

A3ES

Agência de Avaliação
e Acreditação
do Ensino Superior



A3ES CICLOS DE ESTUDOS TEMÁTICOS

Marketing e Publicidade

Rita Friães



Sumário executivo

A análise feita mostra que a área CNAEF 342 (Marketing e Publicidade) apresenta, em sintonia com a tendência de quebra geral que se tem vindo a verificar no ensino superior, uma diminuição da procura, sobretudo de primeiros ciclos de estudos, particularmente notória no setor privado. Esta perda de candidatos poderá ter na base diferentes fatores:

- 1) Um fator demográfico negativo em resultado da quebra da natalidade.
- 2) A crise económica que se instalou nos últimos anos.
- 3) Uma saturação do mercado de trabalho devido a excedentes de diplomados durante vários anos.

A oferta formativa em Marketing e Publicidade existe, quer no ensino universitário, quer no ensino politécnico, embora sejam as instituições politécnicas públicas as que dominam a oferta na área. De notar que, praticamente não existem doutoramentos, e os que existem são de instituições públicas, o que denuncia o facto de ser uma área em que não se verifica uma procura que justifique a aposta neste tipo de formação avançada.

No seguimento do processo de Bolonha assistiu-se a uma reorganização da oferta formativa, sendo particularmente relevante a criação de mestrados no ensino politécnico, grau até aí inexistente neste subsistema de ensino. Foram ainda descontinuados ciclos de estudos, uns devido a imperativos legais (licenciaturas bietápicas), outros por decisão das próprias instituições, possivelmente devido à baixa procura, e outros ainda devido à sua não acreditação por parte da A3ES. É expectável que, a curto prazo, venham a ser descontinuadas mais formações, devido à dificuldade em atraírem candidatos.

1. Introdução

No sentido de facilitar o acesso público às informações sobre o sistema de ensino superior português e a sua evolução, a A3ES deu início à publicação de estudos temáticos sumários sobre as diversas áreas de formação que tenham concluído o seu processo de avaliação/acreditação.

A definição das áreas temáticas baseou-se na classificação dos ciclos de estudos, segundo a Classificação Nacional das Áreas de Educação e Formação – CNAEF – adequada do EUROSTAT para Portugal, de acordo com a Portaria 256/2005, de 16 de março. No entanto, a classificação CNAEF cria algumas limitações aos estudos já que pode agregar ciclos de estudos com características distintas dentro da mesma classe.

A informação sobre os ciclos de estudos em funcionamento e a sua situação perante a acreditação será sempre obtida a partir da plataforma eletrónica da A3ES, uma vez que é a fonte primária e mantém a referida informação em permanente atualização. Já os dados sobre os estudantes serão obtidos a partir dos dados estatísticos da Direção Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (DGEEC) e da Direção Geral do Ensino Superior (DGES).

O sétimo estudo temático incide sobre a área CNAEF 342 – Marketing e Publicidade, sendo exemplo de uma área em que é o ensino superior politécnico que domina a oferta formativa e,

ainda, de uma área em que mais uma vez se regista uma quebra de procura, com particular impacto no setor privado, o qual no espaço de 5 anos vê o seu contingente de estudantes reduzir para cerca de metade.

2. A oferta formativa

A oferta formativa de ciclos de estudos da área CNAEF Marketing e Publicidade (CNAEF 342), à data de referência do presente estudo (dezembro de 2014), é constituída por 84 cursos acreditados, dos quais 75 são ciclos de estudos em funcionamento e 9 são novos ciclos de estudos. Encontra-se em avaliação para acreditação prévia uma proposta de um novo mestrado, cuja decisão poderá levar ou não à sua posterior abertura.

Na fase de acreditação preliminar as instituições descontinuaram 4 licenciaturas e 2 mestrados. Posteriormente, as instituições descontinuaram 3 licenciaturas e um doutoramento. Mais recentemente foi descontinuado um mestrado. A A3ES não acreditou 2 licenciaturas e 4 mestrados. Em relação a propostas de novos ciclos de estudos, a Agência não deferiu quatro (três licenciaturas e um mestrado).

A distribuição do total dos ciclos de estudos entre 2008/09 e 2013/14, segundo os dados da plataforma da Agência, em dezembro de 2014, é apresentada na **Tabela 1**. A oferta formativa na área de Marketing e Publicidade existe em ambos os subsistemas de ensino, universitário e politécnico, e em ambos os setores, público e privado, embora sejam os politécnicos públicos aqueles que oferecem, globalmente, um maior número de cursos na área.

A oferta de ciclos de estudos em Marketing e Publicidade registou, em termos totais, um aumento de 2008/09 para 2013/14 (que passam de 65 para 84), verificando-se esse aumento em ambos os subsistemas de ensino, universitário e politécnico. No entanto, quando comparada a evolução por setor, o cenário mostra-se distinto entre as instituições públicas e as instituições privadas. Com efeito, se no caso do ensino universitário ocorre um crescimento da oferta em ambos os setores, no ensino politécnico esse crescimento acontece somente no setor público, já que, ao invés, nas instituições politécnicas privadas dá-se um decréscimo.

