

NCE/18/0000161 — Relatório preliminar da CAE - Novo ciclo de estudos

Contexto da Avaliação do Ciclo de Estudos

Contexto da Avaliação do Pedido de Acreditação de Novo Ciclo de Estudos

Nos termos do regime jurídico da avaliação do ensino superior (Lei n.º 38/2007, de 16 de agosto), a entrada em funcionamento de um novo ciclo de estudos exige a sua acreditação prévia pela A3ES.

O processo de acreditação prévia de novos ciclos de estudo (Processo NCE) tem por elemento fundamental o pedido de acreditação elaborado pela instituição avaliada, submetido na plataforma da Agência através do Guião PAPNCE.

O pedido é avaliado por uma Comissão de Avaliação Externa (CAE), composta por especialistas selecionados pela Agência com base no seu currículo e experiência e apoiada por um funcionário da Agência, que atua como gestor do procedimento. A CAE analisa o pedido à luz dos critérios aplicáveis, publicitados, designadamente, em apêndice ao presente guião.

A CAE, usando o formulário eletrónico apropriado, prepara, sob supervisão do seu Presidente, a versão preliminar do relatório de avaliação do pedido de acreditação. A Agência remete o relatório preliminar à instituição de ensino superior para apreciação e eventual pronúncia, no prazo regularmente fixado. A Comissão, face à pronúncia apresentada, poderá rever o relatório preliminar, se assim o entender, competindo-lhe aprovar a sua versão final e submetê-la na plataforma da Agência.

Compete ao Conselho de Administração a deliberação final em termos de acreditação. Na formulação da deliberação, o Conselho de Administração terá em consideração o relatório final da CAE e, havendo ordens e associações profissionais relevantes, será igualmente considerado o seu parecer. O Conselho de Administração pode, porém, tomar decisões não coincidentes com a recomendação da CAE, com o intuito de assegurar a equidade e o equilíbrio das decisões finais. Assim, o Conselho de Administração poderá deliberar, de forma fundamentada, em discordância favorável (menos exigente que a Comissão) ou desfavorável (mais exigente do que a Comissão) em relação à recomendação da CAE.

Composição da CAE

A composição da CAE que avaliou o presente pedido de acreditação do ciclo de estudos é a seguinte (os CV dos peritos podem ser consultados na página da Agência, no separador [Acreditação e Auditoria / Peritos](#)):

*Alzira Marques
Arnaldo Fernandes Coelho*

1. Caracterização geral do ciclo de estudos.

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

1.1.a. Outra(s) Instituição(ões) de Ensino Superior (proposta em associação):

1.2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

1.2.a. Outra(s) unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação):

1.3. Designação do ciclo de estudos:*Marketing***1.3. Study programme:***Marketing***1.4. Grau:***Mestre***1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos:***Marketing***1.5. Main scientific area of the study programme:***Marketing***1.6.1 Classificação CNAEF – primeira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos):***342***1.6.2 Classificação CNAEF – segunda área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:***NA***1.6.3 Classificação CNAEF – terceira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:***NA***1.7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:***120***1.8. 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):***4 semestres / 2 anos***1.8. Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, March 24th, as written in the DL no. 63/2016, of September 13th):***4 semesters / 2 years***1.9. Número máximo de admissões proposto:***30***1.10. Condições específicas de ingresso:**

Estão habilitados a frequentar este Curso de Mestrado:- Os titulares de um grau de licenciatura ou equivalente legal;- Os titulares de um grau académico superior estrangeiro, reconhecido como satisfazendo os objetivos do grau de licenciado;- Os detentores de currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido pelo órgão competente como atestando capacidade para realizar este ciclo de estudos. Os candidatos estarão sujeitos a um processo de seriação, de acordo com os seguintes critérios:- Média final do curso dos candidatos;- Análise e pontuação dos currículos académicos e profissionais dos candidatos;- Carta de Motivação e/ou Entrevista;- Domínio do Idioma Inglês (mínimo B2). As pontuações de cada critério são estabelecidas e atualizadas anualmente sob proposta do Diretor do IPAM Porto e ratificadas pelo Conselho Técnico-Científico.

