

RELATÓRIO ANUAL 2015/16

(De acordo com o Art.º 159º do RJES)

Instituto Superior de Comunicação Empresarial

2015/2016

O presente documento visa relatar as atividades principais ocorridas no ISCEM, bem como os processos de qualidade, durante o ano letivo de 2015/2016. É constituído pelos seguintes tópicos e respetivos anexos:

Conteúdo

1. O Plano Estratégico e o Plano Anual do ISCEM – concretização de objetivos.....	3
2. Eficiência da gestão administrativa e financeira e evolução da sustentabilidade da Instituição	4
3. Movimentos de pessoal docente.....	5
4. Evolução das admissões e frequência dos ciclos de estudos ministrados.....	9
5. Índices de aproveitação e de insucesso escolar.....	10
6. Graus académicos e ciclos de estudo conferidos	11
7. Empregabilidade dos diplomados.....	11
8. Internacionalização da instituição e estudantes estrangeiros.....	11
9. Prestação de Serviços Externos.....	12
10. Parcerias estabelecidas.....	12
11. Dos procedimentos de autoavaliação e de avaliação externa e seus resultados.....	13
12. Considerações finais.....	16

1. O Plano Estratégico e o Plano Anual do ISCEM – concretização de objetivos

O plano estratégico do ISCEM para o ano letivo 2015/2016 surge em continuidade com o ano anterior. No essencial, os seus objetivos de longo prazo foram sendo concretizados parcelarmente, a saber:

- Prestar um ensino de alto nível, numa perspetiva transversal, nos estudos das Ciências Sociais e do Comportamento, da Informação e Comunicação e das Ciências Empresariais, preparando os seus estudantes para uma inserção pronta e efetiva no mercado de trabalho – **evidente nos estágios e na formação final dos nossos estudantes;**
- Oferecer aos seus alunos uma formação ampla e aprofundada que permita uma intervenção informada, eficaz e determinante nas suas áreas de atuação – **evidente na preparação que os nossos estudantes revelam no contexto de trabalho;**
- Formar quadros técnicos superiores para as empresas e outras organizações, mediante a realização de ciclos de estudos que visem a atribuição de graus académicos, bem como de outros cursos pós -graduados, de cursos de formação pós -graduada e outros, nos termos da lei – **evidente na continuação e sustentação das licenciaturas e mestrados e na criação de dois cursos técnicos superiores profissionais em Comunicação Empresarial e Gestão Turística e Eventos Culturais;**
- Procurar contribuir para a competitividade da economia nacional através de uma cultura de empreendedorismo e de inovação – **evidente no estilo de ensino ministrado, que apela à prática e à iniciativa;**
- Adotar o princípio da internacionalização, concretizado na mobilidade de estudantes, docentes e investigadores, e na participação em redes universitárias de formação e de investigação e desenvolvimento – **evidente na dinâmica do programa Erasmus, tanto nos estudantes como no staff, e na lecionação de cursos a alunos timorenses, tanto em Portugal como em Timor-Leste;**
- Promover o desenvolvimento de investigação orientada relevante, que contribua para o enriquecimento do conhecimento nestas áreas – **evidente no desenvolvimento de projetos de investigação e na presença de empresas em contexto pedagógico no sentido de lançarem problemáticas aos estudantes;**

- Implementação do sistema interno de qualidade (SIQ), assente também nos processos de autoavaliação e avaliação externa, mobilizando os responsáveis pelas UO e cursos, docentes, estudantes e pessoal não docente;
- Colaborar com o tecido empresarial em ações de mútuo interesse que constituam uma mais-valia para a formação dos alunos e satisfaçam as necessidades das empresas, constituindo um benefício para a comunidade em que a instituição se insere e para a sociedade em geral – **evidente na prática de *ateliers* com as empresas e no ciclo de conferências com agentes ligados às empresas.**

Em termos anuais, o ISCEM pretendia para o ano letivo 2015/2016:

- Criar um curso técnico superior profissional em Gestão Turística e Eventos Culturais;
- Consolidar a implementação do curso técnico superior profissional em Comunicação Empresarial;
- Aprofundar a investigação aplicada;
- Aprofundar a internacionalização com países de língua oficial portuguesa;
- Dinamizar a vida escolar com a realização de ciclos de conferências e envolver os alunos na vida académica.