Procedendo a uma análise da evolução da oferta formativa por grau de ensino ressalta o aumento notório do número de mestrados, em particular no ensino politécnico público, que de dois em 2008/09 passam para 14 em 2013/14, o que surge como resposta à possibilidade destes ciclos de estudos poderem ser oferecidos pelos politécnicos na sequência do processo de Bolonha. Dá-se, em contrapartida, neste subsistema de ensino, uma diminuição do número de licenciaturas de 30 para 27, diminuição essa que tem origem no ensino privado, já que nas instituições politécnicas públicas existe em 2013/14 mais um curso em funcionamento do que em 2008/09. Ressalta, ainda, o facto de se registarem mais dois doutoramentos em funcionamento em 2013/14 do que em 2008/09, apesar de se continuar a verificar a inexistência de ciclos de estudos deste grau de ensino nas universidades privadas.

TABELA 1 – CICLOS DE ESTUDOS ACREDITADOS – CNAEF 342, MARKETING E PUBLICIDADE

		2008/09*			2013/14*		
		PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL	PÚBLICO	PRIVADO	TOTAL
UNIVERSITÁRIO	LICENCIATURA	3	10	13	4	12	16
	MESTRADO	9	6	15	10	10	20
	DOUTORAMENTO	1	0	1	3	0	3
	TOTAL	13	16	29	17	22	39
POLITÉCNICO	LICENCIATURA	18	12	30	19	8	27
	MESTRADO	2	3	5	14	4	18
	TOTAL	20	15	35	33	12	45
TOTAL		33	31	65	50	34	84

Fonte: A3ES

* Cursos com a mesma designação, mas de regimes diferentes (ensino noturno, pós-laboral e ensino à distância), oferecidos pela mesma unidade orgânica, são contabilizados uma única vez, à exceção daqueles que são diferenciados na acreditação pela A3ES, à data de referência do presente estudo.

Em conclusão, pode dizer-se que estamos perante uma área em que se assiste a um reajustamento da oferta formativa em consequência do processo de Bolonha, que se traduz, nomeadamente, num aumento notório de mestrados, em particular no ensino politécnico, formações que surgem como resposta à procura de especialização e que permitem a ampliação do contingente de potenciais candidatos.

É possível, no entanto, que venham a ser descontinuados, a curto prazo, mais alguns ciclos de estudos, dada a ausência ou o número dígito de estudantes que os têm procurado, sobretudo no setor privado.

3. Evolução global do Marketing e Publicidade

3.1. Licenciaturas

A área do Marketing e Publicidade que, como vimos, entre 2008/09 e 2013/14, sofreu uma diminuição do número de ciclos de estudos de licenciatura (uns descontinuados pelas próprias instituições, outros não acreditados pela A3ES), apresenta uma evolução visivelmente diferente entre o setor público e o setor privado, em ambos os subsistemas, ensino universitário e ensino politécnico (Tabela 2), facto que nos remete para uma análise individualizada dos mesmos.

Embora estejamos perante uma área em que são as instituições de ensino superior públicas que maior número de ciclos de estudos têm vindo a oferecer, verifica-se que em termos de vagas são as instituições de ensino superior privadas aquelas que têm publicitado maior número de lugares disponíveis, mas, sublinhe-se, que são, também, aquelas em que se tem vindo a registar uma maior perda de estudantes. Com efeito, embora no ensino universitário se verifique, globalmente, um aumento progressivo de vagas de 2008/09 para 2012/13, em 2013/14 verifica-se, também, uma descida das mesmas para próximo dos valores de 2008/09, sendo que no ensino público ocorreu um aumento, mas no privado, ao invés, ocorreu um decréscimo. Já no ensino politécnico, em termos globais, regista-se uma descida progressiva das vagas, com uma quebra mais acentuada em 2012/13, registando-se no ano letivo seguinte cerca de menos 20% de lugares disponíveis do que em 2008/09 (que passam de 2089 para 1665). Contudo, note-se que, embora com oscilações, no ensino público ocorre, entre os anos em análise, um aumento das vagas, ainda que muito ligeiro, aumento esse que não se revelou suficiente para compensar a diminuição progressiva que sucedeu no setor privado, onde as mesmas passam de 1140 em 2008/09 para 680 em 2013/14, o que corresponde a uma perda de cerca de 40%. A redução de estudantes é traduzida pelas taxas de ocupação que, apesar do decréscimo de vagas, baixam em ambos os setores, embora se mantenham elevadas nas instituições de ensino superior públicas, onde globalmente se dá uma diminuição de estudantes que não chega aos 10%, que passam de 1227 para 1112. Com efeito, é no setor privado que se dá a maior quebra de procura (próxima dos 50%), a qual se distribui de forma equitativa pelo ensino universitário e politécnico, passando-se de 1142 estudantes em 2008/09 para 581 estudantes em 2013/14. Em termos totais o contingente de estudantes que ingressa pela primeira vez em primeiros ciclos de estudos na área do Marketing e Publicidade sofre uma redução de 28,5%, passando de 2369 para 1693.

Assim, os dados apontam para que a crise económica e o desemprego que se tem feito sentir progressivamente, na área, nos últimos anos, tem vindo a ter maior impacto nas instituições de ensino superior privadas, nas quais os custos de formação são mais elevados, sendo que esses custos não são compensados com uma maior facilidade de acesso ao mercado de trabalho.

