbach, 2013, John Wiley & Sons  
Microsoft Excel 2016 Bible, John Walkenbach, 2015, Wiley  
Microsoft Excel 2016: Data Analysis and Business Modeling (5th edition), Wayne L. Winston, 2016, Microsoft Press  
Microsoft Planner: Third Edition, Gerardus Blokdyk, 2018, CreateSpace Independent Publishing Platform Using Slack:  
The Ultimate Guide, Nathan Shearer, 2016, UsingSlack.com*

**Anexo II - Marketing Digital**

**9.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

*Marketing Digital*

**9.4.1.1. Title of curricular unit:**

*Digital Marketing*

**9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:**

*MK*

**9.4.1.3. Duração:**

*Semestral*

**9.4.1.4. Horas de trabalho:**

*168*

**9.4.1.5. Horas de contacto:**

*60PL*

**9.4.1.6. ECTS:**

*6*

**9.4.1.7. Observações:**

*<sem resposta>*

**9.4.1.7. Observations:**

*<no answer>*

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

*Luís Manuel do Carmo Farinha*

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

*n.a.*

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

*Pretende-se que os estudantes, no final desta unidade curricular, sejam capazes de perceber o âmbito do marketing digital e sejam capazes de articular a estratégia de marketing digital com a estratégia da empresa.*

*Os fundamentos teóricos são apresentados recorrendo a múltiplos casos de estudo, dando prioridade à vertente prática. Nesta mesma lógica, os alunos serão desafiados a utilizar os conceitos aprendidos na UC criando o seu próprio projeto ou a aplicar os conhecimentos em contexto empresarial/organizacional.*

*Para além destas o aluno deverá adquirir competências de análise crítica, comunicação escrita e oral.*

**9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*Students at the end of this curricular unit are expected to be able to understand the scope of digital marketing and be able to articulate the digital marketing strategy with the company's strategy.*

*The theoretical foundations are presented using multiple case studies, giving priority to the practical side. In this same logic, students will be challenged to use the concepts learned in the UC by creating their own project or applying the knowledge in a business/organizational context.*

*In addition to these the student should acquire skills in critical analysis, written and oral communication.*

**9.4.5. Conteúdos programáticos:**

*1 - Fundamentos de Marketing digital*

*1.1 Coordenação entre estratégia de marca e marketing digital*

*1.2 Planeamento de campanhas de marketing digital*

*1.3 Tipos de estratégias*

*2 - Estratégias e Ferramentas de marketing digital aplicadas a:*

*2.1 Comunidades*

*2.2 Publishing e advertising*

*2.3 Entretenimento*

*2.4 Comércio e comércio eletrónico*

*3 - Projeto/trabalho prático*

**9.4.5. Syllabus:**

*1 - Fundamentals of Digital Marketing*

*1.1 Coordination between brand strategy and digital marketing*

*1.2 Planning digital marketing campaigns*

*1.3 Types of strategies*

*2 - Strategies and Tools of digital marketing applied to:*

*2.1 Communities*

*2.2 Publishing and advertising*

*2.2 Entertainment*

*2.3 Commerce and e-commerce*

*3 - Project/practical work*

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

*Os conteúdos propostos na UC permitem que os estudantes adquiram e desenvolvam conhecimentos que, em conjunto com a realização de trabalhos práticos, lhes permite obter as competências preconizadas. O primeiro capítulo aborda conceitos gerais de Marketing digital, procurando transmitir conhecimento aos estudantes no domínio das atuais tendências de marketing online, com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca. É assim expectável que o s alunos adquiram competências ao nível do planeamento de campanhas de marketing digital nas organizações. O segundo capítulo procura proporcionar aos estudantes as competências necessárias ao nível do uso de ferramentas, e operacionalização de estratégias de marketing digital. O capítulo 3, visa assegurar, através da realização de trabalhos práticos e/ou projetos aplicados em empresas, a aplicação das ferramentas e execução das estratégias lecionadas no capítulo dois.*