1.10. Specific entry requirements:

Students qualified to attend this Master Course:- Holders of a bachelor's degree or legal equivalent;- Holders of a foreign higher academic degree, recognized as a bachelor's degree or legal equivalent;- Holders of academic, scientific or professional curriculum that is recognized and attesting the capacity to carry out this cycle of studies. Candidates will be subject to a ranking process, according to the following criteria:- Final course average of candidates;- Analysis and punctuation of the academic and professional curricula of the candidates;- Letter of Motivation and / or Interview;- English Language Proficiency (B2 minimum). The scores for each criterion are established and updated annually by proposal of the IPAM Porto Director and ratified by the Technical-Scientific Council.

1.11. Regime de funcionamento.*<sem resposta>*

1.11.1. Se outro, especifique:

<sem resposta>

1.11.1. If other, specify:

<no answer>

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

<sem resposta>

1.12. Premises where the study programme will be lectured:

<no answer>

1.13. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional (PDF, máx. 500kB):

<sem resposta>

1.14. Observações:

<sem resposta>

1.14. Observations:

<no answer>

2. Instrução do pedido. Condições de ingresso.

2.1.1. Deliberações dos órgãos que legal e estatutariamente foram ouvidos no processo de criação do ciclo de estudos:

Existem, são adequadas e cumprem os requisitos legais.

2.1.2. Evidências que fundamentam a apreciação expressa:

O processo encontra-se descrito e instruído com as intervenções dos órgãos da instituição necessárias para a criação do ciclo de estudos, através da submissão dos extratos de ata do CTC, CP e do Conselho de Gestão.

2.1.2. Evidence that supports this assessment:

The process is described and instructed with the interventions of the organs of the institution necessary for the creation of the cycle of studies, through the submission of extracts of the minutes of the CTC, CP and the Management Council.

2.2.1. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional:

Existe, mas não é adequado ou não cumpre os requisitos legais.

2.2.2. Evidências que fundamentam a apreciação expressa:

A instituição dispõe de um regulamento de creditação de formação e experiência profissional que não está datado nem atualizado de acordo com a legislação em vigor.

2.2.2. Evidence that supports this assessment:

The institution has a regulation for accrediting training and professional experience, however this regulation is not updated according to the current legislation.

2.3.1. Condições de ingresso:

Existem, são adequadas e cumprem os requisitos legais.

2.3.2. Evidências que fundamentam a apreciação expressa:

As condições de ingresso estão definidas e cumprem os requisitos legais. São indicados os critérios de seriação dos candidatos.

2.3.2. Evidence that supports this assessment:

The entrance conditions are defined and meet the legal requirements. The criteria for the ranking of the candidates are indicated.

3. Âmbito e objetivos do programa de estudos. Adequação ao projeto educativo, científico e cultural da instituição.

Perguntas 3.1 a 3.3

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos.

Os objetivos gerais do ciclo de estudos estão claramente definidos e são compatíveis com a missão e a estratégia da instituição:

Sim

3.2. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes.

Os objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes estão claramente definidos e suficientemente desenvolvidos:

Sim

3.3. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição.

Os objetivos definidos para o ciclo de estudos são compatíveis com a natureza e missão da instituição e são adequados à estratégia de oferta formativa e ao projeto educativo, científico e cultural da instituição:

Sim

3.4. Avaliação global do âmbito e objetivos do ciclo de estudos.

3.4.1. Avaliação global

Os objetivos gerais e os objetivos de aprendizagem do ciclo de estudos estão definidos e são adequados e coerentes com a missão da IES.

3.4.1. Global appraisal

The general and learning objectives of the study cycle are defined and are appropriate and consistent with the IES mission.