A análise dos resultados da primeira fase das colocações no ensino público no ano letivo de 2014/15 (Tabela 3) vem confirmar não existir, até este momento, uma quebra de procura da área de Marketing e Publicidade que motive preocupações, considerando que se verifica uma elevada percentagem de estudantes colocados logo nesta etapa do processo (cerca de 78%). Por outro lado, os dados mostram, ainda, que 14 dos 27 cursos preencheram a totalidade das vagas. De notar que apenas uma licenciatura não publicitou vagas, a única a funcionar em regime à distância, e apenas uma das cinco a funcionar em pós-laboral não conseguiu preencher os lugares disponíveis nesta fase. A classificação mais elevada referente à nota do último candidato verificou-se no Politécnico de Lisboa (15,2 em 20), o que vem mostrar, mais uma vez, o carácter posicional do ensino superior.

TABELA 2 – VAGAS E ESTUDANTES COLOCADOS PELA 1.ª VEZ NO 1.º ANO, CNAEF 342 – MARKETING E PUBLICIDADE (LICENCIATURA)

			2008/09	2009/10	2010/01	2011/12	2012/13	2013/14
UNIVERSITÁRIO	PÚBLICO	VAGAS	95	100	140	135	140	148
		ESTUDANTES	156	144	172	172	171	169
		% OCUPAÇÃO	164,2	144,0	122,9	127,4	122,1	114,2
	PRIVADO	VAGAS	720	800	840	860	765	660
		ESTUDANTES	555	563	552	390	320	283
		% OCUPAÇÃO	77,1	70,4	65,7	45,3	41,8	42,9
	TOTAL	VAGAS	815	900	980	995	905	808
		ESTUDANTES	711	707	724	562	491	452
		% OCUPAÇÃO	87,2	78,6	73,9	56,5	54,3	55,9
POLITÉCNICO	PÚBLICO	VAGAS	949	981	1056	1072	1046	985
		ESTUDANTES	1071	1064	1160	1035	1034	943
		% OCUPAÇÃO	112,9	108,5	109,8	96,5	98,9	95,7
	PRIVADO	VAGAS	1140	1050	1010	960	730	680
		ESTUDANTES	587	459	451	273	349	298
		% OCUPAÇÃO	51,5	43,7	44,7	28,4	47,8	43,8
	TOTAL	VAGAS	2089	2031	2066	2032	1776	1665
		ESTUDANTES	1658	1523	1611	1308	1383	1241
		% OCUPAÇÃO	79,4	75,0	78,0	64,4	77,9	74,5
TOTAL	PÚBLICO (1)	VAGAS	1044	1081	1196	1207	1186	1133
		ESTUDANTES	1227	1208	1332	1207	1205	1112
		% OCUPAÇÃO	117,5	111,7	111,4	100,0	101,6	98,1
	PRIVADO (2)	VAGAS	1860	1850	1850	1820	1495	1340
		ESTUDANTES	1142	1022	1003	663	669	581
		% OCUPAÇÃO	61,4	55,2	54,2	36,4	44,7	43,3
	(1)+(2)	VAGAS	2904	2931	3046	3027	2681	2473
		ESTUDANTES	2369	2230	2335	1870	1874	1693
		% OCUPAÇÃO	81,6	76,1	76,7	61,8	69,9	68,5

Fonte: DGEEC

TABELA 3 – CANDIDATOS À ÁREA CNAEF 342, NA PRIMEIRA FASE, EM 2014/15

	GRAU	VAGAS	COLOCADOS	COLOCADOS %	VAGAS SOBRANTES	NOTA ÚLTIMO COLOCADO
UNIV. DOS AÇORES - PONTA DELGADA	L	25	23	92,0%	2	112,3
UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	L	33	16	48,5%	17	102,7
UNIVERSIDADE DO MINHO	L*	50	51	102,0%	0	138,4
ISCTE - INST. UNIVERSITÁRIO DE LISBOA	L	40	40	100,0%	0	145,5
UNIV. DE AVEIRO - INST. SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DE AVEIRO**	L	23	23	100,0%	0	141,1
INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E TURISMO DE MIRANDELA	L	36	10	27,8%	26	106,0
INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA - INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DE COIMBRA	L	40	41	102,5%	0	120,2
INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE OLIVEIRA DO HOSPITAL	L	0	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
UNIV. DO ALGARVE - ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO**	L	29	29	100,0%	0	129,4
INST. POLITÉCNICO DA GUARDA - ESCOLA SUP. DE EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E DESPORTO	L	48	13	27,1%	35	111,0
INST. POLITÉCNICO DA GUARDA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	L	27	9	33,3%	18	97,0
INST. POLITÉCNICO DE LEIRIA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	L***	15	2	13,3%	13	122,6
INST. POLITÉCNICO DE LEIRIA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	L	40	25	62,5%	15	105,8
INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA - ESCOLA SUPERIOR DE TURISMO E TECNOLOGIA DO MAR DE PENICHE	L	30	32	106,7%	0	110,9
INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	L*	30	30	100,0%	0	136,0
INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	L*	30	31	103,3%	0	140,0
INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	L	60	60	100,0%	0	152,5
INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	L	60	60	100,0%	0	150,0
INST. POLITÉCNICO DE PORTALEGRE - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	L	27	11	40,7%	16	115,3
INST. POLITÉCNICO DO PORTO - INST. SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO	L*	31	31	100,0%	0	128,8
INST. POLITÉCNICO DO PORTO - INST. SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO	L	90	90	100,0%	0	145,0
INST. POLITÉCNICO DE SANTARÉM - ESCOLA SUP. DE GESTÃO E TECNOLOGIA DE SANTARÉM	L*	20	0	0,0%	20	N.A.
INST. POLITÉCNICO DE SANTARÉM - ESCOLA SUP. DE GESTÃO E TECNOLOGIA DE SANTARÉM	L	45	28	62,2%	23	115,1
INST. POLITÉCNICO DE SETÚBAL - ESCOLA SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS	L	55	55	100,0%	0	120,2
INST. POLITÉCNICO DE VIANA DO CASTELO - ESCOLA SUP. DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS	L	35	33	94,3%	2	97,8
INSTITUTO POLITÉCNICO DE VISEU - ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO DE VISEU	L	68	22	32,4%	46	105,1
INSTITUTO POLITÉCNICO DE VISEU - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE VISEU	L	38	39	102,6%	0	115,5
TOTAL		1025	804	78,4%	233	

