

## Pronúncia relativa ao Ciclo de Estudos em Marketing (NCE/19/1900191)

Começamos por agradecer o Relatório Preliminar elaborado pela Comissão de Avaliação Externa (CAE), cujas observações e conclusões nos deram a oportunidade de, por um lado, sinalizar os pontos a melhorar no projeto educativo que se submeteu a acreditação, de modo a que sejam tomadas as medidas necessárias para maximizar a sua eficiência pedagógica e garantir o seu mérito científico; por outro, esclarecer algumas questões que a instituição proponente pode ter deixado menos claras e que, por isso, não permitiram demonstrar plenamente a qualidade do ciclo de estudos (CE) em análise. Neste sentido, e tendo por base o Relatório Preliminar elaborado pela Comissão de Avaliação Externa (RPCAE) do ciclo de estudos em Marketing (Processo n.º NCE/19/1900191), entendemos prestar as seguintes informações:

### A. Plano de Estudos

Relativamente a esta dimensão, argumenta a CAE em 4.11.3. que o plano de estudos tem a) “[c]onteúdos redundantes entre diferentes UCs”, b) “[o]rganização ilógica de conteúdos programáticos por diferentes UCs” e c) “[n]úmero excessivo de horas de contacto por UC”.

No que diz respeito aos pontos a) e b), o RPCAE não fornece indicações precisas sobre a que UC se reporta, bem como a que seções dos conteúdos se atribui a redundância e a organização ilógica que possa existir, pelo que a instituição não se pode pronunciar, nem tão-pouco considerar uma reformulação dos mesmos. No entanto e tomando em linha de conta os procedimentos de monitorização e feedback que tem instituídos, bem como uma preocupação com a melhoria contínua do processo de ensino-aprendizagem, o IPAM-Lisboa compromete-se a realizar os ajustes que emanarem da auscultação da opinião de docentes e de estudantes, devidamente apreciados e aprovados pelos seus órgãos colegiais.

Permitimo-nos também sublinhar que o mestrado em Marketing que funciona no IPAM-Porto – acreditado em 2019 por seis anos e com o qual o ciclo de estudos em análise partilha integralmente a estrutura curricular, o plano de estudos e as UC, que foram aprovados após a implementação dos ajustes propostos pela CAE que o apreciou – será um benchmark a observar, o que nos permite ter um “ponto de escuta” adicional no processo de melhoria contínua a que este 2.º ciclo estará sujeito.

No que concerne ao ponto c), é de assinalar que o público-alvo deste mestrado são os estudantes a tempo inteiro, sem experiência profissional, e que procuram uma formação que lhes permita aceder ao mercado de trabalho global. Nesse sentido, optou-se por dotar este plano de estudos com uma carga horária um pouco maior, de modo a que as atividades letivas sejam mais ricas e diversificadas – nomeadamente, dando grande relevância ao Trabalho de Campo (TC), aos Seminários (S) e à Orientação Tutorial (OT), incluídas como horas de contacto – o que dará, em nossa opinião, uma melhor preparação para um mundo competitivo e global, de resto a exemplo das práticas que escolas de referência têm instituído. Assinala-se que este tipo de aulas ocupa, em média, 20 horas de contacto das UC que compõem o curso de mestrado – i.e., um terço do total – o que atesta a intenção original com que esta opção foi tomada: proporcionar um maior acompanhamento dos estudantes e reforçar a diversidade de experiências formativas ao longo do percurso académico.

É, também, de referir que este modelo de organização horária foi também adotado no mestrado em Marketing do IPAM-Porto – e que mereceu, conforme se referiu, uma acreditação por seis anos – estando a ter feedback muito positivo por parte dos estudantes que o frequentam.

### B. Corpo docente e investigação

A este respeito, em 5.7.3. é referido que “[a] maioria dos docentes regista uma sobrecarga de horas de contacto, para além dos limites legais”.

A carga de trabalho dos docentes, é sabido, tem um impacto muito significativo na sustentabilidade das instituições privadas em Portugal. No entanto, o IPAM-Lisboa tem consciência que é necessário desenvolver um modelo que harmonize a sustentabilidade financeira e a carga horária dos docentes para lecionação e investigação, sendo certo que esta alteração terá que ser feita de forma ponderada e participada. Neste sentido, a instituição tem desenvolvido um conjunto de políticas que concorrem para este fim, articuladas em torno a) da avaliação do desempenho, b) da progressão na carreira e c) da diminuição da carga horária.