Qualquer um destes pontos foi atingido, com destaque para a criação dos cursos técnicos superiores profissionais. A investigação aplicada aprofundou-se no âmbito da consulta a empresas sobre as suas necessidades nas áreas de comunicação e marketing em contexto de *ateliers*. Alguns docentes publicaram artigos de investigação aplicada em revistas científicas e participaram em conferências; outros, publicaram artigos de opinião em revistas especializadas onde divulgam conhecimento aplicado.

2. Eficiência da gestão administrativa e financeira e evolução da sustentabilidade da Instituição

DECLARAÇÃO DA ENTIDADE INSTITUIDORA – C.E.E.S.C.E.,S.A.

Eu, Regina Maria da Rocha Campos Alves Moreira, portadora do cartão de cidadão nº 12087558 na qualidade de Presidente do Conselho de Administração do C.E.E.S.C.E.,S.A. - Centro Europeu de Estudos Superiores de Comunicação Empresarial, S.A., entidade

instituidora do ISCEM - Instituto Superior de Comunicação Empresarial, venho clarificar e confirmar que o Conselho de Administração do CEESCE,SA, aprovou por unanimidade, o Orçamento do ISCEM para os anos 2015/2016.

Presidente do Conselho Administração,



3. Movimentos de pessoal docente e não docente

Os quadros que se seguem dizem respeito à distribuição do pessoal docente no período em causa em cada uma das licenciaturas e cada um dos mestrados:

a. Distribuição do serviço docente a licenciatura de Comunicação Empresarial

Unidade Curricular	Área Científica	Docente (s) Responsável (eis)	Horas de Contacto	Horas Semana	ECTS
1º Ano / 1º Semestre					
Comunicação Empresarial e Relações Públicas	COM	Mestre/Especialista António Cardoso	TP:67,5	4,5	6
Introdução ao Marketing	MKT	Mestre/ Especialista Mafalda Crespo	TP: 67,5	4,5	6
Técnicas de Comunicação	COM	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP:55,5;OT:12	4,5	6
História e Filosofia da Comunicação	COM	Prof. Doutor Pedro Mendonça	T:45	3	3
Jornalismo Escrito	COM/JOR	Lic./Especialista Carlos Magno	TP:67,5	4,5	6
Informática	INF	Mestre André Saraiva	TP:45	3	3
1º Ano / 2º Semestre					
Psicossociologia do Consumidor	PSI	Prof. Doutor António Rosinha	TP: 45	3	3
Economia	ECON	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP:67,5	4,5	6
Métodos Quantitativos	MQI	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP:67,5	4,5	6
Publicidade	MKT	Mestre/Especialista António Cardoso	TP:67,5	4,5	6
Comunicação Intercultural	COM	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP:45	3	3
Técnicas Jornalismo	JOR	Mestre/Especialista Vítor Gonçalves	TP:45	3	3
Mini Projeto Portas Abertas	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira	OT: 10; TC:20	2	3
2º Ano / 1º Semestre					
Comunicação Institucional	COM	Mestre/Especialista António Cardoso	TP: 45	3	3
Jornalismo <i>online</i> e Radiofónico	COM/JOR	Lic./Especialista Flôr Pedroso; Lic. /Especialista Carlos Magno	TP: 55,5;TC 12	4,5	6
Edição e Design	COM/DES	Prof. Doutora Michele Rocha	TP: 45	3	3
Comunicação Comercial	COM	Mestre/Especialista Mafalda Crespo	TP: 45	3	3
Planeamento de Marketing	MKT	Mestre/Especialista Mafalda Crespo	TP: 55,5;TC: 12	4,5	6
Projeto de Comunicação – <i>Atelier</i>	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira	OT:10; TC:20	2	4
Estágios		Vários Docentes Coordenadora Lic./Especialista Regina	E:125		5