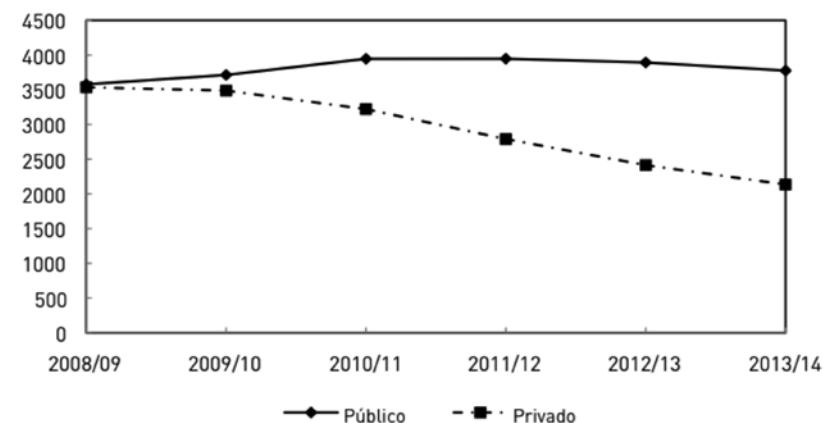
Fonte: DGES * Regime pós-laboral ** Politécnico integrado na Universidade *** Regime de ensino à distância N.A.- Não Aplicável

A análise do número total de estudantes inscritos (Tabela 4 e Figura 1) vem confirmar também a perda de alunos na área do Marketing e Publicidade, sobretudo no setor privado. Os números revelam que, globalmente, se dá um decréscimo do número total de estudantes de 2008/09 para 2013/14, passando-se de 7114 inscritos para 5912 (redução de 16,9%), ocorrendo esse decréscimo quer no ensino universitário, quer no ensino politécnico. Contudo, os dados mostram também que é ao setor privado que se deve essa quebra, já que o setor público até registou um aumento de 199 estudantes (aumento de 5,6%), que passam de 3578 em 2008/09 para 3777 em 2013/14, havendo um ganho de ingressos quer nas universidades, quer nos politécnicos, embora não suficiente para compensar as perdas no setor privado, o qual passou de um contingente de estudantes de 3536 para 2135 (redução de 39,6%), sendo o politécnico o principal afetado que totaliza uma perda de alunos, entre os anos em análise, acima de 50%.

TABELA 4 – NÚMERO TOTAL DE ESTUDANTES INSCRITOS, CNAEF 342

		2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
UNIVERSITÁRIO	PÚBLICO (1)	484	476	492	504	510	521
	PRIVADO (2)	1473	1604	1620	1502	1247	1141
	PÚBLICO/PRIVADO	0,33	0,30	0,30	0,34	0,41	0,46
	TOTAL (1)+(2)	1957	2080	2112	2006	1757	1662
POLITÉCNICO	PÚBLICO (1)	3094	3238	3455	3444	3384	3256
	PRIVADO (2)	2063	1884	1602	1288	1167	994
	PÚBLICO/PRIVADO	1,50	1,72	2,16	2,67	2,90	3,28
	TOTAL (1)+(2)	5157	5122	5057	4732	4551	4250
TOTAL	PÚBLICO (1)	3578	3714	3947	3948	3894	3777
	PRIVADO (2)	3536	3488	3222	2790	2414	2135
	PÚBLICO/PRIVADO	1,01	1,06	1,23	1,42	1,61	1,77
TOTAIS		7114	7202	7169	6738	6308	5912