A respeito desta última política, a instituição tem vindo a reduzir a carga horária dos docentes, de modo a que tenham, no máximo, 12 horas letivas por semana. Este quantitativo está em linha com aquilo que dispõe a alínea 5. do artigo 34.º do Estatuto da Carreira do Pessoal Docente do Ensino Superior Politécnico (Decreto-Lei n.º 207/2009, de 31 de agosto), que estatui que se considera “regime de tempo integral o que corresponde ao horário semanal de trabalho da generalidade dos trabalhadores em funções públicas, compreendendo um máximo de doze horas de aulas semanais e um mínimo de seis...”.

Observando a listagem de docentes a tempo integral que irá colaborar neste ciclo de estudos (disponível no anexo 1), verifica-se que: a) a sua média letiva anual é de 10,4 horas letivas<sup>1</sup>, b) cinco dos 13 docentes não têm carga horária completa e c) apenas dois docentes ultrapassam as 12 horas letivas, se bem que um deles tenha 12,5 horas de média anual, um pouco acima do que dispõe a lei em vigor. Assim se conclui que apenas uma situação ultrapassa um pouco os limites legais, situação que o IPAM-Lisboa se compromete a resolver aquando do início do próximo ano letivo. Com a entrada em funcionamento do ciclo de estudos em apreciação, os docentes em apreço serão chamados a lecionar as novas UC que lhe estão destinadas, o que representará um acréscimo de horas letivas àquelas que atualmente asseguram; no entanto, isso não representará um aumento do número de horas de lecionação, na medida em que, fruto do crescimento que este e os ciclos de estudo já em funcionamento, a instituição encontra-se em processo de recrutamento de novos docentes que possam assegurar as horas que advierem deste aumento de carga letiva. Deste modo, assegurar-se-á que nenhum dos docentes – atuais ou novos – tenha uma carga horária superior ao que é definido por lei.

Ainda a respeito desta dimensão, a CAE sustenta em 5.7.3. que que “[a]lguns docentes não revelam atividade científica e outros revelam atividade científica pouco relevante para a área científica do CE”. A este propósito, acrescenta-se ainda, no ponto 8.5.3., “[a] investigação na área de estudos predominante deve ser incrementada”.

Cientes da importância que a investigação tem para as instituições de ensino superior, o IPAM-Lisboa tem trilhado um caminho que, de forma progressiva, incrementará a produção científica do seu corpo docente. Não por acaso, a própria CAE reconhece em 8.5.1., que há 12 docentes (em 17) integrados em centros de investigação avaliados pela FCT com muito bom ou excelente, o que revela que um dos eixos do plano estratégico do IPAM-Lisboa está já a ter resultados.

Os progressos registados – e que estão patentes nas fichas curriculares enviadas aquando da submissão deste CE – permitem concluir que:

13 dos 17 docentes publicaram artigos científicos em revistas indexadas na WoS e/ou SCOPUS;  
Dez dos docentes publicaram na área científica do marketing.

É, talvez, de ressaltar que o entendimento que esta instituição dá à investigação na área científica do marketing, organizando-a em quatro áreas disciplinares – Marketing, Consumo, Vendas e Digital – e aplicando-o a diferentes setores de atividade. Por isso, a investigação dos dez docentes adstritos a este ciclo de estudos que publicam nestes domínios encontra-se publicada em journals de elevada reputação na área do Marketing – como sejam o *Journal of the Academy of Marketing Science*, o *Transnational Marketing Journal*, o *Journal of Retailing and Consumer Services* e o *Australasian Marketing Journal* – mas também na área da Gestão, publicando artigos nas áreas disciplinares a que acima se aludiu – em particular no *Journal of Service Management* e no *Journal of Strategic Management* – bem como em suportes mais setoriais, como sejam o *Journal of Destination Marketing and Management*, o *Journal of Travel and Tourism Marketing*, o *Journal of Hospitality Marketing and Management*, o *Tourism and Management Studies*, o *Tourism and Management Perspectives*, o *International Journal of Hospitality Management* e o *Management and Sustainable Development*.

Este compromisso com a investigação é também verificável no número de publicações em journals que o corpo docente deste ciclo de estudos realizou após a submissão do mesmo à acreditação da A3ES. São 11 as novas publicações do corpo docente:

Bicho, M., Nikolaeva, R., Ferreira, F. A., & Lages, C. (in press) *Perceived Success of Hybrid Micro-Organizations in a Contested Category*.