	EA	Moreira Tutoria – Docentes em Tempo Integral			
2º Ano / 2º Semestre					
Organização Empresarial	GE	Prof. Doutor António Rosinha	TP: 45	3	3
Digital Marketing	MKT	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP:67,5	4,5	6
Comunicação de Produto	COM	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP: 45	3	3
Estudos de Mercado	MKT	Prof. Doutor António Rosinha	TP: 55,5;TC: 12	4,5	6
Comunicação Interna	COM	Mestre/Especialista Rui Fidalgo	TP: 45	3	3
Projeto de Comunicação – <i>Atelier</i>	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Vários Docentes	OT:10; TC:20	2	4
Estágios	EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Tutoria – Docentes em Tempo Integral	E:125		5
3º Ano / 1º Semestre					
Instituições. Económicas e Políticas Europeias	POL/RI	Lic. Margarida Bettencourt	T:45	3	3
Comunicação Pública e Política	COM	Mestre/Especialista Vítor Gonçalves	TP: 45	3	3
Jornalismo Televisivo	COM/JOR	Lic./Especialista Judite de Sousa	TP:67,5	4,5	6
Direito da Comunicação	DIR	Lic. Margarida Bettencourt	T:45	3	3
Comunicação de Eventos	COM	Mestre/Especialista Mafalda Condado	TP:45	3	3
Projeto de Comunicação – <i>Atelier</i>	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Vários Docentes	OT:10; TC:20	2	4
Estágios	EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Tutoria – Docentes em Tempo Integral	E:200		8
3º Ano / 2º Semestre					
CRM	MKT	Mestre/Especialista António Cardoso	TP: 45	3	3
Estratégia Empresarial	GE	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP:45	3	3
Gestão de Recursos Humanos	GRH	Prof. Doutor António Rosinha	T:45	3	3
Comunicação Estrat. com os Media	COM	Lic./Especialista Judite de Sousa	TP:55,5; TC:12	4,5	6
Planeamento de Meios	MKT/COM	Mestre/Especialista Mafalda Crespo	TP: 45	3	3
Projeto de Comunicação - <i>Atelier</i>	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Vários Docentes	OT:10; TC:20	2	4
Estágios	EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Tutoria – Docentes em Tempo Integral	E:200		8

b. Distribuição do serviço docente na licenciatura a Gestão de Marketing:

Unidade Curricular	Área Científica	Docente (s) Responsável (eis)	Horas de Contacto	Horas Semana	ECTS
1º Ano / 1º Semestre					
Introdução ao Marketing	MKT	Mestre/Especialista Mafalda Crespo	TP:67,5	4,5	6
Técnicas de Comunicação	COM	Prof. Doutor Pedro Mendonça	T:45	3	3
Matemática	MAT	Mestre André Saraiva	TP:67,5	4,5	6
Microeconomia	ECO	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP:67,5	4,5	6
Introdução à Gestão	GE	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP:67,5	4,5	6
Informática de Gestão	INF/GE	Mestre Fernando Freire	TP:45	3	3
1º Ano / 2º Semestre					
Comportamento do Consumidor	PSI	Prof. Doutor António Rosinha	TP: 55,5; TC: 12	4,5	6
Finanças Empresariais	FIN	Mestre/Especialista Luís Capaz Coelho	TP:67,5	4,5	6
Estatística	MQI	Mestre André Saraiva	TP:67,5	4,5	6
Digital Marketing	MKT	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP: 45	3	3
Contabilidade de Gestão	CONT	Mestre/Especialista Luís Capaz Coelho	TP:45	3	3