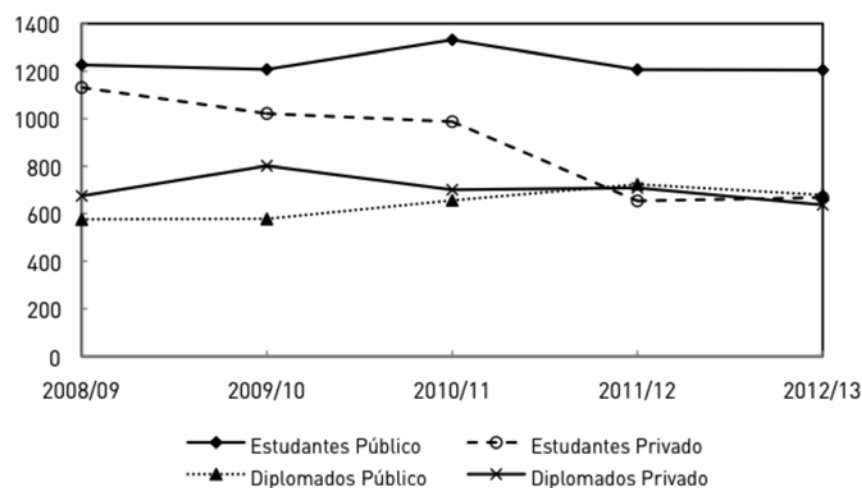
Fonte: DGEEC

FIGURA 1 – EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE ESTUDANTES NOS SECTORES PÚBLICO E PRIVADO, CNAEF 342


Fonte: DGEEC

Quando se compara a evolução do número de novos estudantes e de diplomados (Figura 2), verifica-se, uma vez mais, um comportamento distinto entre as instituições públicas e as privadas. Enquanto no primeiro caso, o número de alunos que entra no sistema é superior ao número de diplomados, o que denuncia as habituais perdas por abandono, no segundo caso, este cenário, apesar de se manter, é menos evidente, registando-se uma aproximação entre o número de novos alunos e de diplomados, o que tem como consequência uma diminuição progressiva do total de estudantes inscritos.

FIGURA 2 - NÚMERO DE ESTUDANTES DO 1.º ANO, 1.ª VEZ E DE DIPLOMADOS, CNAEF 342



Fonte: DGEEC

3.2. Mestrados e Doutoramentos

Procede-se, em seguida, à análise de ciclos de estudos de mestrado e de doutoramento. A Tabela 5 apresenta a situação dos mestrados. Os dados revelam não haver uma quebra de procura ao nível de formação especializada de nível pós-graduado, sendo que, globalmente, ocorre de 2008/09 para 2013/14 um aumento do número de novos estudantes e do número total de inscritos e de 2008/09 para 2012/13 ocorre, também, um aumento do número de mestres. Refira-se que é no ensino superior politécnico que se dá um aumento mais notório, o que tem na base o aumento exponencial de segundos ciclos de estudos nas instituições politécnicas.

**TABELA 5 – MESTRADOS:
NOVOS ESTUDANTES, TOTAL DE INSCRITOS E MESTRES – CNAEF 342**

		2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	
UNIVERSITÁRIO	1.º ANO, 1.ª VEZ	PÚBLICO	254	223	263	278	289	241
		PRIVADO	92	157	131	112	96	103
		TOTAL	346	380	394	390	385	344
	TOTAL INSCRITOS	PÚBLICO	349	367	447	436	566	573
		PRIVADO	157	228	241	226	238	210
		TOTAL	506	595	688	662	804	783
	MESTRES	PÚBLICO	64	127	257	483	543	---
		PRIVADO	15	35	65	49	58	---
		TOTAL	79	162	322	532	601	---
POLITÉCNICO	1.º ANO, 1.ª VEZ	PÚBLICO	49	51	342	246	257	237
		PRIVADO	71	124	106	76	93	104
		TOTAL	120	175	448	322	350	341
	TOTAL INSCRITOS	PÚBLICO	92	122	414	424	409	406
		PRIVADO	138	195	199	169	175	188
		TOTAL	230	317	613	593	584	594
	MESTRES	PÚBLICO	13	15	46	136	164	---
		PRIVADO	40	39	100	74	77	---
		TOTAL	53	54	146	210	241	---
TOTAIS	1.º ANO, 1.ª VEZ	PÚBLICO	303	274	605	524	546	478
		PRIVADO	163	281	237	188	189	207
		TOTAL	466	555	842	712	735	685
	TOTAL INSCRITOS	PÚBLICO	441	489	861	860	975	979
		PRIVADO	295	423	440	395	413	398
		TOTAL	736	912	1301	1255	1388	1377
	MESTRES	PÚBLICO	77	142	303	619	707	---
		PRIVADO	55	74	165	123	135	---
		TOTAL	132	216	468	742	842	---

Fonte: DGEEC

No caso dos doutoramentos (Tabela 6), os números são muito pouco expressivos pelo que não nos detemos numa análise detalhada dos mesmos. Contudo, assinala-se que o baixo número de estudantes indicia a falta de procura deste tipo de formação na área e, por conseguinte, a razão provável da não aposta por parte das instituições de ensino superior em novos ciclos de estudos.

**TABELA 6 – DOUTORAMENTOS:
NOVOS ESTUDANTES, TOTAL DE INSCRITOS E DOUTORADOS – CNAEF 342**

		2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
1.º ANO 1.ª VEZ	PÚBLICO	5	36	43	28	30	20
TOTAL INSCRITOS	PÚBLICO	5	41	98	87	93	96
DOUTORADOS	PÚBLICO	0	0	0	2	4	---