3.4.2. Pontos fortes

Relevância e coerência do ciclo de estudos relativamente à missão institucional.

3.4.2. Strengths

Relevance and coherence of the study cycle in relation to the institutional mission.

3.4.3. Recomendações de melhoria

Nada a referir.

3.4.3. Recommendations for improvement

Nothing to mention.

4. Desenvolvimento curricular e metodologias de ensino e aprendizagem.

Perguntas 4.1 a 4.10

4.1. Designação do ciclo de estudos.

A designação do ciclo de estudos é adequada aos objetivos gerais e objetivos de aprendizagem fixados:

Sim

4.2. Estrutura curricular.

A estrutura curricular é adequada e cumpre os requisitos legais:

Sim

4.3. Plano de estudos.

O plano de estudos é adequado e cumpre os requisitos legais:

Sim

4.4. Objetivos de aprendizagem das unidades curriculares.

Os objetivos de aprendizagem das unidades curriculares (conhecimentos, aptidões e competências) estão definidos e são coerentes com os objetivos gerais e os objetivos de aprendizagem definidos para o ciclo de estudos:

Sim

4.5. Conteúdos programáticos das unidades curriculares.

Os conteúdos programáticos das unidades curriculares são coerentes com os respetivos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências):

Sim

4.6. Metodologias de ensino e aprendizagem.

As metodologias de ensino e aprendizagem são adequadas aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos e para cada uma das unidades curriculares:

Sim

4.7. Carga média de trabalho dos estudantes.

A instituição assegurou-se que a carga média de trabalho que será necessária aos estudantes corresponde ao estimado em ECTS:

Sim

4.8. Avaliação da aprendizagem dos estudantes.

As metodologias previstas para a avaliação da aprendizagem dos estudantes estão definidas em função dos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) das unidades curriculares:

Sim

4.9. Participação em atividades científicas.

As metodologias de ensino e aprendizagem facilitam a participação dos estudantes em atividades científicas:

Sim

4.10. Fundamentação do número total de créditos do ciclo de estudos.

A duração do ciclo de estudos e o número total de créditos ECTS são fundamentados face aos requisitos legais e prática corrente no Espaço Europeu de Ensino Superior. Os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do n.º de créditos das unidades curriculares.

Sim

4.11. Apreciação global do desenvolvimento curricular e metodologias de aprendizagem do ciclo de estudos.

4.11.1. Apreciação global

A estrutura curricular e o plano de estudos cumprem os requisitos legais. Observa-se que o CE tem como área científica predominante o Marketing, a obtenção do grau de mestre requer 120 ECTS e tem a duração de 2 anos; Há um equilíbrio na distribuição dos ECTS por semestre, estando a UC Dissertação|Projeto|Estágio dividida entre o 3º e 4º semestre com um total de 42ECTS.

O desenvolvimento curricular teve em consideração o contexto atual, fortemente influenciado pelas tecnologia e pela globalização. Reflete, portanto, as exigências e desafios que o marketing enfrenta e foi desenvolvido com uma sequência lógica.

As metodologias de ensino e aprendizagem combinam a vertente prática com a teórica. Sendo a componente prática baseada em trabalho de campo, uso de simuladores e estudos de caso reais. Esta metodologia pressupõe a ligação ao tecido empresarial.

A avaliação de aprendizagem faz-se de forma contínua através da participação dos estudantes nos desafios colocados nas aulas, na realização de trabalhos escritos e orais, provas escritas e exames.

Quer as metodologias de ensino e aprendizagem, quer as metodologias de avaliação requerem dos estudantes o desenvolvimento de capacidade de pesquisa, reflexão, análise crítica e debate de ideias e o desenvolvimento de atividades científicas.

4.11.1. Global appraisal

The curricular structure meet the legal requirements. It is observed that the course has as predominant scientific area the Marketing, and to get the master degree requires 120 ECTS and lasts for 2 years; There is a balance in the distribution of ECTS per semester, and the CU Internship/Project/dissertation is divided between the 3rd and 4th semester with a total of 42 ECTS.