Direito Empresarial	DIR	Lic. Margarida Bettencourt	T: 45	3	3
Mini Projeto Portas Abertas	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Vários Docentes	OT: 10; TC:20	2	3
2º Ano / 1º Semestre					
Planeamento de Marketing	MKT	Mestre/Especialista Mafalda Crespo	TP: 55,5; TC: 12	4,5	6
Comunicação Empresarial e Relações Públicas	COM	Mestre/Especialista António Cardoso	TP: 67,5	4,5	6
Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos	MKT	Profº. Doutor Pedro Mendonça	TP: 45	3	3
Pesquisa de Mercados	MKT	Profº Doutor António Rosinha	TP: 45	3	3
Digital Business	MKT	Mestre Gabriel Andrade	TP: 45	3	3
Projeto de Comunicação – <i>Atelier</i>	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Vários Docentes	OT:10; TC:20	2	4
Estágios	EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Tutoria – Docentes em Tempo Integral	E:125		5
2º Ano / 2º Semestre					
Gestão de Marcas	MKT	Mestre/Especialista Mafalda Crespo	TP: 55,5; TC: 12	4,5	6
Distribuição e Negociação	MKT	Mestre/Especialista Rogério Canhoto	TP: 45	3	3
Publicidade	MKT	Mestre/Especialista António Cardoso	TP: 45	3	3
Mudança e Desenvolvimento Organizacional	PSI	Profº Doutor António Rosinha	TP: 45	3	3
Modelos de Apoio à Decisão	MQI	Profº Doutor Vitor Lorenzo	TP: 67,5	4,5	6
Projeto de Comunicação – <i>Atelier</i>	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Vários Docentes	OT:10; TC:20	2	4
Estágios	EA	Coordenadora Lic./Especialista Tutoria – Docentes em Tempo Integral	E:125		5
3º Ano / 1º Semestre					
Marketing de Turismo	MKT	Mestre Gabriel Andrade	TP: 67,5	4,5	6
Gestão de Categorias e Merchandising	MKT	Lic./Especialista Miguel Almeida	TP: 45	3	3
Gestão de Força de Vendas	MKT	Mestre/Especialista Rogério Canhoto	TP: 45	3	3
Gestão de Recursos Humanos	PS	Profº Doutor António Rosinha	T:45	3	3
Marketing Político	MKT	Mestre/Especialista Vitor Gonçalves	TP:45	3	3
Projeto de Comunicação – <i>Atelier</i>	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Vários Docentes	OT:10; TC:20	2	4
Estágios	EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Tutoria – Docentes em Tempo Integral	E:200		8
3º Ano / 2º Semestre					
Marketing Relacional	MKT	Mestre/Especialista António Cardoso	TP: 55,5;TC: 12	4,5	6
Marketing Social	MKT	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP:45	3	3
Marketing de Serviços	MKT	Lic./Especialista Miguel Almeida	TP:45	3	3
Marketing Internacional	MKT	Mestre/Especialista António Cardoso	TP:45	3	3
Estratégia Empresarial	GE	Profº Doutor Natália Teixeira	TP: 45	3	3
Projeto de Comunicação - <i>Atelier</i>	COM/EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Vários Docentes	OT:10; TC:20	2	4
Estágios	EA	Coordenadora Lic./Especialista Regina Moreira Tutoria – Docentes em Tempo Integral	E:200		8

c. Distribuição do serviço docente no mestrado em Comunicação Empresarial:

Unidade Curricular	Área Científica	Docente (s) Responsável (eis)	Horas de Contacto	Horas Semana	ECTS
1º Ano					
Psicossociologia da Comunicação	PS/COM	Prof.º Doutor António Rosinha	TP: 40; OT:3	2	6
Comunicação Empresarial e as Novas Tecnologias	COM	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP: 40; OT:3	2	6
Reputação Organizacional e Competitividade	GE/MKT	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP: 40; OT:3	1 1	6
Teorias Contemporâneas da Comunicação	COM	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP: 30; OT: 3	2	6
Avaliação de Estratégias de Comunicação Empresarial	COM	Mestre/Especialista Mariana Vitorino	TP: 40; OT:3	2	6
Metodologias de Investigação I	MQ	Prof. Doutor António Rosinha	TP: 40; OT:3	2	6
Comunicação de Crise Organizacional	COM	Mestre/Especialista Vítor Gonçalves	TP: 40; OT:3	2	6
Responsabilidade Social Corporativa	SOC	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP: 30; OT: 3	2	6
Metodologias de Investigação II (Técnicas de Investigação empírica)	MQ	Prof. Doutor António Rosinha	TP: 40; OT:3	2	6
Seminário de Projeto de Tese	COM	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP: 30; OT: 3	2	6
2º Ano					
Dissertação	COM	Vários Docentes	OT: 20		60