Fonte: DGEEC

4. Eficiência formativa e empregabilidade

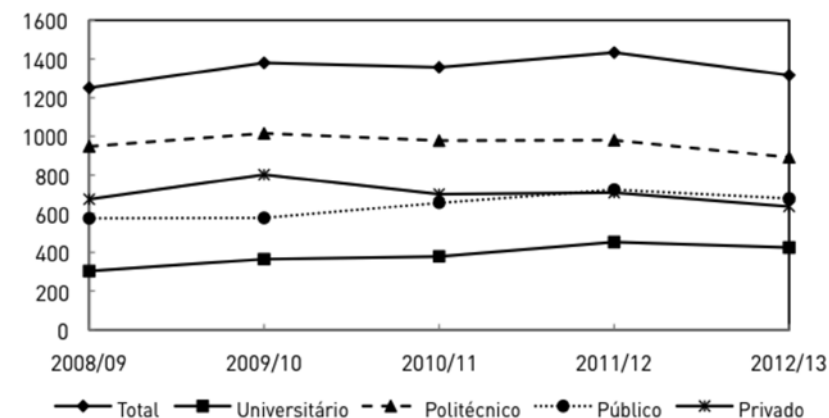
O número de estudantes que concluíram as suas licenciaturas na área do Marketing e Publicidade (Tabela 7 e Figura 3) registou uma subida de 2008/09 para 2012/13 no ensino universitário, quer público, quer privado e, inversamente, uma descida no ensino politécnico, a qual se deve a uma diminuição do número de diplomados no setor privado, já que no setor público até se regista um aumento, mas que não é suficiente para cobrir as perdas que se registam nas instituições privadas. Se se proceder a uma análise por setor verifica-se um comportamento diametralmente oposto entre as instituições de ensino superior públicas e as privadas. Com efeito, nas primeiras assiste-se a um aumento de diplomados de 2008/09 para 2012/13, enquanto nas segundas se assiste a uma diminuição. Refira-se, no entanto, que como o número de novos alunos tem estado globalmente em queda, é de esperar, nos próximos anos uma descida generalizada dos estudantes que concluem os seus ciclos de estudos.

TABELA 7 –EVOLUÇÃO DO NÚMERO DIPLOMADOS (LICENCIATURA) – CNAEF 342

		2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13
LICENCIATURA (UNIVERSITÁRIO)	PÚBLICO	97	97	104	89	118
	PRIVADO	206	268	275	364	307
TOTAL UNIVERSITÁRIO		303	365	379	453	425
LICENCIATURA (POLITÉCNICO)	PÚBLICO	479	481	552	635	561
	PRIVADO	469	534	426	345	330
TOTAL POLITÉCNICO		948	1015	978	980	891
TOTAL PÚBLICO (1)		576	578	656	724	679
TOTAL PRIVADO (2)		675	802	701	709	637
TOTAL (1) + (2)		1251	1380	1357	1433	1316

Fonte: DGEEC

FIGURA 3 – EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE DIPLOMADOS (LICENCIATURA), CNAEF 342



Fonte: DGEEC

Embora com as limitações que resultam da utilização dos dados dos Centros de Emprego, a DGEEC disponibiliza informação estatística sobre o desemprego dos diplomados na área do Marketing e Publicidade (CNAEF 342) e a sua comparação com o desemprego geral dos diplomados com habilitação superior (Tabela 8). Regista-se uma degradação progressiva da situação, com um aumento da taxa de desemprego dos diplomados com formação superior, sendo que, apesar da enorme redução de diplomados que se tem vindo a verificar na área, a taxa de desemprego, contrariamente, tem vindo a sofrer um aumento, ficando acima da média geral para todas as formações, superando essa média no período de 2010/11 a 2012/13 em mais de dois pontos percentuais.

TABELA 8 – DIPLOMADOS E DESEMPREGADOS CNAEF 342

DESEMPREGADOS REGISTRADOS COM HABILITAÇÃO SUPERIOR (CONTINENTE - JUNHO DE 2014) E DIPLOMADOS NOS ANOS LETIVOS 1983/84 A 2012/13, SEGUNDO A SITUAÇÃO DE PROCURA DE EMPREGO E TEMPO DE INSCRIÇÃO

	TOTAL DE DESEMPREGADOS (1)						DIPLOMADOS(2)	DESEMPREGADOS/ DIPLOMADOS (%)
	PRIMEIRO EMPREGO			NOVO EMPREGO				
	< 6 MESES	6 A 12 MESES	≥ 12 MESES	< 6 MESES	6 A 12 MESES	≥ 12 MESES		
1983/84 A 2012/13	6 425	4 180	3 660	19 834	12 417	24 409	1 165 601	6,08
CNAEF 342	145	78	89	791	373	808	29 700	7,69
2003/4 A 2012/13	6 408	4 172	3 614	13 969	7 859	12 459	626 714	7,74
CNAEF 342	145	78	87	526	228	366	15 484	9,24
2010/11 A 2012/13	5 711	3 816	2 577	5 074	2 389	2 953	197 194	11,42
CNAEF 342	135	78	66	225	78	95	4 912	13,78

Fontes:

(1) Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.

(2) Direção-Geral de Estatísticas de Educação e Ciência do Ministério da Educação e Ciência.

Notas:

- Aos diplomados pelos estabelecimentos de ensino superior foram retirados os valores dos cursos de especialização tecnológica e especializações.
- Só foram considerados os diplomados cujo par estabelecimento/corso tenham tido registo de desempregados com par estabelecimento/corso válido.
- Os desempregados que concluíram a sua habilitação superior antes de 1983/84 ou em 2013/14 cujo par estabelecimento/corso foi considerado válido, estão incluídos nesta tabela embora a informação acerca dos diplomados nesse par estabelecimento/corso não esteja disponível para esses anos letivos.