Curriculum development took into account the current context, strongly influenced by technology and globalization. It therefore reflects the demands and challenges that marketing faces, and has been developed in a logical sequence.

The teaching and learning methodologies combine the practical and the theoretical aspects. Being the practical component based on field work, use of simulators and real case studies. These methodologies are based on a close connection to the business world.

The learning assessment is performed in a continuous way, through the participation of the students in the challenges placed in the classes, in the accomplishment of written and oral works, tests and examinations.

Both teaching, learning and assessment methodologies require students to develop research, reflection, critical analysis and discussion of ideas and the development of scientific activities.

4.11.2. Pontos fortes

Atualidade do plano de curso.

4.11.2. Strengths

Course plan updated.

4.11.3. Recomendações de melhoria

Passar a obrigatória uma UC optativa:

Por ser estruturante a UC optativa Marketing Global & Branding deve ser obrigatória e constar do 1º semestre em substituição da UC Modelos de Negócio Disruptivos.

Eliminar Sobreposições de conteúdos entre UC:

Sobreposição de conteúdos programáticos entre as UC de Estratégia Global de Marketing e de Plano de Negócio Global, bem como de Estratégia de Marketing Digital (todas referem o plano ou planeamento estratégico). Também existe o risco de sobreposição de conteúdos entre as UC Sociedade de consumo no Futuro e Futuro Paradigma de Marketing.

Organizar conteúdos sobre o mesmo tema dispersos por várias UC numa só UC:

Organização ilógica de conteúdos programáticos por diferentes UCs, de que são exemplo a UC de Estratégia Global de Marketing começa por introduzir o marketing internacional que depois continua no ponto 3 da UC de Plano de Negócio Global; A UC de Modelos e Negócios Disruptivos que enfoca nos modelos de negócio e na inovação e a UC de Plano de Negócio Global que por seu lado enfoca no plano de negócio e no empreendedorismo. São temas complementares que só têm a ganhar se ficarem na mesma UC.

Completar programas de UC:

No programa da UC Estratégia de Marketing Digital não é evidente conteúdos relativos a SEO e SEM e Web Analytics, talvez por isso, as horas PL sejam reduzidas;

No programa de Métodos e Pesquisa de Marketing seria importante acrescentar o processamento de dados com o apoio do SPSS ou outro software equivalente.

Repensar as designações de algumas UC optativas, eliminando da sua designação a expressão Marketing global:

A designação das UC contempla dois temas, mas o programa é desenvolvido em função de um. Exemplos:

Marketing Global e Inteligência Artificial, o programa só envolve a inteligência artificial;

Global Marketing e Experiência com Serviços, os conteúdos são só de Marketing de Serviços;

Marketing Global e Sustentabilidade, os conteúdos são sobre marketing sustentável;

Marketing Global e Tecnologia, mas focaliza essencialmente na tecnologia.

Refletir a oferta de UC optativas. Fazem falta nesta lista uma UC de Marketing Compliance e uma de Marketing de Convergência.

4.11.3. Recommendations for improvement

Transform an optional UC into mandatory: Because of its structuring role, the elective CU Global Marketing & Branding must be mandatory and be included in the first semester replacing the CU Disruptive Business Models.

Eliminate overlapping Contents between CUs:

There is overlap between the Global Marketing Strategy and Global Business Plan CUs as well as with Digital Marketing Strategy (they all refer to the strategic planning); there is also a risk of content overlap between the CU consumption in the Future and Future Paradigm of Marketing.

Organize similar contents dispersed by several CUs in a single CU: illogical organization of contents by different CUs, such as the Global Marketing Strategy, which begins by introducing international marketing that then continues in point 3 of the CU of Global Business Plan; The CU Disruptive Models and Business that focuses on business models and innovation and the Global Business Plan CU which in turn focuses on the business plan and entrepreneurship. They are complementary subjects that might benefit of being together in the same CU.