d. Distribuição do serviço docente no mestrado em Marketing Estratégico:

Unidade Curricular	Área Científica	Docente (s) Responsável (eis)	Horas de Contacto	Horas Semana	ECTS
1º Ano					
Marketing Avançado	MKT	Mestre/Especialista Rogério Canhoto	TP: 30; OT: 3	2	6
Marketing Estratégico	MKT	Prof. Doutor João Freire	TP: 30; OT: 3	2	6
Responsabilidade Social Corporativa	SOC	Prof. Doutor Pedro Mendonça	TP: 30; OT: 3	2	6
Customer Relationship Management e Marketing Intelligence	MKT	Prof. Doutor João Freire	TP: 30; OT: 3	2	6
Web Marketing	MKT	Mestre José Gabriel Andrade	TP: 30; OT: 3	2	
Metodologias de Investigação I	MQ	Prof. Doutor António Rosinha	TP: 30; OT: 3	2	6
Key Account Management	MKT/GES	Lic./Especialista Miguel Almeida	TP: 30; OT: 3	2	6
Gestão da Reputação Organizacional e Competitividade	MKT/GES	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP: 30; OT: 3	2	6
Metodologias de Investigação II (Técnicas de Investigação empírica)	MQ	Prof. Doutor António Rosinha	TP: 30; OT: 3	2	6
Seminário de Projeto de Tese	MKT	Prof. Doutora Natália Teixeira	TP: 30; OT: 3	2	6
2º Ano					
Dissertação	MKT	Vários Docentes	OT: 20		60

e. Apresenta-se de forma resumida o mapa de movimentos do Pessoal Docente

Docentes	Quantidade 2014	%	Saídas de docentes 2014/2015	%	Entrada de docentes 2015/2016	%	Total 2015
Doutorados	4	16,6	1	4,2	3	12,5	6
Mestres	5	20,8	2	8,3	0	0	3
Mestre/ Especialista	7	29,2	0	0	0	4,5	7
Licenciados	3	12,5	2	8,3	0	4,5	1
Licenciados/Especialistas	5	20,8	0	0	0	0	5
TOTAL	24	100%	5	20,8%	3	12,5%	22

f. Apresenta-se de forma resumida o mapa de movimentos do Pessoal não Docente

Não Docentes	Quantidade 2014/2015	%	Saídas não docentes 2014/2015	%	Entradas não docentes 2015/2016	%	TOTAL 2015/2016
Serviço Académico	1	16,7	0	0	0		1
Secretaria/contabilidade	1	16,7	0	0	0		1
Gabinete de Estágios	1	16,7	0	0	0		1
Gabinete Internacional	1	16,7	0	0	1	16,7	2
Gabinete de Comunicação	1	16,7	0	0	1	16,7	2
Biblioteca	0	0,0	0	0	0		0
Vigilante	1	16,7	0	0	0		1
TOTAL	6	100,0	0	0	2	33,4	8

4. Evolução das admissões e frequência dos ciclos de estudos ministrados

Licenciatura CE – 1º ano		Licenciatura GM – 1º ano	
2014/2015	2015/2016	2014/2015	2015/2016
35	25	16	21

Mestrado CE – 1º ano		Mestrado ME – 1º ano	
2014/2015	2015/2016	2014/2015	2015/2016
0	5	8	8