TABELA 9 – CICLOS DE ESTUDOS (CNAEF 342) ACREDITADOS – ENSINO UNIVERSITÁRIO

	INSTITUIÇÃO	CURSO	GRAU			
ENSINO UNIVERSITÁRIO	ENSINO PÚBLICO	UNIV. DOS AÇORES - PONTA DELGADA	RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO	L		
		UNIVERSIDADE DE AVEIRO	MARKETING E ESTRATÉGIA	D		
		UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	MARKETING	L		
		UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	MARKETING	M		
		UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA; PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS	M		
		UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR	MARKETING E ESTRATÉGIA	D		
		UNIV. DE COIMBRA - FACULDADE DE ECONOMIA	MARKETING	M		
		UNIVERSIDADE DO MINHO	MARKETING	L		
		UNIVERSIDADE DO MINHO	MARKETING E GESTÃO ESTRATÉGICA	M		
		UNIVERSIDADE DO MINHO	MARKETING E ESTRATÉGIA	M		
		UNIVERSIDADE DO MINHO	MARKETING E ESTRATÉGIA	D		
		UNIVERSIDADE DE LISBOA - INSTITUTO SUPERIOR DE ECONOMIA E GESTÃO	MARKETING	M		
		UNIV. DO PORTO - FACULDADE DE ECONOMIA	MARKETING	M		
		ISCTE - INST. UNIVERSITÁRIO DE LISBOA	GESTÃO DE MARKETING	L		
		ISCTE - INST. UNIVERSITÁRIO DE LISBOA	GESTÃO DE MERCADOS DA ARTE	M		
		ISCTE - INST. UNIVERSITÁRIO DE LISBOA	MARKETING	M		
		ENSINO UNIVERSITÁRIO	ENSINO PRIVADO	UNIVERSIDADE LUSÍADA	MARKETING E PUBLICIDADE	L
				UNIVERSIDADE LUSÍADA DO PORTO	MARKETING	L
				UNIV. LUSÍADA DE VILA NOVA DE FAMALICÃO	MARKETING	L
				UNIV. LUSÍADA DE VILA NOVA DE FAMALICÃO	MARKETING	M
UNIVERSIDADE ATLÂNTICA	MARKETING E COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL			L		
UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E TECNOLOGIAS	COMUNICAÇÃO APLICADA: MARKETING, PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS			L		
UNIVERSIDADE LUSÓFONA DE HUMANIDADES E TECNOLOGIAS	CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, MARKETING E PUBLICIDADE			M		
ESCOLA SUPERIOR DE MARKETING E PUBLICIDADE (IADE)	MARKETING E PUBLICIDADE			L		
ESCOLA SUPERIOR DE MARKETING E PUBLICIDADE (IADE)	MARKETING			M		
INSTITUTO SUPERIOR D. AFONSO III	GESTÃO DE MARKETING E PUBLICIDADE			L		
INSTITUTO SUPERIOR DE GESTÃO	MARKETING			L		
INSTITUTO SUPERIOR DE GESTÃO	MARKETING			M		
UNIVERSIDADE EUROPEIA	MARKETING, PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS			L		
UNIVERSIDADE EUROPEIA	MARKETING			L		
UNIVERSIDADE EUROPEIA	MARKETING			M		
UNIVERSIDADE EUROPEIA	MARKETING DIGITAL			M		
INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DA MAIA - ISMAI	GESTÃO DE MARKETING			L		
INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DA MAIA - ISMAI	RELAÇÕES PÚBLICAS			L		
INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DA MAIA - ISMAI	MARKETING			M		
INSTITUTO DE ARTE, DESIGN E EMPRESA - UNIVERSITÁRIO	MARKETING E PUBLICIDADE			L		
INSTITUTO DE ARTE, DESIGN E EMPRESA - UNIVERSITÁRIO	PUBLICIDADE	M				
INSTITUTO DE ARTE, DESIGN E EMPRESA - UNIVERSITÁRIO	MARKETING	M				
UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA - FACULDADE DE ECONOMIA E GESTÃO	MARKETING	M				