To complete the syllabus of some CUs: in the CU Digital Marketing Strategy are not evident the contents related to SEO and SEM and Web Analytics, perhaps for this reason, the PL hours are reduced;

In the Marketing Research Methods CU, it would be important to add data processing with the support of SPSS or other equivalent software.

Rethink the designations of some optional CUs, eliminating the term Global Marketing from its designation. The designation of the CUs contemplates two areas, but the program is developed according only to one. Examples: Global Marketing and Artificial Intelligence, the syllabus only involves artificial intelligence; Global Marketing and Experience with Services, the contents are only of Services Marketing; Global Marketing and Sustainability, the contents are about sustainable marketing; Global Marketing and Technology, focuses essentially on technology.

Rethink the optional CU offer. Marketing Compliance and a Convergence Marketing are needed in this list.

5. Corpo docente.

Perguntas 5.1 a 5.6.

5.1. Coordenação do ciclo de estudos.

O docente ou docentes responsáveis pela coordenação do ciclo de estudos têm o perfil adequado:

Sim

5.2. Cumprimento de requisitos legais.

O corpo docente cumpre os requisitos legais de corpo docente próprio, academicamente qualificado e especializado:

Sim

5.3. Adequação da carga horária.

A carga horária do pessoal docente é adequada:

Sim

5.4. Estabilidade.

A maioria dos docentes mantém ligação à instituição por um período superior a três anos:

Sim

5.5. Dinâmica de formação.

O número de docentes em programas de doutoramento há mais de um ano é adequado às necessidades eventualmente existentes de qualificação académica e de especialização do corpo docente do ciclo de estudos:

Sim

5.6. Avaliação do pessoal docente.

Existem procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal docente e estão implementadas medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional:

Sim

5.7. Apreciação global do corpo docente.

5.7.1. Apreciação global

O corpo docente do ciclo de estudos cumpre os requisitos legais. A IES garante um corpo docente próprio, academicamente qualificado e especializado na área fundamental do ciclo de estudos. Verifica-se que:

- *O ciclo de estudos funciona em regime diurno e pós laboral com 15 docentes a que correspondem 12,7 ETI;*
- *11 docentes são-no a tempo integral o que representa 86,6% dos ETI;*
- *Todos os docentes têm o grau de Doutor;*
- *Os doutores e especialistas na área científica do marketing são 12 docentes, representando 76,4% dos ETI.*

5.7.1. Global appraisal

The teaching staff of the study cycle meets the legal requirements. The HEI guarantees a proper teaching staff, academically qualified and specialized in the fundamental area of the study cycle. It is verified that:

- *The cycle of studies works during day and post work shifts, with 15 professors corresponding to 12.7 ETIs;*
- *11 professors are full-time representing 86.6% of the ETIs;*
- *All professors hold a PhD degree;*
- *Doctors and specialists in the field of marketing are 12, representing 76.4% of the TSIs.*

5.7.2. Pontos fortes

Corpo docente qualificado e especializado na área científica predominante do ciclo d estudos.

5.7.2. Strengths

*Qualified and specialized teaching staff in the prevailing scientific area of the course***5.7.3. Recomendações de melhoria***Nada a referir.***5.7.3. Recommendations for improvement***Nothing to mention***6. Pessoal não-docente.****Perguntas 6.1 a 6.3.**

6.1. Adequação em número.

O número e o regime de trabalho do pessoal não-docente correspondem às necessidades do ciclo de estudos:

*Sim***6.2. Competência profissional e técnica.**

O pessoal não-docente tem a competência profissional e técnica adequada ao apoio à lecionação do ciclo de estudos:

*Sim***6.3. Avaliação do pessoal não-docente.**

Existem procedimentos de avaliação do pessoal não-docente e estão implementadas medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional:

*Sim***6.4. Apreciação global do pessoal não-docente.**

6.4.1. Apreciação global

Tudo parece indicar para a adequabilidade do pessoal não docente de apoio à lecionação do ciclo de estudos, quer em quantidade, quer em termos de qualificação.