**9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.**

*The contents proposed in the unit allow students to acquire and develop knowledge that, together with the accomplishment of practical work, allows them to obtain the recommended competences. The first chapter addresses general concepts of Digital Marketing, seeking to impart knowledge to students in the field of current online marketing trends, with the aim of attracting new business, creating relationships and developing a brand identity. It is thus expected that students will acquire skills in the planning of digital marketing campaigns in organizations. The second chapter seeks to provide students with the necessary skills in the use of tools, and the operationalization of digital marketing strategies. Chapter 3 aims to ensure, through practical work and / or projects applied in companies, the application of the tools and implementation of the strategies taught in chapter two.*

**9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Para aprendizagem dos conteúdos da UC serão utilizadas as seguintes metodologias (ME):*

- 1. Expositivas, para apresentação dos quadros teóricos de referência*
- 2. Participativas, com análise e resolução de casos em grupo e individualmente.*
- 3. Ativas, com realização de projetos de empresa ou trabalhos práticos aplicados.*
- 4. Autoestudo, relacionado com o trabalho autónomo do aluno, tal como consta no Planeamento das Aulas.*

*Os grupos de trabalho devem ter entre 3 e 5 elementos.*

*A avaliação de conhecimentos por frequência e por exame final envolve a realização de uma prova escrita e de um trabalho prático que terá de ser apresentado e discutido. Para a nota final, a nota da prova escrita tem uma ponderação de 50%, e a nota do trabalho prático tem uma ponderação de 50% (40% para o relatório escrito e 10% para a apresentação e discussão).*

#### **9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*To learning the subjects of curricular unit the following methodologies (ME) will be used:*

- 1. Expositive, to present the theoretical frameworks of reference;*
- 2. Participatory, with analysis and resolution of cases in group or individually;*
- 3. Active, with the realization of projects of company or practical works applied.*
- 4. Self-study, related to the autonomous work of the student, as it appears in Classroom Planning.*

*Workgroups should have between 3 and 5 elements.*

*The evaluation of knowledge by frequency and by final examination involves the accomplishment of a written test and a practical work that will have to be presented and discussed. For the final grade, the grade of the written test has a weight of 50%, and the mark of the practical work has a weight of 50% (40% for the written report and 10% for the presentation and discussion).*

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

*As metodologias de ensino/aprendizagem são uma peça fundamental no desenvolvimento dos saberes e competências a adquirir. O ensino centrar-se-á no estudante e assumirá um papel ativo na sua formação de forma a desenvolver todas as suas potencialidades. Serão utilizadas, essencialmente, metodologias ativas e múltiplas estratégias que promovam um ensino dinâmico e interativo no sentido da aquisição de capacidades crítica, comunicação escrita e oral promot. A utilização de uma metodologia expositiva, através da comunicação de conteúdos programáticos, permite a apreensão de conceitos e técnicas para aplicação nesta área de estudo. O recurso à metodologia demonstrativa através da resolução de exercícios práticos sustenta aquela aplicação em exemplos concretos. A utilização de uma metodologia de orientação do trabalho autónomo do estudante será igualmente considerada. Os trabalhos em grupo e respetivas apresentações promovem a capacidade de discussão e análise crítica e comunicação oral e escrita. O regime de avaliação foi concebido para medir até que ponto as competências foram desenvolvidas e atingidas, tendo em atenção a carga de trabalho estipulada.*

#### **9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*Teaching and learning methodologies are a fundamental piece in the development of the knowledge and skills to be acquired. The teaching will focus on the student and will take an active role in their training to develop their full potential. Essentially, active methodologies and multiple strategies will be used to promote dynamic and interactive teaching in the development of critical analysis and written and oral communication enhanced by the group works and its presentation. The use of an expository methodology, through the communication of programmatic contents, allows the apprehension of concepts and techniques for application in this area of study. The use of demonstrative methodology through the resolution of practical exercises supports that application in concrete examples. The use of an autonomous student orientation methodology will also be considered. The evaluation scheme is designed to measure the extent to which competencies have been developed and achieved, considering the stipulated workload.*

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

*Chaffey, D and Ellis-Chadwick, F. (2012) Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Pearsons, 5ª Edição*  
*Kotler, P. et al. (2017) Marketing 4.0 - Mudança do tradicional para o digital, Actual Editora.*  
*Ryan, D. (2016) Understanding Digital Marketing - Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation, KOGAN PAGE LTD*  
*Tuten, T. and Solomon, M.R. (2015) Social Media Marketing. Sage Publications.*