5. Índices de aproveitamento e de Insucesso Escolar

Licenciatura CE 2015/2016		
1º ano	2º ano	3º ano
Total: 25 alunos	Total: 29 alunos	Total: 27 alunos
4 desistências e 2 repetentes	2 desistências e 1 repetente	2 desistências e 5 repetentes
19 aprovados	26 aprovados	22 licenciados
Índice de sucesso: 76%	Índice de sucesso: 90%	Índice de sucesso: 81%

Licenciatura GM 2015/2016		
1º ano	2º ano	3º ano
Total: 21 alunos	Total: 9 alunos	Total: 7 alunos
11 desistências e 3 repetentes	0 repetente	0 repetentes
7 aprovados	9 aprovados	7 licenciados
Índice de sucesso: 33%	Índice de sucesso: 100%	Índice de sucesso: 100%

Mestrado CE 2015/2016	
1º ano	2º ano
Total: 5 alunos	Total: 0 alunos
2 aprovados	0 desistentes
3 desistentes	0 mestre
Índice de sucesso: 40%	Índice de sucesso:

Mestrado ME 2015/2016	
1º ano	2º ano
Total: 8 alunos	Total: 3 alunos
1 desistências	0 desistentes e 2 dissertação/projeto/estágio
5 aprovados	1 dissertação
2 repetentes	2 mestres
Índice de sucesso: 62,5%	Índice de sucesso: 66,6%

6. Graus académicos e ciclos de estudo conferidos

Licenciatura CE		Licenciatura GM	
2014/2015	2015/2016	2014/2015	2015/2016
20	22	15	07

Mestrado CE		Mestrado ME	
2014/2015	2015/2016	2014/2015	2015/2016
1	0	4	2

7. Empregabilidade dos diplomados

Licenciatura CE – 1º ano	Licenciatura GM – 1º ano
Dezembro de 2016	Dezembro de 2016
86,4% (área de formação a nível nacional – 86,8%)	86,1% (área de formação a nível nacional – 83,8%)

* dados www.infocursos.mec.pt, referente a inscritos no IEFP como desempregados.

8. Internacionalização da instituição e estudantes estrangeiros

Desde a sua génese, em 1990, que a cooperação internacional foi uma prioridade para o ISCEM. Na sua matriz está a integração numa rede internacional de origem francesa, a EFAP - *École des Métiers de la Communication* - fundada em 1961, que, para além de Lisboa e diversas cidades em França, está também presente na Costa do Marfim (Abidjan), Japão (Tóquio), Estados Unidos (Nova Iorque) e Argélia (Argel).

Inserido no espaço europeu, e consciente da internacionalização como sinónimo de evolução, competitividade e progresso, o ISCEM, durante o ano letivo 2015/2016 através do Gabinete de Relações Internacionais apostou fortemente na mobilidade de alunos, corpo docente e não-docente. Neste sentido, foi estabelecendo acordos de cooperação e parceria com instituições de ensino superior internacionais estreitando os laços com diversos projetos comuns também no período 2015/2016.

Durante este ano o ISCEM contou nas suas licenciaturas com **33 alunos Erasmus**. Dos alunos do ISCEM, **5 integraram o programa Erasmus** e **1 estudou** numa universidade **fora da Europa**.

9. Prestação de Serviços Externos

Tal como em anos anteriores, integramos na prestação de serviços, mas sem remuneração para lá da aprendizagem dos alunos, os chamados *Ateliers*. No 2º e 3º anos, os alunos estão em contacto com o tecido empresarial realizando estágios integrados e resolvendo estudos de caso. Os *Ateliers* têm como objetivo possibilitar aos alunos a resolução de casos concretos de Comunicação Empresarial e Gestão de Marketing, num contexto que se pretende tão real quanto possível. São um exemplo de como uma parceria entre uma instituição de ensino superior e uma empresa/instituição pode ser proveitosa para ambas as partes. Desta forma, o ISCEM promove a interação ensino superior/tecido empresarial/sociedade civil, facilitando aos seus estudantes uma rápida inserção no mercado de emprego.