6.4.1. Global appraisal

Everything seems to indicate for the adequacy of non-teaching staff supporting the teaching cycle, both in quantity and in terms of qualification.

6.4.2. Pontos fortes*Nada a referir.***6.4.2. Strengths***Nothing to mention.***6.4.3. Recomendações de melhoria***Nada a referir.***6.4.3. Recommendations for improvement***Nothing to mention.***7. Instalações e equipamentos.****Perguntas 7.1 e 7.2.**

7.1. Instalações.

A instituição dispõe de instalações físicas (espaços letivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores,...) necessárias ao cumprimento dos objetivos de aprendizagem do ciclo de estudos:

Sim

7.2. Equipamentos.

A instituição dispõe de equipamentos didáticos e científicos e dos materiais necessários ao cumprimento dos objetivos de aprendizagem do ciclo de estudos:

Sim

7.3. Apreciação global das instalações e equipamentos.

7.3.1. Apreciação global

O CE beneficia de instalações físicas novas dispo de salas de aulas e de estudo, de biblioteca e outras espaços afetos a serviços.

São referidos equipamentos de apoio pedagógico e bases de dados para além de uma plataforma de apoio a aulas.

7.3.1. Global appraisal

The course benefits from new physical facilities with classrooms and study rooms, library and other spaces to accommodate services.

The course also provides pedagogical support, equipment and databases.

7.3.2. Pontos fortes

Nada a referir.

7.3.2. Strengths

Nothing to mention.

7.3.3. Recomendações de melhoria

Investir em software estatístico.

7.3.3. Recommendations for improvement

Invest in statistical software

8. Atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível.

Perguntas 8.1 a 8.4.

8.1. Centros de investigação na área do ciclo de estudos.

A instituição dispõe de recursos organizativos e humanos que integrem os docentes do ciclo de estudos em atividades de investigação, seja por si ou através da sua participação ou colaboração, ou dos seus docentes e investigadores, em instituições científicas reconhecidas:

Sim

8.2. Produção científica.

Existem publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, livros e capítulos de livro, nos últimos cinco anos, com relevância para a área do ciclo de estudos:

Sim

8.3. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico.

Existem atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade, com relevância para a área do ciclo de estudos, que representam um contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural, desportiva e artística:

Sim

8.4. Integração em projetos e parcerias nacionais e internacionais.

As atividades científicas, tecnológicas e artísticas estão integradas em projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais:

Sim

8.5. Apreciação global das atividades de I&D e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível.

8.5.1. Apreciação global

- Há referência à integração de 12 num centro de investigação avaliado pela FCT com Bom e de um docente pertencer a centros de investigação estrangeiros.
- Há referência a publicações científicas na área fundamental do ciclo de estudos. Também são referidas comunicações em congressos científicos.
- Há referência a projetos e parcerias nacionais que envolvem atividades de prestação de serviços de formação avançada e de natureza técnico-científica à comunidade.

8.5.1. Global appraisal

- There is a reference to the integration of 12 professors in a research center evaluated by FCT with Good and a teacher belonging to foreign research centers.
- There are references to scientific publications in the fundamental area of the study cycle. There is also a reference to communications in scientific congresses.
- There are references to projects and national partnerships that involve activities of providing advanced training services to the community.

8.5.2. Pontos fortes

Ligação a empresas e à comunidade.

8.5.2. Strengths

Connection to companies and the business community.

8.5.3. Recomendações de melhoria

- Promover integração de docentes em projetos e /ou parcerias internacionais.

8.5.3. Recommendations for improvement

Promote the integration of professors in international projects and / or partnerships.

9. Enquadramento na rede de formação nacional da área (ensino superior público).

Perguntas 9.1 a 9.3.