L - Licenciatura M - Mestrado D - Doutoramento

TABELA 10 – CICLOS DE ESTUDOS (CNAEF 342) ACREDITADOS – ENSINO POLITÉCNICO

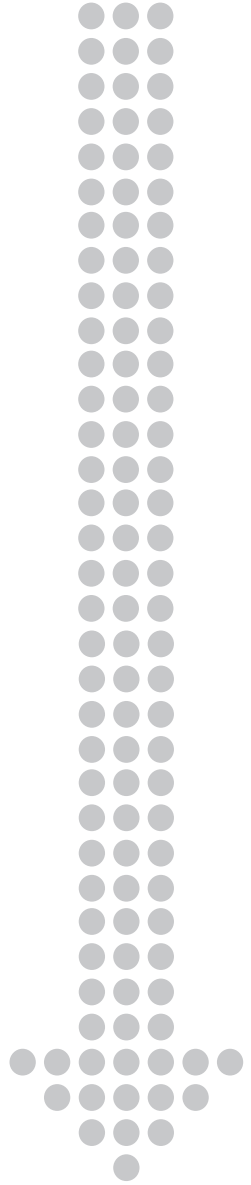
		INSTITUIÇÃO	CURSO	GRAU
ENSINO POLITÉCNICO	ENSINO PÚBLICO	UNIV. DE AVEIRO - INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DE AVEIRO	MARKETING	L
		UNIV. DE AVEIRO - INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DE AVEIRO	MARKETING	M
		INSTITUTO POLITÉCNICO DE BRAGANÇA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E TURISMO DE MIRANDELA	MARKETING	L
		INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA - INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DE COIMBRA	MARKETING E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS	L
		INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE OLIVEIRA DO HOSPITAL	ADMINISTRAÇÃO E MARKETING	L
		INST. POLITÉCNICO DE COIMBRA - ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO DE COIMBRA	MARKETING E COMUNICAÇÃO	M
		INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE OLIVEIRA DO HOSPITAL	MARKETING E COMUNICAÇÃO	M
		UNIVERSIDADE DO ALGARVE - ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO	MARKETING	L
		UNIVERSIDADE DO ALGARVE - ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO	MARKETING TURÍSTICO	M
		INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA - ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E DESPORTO	COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS	L
		INST. POLITÉCNICO DA GUARDA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	MARKETING	L
		INST. POLITÉCNICO DA GUARDA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	MARKETING E COMUNICAÇÃO	M
		INSTITUTO POLITÉCNICO DE LEIRIA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	MARKETING	L
		INST. POLITÉCNICO DE LEIRIA - ESCOLA SUPERIOR DE TURISMO E TECNOLOGIA DO MAR DE PENICHE	MARKETING TURÍSTICO	L
		INST. POLITÉCNICO DE LEIRIA - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	MARKETING RELACIONAL	M
		INST. POLITÉCNICO DE LEIRIA - ESCOLA SUPERIOR DE TURISMO E TECNOLOGIA DO MAR DE PENICHE	MARKETING E PROMOÇÃO TURÍSTICA	M
		INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL (REGIME PÓS-LABORAL)	L
		INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	PUBLICIDADE E MARKETING	L
		INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	L
		INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	GESTÃO ESTRATÉGICA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	M
		INST. POLITÉCNICO DE LISBOA - ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	PUBLICIDADE E MARKETING	M
		INST. POLITÉCNICO DE PORTALEGRE - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO	ADMINISTRAÇÃO DE PUBLICIDADE E MARKETING	L
		INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO - INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO	MARKETING	L
		INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO - INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO	MARKETING DIGITAL	M
		INSTITUTO POLITÉCNICO DE SANTARÉM - ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO E TECNOLOGIA DE SANTARÉM	MARKETING E PUBLICIDADE	L

L - Licenciatura M - Mestrado

TABELA 10 – CICLOS DE ESTUDOS (CNAEF 342) ACREDITADOS – ENSINO POLITÉCNICO

		INSTITUIÇÃO	CURSO	GRAU		
ENSINO POLITÉCNICO	ENSINO PÚBLICO	INSTITUTO POLITÉCNICO DE SANTARÉM - ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO E TECNOLOGIA DE SANTARÉM	MARKETING	M		
		INST. POLITÉCNICO DE SETÚBAL - ESCOLA SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS	MARKETING	L		
		INSTITUTO POLITÉCNICO DE VIANA DO CASTELO - ESCOLA SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS	MARKETING E COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	L		
		INSTITUTO POLITÉCNICO DE VIANA DO CASTELO - ESCOLA SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS	MARKETING	M		
		INST. POLITÉCNICO DE VISEU - ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO DE VISEU	PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS	L		
		INST. POLITÉCNICO DE VISEU - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE VISEU	MARKETING	L		
		INST. POLITÉCNICO DE VISEU - ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO DE VISEU	COMUNICAÇÃO E MARKETING	M		
		INST. POLITÉCNICO DE VISEU - ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE VISEU	MARKETING RESEARCH	M		
		ENSINO POLITÉCNICO	ENSINO PRIVADO	INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO	DIREÇÃO COMERCIAL E MARKETING	M
				INST. SUPERIOR DE NOVAS PROFISSÕES	RELAÇÕES PÚBLICAS E PUBLICIDADE	L
INST. PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING DE MATOSINHOS	GESTÃO DE MARKETING			L		
INSTITUTO PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING DE MATOSINHOS	GESTÃO DE MARKETING			M		
INSTITUTO PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING DE LISBOA	GESTÃO DE MARKETING			L		
INSTITUTO PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING DE LISBOA	GESTÃO DE MARKETING			M		
INST. PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING DE MATOSINHOS (AVEIRO)	GESTÃO DE MARKETING			L		
INST. PORTUGUÊS DE ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING DE MATOSINHOS (AVEIRO)	GESTÃO DE MARKETING			M		
INST. SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS E DO TURISMO	MARKETING E PUBLICIDADE			L		
INST. SUPERIOR DE ENTRE DOURO E VOUGA	MARKETING, PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS			L		
INSTITUTO SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL	GESTÃO DE MARKETING	L				
INST. SUPERIOR DE PAÇOS DE BRANDÃO	MARKETING, PUBLICIDADE E RELAÇÕES PÚBLICAS	L				

L - Licenciatura M - Mestrado



Edição:

A3ES

Agência de Avaliação e Acreditação do Ensino Superior
Praça de Alvalade, nº 6 – 5º Frente
1700-036 LISBOA

www.a3es.pt
a3es@a3es.pt

Colecção/Série:

A3ES - CICLOS DE ESTUDOS TEMÁTICOS
Março 2016

Design gráfico:

Ângela Calheiros