No ano letivo 2015/2016 foram desenvolvidos *Ateliers* com a Movijovem e o Grupo de Hotéis Vale Verde. No primeiro caso, os alunos criaram uma estratégia de comunicação e marketing para o *re-branding* do cartão jovem. Com o Grupo de Hotéis Vale Verde apresentaram-se soluções para uma campanha de comunicação e marketing para integração da marca.

10. Parcerias estabelecidas

Novos Acordos:

- Vassil Levski National Military University - Bulgária
- GEA College – Faculty of Entrepreneurship (GEA College – Fakulteta za podjetništvo) – Eslovénia
- Hochschule Fresenius · Faculty of Business & Media – Alemanha

Renovação de Acordos:

- FHWIEN OF WKW Universty of Applied Sciences –Áustria
- ZSIGMOND KIRÁLY FŐISKOLA - KING SIGISMUND BUSINESS SCHOOL – Hungria
- ISM - International School of Management GmbH-Gemeinnützige Gesellschaft - Alemanha

11. Dos procedimentos de autoavaliação e de avaliação externa e seus resultados

A garantia de qualidade de cada ciclo de estudo baseia-se na análise detalhada do plano de estudos de cada unidade curricular e no acompanhamento do seu desenvolvimento pelos órgãos institucionais do ISCEM, com especial relevância para a direção do instituto e os conselhos técnico-científico e pedagógico. O responsável pela implementação dos mecanismos de garantia de qualidade é o presidente do conselho pedagógico do ISCEM. A execução dos inquéritos e a sua avaliação é da responsabilidade do Gabinete de Qualidade que está a cargo do Diretor Adjunto.

Garante-se que sejam realizadas de forma regular e sistemática o acompanhamento e avaliação das atividades de ensino, com inquéritos padronizados dirigidos a alunos. Destinam-se à avaliação do exercício de docência e da unidade curricular. Os resultados dos inquéritos são posteriormente tratados e analisados pelos Diretores de cada um dos Ciclos de Estudos, Diretor e Diretor-Adjunto.

Dos inquéritos de avaliação são elaborados relatórios globais com identificação de resultados por ciclo de estudo. O 1º nível de análise (individual) é indicado ao docente e refere-se à informação de todas as unidades curriculares e turmas que leciona e sobre as quais se obtiveram resultados. O 2º nível de análise (global - ISCEM) é analisado pelo diretores dos ciclos de estudos e é discutido entre a direção do instituto, conselho pedagógico e reuniões gerais de docentes. Ambos os resultados são publicados no *website* do instituto em parte reservada a estudantes e docentes. Os resultados da avaliação do desempenho são tidos em consideração, nomeadamente e consoante os casos, para efeitos de progressão na carreira, para efeito de distribuição de serviço docente ou ainda para efeitos disciplinares.

Resultados da autoavaliação

Inquérito realizado *online* aos alunos, através da plataforma *Google drive*, com doze questões sobre as unidades curriculares e a prestação dos docentes, com atribuição de classificação de 1 a 5. De seguida faz-se uma curta exposição dos resultados globais em relação a cada turma e ano.

11.1. 1º ano de Comunicação Empresarial

Responderam ao inquérito 20 alunos. Numa escala de 5 pontos, os resultados variam entre os 3 e 4 valores. Há uma certa simetria e equilíbrio entre as unidades curriculares. A que obtém o valor mais baixo é a de Psicologia do Consumidor com média de 3,8 valores de média global. Destacam-se as UC's de Publicidade e Comunicação Intercultural com 4,3 valores.

11.2. 2º ano de Comunicação Empresarial

Responderam 16 alunos. Os resultados variam entre os 2 e os 4 valores. Há uma UC que se destaca pela negativa, Jornalismo Online e Radiofónico, com 2,8 valores. Destacam-se pela positiva as restantes unidades curriculares, registando-se o valor mais elevado em Organização Empresarial, com 4,2 valores.