9.1. Expectativas de empregabilidade.

A instituição promoveu uma análise da empregabilidade dos graduados por ciclos de estudos similares, com base em dados oficiais:

Em parte

9.2. Potencial de atração de estudantes.

A instituição promoveu uma análise sobre a evolução de candidatos ao ensino superior na área do ciclo de estudos, indicando as eventuais vantagens competitivas percecionadas:

Sim

9.3. Parcerias regionais.

A instituição estabeleceu parcerias com outras instituições da região que lecionam ciclos de estudos similares:

Sim

9.4. Apreciação global do enquadramento do ciclo de estudos na rede de formação nacional.

9.4.1. Apreciação global

A IES não apresenta dados sobre a empregabilidade de CE de mestrados em marketing, mas indica dados sobre a empregabilidade dos CE de licenciatura em marketing para, por analogia, justificar a empregabilidade de mestrados de marketing.

Há indicação de dados sobre procura via CNAES que revelam uma procura sustentada ao longo do tempo. Também é revelada uma lista de mestrados estrangeiros com quem a IES mantém ligação de parceria.

9.4.1. Global appraisal

The HEI does not present data on the employability of the future students, but indicates data on the employability of the actual graduation in marketing to, by analogy, justify the employability of the master students in marketing. There is indication of demand data via CNAES that reveal sustained demand over time. Also revealed a list of foreign master programs with whom the IES maintains a partnership.

9.4.2. Pontos fortes

Nada a referir.

9.4.2. Strengths

Nothing to mention.

9.4.3. Recomendações de melhoria

Nada a referir.

9.4.3. Recommendations for improvement

Nothing to mention.

10. Comparação com ciclos de estudos de referência no Espaço Europeu de Ensino Superior (EEES).

Perguntas 10.1 e 10.2.

10.1. Ciclos de estudos similares em instituições europeias de referência.

O ciclo de estudos tem duração e estrutura semelhantes a ciclos de estudos de instituições de referência do EEES:

Sim

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos similares.

O ciclo de estudos tem objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) análogos aos de outros ciclos de estudos de instituições de referência do EEES:

Sim

10.3. Apreciação global do enquadramento no Espaço Europeu de Ensino Superior.

10.3.1. Apreciação global

São indicados mestrados no espaço europeu com objetivos semelhantes ao CE proposto.

10.3.1. Global appraisal

Masters are identified, in the European space, with objectives similar to the proposed CE.

10.3.2. Pontos fortes

Nada a referir.

10.3.2. Strengths

Nothing to mention.

10.3.3. Recomendações de melhoria

Nada a referir.

10.3.3. Recommendations for improvement

Nothing to mention.

11. Estágios e períodos de formação em serviço (quando aplicável).

Perguntas 11.1 a 11.4.

11.1. Locais de estágio ou formação em serviço.

Existem locais de estágio ou formação em serviço adequados e em número suficiente:

Não

11.2. Acompanhamento dos estudantes pela instituição.

São indicados recursos próprios da instituição para acompanhar os seus estudantes no período de estágio ou formação em serviço:

Sim

11.3. Garantia da qualidade dos estágios e períodos de formação em serviço.

Existem mecanismos para assegurar a qualidade dos estágios e períodos de formação em serviço dos estudantes:

Sim

11.4. Orientadores cooperantes.

São indicados orientadores cooperantes do estágio ou formação em serviço, em número e com qualificações adequadas (para ciclos de estudos em que o estágio é obrigatório por lei):

Não aplicável

11.5. Apreciação global das condições de estágio ou formação em serviço.

11.5.1. Apreciação global

O Estágio Curricular é uma UC optativa.

Não são referidos locais de estágio, mas é facultada uma minuta de protocolo de estágio curricular, cuja leitura permite concluir que há recursos para o acompanhamento efetivo dos estagiários, a cada aluno é atribuído um professor orientador e um supervisor da organização que facilita o estágio. Também são definidas regras que, uma vez cumpridas, representam mecanismos de garantia de qualidade do estágio.