## **Anexo II - Marketing B2B**

### **9.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

*Marketing B2B*

### **9.4.1.1. Title of curricular unit:**

*Marketing B2B*

### **9.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:**

*MK*

### **9.4.1.3. Duração:**

*Semestral*

**9.4.1.4. Horas de trabalho:**

84

**9.4.1.5. Horas de contacto:**

30TP

**9.4.1.6. ECTS:**

3

**9.4.1.7. Observações:**

&lt;sem resposta&gt;

**9.4.1.7. Observations:**

&lt;no answer&gt;

**9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):***Paulo Alexandre de Oliveira Duarte***9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:***n.a.***9.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*A unidade curricular tem como objetivo central a apresentação e discussão das características do mercado Business-to-Business (B2B) bem como analisar a utilização das ferramentas conceptuais básicas. Os conteúdos visam desenvolver nos alunos capacidades de análise e decisão sobre as principais variáveis de marketing no contexto do mercado B2B.*

*Assim, como objetivos específicos a UC pretende em relação ao mercado B2B:*

- *O desenvolvimento da compreensão do funcionamento do mercado;*
- *Compreender as diversas opções estratégicas e políticas de marketing;*
- *Perceber a importância da criação de valor;*
- *A apreensão do papel do relacionamento como catalisador do sucesso.*

*Após a conclusão da UC os alunos devem ser capazes de:*

- *Identificar as características distintivas e perceber de que forma estas influenciam as decisões de marketing;*
- *Analisar, discutir e avaliar casos de sucesso e insucesso;*
- *Propor ações de marketing específicas sustentadas nos princípios da criação de valor.*

**9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:**

*The main objective of the course is to present and discuss the characteristics of the Business-to-Business (B2B) market as well as to analyze the use of the basic conceptual tools of Marketing in a B2B context.*

*The contents aim to develop in students the ability to analyze and to decide about the main variables of marketing in the context of the B2B market.*

*Thus, as specific objectives the CU intends according to the B2B market:*

- *Developing an understanding of the operation of the market;*
- *Understand the various strategic options and marketing policies;*
- *Realize the importance of value creation;*
- *Seizing the role of relationship as a catalyst for success.*

*Upon completion of the CU students should be able to:*

- *Identify the distinctive features and see how they influence marketing decisions*
- *Analyze, discuss, and evaluate cases of success and failure.*
- *Propose specific marketing actions based on the principles of value creation*

**9.4.5. Conteúdos programáticos:**

*Cap. I – Análise e compreensão do conceito de valor no mercado B2B*

*1 - Especificidades do mercado B2B*

*2 - Pesquisa e utilização do conhecimento de mercado*

*3 - A compreensão do comportamento de compra no mercado B2B*

*4 - Definição da estratégia de mercado*

*Cap. II – A criação de valor no mercado B2B*

*5 - Análise e gestão da oferta do mercado*

*6 - Inovação na abordagem ao mercado B2B*

*7 - Criação de valor através do marketing-mix*

*8 - Gestão do canal no mercado B2B*

*Cap. III – A distribuição do valor no mercado B2B*

*9 - Identificação e gestão de mercados no contexto global*

*10 - A gestão de relacionamentos no mercado B2B - Customer Life time Value*

**9.4.5. Syllabus:**

*Chapter I - Analysis and understanding of the concept of value in the B2B market*

*1 - B2B Market Specificities*

*2 - Research and use of market knowledge*

*3 - Understanding Buying Behavior in the B2B Market*

*4 - Definition of the market strategy*

*Chapter II - Creating value in the B2B market*

*5 - Analysis and management of the market offer*

*6 - Innovation in the business-to-business market approach*

*7 - Creating value through marketing-mix*

*8 - Channel management in the B2B market*

*Chapter III - The distribution of value in the B2B market*

*9 - Identification and management of markets in the global context*

*10 - Managing relationships in the B2B market - Customer Life time Value*

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

*Os conteúdos programáticos selecionados são coerentes com os objetivos definidos, pois os conteúdos integrados no Capítulo I, respetivamente os pontos 1, 2, 3 e 4 permitem aos alunos compreender o âmbito do mercado B2B e as suas especificidades. Em seguida, no Capítulo II (pontos 5, 6, 7 e 8) proporcionam as ferramentas para compreender a importância do valor no mercado B2B, bem como as várias opções estratégicas possíveis para gerar esse valor. Por fim a através dos pontos do Capítulo III, o aluno é sensibilizado para a importância do conhecimento das diferenças nos mercados globais e para a centralidade da gestão dos relacionamentos para o sucesso no mercado B2B.*