11.3. 3º ano de Comunicação Empresarial

Responderam 12 alunos. Responderam 16 alunos. Os resultados variam entre os 2,9 e os 4 valores. Há uma UC que se destaca pela negativa, Comunicação Estratégica com os Media (com 2,9). Destacam-se pela positiva as restantes unidades curriculares, registando-se valores mais elevados em Estratégia Empresarial e CRM, com 4,7 valores.

11.4. 1º ano de Gestão de Marketing

Responderam 7 alunos ao inquérito realizado. Regista-se uma avaliação positiva em todas as UC's. Na apreciação global, a UC com média mais elevada é Digital Mkt, com 4,4 valores. O resultado mais baixo é em Finanças com 3,5 valores.

11.5. 2º ano de Gestão de Marketing

Responderam 7 alunos. Os resultados variam entre os 2 e os 4 valores. Há uma UC que se destaca pela negativa, Modelos de Apoio à Decisão, com 2,2 valores. Destacam-se pela positiva as restantes unidades curriculares, registando-se o valor mais elevado em Distribuição Negociação e Publicidade, com 4,4 valores.

11.6. 3º ano de Gestão de Marketing

Responderam 3 alunos a este inquérito. Na apreciação global, duas obtém menos do que 4 valores, Marketing de Serviços (3,6) e Estratégia Empresarial (3,7). Todas as outras apresentam pontuação superior, mas próxima dos 4 valores, com destaque para Marketing Social com 4,1 valores.

11.7. Ações Resultantes da Autoavaliação

Esta avaliação conduziu às seguintes ações: entrega dos resultados aos docentes, publicação do documento na parte do *website* de acesso restrito (acessível a alunos e docentes), reunião com docentes com piores avaliações no sentido de corrigirem o desempenho. Em termos gerais, os alunos valorizam a componente prática e um acompanhamento próximo. Contudo, devemos considerar que certas unidades curriculares se prestam mais a essa abordagem do que outras ou pertencem de forma mais direta à área dos cursos, respondendo às expectativas dos estudantes mais claramente por essa via. Contudo não se deve descurar, a componente teórica, valorizando sim, uma maior aproximação entre a teoria e a prática. O desafio é o de combinar investigação e prática de uma forma que evidencie os efeitos pragmáticos destas aprendizagens, para lá dos efeitos humanos desejáveis e importantes no exercício de uma profissão. Apenas duas unidades curriculares apresentam resultados que requerem maior atenção e acompanhamento. Em termos gerais, a avaliação é muito positiva, com resultados médios nos 4 valores.

11.8. Avaliação externa e seus resultados

Nenhum curso do Instituto Superior de Comunicação Empresarial esteve em processo de avaliação/ acreditação no ano letivo de 2014-2015. Quer os ciclos de estudos de licenciaturas, e de Mestrados foram acreditados em 2012/2013, por 6 anos.

12. Considerações Finais

Este ano letivo correspondeu à estabilização da instituição enquanto politécnico de referência nas áreas de Marketing e Comunicação Empresarial. Um processo que se revelou natural devido à apetência de raiz para esta abordagem que já caracterizava a instituição, visto desde sempre ter tido uma relação muito direta às empresas, fomentando uma aprendizagem profissionalizante e desenvolvendo uma investigação aplicada. Há uma continuidade clara na prossecução dos objetivos estipulados sobretudo a partir do ano letivo 2012/2013, em que se assiste a uma avaliação e a uma reestruturação de sucesso da instituição. Enquadrado o corpo docente nas exigências de qualidade, continuou-se o aprofundamento da criação de condições para uma investigação aplicada e para uma maior internacionalização. Nomeadamente, estimulando e esclarecendo os docentes no que diz respeito à investigação aplicada e procurando alargar os acordos internacionais do instituto. Qualquer destes objetivos deve confluir na ligação às empresas e à prática empresarial, no que a criação do curso técnico superior profissional em Comunicação Empresarial e Gestão Turística e Eventos Culturais veio mostrar-se distintiva. No próximo ano há uma aposta na criação de mais um Curso Técnico Superior Profissional, consolidando os dois Cursos já implementados.