11.5.1. Global appraisal

The Curricular Internship is an optional CU.

No internship places are identified, but a draft of the curricular internship protocol is provided, which allows to conclude that there are resources for the effective follow-up of trainees. Each student is assigned a mentoring professor and a supervisor of the organization that provides the internship. There are rules that, once fulfilled, represent quality assurance mechanisms of the internship.

11.5.2. Pontos fortes

Nada a referir.

11.5.2. Strengths

Nothing to mention.

11.5.3. Recomendações de melhoria

Nada a referir.

11.5.3. Recommendations for improvement

Nothing to mention.

12. Observações finais.

12.1. Apreciação da pronúncia da instituição (quando aplicável).

N/A

12.1. Appraisal of the institution's response (if applicable).

N/A

12.2. Observações.

N/A

12.2. Observations.

N/A

12.3. PDF (100KB).

<sem resposta>

13. Conclusões.

13.1. Apreciação global da proposta do novo ciclo de estudos.

Síntese das apreciações efetuadas ao longo do relatório, sistematizando os pontos fortes e as debilidades da proposta de criação do novo ciclo de estudos.

Pontos Fortes:

- CE com designação e objetivos perfeitamente alinhado com a missão da IES;
- Atualidade do plano de curso proposto;
- Corpo docente qualificado e especializado na área científica predominante do CE: Marketing;
- Corpo docente dinâmico em atividades de investigação científica.

Pontos Débeis:

- O plano de estudos do CE parece evidenciar alguns problemas, que podem ser corrigidos com melhorias descritas na secção 1, ponto 4.11.3;
- A lista de recursos e equipamentos parece estar incompleta, faltando, por exemplo, os softwares necessários ao CE.

13.1. Global appraisal of the study programme.

Synthesis of the appraisals made in the report, systematising the strengths and weaknesses of the study programme.

Strongthes:

- Cycle of studies with designation and objectives perfectly aligned with the mission of the HEI;
- Updated course plan;
- Qualified and specialized teaching staff in the scientific area of the EC: Marketing;
- Dynamic teaching staff in scientific research activities.

Weaknesses:

- The study plan shows evidence of some problems, which can be corrected with improvements described in section 1, point 4.11.3;
- The list of resources and equipment appears to be incomplete, lacking, for example, the software required by the course.

13.2. Recomendação final.

Com fundamento na apreciação global da proposta de criação do ciclo de estudos, a CAE recomenda:

A acreditação condicional do ciclo de estudos

13.3. Período de acreditação condicional (se aplicável).

No caso de recomendação de acreditação condicional, indicação do período de acreditação proposto (em n.º de anos).

<sem resposta>

13.4. Condições (se aplicável).

No caso de recomendação de acreditação condicional, indicação das condições a cumprir.

Redesenhar as designações de algumas Uc optativas, eliminando da sua designação a expressão Marketing global: A designação das UC contempla dois temas, mas o programa é desenvolvido em função de um. Exemplos: Marketing Global e Inteligência Artificial, o programa só envolve a inteligência artificial; Global Marketing e Experiência com Serviços, os conteúdos são apenas de Marketing de Serviços; Marketing Global e Sustentabilidade, os conteúdos são sobre marketing sustentável; Marketing Global e Tecnologia, está focalizada essencialmente na tecnologia.

Atualizar o regulamento de creditação de formação e experiência profissional.

13.4. Conditions to fulfil (if applicable)

In the case of conditional accreditation, indicate the conditions to be fulfilled.

Redesign the designations of some optional CUs, eliminating from its designation the expression Global Marketing: The CU designation includes two subjects, but the program is developed on the basis of only one. Examples: Global Marketing and Artificial Intelligence, the syllabus only involves artificial intelligence; Global Marketing and Experience with Services, the contents are only for Services Marketing ; Global Marketing and Sustainability, the contents are about sustainable marketing; Global Marketing and Technology, is focused primarily on technology.

Update the regulation for accrediting training and professional experience.