**9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.**

*The contents selected for the syllabus are consistent with the objectives defined, since the contents included in Chapter I, respectively points 1, 2, 3 and 4 allow students to understand the scope of the B2B market and its specificities. Chapter II (points 5, 6, 7 and 8) provide the tools to understand the importance of value in the B2B market, as well as the various possible strategic options to generate that value. Finally, through the chapters in Chapter III, students are warned to the importance of knowing the differences in global markets and to the centrality of managing relationships for success in the B2B market.*

**9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Será usado o método expositivo dos conteúdos teóricos definidos no programa da UC, complementado com a análise e discussão de textos e artigos relevantes para a compreensão do mercado B2B. Os alunos terão ainda de elaborar um trabalho de pesquisa com vista à obtenção da competência de análise e crítica de casos reais.*

*A avaliação é contínua, resultando a avaliação final de:*

*- Teste escrito global (65%)*

*- Trabalho de grupo e discussão de casos (35%)*

**9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):**

*It will be used the expository method for the course main theoretical contents, complemented with the analysis and discussion of texts and articles relevant to the understanding of the B2B market. The students will also have to elaborate a research work in order to obtain the competences for analyzing and evaluating real B2B cases.*

*The evaluation is continuous, based on the following criteria::*

*- Overall written test (65%)*

*- Group work and discussion of cases (35%)*

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

*O método expositivo e a análise de textos e casos permitirão dotar os alunos dos conhecimentos básicos necessários para avaliarem casos de sucesso e insucesso no mercado business-to-business, bem como proporem ações de marketing específicas para o mercado B2B sustentadas nos conhecimentos adquiridos.*

*Com o Trabalho de pesquisa em grupo pretende-se que os alunos consigam aplicar as diferentes ferramentas e técnicas de marketing estratégico á realidade do mercado B2B e ter capacidade de definir políticas de marketing operacional nesse mercado e consigam delinear propostas de planos estratégicos e operacionais em contexto Internacional.*

**9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.**

*The expository method and the analysis of texts and cases will allow students to acquire the basic knowledge necessary to assess the success and failure factors in the B2B market, as well as to propose specific marketing actions for the B2B market.*

*Through the group assignment, students will be able to apply the different tools and techniques of strategic marketing to the reality of the B2B market and to define operational marketing policies in this market by means of proposals of strategic and operational plans in international business context.*

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

- Anderson, J. C., Narus, J. A., & Narayandas, D. (2009). Business market management: Understanding, creating, and delivering value. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.*
- Biemans, W. G. (2010). Business to business marketing: A value-driven approach. London: McGraw-Hill Higher Education.*
- Brennan, R., Canning, L., & McDowell, R. (2014). Business-to-business marketing. Los Angeles: SAGE.*
- Dwyer, F. R., & Tanner, J. F. (2009). Business marketing: Connecting strategy, relationships, and learning. Boston: McGraw-Hill Irwin.*
- Hutt, M. D., & Speh, T. W. (2017). Business marketing management: B2B. Boston, MA : Cengage Learning.*
- Jeannot, J.-P., & Hennessey, H. D. (2004). Global marketing strategies. Boston: Houghton Mifflin.*
- Moreira, C. T., & Neto, R. O. (1998). Marketing. Business to Business. É Fazer ou Morrer. São Paulo: MAKRON Books - Pearson Education.*

## 9.5. Fichas curriculares de docente

---

### Anexo III - Pedro Miguel Ramos Marques da Silva

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

*Pedro Miguel Ramos Marques da Silva*

#### 9.5.2. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)