Brochado, A., Troilo, M., Rodrigues, H., & Oliveira-Brochado, F. (2019). *Dimensions of wine hotel experiences shared online*. *International Journal of Wine Business Research*.

da Rosa Pulga, A. A., Basso, K., Viacava, K. R., Pacheco, N. A., Ladeira, W. J., & Dalla Corte, V. F. (2019). *The link between social interactions and trust recovery in customer–business relationships*. *Journal of Consumer Behaviour*, 18(6), 496-504.

Freire, J. R., & Gertner, R. K. *The relevance of food for the development of a destination brand*. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1-12.

Gertner, R. K., & Freire, J. (2019). *The sun and beach myth: the impact of pull-based factors and 'things-to-do' on tourists' motivations and place images*. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 6(3/4), 194-213

Loureiro, S. M. C., Bilro, R. G., & Japutra, A. (2019). *The effect of consumer-generated media stimuli on emotions and consumer brand engagement*. *Journal of Product & Brand Management*.

---

<sup>1</sup> Para efeitos de cálculo deste e dos rácios seguintes, esclarece-se que os semestres letivos no IPAM-Lisboa têm 15 semanas e, por conseguinte, o ano letivo é composto por 30 semanas.

- Loureiro, S. M. C., Romero, J., & Bilro, R. G. (2019). Stakeholder engagement in co-creation processes for innovation: A systematic literature review and case study. *Journal of Business Research*.
- Pacheco, N. A., Pizzutti, C., & Geuens, M. (2019). A Temporal Model of Perceived Control to Explain Service Failures. *BAR-Brazilian Administration Review*, 16(2).
- Reck, D., Franceschetto, I., Rech, L., Pacheco, N. A., & Wagner, R. L. (2019). Faltou integridade ou competência? Efeitos da coprodução da recuperação de serviços de acordo com o tipo de falha. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(2), 224-242.
- Rosado-Pinto, F., Loureiro, S. M. C., & Bilro, R. G. (2020). How Brand Authenticity and Consumer Brand Engagement Can Be Expressed in Reviews: A Text Mining Approach. *Journal of Promotion Management*, 26(4), 457-480.
- Tarța, C.P., Plăiaș, I., Martinez, L.F., & Martinez, L.M. (2020). The role of car aesthetics on consumers' decisions: An example from Romania. *Scientific Annals of Economics and Business*, 67(1), 33-43.

Destacamos as publicações em importantes journals na área do Marketing, como o *Journal of Consumer Behaviour*, o *Journal of Product & Brand Management* e o *Journal of Promotion Management*, mas também em outras publicações relevantes, como o *Journal of Business Research* e o *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*. Deste modo e reconhecendo que há espaço para melhoria, o IPAM-Lisboa crê que deu passos significativos no fortalecimento da investigação, a que os resultados que atrás se descreveram não são alheios. Estamos certos que as contratações futuras e a implementação dos mecanismos de avaliação dos docentes e progressão na carreira são políticas relevantes e que contribuirão para o incremento da investigação produzida.

### Conclusão

Conforme se demonstrou, este é um curso de elevada qualidade científica, munido de um corpo docente com as qualificações exigidas pelo disposto na legislação em vigor e cujo plano de estudos e estrutura curricular cumprem o preceituado no enquadramento legal na área do Ensino Superior, entende a ENSILIS, Lda. solicitar a reapreciação do projeto educativo que se submeteu a apreciação pela A3ES e revisão do Relatório Preliminar elaborado pela CAE.

### Anexo 1 – Carga horária do corpo docente a tempo integral

Nome / Name	Grau / Degree	Horas atribuídas	Horas Novo Ciclo de Estudos
Carlos Manuel Súcia Búrcio	Doutor	360	60
Carlos Manuel Cortês Pereira e Sá	Título de especialista (DL 206/2009)	315	60
Helena Maria Neves Cordeiro Rodrigues	Doutor	360	30
João Ricardo Martins Silva Freire	Doutor	360	60
Luís Raimundo Batalha Schwab	Doutor	420	60
Luís Manuel Godoi Valentim	Doutor	375	60
Marta Liliana Nunes Bicho	Doutor	240	60
Miguel Edmundo Martin D'Ávila	Doutor	90	60
Nuno João Marques Farinha	Doutor	360	60
Pedro Miguel Martins Mendes	Doutor	120	20
Filipa Isabel de Almeida Fernandes Vilaça	Doutor	330	60
Luísa Margarida Guerra Marques Martinez	Doutor	360	60
Natália Araújo Pacheco	Doutor	360	60